# Der Businessplan – In 12 Schritten zum erfolgreichen Business

Erst mit einem Businessplan wird aus deiner Idee ein konkretes Geschäftsmodell. Der Businessplan ist einerseits ein wichtiges Dokument für Behörden, falls du beispielsweise einen Gründerzuschuss beantragen möchtest. Andererseits kannst du mit einem gut ausformulierten Businessplan auch Investoren an Land ziehen. Dazu zählen Banken, aber auch private Kapitalgeber. Wir führen dich in 12 Schritten zu deinem Businessplan. Wir von FastBill bieten dir eine Anleitung für einen Businessplan in 12 Schritten.

## Inhaltsverzeichnis

[Die Intention bestimmt die Gewichtung](#intention)

[Schritt: Das Deckblatt – Der erste Eindruck zählt](#schritt1)

[Schritt: Das Inhaltsverzeichnis: Sauber strukturieren](#schritt2)

[Schritt: Executive Summary](#schritt3)

[Schritt: Idee](#schritt4)

[Produkte und Dienstleistungen](#schritt4_a)

[Nutzen und Bedarf](#schritt4_b)

[Schritt: Markt und Wettbewerb](#schritt5)

[Marktgröße und Potential](#schritt5_a)

[Wettbewerb](#schritt5_b)

[Schritt: Ziele](#schritt6)

[Vision](#schritt6_a)

[Kurz- und mittelfristige Ziele](#schritt6_b)

[Langfristige Ziele](#schritt6_c)

[Schritt: Strategie](#schritt7)

[Vision](#schritt7_a)

[USP](#schritt7_b)

[Positionierung](#schritt7_c)

[Marktstrategie](#schritt7_d)

[Schritt: Marketing](#schritt8)

[Zielgruppe](#schritt8_a)

[Vier Ps](#schritt8_b)

[Preis](#schritt8_b_i)

[Produkt](#schritt8_b_ii)

[Vertrieb](#schritt8_b_iii)

[Werbung](#schritt8_b_iv)

[Schritt: Organisation](#schritt9)

[Gründer](#schritt9_a)

[Mitarbeiter](#schritt9_b)

[Rechtsform & Standort](#schritt9_c)

[Schritt: Finanzen](#schritt10)

[Plan GuV](#schritt10_a)

[Liquiditätsplanung](#schritt10_b)

[Bilanz](#schritt10_c)

[Rentabilitätsrechnung](#schritt10_d)

[Kapitalbedarf/Finanzierung](#schritt10_e)

[Schritt: SWOT Analyse](#schritt11)

[Schritt: Anhang](#schritt12)

[Resümee: Allgemeine Checkliste](#resume)

## Die Intention bestimmt die Gewichtung

Der Businessplan ist ein Dokument, das die Strategie zur Erreichung der Unternehmensziele mit allen wesentlichen Voraussetzungen, Maßnahmen und Ressourcen für einen Zeitraum von drei bis fünf Jahren abbildet.

**Infobox:** Der Sinn und Zweck ist es, die anfängliche Geschäftsidee zu einem konkreten Konzept auszubauen, dieses weiterzuentwickeln und vor der Umsetzung zu prüfen.

Mit dem Businessplan werden zum einen für dich als Gründer selbst relevante Weichen vor der Umsetzung gestellt und verschriftlicht – so können bspw. Schwachstellen früh erkannt und vermieden werden. Zum anderen hat ein durchdachter Businessplan weitere **Ziele**:

* Darstellung der Organisation gegenüber Dritter (z.B. potentieller Partner)
* Auskunft über Erfolgschancen, Risiken, Ressourcen
* Wirtschaftlichkeitsprüfung
* Kapitalgewinnung (Investoren)
* Fusion, Expansion, Verkauf
* Behördengänge

Verschaffe dir im Vorfeld Klarheit über die Intention deines Businessplans – also für wen und für was der Geschäftsplan erstellt wird. Dient der Plan als Antrag für Fördermittel von privaten oder staatlichen Geldgebern, für die Beantragung eines Kredits bei der Bank oder für den eigenen Gesamtüberblick? Hiervon ist abhängig, auf welche du Punkte du besonderes Gewicht legst.

## 1. Schritt: Das Deckblatt – Der erste Eindruck zählt

Ein guter Businessplan ist nichts anderes als eine Bewerbung: Du versuchst, mit überzeugenden Argumenten und gut strukturierten Ausführungen Unterstützer für deine Sache zu bekommen. Daher zählt auch der optische Eindruck deines Plans.

Ein gut gestaltetes Deckblatt muss allerdings nicht zwingend aus einer Masse an andere Businessplänen herausstechen. Anders als bei Bewerbungen konkurrierst du nur selten mit weiteren Gründern, die ihre Idee vorstellen – im Regelfall wird daher jeder Businessplan einzeln betrachtet. Ein allzu flippiges Cover sollte daher vermieden werden.

Seriosität und Professionalität sind die wichtigsten Bausteine bei der Gestaltung des Deckblatts und des gesamten Plans.

Die Leser deines Plans sollen den Eindruck bekommen, dass du ein seriöser Geschäftsmann bist, der sich mit dem Markt, seinen Vermögenswerten und möglichen Schwierigkeiten umfassend auseinandergesetzt hat. Wähle daher ein Deckblatt, das ohne bunte Farben und Verzierungen auskommt. Dein **Logo** – sollte bereits eines existieren – bildet hier die Ausnahme. Dieses platzierst du an prominenter Stelle des Covers.

Das Deckblatt liefert zudem die ersten Informationen zu deinem Business. Es enthält:

* Firmenname, sofern gewählt
* Art und Branche der geplanten Geschäftsidee
* Deinen Namen inklusive deiner Kontaktdaten
* Intention des Businessplans
* Erstellungsdatum sowie geplantes Gründungsdatum

Sollte deine Intention ein Förderbetrag sein, halte diesen ruhig bereits auf dem Deckblatt fest. Je konkreter, desto besser.

## 2. Schritt: Inhaltsverzeichnis

Der erste Abschnitt nach dem Deckblatt ist dein Inhaltsverzeichnis. Hier schlüsselst du auf welche Punkte dein Businessplan abdeckt.

So gewinnt nicht nur der Leser eine Übersicht über die folgenden Ausführungen, sondern auch du wirst dazu gezwungen, deinen Gedanken eine gewisse Struktur zu geben.

Das Inhaltsverzeichnis eines Businessplans deckt für gewöhnlich die folgenden Hauptpunkte ab:

1. Inhaltsverzeichnis
2. Executive Summary
3. Idee
4. Markt und Wettbewerb
5. Ziele
6. Strategie
7. Marketing
8. Organisation
9. Recht und Steuern
10. Finanzen
11. SWOT-Analyse
12. Anhang

Je nach Thema solltest du noch Unterpunkte aufführen, die tiefer in die Materie gehen und eine Kategorie sinnvoll unterteilen. So vermeidest du, dass unter gewissen Punkten ein extrem langer Textblock entsteht, der für den Leser nur schwer zu durchdringen ist.

## 3. Schritt: Executive Summary – Die Zusammenfassung

Der tatsächliche Beginn enthält eine kompakte Zusammenfassung des Geschäftsvorhabens: Das *Executive Summary*.

Hier stellst du das Wesentliche deiner Neugründung auf ein bis zwei Seiten informativ, interessant und innovativ dar.

**Tipp:** Bei deinem Businessplan hat die Zusammenfassung höchste Priorität. Da der Geschäftsplan meist sehr umfangreich ist, werden in vielen Fällen nur die ersten Seiten aufmerksam gelesen.

Kurzum: Mit den ersten Seiten überzeugen!

Formuliere in diesem Abschnitt des Businessplans **prägnant und mit Blick auf den Nutzen** deiner Geschäftsidee, warum dein Konzept eine Neuheit in der jeweiligen Branche darstellt – warum sollte gerade deine Gründungsidee verwirklicht werden? Dazu gehört auch die überzeugende Darstellung der Chancen und Notwendigkeit sowie der Relevanz deiner Geschäftsidee. Stelle neben entscheidenden Vorteilen für die Zielgruppe außerdem die Qualität und Innovation deines Angebots in diesem Punkt ebenfalls eindringlich klar.

Checkliste:

* Kurz und prägnant (1-2 Seiten)
* Nutzen für Endverbraucher
* Innovationscharakter und Alleinstellungsmerkmal
* Einblick ins Unternehmen
* Relevanz und Aktualität

Viele Gründer formulieren diese Zusammenfassung erst am Ende. Denn nachdem du den Rest deines Businessplans ausführlich verfasst hast, fällt ein prägnanter Abriss wesentlicher Punkte deutlich leichter. Wichtig ist jedoch, dass du in der Struktur deines Plans die Reihenfolge einhältst – hier kommt das Executive Summary für gewöhnlich direkt nach dem Inhaltsverzeichnis.

## 4. Schritt: Geschäftsidee

Die Geschäftsidee ist der Startschuss jeder wirtschaftlichen Neugründung. Diese Idee kann beispielsweise ein Problem lösen, eine Neuheit präsentieren oder eine Verbesserung im Alltag darstellen.

Wie auch immer die Idee lautet, wichtig ist es, diese so darzustellen, dass sie einleuchtend, attraktiv und nachvollziehbar ist.

**Tipp**: Stell dir vorab wesentliche Fragen: Warum und wie überzeugt deine Geschäftsidee? Was ist die Besonderheit bzw. das Alleinstellungsmerkmal deiner Idee und warum sollen potentielle Kunden dein Angebot nutzen?

Konkretisiere in diesem Kapitel deine erste Idee. Stelle sie anschaulich aber systematisch vor und lege dabei auch die Umsetzbarkeit dar.

### Produkte und Dienstleistungen

Zunächst lieferst du hier eine faktische Beschreibung deiner Produkte und Dienstleistungen. Desweiteren gilt es, die angebotene Produktpalette aus jeder Perspektive zu beleuchten, die für den Leser deines Businessplans von Bedeutung sein könnte. Daher ist es besonders wichtig, dass du ein klares Bild deiner Angebote zeichnest. Dazu gehören beispielsweise:

* Technische Details
* Herstellung
* Logistik

Kurz: Alles rund um deine Produkte und Dienstleistungen sollte sich in diesem Teil deines Businessplans wiederfinden.

**Tipp:** Sei spezifisch! Achte bei der Beschreibung darauf, einen Bezug zu deinen konkreten Produkten und Dienstleistungen zu setzen.

Nachfolgend erläuterst du in diesem Abschnitt des Businessplans die unterschiedlichen Varianten deines Produktes, aber auch ergänzende Serviceleistungen, Qualitätssiegel und den rechtlichen Rahmen, der für dein Vorhaben gegeben ist.

Die Prozesse, die für die Dienstleistung oder das Endprodukt nötig sind, stellen ebenfalls einen Bestandteil deiner Geschäftsidee dar. Lege diese detailliert dar, so zeigst du, dass du schon viel Energie in deine Idee gesteckt und dir das erforderliche Know-how angeeignet hast. Vergiss allerdings nicht, auch Stärken und gegebenenfalls Schwächen deines Angebots gegenüber der Konkurrenz sowie die Vorteile des Produkts bzw. der Dienstleistung herauszuarbeiten.

Checkliste:

* Technische Details
* Unterschiedliche Blickwinkel auf das Produkt
* Verweise auf die Qualität
* Stärken und ggf. Schwächen
* Vorteile

Auch bei der Charakterisierung der Produkte und Dienstleistungen ist es von Vorteil, Bezug auf das aktuelle Marktgeschehen zu nehmen Beantworte daher vor allem folgende Fragen: Was macht die Konkurrenz? Wie hebt sich dein Angebot von anderen Marktteilnehmern ab?

### Nutzen und Bedarf

In deinem Businessplan du auf Grundlage der fundierten Theorie dein Hauptaugenmerk auf die Praxis legen. Das Fundament dieser Praxis ist stets der Nutzen für den Endverbraucher sowie der Bedarf der potentiellen Kunden.

**Tipp:** Eine akribische Beschreibung von Kundenbedarf und –nutzen veranschaulicht dein Wissen über das aktuelle Marktgeschehen.

Beschreibe präzise, welchen Nutzen dein Produkt für deine Kunden hat und wie hoch der Bedarf in dieser Sparte liegt. So kannst du den Bedarf des Marktes für dein innovatives Produkt gemäß des Prinzips „Angebot bestimmt Nachfrage“ demonstrieren.

Checkliste in Form einiger Fragen:

* Welcher Bedarf besteht bzgl. deiner Produkte und Dienstleistungen?
* Welche Probleme des Kunden werden durch dein Angebot gelöst?
* Wie werden diese Probleme gelöst?
* Wie nachhaltig ist der Kundennutzen?

Um eine exakte Darlegung von Nutzen und Bedarf zu gewährleisten, hilft dir die Eingrenzung potentieller Kunden durch die Bestimmung von [Zielgruppen](#schritt8_a) im Kapitel Marketing.

## 5. Schritt: Markt und Wettbewerb

Nachdem du deine Geschäftsidee konkret formuliert hast, gilt es nun, den Markt und die Konkurrenz zu analysieren. Im Vorfeld hast du dir einen grundlegenden Gesamtüberblick über den Markt verschafft, um dein Angebot richtig einordnen zu können. Diesen Überblick bildest du nun in deinem Businessplan ab. Hierfür beantwortest du zunächst die folgenden Fragen:

* „Wo stehe ich generell mit meinem Angebot?“
* „In welcher Sparte ist mein Produkt angesiedelt?“

**Tipp:** Je spezifischer du dich mit deinen Angeboten am Markt positionierst, desto einfacher fällt potentiellen Kunden die Wahl.

### Marktgröße und Potential

Im weiteren Verlauf präzisierst du den ersten Überblick, erläuterst wie groß der Markt ist und stellst fest, wie viele bzw. welche Teilgebiete es gibt. Agiere bei dieser Betrachtung aus der Vogelperspektive, um dann immer genauer werden. Stelle dabei die Besonderheit sowie Innovation und das Potential deiner Idee heraus.

### Wettbewerb und Analyse

Nachdem du die detaillierte Marktstruktur erläutert hast, richtest du deinen Fokus nun auf die **Konkurrenz** – also die anderen Marktteilnehmer:

* Wie viele weitere Konkurrenten gibt es?
* Was für Stärken und Schwächen haben sie?

Im besten Fall erwähnst du sogar etwas, das andere übersehen haben. So schärfst du auf Grundlage dieser Fragen deine Idee und dein Angebot.

**Tipp:** Eine professionelle Marktanalyse arbeitet mit Statistiken, Diagrammen und Schaubildern. Integriere aussagekräftige Auswertungen in deinen Businessplan!

Gehe abschließend auf aktuelle Entwicklungen und Trends ein. Je tiefer und präziser du deine Marktanalyse gestaltest, desto exakter kannst du deine eigene Marktpositionierung im Businessplan herausstellen.

Checkliste:

* Größe des Marktes
* Blick auf die Konkurrenz
* Analysedaten in Form von Diagrammen bereitstellen
* Aktuelle Trends und Entwicklungen
* Marktpositionierung

Durch die Besonderheiten deines Konzepts bildest du ein Alleinstellungsmerkmal (englisch: unique selling proposition: USP), welches dir einen exklusiven Platz auf dem Markt gewährt und einen Vorteil vor der Konkurrenz beschafft. Im siebten Schritt erfährst du, was deinen [USP](#schritt7_b) konkret ausmacht.

## 6. Schritt: Ziele

Wichtig bei einem Businessplan ist die Formulierung konkreter Ziele:

* Was soll mit dem Unternehmen geleistet werden?
* Wann willst du welchen Meilenstein erreichen?

Hierbei unterscheidet man verschiedene Zeitstufen: kurz- und mittelfristige sowie langfristige Ziele. Im Vorfeld beschreibst du allerdings noch den Idealzustand in Form deiner Vision.

### Vision

Mit dem Begriff der „Vision“ beschreibst du, was du mit deinem Unternehmen idealerweise erreichen möchtest. Also den bestmöglichen Zustand deines Unternehmens bzw. den **idealen Verlauf** deiner ökonomischen Unternehmung: das übergeordnete Unternehmensziel.

**Tipp:** Achte darauf, dass du, trotz der Aufgabenstellung den Idealzustand zu beschreiben, nicht unrealistisch wirst. Den Status „Weltmarktführer“ zu erreichen, ist beispielsweise nur bei den seltensten Geschäftsideen eine realistische Vision.

### Kurz- und mittelfristige Ziele

Beschreibe für den kurzfristigen Zeitraum die Ziele, die du in den ersten **ein bis drei Jahren** erreichen willst. Bleib dabei realistisch, hier ist es nicht von Vorteil, mit übertriebenem Wunschdenken zu argumentieren. Der kurzfristige Zeitraum beschreibt die Richtung, in die du mit deiner Geschäftsidee gehen möchtest.

Bei den mittelfristigen Zielen hingegen legst du deine Ziele für einen Zeitraum von **fünf Jahren** fest. Diese bilden das Fundament für die Unternehmensstrategie und den Finanzplan.

**Konkrete Ziele** sind hierbei beispielsweise die Erhöhung der Kundenbindung, spezifische Umsatzziele oder die Festsetzung des Break-Even-Punktes (englisch: Break even point – BEP). Der BEP beschreibt den Zeitpunkt, ab wann dein Unternehmen Gewinn erwirtschaftet.

### Langfristige Ziele

Bei den langfristigen Zielen verdeutlichst du dem Leser, was du **auf lange Sicht** mit deinem Geschäftskonzept erreichen willst. Zum Beispiel nach 6 Jahren einen Marktanteil von 10 % einzunehmen oder mit deinem Unternehmen führend in den Top 10 der jeweiligen Branche zu sein. Weitere langfristige Ziele können eine Expansion, Fusion oder auch der „Exit“ in Form eines Verkaufs sein. Wichtig ist, dass du deine Ziele SMART formulierst.

Checkliste für deine Ziele anhand des SMART-Konzeptes:

* **S**pecific (unternehmensbezogen)
* **M**easurable (messbar)
* **A**chievable (realistisch erreichbar)
* **R**elevant (bedeutsam für das Unternehmen)
* **T**ime (definierter Zeitraum)

Ausgehend von deiner Vision lassen sich so diverse spezifische Ziele für den jeweiligen Zeitraum festlegen. Formuliere die Ziele deines Geschäftsverlaufs so konkret und realistisch wie möglich.

## 7. Schritt: Strategie

Nachdem du deine Ziele definiert hast, musst du die Strategie zur Realisierung der Ziele festlegen. Das heißt: Wie willst du deine Ziele erreichen?

### Vision

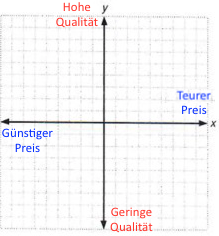
Nutze hierfür deine Erkenntnisse aus der Markt- und Wettbewerbsanalyse sowie dem Marktwachstum und -potential: Formuliere auf dieser Grundlage eine Vision, wie dein Unternehmen die vorher formulierten Ziele erreichen kann.

### USP

Das **Alleinstellungsmerkmal** (USP) ist die individuelle Eigenschaft deines Produkts oder deiner Dienstleistung, die dich von der Konkurrenz abhebt. Dieses solltest du so darstellen, dass es vom potentiellen Kunden als einzigartig erkannt und als relevantes Kaufkriterium wahrgenommen wird.

### Positionierung

Deine Positionierung zeigt dem Zielkunden, **inwiefern sich dein Angebot von der Konkurrenz unterscheidet**. Für eine optimale Ausrichtung liegt die Vision deiner Strategie zugrunde, also umfassende Markt- und Wettbewerbsinformationen.



Oftmals positioniert man ein Produkt innerhalb der Kategorien „Preis“ und „Qualität“, umgangssprachlich im Preis-Leistungs- bzw. Qualität-Leistungs-Spektrum. Die Verortung wird in den meisten Fällen mit einem Positionierungskreuz veranschaulicht: Ein Graph mit zwei Achsen in Form eines Kreuzes (siehe vereinfachtes Schaubild).

Baue ein bis drei solcher Graphen in deinen Businessplan, um dein professionelles Marktwissen zu veranschaulichen.

Die Positionierung ordnet dein Produkt konkret im Markt ein und hilft auch später dem Kunden bei der Wahl. Indem du auch deine Wettbewerber einordnest, kannst du außerdem dein Alleinstellungsmerkmal erneut hervorheben.

### Marktstrategie

Arbeite klar heraus, welche Marktstrategie du warum gewählt hast. Egal, ob du bekannte Strategien wie die der „Kostenführerschaft“ oder „Nischenstrategie“ wählst, die Markt- oder Unternehmensstrategie bestimmt sich grundsätzlich durch folgende **Einflussfaktoren**:

Checkliste:

* Markt- und Wettbewerbsanalysen
* USP
* Kundennutzen
* Positionierung
* Vorteil vor der Konkurrenz

Die richtige Wahl der passenden Marktstrategie – und darauf aufbauend die Marketingstrategie – entscheidet in vielen Fällen über Erfolg oder Misserfolg des Geschäftsvorhabens. Darum solltest du diese sorgfältig analysieren, ausrichten und auswählen.

## 8. Schritt: Marketing

Oft wird die Relevanz von sinnvollem Marketing und einer umfangreichen Vertriebsstrategie unterschätzt. Viele Gründer setzen lediglich auf die Durchschlagskraft ihrer Idee und vergessen dabei, wie wichtig es ist, diese flächendeckend zu verbreiten. Diesen Fehler solltest du unbedingt vermeiden – vielmehr benötigst du eine klar durchdachte Marketingstrategie. Diese richtet sich zunächst nach der Definition der Zielgruppe, bevor du das [Modell der „4 Ps“](#schritt8_b) für deine Zwecke nutzt.

### Zielgruppe

Nur wer seine potentiellen Kunden kennt und beschreiben kann, ist in der Lage, diese auch bedarfsgenau mit Produkten und Dienstleistungen zu versorgen. Bei der Existenzgründung benötigst du ein klares Bild von deiner Zielgruppe, um dein Marketing nach genau dieser auszurichten. Sie sollte daher so konkret charakterisiert werden wie möglich.

Die Zielgruppe wird durch unzählige Faktoren charakterisiert, wie z.B. privates und berufliches Umfeld, Hobbys und persönliche Einstellungen. Hilfreich ist es, Personas zu schaffen, sich also einen **Steckbrief einer konkreten Person** auszudenken – mit exakten Details rund um diese „Zielperson“. Anhand dieses Musters verschärfen sich zudem die Weichen deines Konzeptes.

Deine Zielgruppenbestimmung erläuterst du nun im Businessplan und stellst so direkt einen Bezug zu deiner Geschäftsidee her.

Checkliste zur präzisen Bestimmung der Zielgruppe:

* Alter & Geschlecht
* Wohnort
* Beruf bzw. Branche
* Einkommen und Bildung
* Bedürfnisse, Wünsche, Probleme

Eine aussagekräftige Charakterisierung potentieller Kunden bietet dir nicht nur ein wichtiges Fundament für die Erstellung deines Businessplans, denn von der passenden Zielgruppe lässt sich darüber hinaus eine sinnvolle Marketingstrategie ableiten.

### Modell der 4 Ps

Das Modell der 4 Ps ist der Grundbaustein für erfolgreiche Marketingstrategien: Du beantwortest hier die Fragen nach **Product, Price, Place** und **Promotion**.

#### Product (Produkt)

Der Kern eines jeden Unternehmens sind die angebotenen Produkte bzw. Dienstleistungen. Beschreibe diese mit Fokus auf den **Kundennutzen** ansprechend, umfassend und anhand wichtiger Aspekte wie Design, Variationen, Qualität und Garantie.

#### Price (Preis)

Deine Preispolitik ist essentiell, um darzulegen, dass du mit deinen möglichst konservativ geplanten Verkäufen dazu in der Lage bist, kostendeckend zu arbeiten. Lege deine Berechnungen daher detailliert dar. Die Preisgestaltung entscheidet zu einem sehr großen Teil, ob dein Unternehmen langfristig wettbewerbsfähig und erfolgreich ist.

Die Gestaltung des Preises richtet sich nach Faktoren wie **Zielgruppe**, **Konkurrenz**, **Marktsegment**, **Finanzierungsmöglichkeiten**, **Nachfrage** oder etwa **Zahlungsbedingungen**.

#### Place (Vertrieb)

Beschreibe in diesem Abschnitt deines Businessplans, wo du dein Produkt anbieten möchtest. Zur Wahl stehen hier beispielsweise Einzel- und Großhandel oder auch der Online-Shop. Relevante Aspekte des Vertriebs sind aber auch **Warentransport**, **Logistik**, **Kundenversand** und **Vertriebswege.**

Häufig empfiehlt sich – je nach Geschäftsmodell – eine Kombination aus **online und offline** Vertriebswegen. Um Kosten zu sparen, solltest du sinnvolle, also möglichst kurze und günstige, Vertriebswege wählen.

#### Promotion (Werbung)

Lege hier deine Planungen für eine ausgeklügelte Werbestrategie dar. Promotion kann viele Gesichter haben, vom Verteilen deiner Flyer in der Fußgängerzone bis hin zum Online-Marketing über Search Engine Adertising (**SEA**), also bezahlten Anzeigen bei Suchmaschinen wie Google. Füge dem Businessplan auch direkt die kalkulierten Kosten für deine Werbemaßnahmen bei.

**Tipp:** Welche Art von Promotion du für dein Unternehmen wählst, hängt von deinem Produkt, der Zielgruppe sowie von deinem Kapital ab.

Auch hier ist es häufig sinnvoll, eine Kombination aus offline und online Werbung zu wählen: zum Beispiel Präsentationen auf Messen, Online-Werbung, Suchmaschinenwerbung, Anzeigenschaltung in Printmedien.

Checkliste für die 4 Ps:

* Product: Fokus auf Kundennutzen
* Price: Detaillierte Preisgestaltung
* Place: Nach Geschäftsmodell ausrichten
* Promotion: Kombination online/offline kann sinnvoll sein

Jeder der vier Punkte wird von deinem Geschäftsmodell, sprich dem Produkt, der Zielgruppe und der Marktanalyse beeinflusst. Arbeite diese Punkte also akribisch aus, um schlussendlich deine Marketingstrategie planen zu können.

## 9. Schritt: Organisation

Im neunten Schritt beschreibst du dein Vorhaben in Hinblick auf deine **Unternehmensstruktur**. Mit der gewählten Rechtsform, deiner Gründerpersönlichkeit und der passenden Standortwahl dokumentierst du die Organisation deines Unternehmens.

### Gründer

Als Gründer und Urheber der Geschäftsidee nimmst du im Businessplan eine tragende Rolle ein. Diese Fragen beantwortest du dem Leser: Wer ist der Mensch hinter dem Ganzen? Was qualifiziert dich für die angestrebte Neugründung? Warum machst du dich selbstständig?

Mit der Darlegung deiner Entscheidung, dich selbstständig zu machen, beschreibst du auch deine Motivationslage. Stelle daher in diesem Passus klar heraus, warum du der richtige für den Job bist.

**Tipp:** Demonstriere klar und glaubhaft, warum und wie du der Herausforderung einer Existenzgründung gewachsen bist!

Hebe vor allem deine Qualifikationen, Kenntnisse und deine Branchenerfahrung (Hard und Soft Skills) hervor. Belegt werden diese Ausführungen dann im [Anhang](#schritt12) des Geschäftsplans mit deinem Lebenslauf, Zeugnissen und anderen relevanten Dokumenten.

Gleichzeitig beweist du durch eine ehrliche Beschreibung eventueller Schwachstellen, dass du in vollem Bewusstsein dieser bist und grundlegend an der Beseitigung deiner Schwächen arbeitest. Hier gehst du nüchtern und weniger ausführlich auf etwaige Mängel und Herausforderungen ein. Gleichzeitig schilderst du – ausführlicher – Lösungen, wie diese Mängel behoben werden. Dieses Vorgehen ist ein vorgezogener Teil der **SWOT-Analyse**, die in [Kapitel 11](#schritt11) weiter beleuchtet wird.

Checkliste:

* Grund der Existenzgründung
* Motivationslage
* Qualifikationen
* Branchenerfahrung
* Lösungen für Schwächen

Nicht nur die Beschreibung deines fundierten Knowhows ist von Relevanz, sondern auch die ehrliche Auskunft über deine Schwächen. Das weckt Vertrauen, denn es zeigt, dass du nichts dem Zufall überlässt und dir der Herausforderung einer Existenzgründung in vollem Umfang bewusst ist.

### Mitarbeiter

In diesem Abschnitt des Businessplans konkretisierst du deine Personalplanung. Selbst wenn du dein Unternehmen zunächst alleine startest: Im Idealfall wird es die Auftragslage irgendwann einmal erfordern, Mitarbeiter einzustellen.

**Tipp**: Konkretisiere den Planungshorizont für die Personalplanung für mindestens die ersten 3 Jahre.

Wie deine Mitarbeiterplanung ausfällt, entscheiden neben dem Geschäftsmodell auch anfallende Aufgaben und notwendige Kompetenzen. Je nach Nachfrage und zur Verfügung stehenden Ressourcen bietet sich die Option, externe Dienstleistungsanbieter oder interne Angestellte zu beschäftigen.

Checkliste:

* Anfallende Aufgaben und notwendige Kompetenzen
* Kapazität
* Personalaufwendungen
* Rentabilität
* Angebot und Nachfrage

Abhängig von der Geschäftsidee und Branche unterscheidet sich der Umfang des Punktes „Personalplanung“ im Businessplan. Planst du direkt mit einer größeren Menge an Personal, solltest du dieses Kapitel detaillierter ausarbeiten. Wichtig sind dann auch Fragen nach der Organisationsstruktur, Arbeitsplatzanalyse und Personalwahl.

### Rechtsform & Standort

Hier legst du vergleichsweise kurz dar, für welche Rechtsform und welchen Standort du dich entschieden hast. Diese Punkte hängen ebenfalls von deinem Geschäftskonzept und deiner Situation ab. Unterschiede gibt es bspw. hinsichtlich der Vertriebswege, der Steuern und Buchführung oder der Haftung. Rechtsform und Standort sind in Deutschland frei wählbar und der Gesetzgeber hält verschiedene Möglichkeiten bereit.

So kann die Rechtsform beispielsweise eine GmbH, GbR, OHG, AG oder eine KG sein: Die Wahl der jeweiligen Rechtsform deines Unternehmens wird zunächst von der Geschäftsidee bestimmt sowie von deiner persönlichen Bereitschaft mit deinem Vermögen zu haften, bestimmt.

Die anfangs gewählte Rechtsform muss nicht für immer sein: die Umwandlung in eine andere Rechtsform ist gesetzeskonform und mit Entwicklungen deines Unternehmens auch oftmals sinnvoll.

Checkliste für die Rechtsform:

* Wie viele Personen gründen das Unternehmen?
* Wie haftest du mit deinem Privatvermögen, beschränkt oder unbeschränkt?
* Wie viel Geld steht bei der Gründung zur Verfügung?
* Welche Steuern fallen an?

Da die Wahl der passenden Rechtsform den gesetzlichen Rahmen deines wirtschaftlichen Unterfangens bereitstellt, ist diese ausschlaggebend. Bevor du deine Entscheidung in einem Businessplan verewigst, solltest du daher unbedingt einen Steuerberater und Anwalt hinzuziehen.

Bei der Beschreibung des Standorts zeigst du indes die Vor- und Nachteile der geografischen Verortung deines Unternehmens auf. Lege zudem Standortfaktoren dar, die für dein Vorhaben relevant sind. Diese können zum Beispiel sein:

* Lage (Erreichbarkeit, Verkehrsanbindung)
* Vertriebswege (Zulieferer, Kunden)
* Umfeld (Kernzielgruppe, Kaufkraft)
* Gewerbefläche (gesetzliche Bestimmungen, Ausstattung)
* Kosten (Miete, Strom)

Die Relevanz oder Gewichtung der Standortfaktoren unterscheidet sich je nach Geschäftskonzept: Bei der Gründung eines Restaurants ist z.B. die Lage mit Laufkundschaft, Erreichbarkeit und Umgebung von großer Bedeutung. Betreibst du allerdings einen Online-Shop, benötigst du vor allem Lagerkapazitäten und günstige Vertriebswege, während die Laufkundschaft unbedeutend ist.

## 10. Schritt: Finanzen

Der Finanzplan ist das Kernstück des Businessplans. Denn die Finanzierung entscheidet über den eventuellen Start, den Fortlauf und das etwaige Ende des neuen Geschäftes – also über Erfolg oder Misserfolg. Hier beschreibst du detailliert die Finanzplanung, bestehend aus sämtlichen Kosten, Investitionen, Ausgaben sowie Einnahmen deines Vorhabens.

Den Abschnitt bearbeitest du anhand dieser fünf Punkte:

1. GuV-Plan
2. Liquiditätsplanung
3. Bilanz
4. Rentabilitätsrechnung
5. Kapitalbedarf / Finanzierung

Da dieses Thema nicht nur für den Businessplan die größte Bedeutung hat, sondern natürlich auch für dein geplantes Unternehmen überlebenswichtig ist, sollte es besonders ausgefeilt sein. Es ist durchaus sinnvoll dein Vorhaben mit einem Steuerberater zu besprechen.

Aber **Vorsicht**: Die eigene Finanzplanung nicht nachvollziehen zu können, ist gefährlich. Du solltest daher alles dafür tun, die Zahlen und Rechnungsansätze zu durchblicken. Ungenaue Angaben aufgrund von Unwissenheit können der Todesstoß für deinen Businessplan und somit für deine Geschäftsidee sein.

### GuV-Plan

Im ersten Teil des Finanzplans stellst du die **Gewinn- und Verlustrechnung** (GuV-Plan) vor. Die GUV ist eine langfristige Planerfolgsrechnung, welche die geplanten Auslagen des Unternehmens für einen Zeitraum (1-5 Jahre) tabellarisch darstellt. Kurzum: Du stellst den Aufwendungen die Erträge für jeden Monat gegenüber. Überwiegen die Erträge, spricht man von Erfolg bzw. Gewinn. Bei dominierenden Aufwendungen ist es ein Misserfolg bzw. Verlust. Sollten deine Berechnung letzteres ergeben, empfiehlt es sich, den Businessplan noch einmal in die Schublade zu stecken und bei deiner Idee an einigen Stellschrauben zu drehen.

Der GuV-Plan hat 2 Ziele:

1. Zeigen, ob und wie das Unternehmen wirtschaftlich erfolgreich ist.
2. Darstellen, wann der Break-Even-Point eintritt.

Gesetzlich ist jeder Unternehmer verpflichtet, bis zum Jahresende eine GuV zu erstellen. Dieser GuV wird nach dem Umsatzkosten- oder Gesamtkostenverfahren in Staffelform veranschaulicht (gemäß §275 HGB).

### Liquiditätsplanung

Im zweiten Teil erläuterst du deine Liquiditätsplanung. Diese gibt Auskunft darüber, ob dein Unternehmen fortbestehen kann oder nicht. Sie bildet den **Geldfluss (Zuschüsse und Abflüsse) zeitlich ab** und zeigt, welche Reserven du besitzen solltest, um dein Geschäft am Leben zu halten.

Die Reserven solltest du möglich hoch – ungefähr in Höhe der anfallenden Kosten von 3 Monaten – einplanen und dies auch im Businessplan so ausweisen. Denn Zahlungsverzögerungen, jährliche Versicherungsbeiträge oder Steuervorleistungen (Umsatzsteuer) werden in der Regel nicht monatlich ausgeglichen und machen die Planung komplexer. Dank deiner Reserven kannst du allerdings stets eine positive Liquidität ausweisen.

### Bilanz

Bei der Bilanz oder Plan-Bilanz listest du die **Vermögenswerte pro Jahr** auf, also die Entwicklung des Vermögens und der Schulden in einem Geschäftsjahr. Die Bilanz gibt dir, aber vor allem Kapitalgebern, einen Überblick über die aktuelle und zukünftige Gestaltung deines Vermögens und Eigenkapitals deiner Unternehmung. Sie teilt sich in Aktiva und Passiva auf:

**Aktiva:** Anlagevermögen, Umlaufvermögen, Rechnungsabgrenzungsposten

**Passiva:** Eigenkapital, Rückstellungen, Verbindlichkeiten, Rechnungsabgrenzungsposten

Veranschauliche auf der Aktiva-Seite die Werte, die dein Unternehmen besitzt und wie sich diese in Zukunft gestalten. Auf der Passiv-Seite zeigst du die Entwicklung deines Eigenkapitals und die Verbindlichkeiten (als Schuld aufgelistet) während der Planperiode.

### Rentabilitätsrechnung

Für einen Überblick auf die finanzielle Zukunft deines Unternehmens, lieferst du im Businessplan auch eine Rentabilitätsrechnung. In dieser Vorschau laufen alle Zahlen deines ökonomischen Unterfangens zusammen. Von den geplanten Umsätzen werden Kosten für Waren, Material etc. abgezogen – es bleibt ein Rohertrag. Von diesem ziehst du dann wiederum jegliche Betriebskosten ab. Heraus kommt das Betriebsergebnis, welches positiv sein sollte.

**Vereinfachte Faustregel:** Umsatz – Kosten = Gewinn

### Kapitalbedarf / Finanzierung

Der Kapitalbedarf summiert alle finanziellen Mittel, die du für dein Unternehmen brauchst. Im Kapitalbedarfs- oder Finanzierungsplan listest du alle Gründungs- und Investitionskosten sowie gegebenenfalls Betriebskosten auf, die du mit Eigen- und Fremdkapital während der Gründung stemmen musst.

**Beispielkosten**, die im Kapitalbedarfsplan stehen könnten:

* Büroausstattung
* Soft- und Hardware
* Waren & Material
* Gewerbeanmeldung
* Beratung

Wenn du alle relevanten Bereiche berücksichtigst hast und den Kapitalbedarfsplan umfassend erstellt hast, kannst du im Folgenden auch die Frage nach der Höhe der Finanzierung beantworten.

Checkliste mit den wichtigsten Punkten:

* Realistische und langfristige Planung (Reserven einplanen)
* Einsatz von Eigen- & Fremdkapital
* Kalkulationen des gesamten Geldflusses
* Rentabilität & Liquidität
* Grundlage: fundierte Marktrecherche

Mit einem aussagekräftigen Finanzplan überzeugst du Geldgeber von einer lohnenden

Investition in deine Geschäftsidee. Zudem prüfst du bei der Erstellung der Finanzierung dein

Konzept auch auf mögliche finanziellen Schwachstellen.

## 11. Schritt: SWOT-Analyse

Die SWOT-Analyse ist eine Auswertung der Stärken (**S**trenghts), Schwächen (**W**eaknesses), Chancen (**O**pportunities) und der Risiken (**T**hreats). Mit dieser Analyse zeigst du dem Leser eine **objektive Betrachtung** der Stärken und Defizite samt Lösungen deines Konzeptes. Zudem beschreibst du Chancen, die sich bieten und Risiken, die es zu vermeiden gilt. Hierbei bietet sich die Darstellungsform einer Tabelle an.

Checkliste zur SWOT-Analyse:

* Markt und Wettbewerb
* Konkurrenz
* Aktuelle Trends und Entwicklungen
* Vorteile und Potenziale
* Konkreter Bezug zum eigenen Geschäftsmodell

Die Grundlage einer aussagekräftigen SWOT-Analyse bilden fundierte Markt-, Wettbewerbs- und Konkurrenzanalysen und schärfen das Profil deiner Unternehmung.

Sei in diesem Bereich ehrlich und überlege dir Lösungsansätze für eventuelle Schwächen. Denn ein aufmerksamer Leser deines Businessplans wird versuchen, vermeintliche Schwachpunkte zu finden – hast du hierfür keine Lösung parat, ist die Unterstützung für deine Geschäftsidee in Gefahr.

## 12. Schritt: Anhang

Im Anhang des Businessplans fügst du **sämtliche Dokumente**, die für den Businessplan Relevanz besitzen, als Anlagen bei. Hier finden sich sowohl Marktdiagramme, Berechnungen und Presseartikel, als auch dein Lebenslauf als Gründerpersönlichkeit.

Checkliste für relevante Unterlagen im Anhang deines Businessplans:

* Finanzierungspläne (Liquiditätsplan, GuV, Rentabilität, Bilanz, Kapitalbedarf)
* Analysen (Markt, Wettbewerb, Konkurrenz)
* Lebenslauf und Qualifikationen
* Branchenspezifische Zeugnisse
* Bewertungen/ Schätzungen von Fachleuten
* Portfolio deines Unternehmens/ Imagebroschüre

Wichtig ist zudem eine übersichtliche Struktur der verschiedenen Anlagen, die als Orientierungshilfe dient. Leicht verständliche und leicht verknüpfbare Inhaltselemente schaffen eine vertrauliche Ordnung und zeichnen ein klares Bild von deinem Vorhaben.

## Resümee: Allgemeine Checkliste

Nachdem du deinen Businessplan erstellt hast, gilt es nun, diesen zu optimieren.

* Hast du deine Geschäftsidee überzeugend dargestellt?
* Ist der Übergang von der anfänglichen Idee zum konkreten Geschäftsmodell nachvollziehbar?
* Werden Nutzen und Intention deutlich?
* Sind die Formalia einwandfrei und ist die Sprache verständlich?

Die 12 Schritte zu einem erfolgreichen Business als Kompaktüberblick:

* Erstelle ein **Deckblatt**
* Der erste Eindruck zählt. Wie du ein ansprechendes Deckblatt gestaltest, erfährst du bei [Schritt 1](#schritt1).
* Formuliere ein **Inhaltsverzeichnis**
* Eine strukturiere Herangehensweise hilft dir bei der Erstellung und macht bei Lesern einen guten Eindruck. Die Themen für dein Inhaltsverzeichnis findest du bei [Schritt 2](#schritt2).
* Aussagekräftiges Profil des Konzepts in der **Executive Summary**
* In [Schritt 3](#schritt3) erfährst du, wie du kurz und prägnant eine Zusammenfassung verfasst
* Umfangreiche Beschreibung deiner **Idee**: [Schritt 4](#schritt4)
* Wie stechen die Merkmale deines Angebotes heraus?
* Wie beschreibst du deine [Produkte und Dienstleistungen](#schritt4_a)?
* Inwiefern spielt der [Kundennutzen und Bedarf](#schritt4_b) eine Rolle?
* Was macht der **Markt**? Wo stehst du im **Wettbewerb**?
* In [Kapitel 5](#schritt5) wird dir gezeigt, was es mit der Marktgröße, deinem Potential und der Konkurrenz auf sich hat
* Klare **Vision** und realistische **Ziele**
* Was bedeutet „Vision“ und wie erstellst du ein SMART-Konzept? Mehr dazu in [Kapitel 6](#schritt6).
* Die überzeugende **Strategie**
* Wie wichtig USP, die richtige Positionierung und die geeignete Marktstrategie sind, wird dir in [Schritt 7](#schritt7) vermittelt
* Begeisternde **Vermarktung** deines Geschäftskonzeptes
* Welche Faktoren sind relevant zur Bestimmung der Zielgruppe?
* Was ist das Modell der 4 Ps?
* [Hier](#schritt8) geht es zu Kapitel 8.
* Die **Organisation** deines Unternehmens: [Schritt 9](#schritt9)
* Wichtige Infos zu [Gründer](#schritt9_a), [Personal](#schritt9_b) und [Rechtsform](#schritt9_c)
* Checkliste für die Faktoren zur [Standortwahl](#schritt9_c)
* Wie du relevante **Pläne zur Finanzierung** verfasst findest du bei [Schritt 10](#schritt10)
* Wie erstellst du eine [GuV](#schritt10_a)?
* Was ist der Unterschied zur [Liquiditätsrechnung](#schritt10_b)?
* Wie wichtig sind die [Bilanz](#schritt10_c) und [Rentabilität](#schritt10_d)?
* Was steht in einem [Kapitalbedarfsplan](#schritt10_e)?
* **SWOT-Analyse** – Was ist das und wozu benötigst du sie?
* Welche Aspekte spielen bei meinen Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken eine tragende Rolle?
* [Hier](#schritt11) geht es zu Kapitel 11.
* Der **Anhang** deines Businessplans
* Welche Dokumente du deinem Businessplan beifügen solltest, erfährst du in [Schritt Nr. 12](#schritt12)

Bei jedem Punkt deines Businessplans ist es stets empfehlenswert, einen Bezug zum Marktgeschehen, aktuellen Entwicklungen, zu Trends und einen Ausblick in die Zukunft herzustellen. Das wirkt professionell und zeigt, dass du dich tief und intensiv mit dem Thema befasst hast.

Ein umfassender Businessplan bietet dir die notwendige Hilfe bei der erfolgreichen Umsetzung deines unternehmerischen Vorhabens. Übersichtlich strukturiert, präzise formuliert und inhaltlich prägnant, überzeugst du Investoren, Banken und Behörden.