

Franco Dorizzi
Pascal O. Stocker

Der Businessplan

**Von der Idee über das Geschäftsmodell
zum Businessplan**

VERLAG:SKV

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Über den Umgang mit diesem Handbuch	11
1.1 Inhalt und Zielpublikum	12
1.2 Aufbau dieses Handbuchs	13
Sinn und Zweck eines Businessplans	15
2.1 Ziel und Nutzen eines Businessplans	16
2.2 Der Verwendungszweck	18
2.3 Die Zielgruppen	21
2.3.1 Primäre Zielgruppen	21
2.3.2 Sekundäre Zielgruppen	22
2.3.3 Venture-Capitalists	23
2.3.4 Private-Equity-Gesellschaften	23
2.3.5 Business-Angels	24
2.3.6 Banken	24
Der Weg zum Erfolg	25
3.1 Die Erfolgskriterien eines Businessplans	28
3.2 Das zielgerichtete Vorgehen	29
3.2.1 Erarbeitung der inhaltlichen Teilkonzepte	30
3.2.2 Projektmanagement	31
3.3 Realistische Prognosen und Annahmen treffen	33
3.3.1 Szenarien	34
3.3.2 Quellen	35

3.4	Überzeugend in Form und Aufbau	36
3.4.1	Gliederung	37
3.4.2	Sprachliche und inhaltliche Aspekte	38
3.4.3	Formale Aspekte	40
3.4.4	Geistiges Eigentum	41
4	Erfolgreicher Start	43
4.1	Sachziele	46
4.2	Ziele auf der Beziehungsebene	47
5	Workshop I: Vision und Strategie	49
5.1	Ziel und Inhalt	50
5.2	Agenda und Ablauf des Workshops	51
5.2.1	Aufgaben	52
5.2.2	Vorbereitung	53
5.2.3	Nachbearbeitung	53
5.3	Vorhaben und Geschäftsmodell	54
5.3.1	Die Beschreibung der Geschäftsidee	54
5.3.2	Die Entwicklung des Geschäftsmodells	56
5.3.3	Schutz von Ideen	62
5.4	Situationsanalyse	65
5.4.1	Abgrenzung von strategischen Geschäftsfeldern	65
5.4.2	Umfeldanalyse	68
5.4.3	Unternehmensanalyse	72
5.4.4	Instrumente für die Situationsanalyse	74
5.5	Vision	79
5.6	Mission	81
5.7	Leitbild	83
5.8	Strategische Erfolgspositionen	85
5.9	Strategie	87
5.9.1	Strategien für das Gesamtunternehmen	89
5.9.2	Marktstrategien	93
5.9.3	Wettbewerbsstrategien	94
5.9.4	Funktionale Strategien	95
5.9.5	Bestimmung der Strategien	96
6	Workshop II: Markt und Marketing	99
6.1	Ziel und Inhalt	100
6.2	Agenda und Ablauf des Workshops	101
6.2.1	Aufgaben	101
6.2.2	Vorbereitung	102
6.2.3	Nachbearbeitung	102

6.3	Marktanalyse	103
6.3.1	Branchenanalyse	104
6.3.2	Konkurrenzanalyse	104
6.3.3	Marktforschung	105
6.4	Marketingziele	106
6.4.1	Zielkunden und Marktsegmentierung	106
6.4.2	Planziele	108
6.4.3	Positionierung und Differenzierung	108
6.5	Marketingstrategie	112
6.5.1	Angebotspolitik	113
6.5.2	Konditionenpolitik	114
6.5.3	Distributionspolitik	114
6.5.4	Kommunikationspolitik	114
6.6	Zusammenfassung und Umsetzung der Ziele und Strategien	115
Workshop III: Führung und Organisation		119
7.1	Ziel und Inhalt	120
7.2	Agenda und Ablauf des Workshops	121
7.2.1	Aufgaben	122
7.2.2	Vorbereitung	122
7.2.3	Nachbearbeitung	123
7.3	Unternehmen	124
7.3.1	Unternehmensgeschichte	124
7.3.2	Heutige Situation	125
7.3.3	Rechtsform	125
7.4	Führungsteam	127
7.5	Geschäftssystem	128
7.6	Prozesse	130
7.7	Organisation	134
7.7.1	Ablauforganisation	134
7.7.2	Aufbauorganisation	135
7.7.3	Ressourcen	136
7.8	Realisierungsfahrplan	138
Workshop IV: Finanzen und Risiken		141
8.1	Ziele und Inhalt	142
8.2	Agenda und Ablauf des Workshops	143
8.2.1	Aufgaben	144
8.2.2	Vorbereitung	145
8.2.3	Nachbearbeitung	145
8.3	Finanzen	146
8.4	Finanzplanung	147

8.5	Finanzierung	151
8.5.1	Fremdkapitalfinanzierung	153
8.5.2	Eigenkapitalfinanzierung	156
8.5.3	Alternative Finanzierungsformen	156
8.5.4	Der Umgang mit Banken im Bereich der Fremdfinanzierung	158
8.6	Kennzahlen	160
8.6.1	Finanzziele	161
8.6.2	Was gehört in das Businessplankapitel Finanzen?	161
8.7	Risiken	163
8.8	Konklusion und Antrag	168
9	Das Destillat	169
9.1	Das Zusammenführen der Workshopresultate	170
9.2	Die Zusammenfassung	172
9.3	Der Anhang	174
9.4	Der Schlusscheck	176
10	Die überzeugende Präsentation	177
10.1	Präsentationsunterlagen	178
10.2	Die professionelle Vorbereitung	180
10.3	Die Präsentation	181
11	Anhang	183
11.1	Arbeitspapiere	184
11.2	Literaturverzeichnis	236
11.3	Glossar	238
11.4	Kontaktadressen	241
11.4.1	Unternehmertum	241
11.4.2	Wissen	241
11.4.3	Unternehmensberater	242
11.4.4	Weiterbildung	242
11.4.5	Patente	243
11.4.6	Wirtschaftsförderungen	243
11.4.7	Unternehmerpreise	244
11.5	Muster-, Beispiel- und Formelsammlung	245
11.5.1	Spielregeln	245
11.5.2	Leitbild	246
11.5.3	Musterprojektplan	247
11.5.4	Aufbauorganisation	248
11.5.5	Abhängigkeiten der Teilkapitel	250
11.5.6	Kennzahlen	252
11.5.7	Übersicht: Einzelfirma und Gesellschaften	254
11.6	Stichwortverzeichnis	261