

Franco Dorizzi
Pascal O. Stocker

Der Businessplan

Von der Idee über das Geschäftsmodell
zum Businessplan

VERLAGSSKV

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
1 Über den Umgang mit diesem Handbuch	11
1.1 Inhalt und Zielpublikum	12
1.2 Aufbau dieses Handbuchs	13
2 Sinn und Zweck eines Geschäftsmodells und Businessplans 15	
2.1 Ziel und Nutzen eines Geschäftsmodells und 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
3 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 Entwicklung und Beschreibung der Geschäftsidee	54
5.3.2	Die Entwicklung des Geschäftsmodells	57
5.3.3	Schutz von Ideen	63
5.4	Situationsanalyse	67
5.4.1	Abgrenzung von strategischen Geschäftsfeldern	67
5.4.2	Umfeldanalyse	70
5.4.3	Unternehmensanalyse	74
5.4.4	Instrumente für die Situationsanalyse	76
5.5	Vision	81
5.6	Mission	83
5.7	Leitbild	85
5.8	Strategische Erfolgspositionen	87
5.9	Strategie	89
5.9.1	Strategien für das Gesamtunternehmen	91
5.9.2	Marktstrategien	95
5.9.3	Wettbewerbsstrategien	96
5.9.4	Funktionale Strategien	97
5.9.5	Bestimmung der Strategien	98
6	Workshop II: Markt und Marketing	101
6.1	Ziel und Inhalt	102
6.2	Agenda und Ablauf des Workshops	103
6.2.1	Aufgaben	103
6.2.2	Vorbereitung	104
6.2.3	Nachbearbeitung	104

6.3	Marktanalyse	105
6.3.1	Branchenanalyse	106
6.3.2	Konkurrenzanalyse	106
6.3.3	Marktforschung	107
6.4	Marketingziele	108
6.4.1	Zielkunden und Marktsegmentierung	108
6.4.2	Planziele	110
6.4.3	Positionierung und Differenzierung	111
6.5	Marketingstrategie	115
6.5.1	Angebotspolitik	116
6.5.2	Konditionenpolitik	117
6.5.3	Distributionspolitik	117
6.5.4	Kommunikationspolitik	117
6.6	Zusammenfassung und Umsetzung der Ziele und Strategien	119
7	Workshop III: Führung und Organisation	123
7.1	Ziel und Inhalt	124
7.2	Agenda und Ablauf des Workshops	125
7.2.1	Aufgaben	126
7.2.2	Vorbereitung	126
7.2.3	Nachbearbeitung	127
7.3	Unternehmen	128
7.3.1	Unternehmensgeschichte	128
7.3.2	Heutige Situation	129
7.3.3	Rechtsform	129
7.4	Führungsteam	131
7.5	Geschäftssystem	132
7.6	Prozesse	134
7.7	Organisation	138
7.7.1	Ablauforganisation	138
7.7.2	Aufbauorganisation	139
7.7.3	Ressourcen	140
7.8	Realisierungsfahrplan	142
8	Workshop IV: Finanzen und Risiken	145
8.1	Ziele und Inhalt	146
8.2	Agenda und Ablauf des Workshops	147
8.2.1	Aufgaben	148
8.2.2	Vorbereitung	149
8.2.3	Nachbearbeitung	149
8.3	Finanzen	150
8.4	Finanzplanung	151

8.5 Finanzierung	155
8.5.1 Fremdkapitalfinanzierung	157
8.5.2 Eigenkapitalfinanzierung	160
8.5.3 Alternative Finanzierungsformen	160
8.5.4 Der Umgang mit Banken im Bereich der Fremdfinanzierung	162
8.6 Kennzahlen	164
8.6.1 Finanzziele	165
8.6.2 Was gehört in das Businessplankapitel Finanzen?	165
8.7 Risiken	167
8.8 Konklusion und Antrag	172
Das Destillat	173
9.1 Das Zusammenführen der Workshopresultate	174
9.2 Die Zusammenfassung	176
9.3 Der Anhang	178
9.4 Der Schlusscheck	180
10 Die überzeugende Präsentation	181
10.1 Präsentationsunterlagen	182
10.2 Die professionelle Vorbereitung	185
10.3 Die Präsentation	186
11 Anhang	189
11.1 Arbeitspapiere	190
11.2 Literaturverzeichnis	243
11.3 Glossar	246
11.4 Kontaktadressen	249
11.4.1 Unternehmertum	249
11.4.2 Wissen	249
11.4.3 Unternehmensberater	250
11.4.4 Weiterbildung	250
11.4.5 Patente	251
11.4.6 Wirtschaftsförderungen	251
11.4.7 Unternehmerpreise	252
11.5 Muster-, Beispiel- und Formelsammlung	253
11.5.1 Spielregeln	253
11.5.2 Leitbild	254
11.5.3 Musterprojektplan	255
11.5.4 Aufbauorganisation	256
11.5.5 Abhängigkeiten der Teilkapitel	258
11.5.6 Kennzahlen	260
11.5.7 Übersicht: Einzelfirma und Gesellschaften	262
11.6 Stichwortverzeichnis	269