

Businessplan (BP)

Strukturen und Werkzeuge für den Aufbau eines Startups.



Was ist ein Businessplan?

Der Fahrplan für euer Unternehmen

Ein Businessplan ist der Fahrplan eines Unternehmens.

Der Businessplan geht in die Tiefe und beschreibt das Geschäftsmodell in all seinen Facetten. Er enthält detaillierte Informationen über die Strategie, Marktanalyse, finanzielle Prognosen und operative Planungen.

Intern dient der Businessplan als Leitfaden und extern ist er ein wichtiges Dokument, um Investoren, Banken oder Partner zu überzeugen und Vertrauen zu schaffen.

Inhalte eines Businessplan

- Executive Summary
- Produkt/Dienstleistung
- Marktanalyse
- Marketingstrategie
- Finanzen
- Organisation & Management
- Meilensteine & Zeitplan
- Risikobewertung



Executive Summary

Die Executive Summary ist das erste Kapitel, sollte jedoch als letztes geschrieben werden.

Hier werden die wesentlichen Punkte des Businessplans knapp zusammengefasst, wie die Geschäftsidee, das Ziel des Unternehmens, die Marktchancen und die Kernstrategie. Außerdem werden kurz die wichtigsten finanziellen Eckdaten und Meilensteine genannt.

Das Executive Summary sollte kurz, präzise und überzeugend sein, da es oft die einzige Passage ist, die Investoren zuerst lesen. Ideal ist eine Länge von maximal einer Seite.

Produkt/Dienstleistung

Dieses Kapitel beschreibt das Produkt oder die Dienstleistung im Detail.

Welchen Nutzen bietet das Produkt/die Dienstleistung für den Kunden und welches Problem löst es.

Ein zentraler Punkt ist das Alleinstellungsmerkmal (Unique Selling Proposition, USP), also das, was das Produkt einzigartig und konkurrenzfähig macht.

Auch der Entwicklungsstand (Prototyp, marktreif, etc.) und geplante Erweiterungen oder Versionen werden hier beschrieben.

Das Ziel ist, dem Leser ein klares Bild zu geben, wie das Produkt funktioniert und welchen Mehrwert es bietet.

Marktanalyse

In der Marktanalyse wird der Zielmarkt ausführlich untersucht.

Hier wird beschrieben, wie groß der Markt ist, welche Wachstumsmöglichkeiten bestehen und wie sich die Bedürfnisse und Trends entwickeln.

Ein wichtiger Teil ist die Beschreibung der Zielgruppe und deren Bedürfnisse

sowie die Wettbewerbsanalyse, bei der die wichtigsten Konkurrenten analysiert werden.

Statistiken, Daten und Quellen helfen, die Analyse fundiert und glaubwürdig zu gestalten.

Marktstrategie

Die Marketingstrategie beschreibt, wie das Unternehmen seine Produkte oder Dienstleistungen im Markt positioniert und an die Kunden bringt.

Dabei geht es um die Preisgestaltung, die Vertriebswege (z.B. Direktverkauf, Online-Vertrieb, Partner) und die Maßnahmen, mit denen das Unternehmen auf sich aufmerksam macht.

Zu den Marketingmaßnahmen gehören Werbeaktionen, Social Media, PR und andere Kanäle zur Kundengewinnung.

Auch die Kundenbindung ist ein wichtiger Aspekt, um langfristige Beziehungen zu pflegen.

Finanzen

Der Finanzplan sollte die geplanten Einnahmen und Ausgaben enthalten und realistische Prognosen über die Rentabilität und das Wachstum des Unternehmens geben.

Eine Break-even-Analyse zeigt, wann das Unternehmen die Gewinnschwelle erreichen könnte.

Der Kapitalbedarf gibt an, wie viel Kapital benötigt wird, und der Investitionsplan zeigt, wie dieses Kapital eingesetzt wird.

Ein klarer, realistischer Finanzplan ist entscheidend, um das Vertrauen der Investoren zu gewinnen und die finanzielle Machbarkeit des Geschäftsmodells darzulegen.

Organisation & Management

Ein gut aufgestelltes und kompetentes Team ist ein wichtiger Faktor für den Erfolg eines Unternehmens.

Wer sind die Gründer und das Management-Team?

Welche Qualifikationen bringen die Teammitglieder mit, und welche Rollen übernehmen sie im Unternehmen?

Auch geplante Einstellungen oder die zukünftige Team-Erweiterung können hier erwähnt werden.

Meilensteine & Zeitplan

Wichtigste geplanten Meilensteine und den Zeitplan des Unternehmens

zB der Abschluss der Produktentwicklung, der Start der Produktion, der Markteintritt und andere signifikante Schritte

auch Zwischenziele gehen, die das Unternehmen sich gesetzt hat, um die Zielvorgaben besser zu kontrollieren

Ein klarer Zeitplan gibt eine Vorstellung davon, wann bestimmte Erfolge zu erwarten sind und wie gut das Team in der Lage ist, geplante Fortschritte zu erreichen.

Risikobewertung

Die Risikobewertung beschreibt potenzielle Herausforderungen und Risiken, die das Unternehmen in Zukunft betreffen könnten.

Dazu gehören Marktveränderungen, technologische Entwicklungen, finanzielle Risiken und andere Unsicherheiten.

Es ist wichtig, diese Risiken nicht nur zu benennen, sondern auch darzulegen, wie das Unternehmen mit ihnen umgehen will. Ein proaktiver Umgang mit Risiken zeigt Investoren, dass das Management-Team vorbereitet ist und mögliche Herausforderungen strategisch angeht.