Wie schreibe ich einen guten Businessplan? Welche Punkte sollten in einem Businessplan vorkommen?

1. Die Inhaltsangabe (1 bis 2 Seiten)

Ein Businessplan sollte eine Übersicht über die einzelnen Teile des Planes beinhalten. Die Inhaltsangabe gibt dem Leser einen Überblick über die einzelnen Bausteine des Planes und vor allem eine Orientierungshilfe.

2. Die Kurzfassung (3 bis 4 Seiten)

Die Kurzfassung des Businessplanes ist eine verkürzte Darstellung Ihres Konzeptes. Es ist notwendig, dass Sie den_die Kapitalgeber_in oder Beteiligungsnehmer_in bereits mit Ihrer Kurzfassung überzeugen.

- Beschreibung der Geschäftsidee
- Darstellung des Gründers/der Gründerin und seine/ihre persönlichen Voraussetzungen
- Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung am Markt
- Absatz des Produktes oder der Dienstleistung
- Ziele
- Finanzdaten

3. Das Unternehmen (3 bis 4 Seiten)

Hier beginnt die detaillierte Beschreibung Ihres Unternehmens. In allen Einzelheiten müssen Sie deutlich machen, wo die Besonderheiten Ihres Unternehmens und Ihrer Idee liegen. Beschreiben Sie den Kern Ihrer Idee ausführlich. Formulieren Sie Ihre Unternehmensidee und warum Sie mit dieser Idee gründen, welche Produkte oder Dienstleistungen Sie herstellen oder vertreiben wollen und welche Kunden sie kaufen sollen. Formulieren Sie ferner die Ziele, die Sie künftig verfolgen und wie Sie diese Ziele erreichen wollen.

4. Das Produkt (4 Seiten)

Erläutern Sie, welches Produkt oder welche Dienstleistung Sie anbieten wollen. Des Weiteren sollten Sie Ausführungen dazu machen, welchen besonderen Nutzen Ihre Idee aus Sicht der Kunden hat und wie sich Ihr Angebot von der Konkurrenz unterscheidet. Sollten gleiche, vergleichbare oder ähnliche Produkte auf dem Markt sein, müssen Sie explizit begründen, wo der Vorteil in Ihrem Produkt liegt. Die Begründung kann Ihnen leichter fallen, wenn Sie sich immer wieder die Frage stellen, warum die Kunden ausgerechnet Ihr Produkt kaufen sollen. Vergleichen Sie die Produkte der Konkurrenz mit Ihrem Produkt und zeigen Sie auf, was das Besondere an Ihrem Produkt ist und die Kunden animiert Ihr Produkt zu erwerben. Gehen Sie offen und ehrlich mit dem Vergleich der Produkte und Ihrer Idee um.

5. Der Markt und die Kunden (2 bis 3 Seiten)

Um den Erfolg eines Unternehmens sicherstellen zu können, ist eine Analyse der potenziellen Kunden und des Marktes unabdingbar. Ohne eine entsprechende Kundenanalyse und Marktforschung ist jedes Produzieren, Verkaufen, jede Dienstleistung nur ein planloses, blindes Umhertasten. Marktforschung zeigt Ihnen die Kundenwünsche.

6. Die Konkurrenz (2 bis 3 Seiten)

Nach der Markt- und Kundenanalyse sollten Sie ein genaues Bild Ihrer Konkurrenz darstellen. Gehen Sie zu Beginn Ihrer Analyse immer erst einmal davon aus, dass Ihre Idee bereits ein anderer/eine andere hatte und diese bereits umgesetzt hat. Untersuchen Sie sehr genau, ob es ein gleiches Produkt oder eine gleiche Dienstleistung schon gibt. Es kann durchaus sein, dass nicht direkt Ihre Idee, sondern eine ähnliche bereits umgesetzt wurde. Wer also als Unternehmer_in erfolgreich sein will, darf sich nicht nur über seine eigene Firma Gedanken machen. Er/Sie muss genau über seine_ihre Konkurrenten_innen Bescheid wissen.

7. Der Standort (2 bis 3 Seiten)

Mit der Konkurrenzanalyse geht eine Standortanalyse einher. Insbesondere wegen der langfristigen Bindung an einen Standort ist eine eingehende Analyse des Standortes sehr wichtig. Für die Beurteilung des Standortes Ihres Unternehmens ist es notwendig, einige Ausführungen zur Standortentscheidung zu machen, denn die Wahl eines geeigneten Standortes ist entscheidend für die zukünftige Entwicklung des Betriebes.

8. Das Marketing und die Absatzstrategie (3 bis 4 Seiten)

Dieser Baustein ist einer der wichtigsten in Ihrem Businessplan. Mit Ihren Ausführungen zu den Strategien, wie Sie Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung auf den Markt bringen und welche Vertriebswege Sie nutzen, müssen Sie die Kapitalgeber_innen davon überzeugen, dass Sie in der Lage sind, die notwendigen Marktanalysen und Absatzstrategien zu entwickeln und umzusetzen. Hier zeigt sich, ob Sie Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung auch verkaufen können.

9. Die Produktion (2 bis 3 Seiten)

Nach der Beschreibung und Ermittlung der Absatzchancen sollten Sie Angaben zur Produkterstellung machen. Hier sollten Sie all das beschreiben, was mit der Herstellung Ihres Produktes im Zusammenhang steht.

10. Zeitorientierte Darstellung (1 Seite)

Nach der Beschreibung Ihres Unternehmens sollten Sie die Umsetzung Ihrer Idee, also den Ablauf der Planungsaktivitäten, in einer Zeitachse darstellen. Schildern Sie die einzelnen Projektphasen, wer für diese Projektphasen verantwortlich ist und wie lange Sie für die Umsetzung dieser Projektphasen einplanen.

11. Finanzplanung (5 bis 10 Seiten)

Die Besonderheit der Finanzplanung besteht darin, den/die Kapitalgeber aufzuzeigen, welcher Kapitalbedarf für die Umsetzung Ihrer Idee entsteht und wie sich die finanzielle Situation Ihres Unternehmens entwickeln wird. Eine vollständige Finanzplanung besteht aus:

- dem Investitions- und Gründungsplan
- dem Finanzierungsplan
- der Rentabilitätsvorschau
- der Liquiditätsplanung

12. Chancen und Risiken (1 Seite)

Zeigen Sie, dass Sie mit allem rechnen. Weisen Sie auf die besonderen Chancen, aber auch auf die Risiken Ihres Unternehmens hin. Da Umsatz- und Einnahmeschätzungen für die Zukunftsplanung, gerade über einen längeren Zeitraum von fünf Jahren, immer ziemlich unsicher sind, rechnen Sie den Geschäftsverlauf noch einmal für ein sehr günstiges und ein sehr ungünstiges Szenario durch. Dabei sollten alle für Ihr spezielles Unternehmen wichtigen Einflüsse berücksichtigt werden.

13. Die Zukunft (1 Seite)

Nach der Darstellung der Finanzplanung sollten Sie den_die Leser_in davon überzeugen, dass sich Ihr Unternehmen prächtig entwickeln wird. Dafür sollten Sie schlüssige Argumente liefern. Gehen Sie noch einmal auf Umsätze, Kosten und den zu erwartenden Gewinn ein. Machen Sie u. a. Ausführungen zur Entwicklung der Branche, veranschaulichen Sie, wie sich die Nachfrage nach Ihrem Angebot entwickeln wird und wie Sie Ihren Vorsprung vor der Konkurrenz halten können.

14. Der Anhang

Im Anhang versorgen Sie den_die Leser_in mit Detailinformationen. Hier können Sie die im Businessplan erörterten Fakten und Schätzungen näher belegen. Damit steigern Sie die Glaubwürdigkeit Ihres Konzeptes und für den_die Leser_in wird der Businessplan nachvollziehbarer. Doch auch hier gilt, beschränken Sie sich auf das Wichtigste, damit Ihr Businessplan überschaubar bleibt.