**Projektname und Logo**

Businessplan

1. Executive Summary 4

2. Geschäftsidee 4

2.1 Produkte 4

2.2 Prototypen 4

2.3 Design Thinking - Feedback 4

2.3 Produktlisten 4

3. Geschäftsmodell – Ausgewählte Elemente des Businessplan Canvas 5

3.1 Kundensegmente 5

3.2 Kundennutzen 5

3.3 Ressourcen 5

3.4 Schlüssel Aktivitäten zur Umsetzung 5

3.5 Schlüsselpartner 5

3.6 Ertragsmodell: geplante Umsätze und Kosten 5

3.7 Nachhaltigkeit 5

4. Team, Personen, Ziele 6

4.1 Wer sind wir? 6

4.2 Was können wir? 6

4.1 Warum gibt es und, Was haben wir vor? - Mission & Vision 6

4.2 Kurz- und Mittelfristige Ziele 6

5. Markt & Wettbewerb 7

5.1 Marktanalyse 7

5.1.1 Marktgröße 7

5.1.2 Marktwachstum 7

5.1.3 Marktpotenzial 7

5.2 Wettbewerbsanalyse 7

5.2.1 Konkurrenten 7

5.2.2 Marketingplan (u.a. Produkt, Preis, Place, Promotion) 7

5.2.3 Strategie und USP 7

5.2.4 Preis 7

5.2.5 Vertrieb 8

5.2.6 Communication Soziale Medien 8

5.2.7 Marketingbudget 8

7. Organisation 8

7.1 Rechtsform 8

7.1 Gewerberecht 8

7.2 Unternehmensname, Firmenbuch, etc 8

7.3 Gründen unter 18 8

8. Finanzen 9

8.1 Gründungsinvestitionen 9

8.2 Laufende Kosten 9

8.3 Kapitalbedarf 9

8.4 Finanzierung 9

8.5 Finanzplan 9

### 

## 1. Executive Summary

Nach Erstellen des Businessplans sollte die Zusammenfassung erstellt werden. Diese wird dem Businessplan als Punkt 1 vorangestellt.

# 2. Geschäftsidee

In diesem Punkt solltest du kurz und knapp das Konzept deines Vorhabens beschreiben.

## 2.1 Produkte

Produkt –Hier solltest du auf den Haupt- oder Kernnutzen, das Design und zusätzliche Dienstleistungen eingehen.

....

## 2.2 Prototypen

...

## 2.3 Design Thinking - Feedback

...

## 2.3 Produktlisten

...

# 3. Geschäftsmodell – Ausgewählte Elemente des Businessplan Canvas

In diesem Punkt solltest du kurz und knapp das Geschäftsmodell beschreiben.

## 3.1 Kundensegmente

....

Seine Zielgruppe erfolgreich zu definieren ist ein wichtiger Teil des Businessplan. Die anderen Teile bauen darauf auf. Die Zielgruppe sollte vor allem möglichst genau definiert werden. An wen richtet sich deine Idee oder dein Vorhaben? Wird es für Privat- oder Geschäftskunden geschaffen? Diese und weitere Fragen sollten klar beantwortet werden. Vor allem für den Bereich Marketing sind klar definierte Zielgruppen sehr wichtig.

## 3.2 Kundennutzen

...

## 3.3 Ressourcen

...

## 3.4 Schlüssel Aktivitäten zur Umsetzung

...

## 3.5 Schlüsselpartner

## 3.6 Ertragsmodell: geplante Umsätze und Kosten

## 3.7 Nachhaltigkeit

# 4. Team, Personen, Ziele

In diesem Punkt solltest du kurz und knapp das Geschäftsmodell beschreiben.

## 4.1 Wer sind wir?

....

## 4.2 Was können wir?

...

## 4.1 Warum gibt es und, Was haben wir vor? - Mission & Vision

## 4.2 Kurz- und Mittelfristige Ziele

Nach Festhalten deiner Mission und Vision solltest du dir darauf nun bis zu fünf mittelfristige Ziele setzen. An diesen sollst du den Fortschritt messen können. Denk daran dass dein Ziel die fünf Bausteine von SMART beinhaltet. Spezifisch, messbar, realistisch, relevant und zeitlich festgelegt.

# 5. Markt & Wettbewerb

Nach erfolgreicher Zielgruppendefinition kann nun der Markt eingegrenzt werden.

## 5.1 Marktanalyse

Eine umfassende Marktanalyse ist ein wichtiger Baustein einer Markt- und Wettbewerbsanalyse. Hierfür verwendest du am besten alle möglichen Hilfsmittel, nicht nur Google, auch Fachzeitschriften, Bücher, Dienste wie *statista* sind relevant. Hier gilt, je mehr Daten die dich in deinem Vorhaben unterstützen, desto besser.

### 5.1.1 Marktgröße

Wie groß ist denn überhaupt der Markt für dein Geschäft? Dies ist eine sehr wichtige Kennzahl für deinen Markt. Es gibt hierbei drei wichtige Faktoren die du im Businessplan nennen solltest, Preis, Volumen und Umsatz in diesem Markt.

### 5.1.2 Marktwachstum

Märkte die in den nächsten Jahren weiter wachsen werden eignen sich in der Regel besser für eine Gründung. Wie hat sich dein Markt in den letzten Jahren entwickelt und wie sind die Prognosen für deinen Markt.

### 5.1.3 Marktpotenzial

Am Marktpotenzial siehst du, ab wann ein Markt gesättigt wird. Es ist äußerst wichtig dieses Potenzial zu beziffern, um auf ein etwaiges auf oder ab des Marktes vorbereitet zu sein.

## 5.2 Wettbewerbsanalyse

Nach der Analyse des Marktes solltest du dir den Wettbewerb vornehmen. Hier stellt sich die Frage wie viele direkte Konkurrenten bestehen, welche Markteintrittsbarrieren es gibt und bei welchen Punkten du Vor- bzw. Nachteile der Konkurrenz hast. Deshalb ist die Wettbewerbsanalyse auch wichtig für die Strategie deines Unternehmens.

### 5.2.1 Konkurrenten

Die genaue Konkurrenzanalyse hilft dir dabei die Stärken und Schwächen deiner Mitbewerber oder Konkurrenten zu evaluieren. Dadurch lernst du diese besser einzuschätzen.

### 5.2.2 Marketingplan (u.a. Produkt, Preis, Place, Promotion)

Mit Markteintrittsbarrieren ist nicht zu spaßen. Bitte prüfe vor allem rechtliche und marktspezifische Markteintrittsbarrieren.

### 5.2.3 Strategie und USP

Mit Markteintrittsbarrieren ist nicht zu spaßen. Bitte prüfe vor allem rechtliche und marktspezifische Markteintrittsbarrieren.

### 5.2.4 Preis

Zur Bestimmung des Angebotspreises gilt es drei Faktoren zu beachten. Einerseits kannst du dein Produkt oder deine Dienstleistung nicht für längere Zeit unter dem Selbstkostenpreis anbieten. Weiter musst du dich bei deiner Preisbildung auch an der Konkurrenz orientieren. Dein festgelegter Preis sollte klar zu deiner Positionierung passen.

### 5.2.5 Vertrieb

Auf welchem Weg willst du dein Produkt oder deine Dienstleistung an den Kunden bringen? Gibt es einen Direktvertrieb, gibt es Händler die das Produkt vertreiben sollen?

Ein wichtiger Faktor oder eine wichtige Kennzahl werden hier Cost per Acquisition sein. Was kostet dich die Akquisition eines Neukunden.

### 5.2.6 Communication Soziale Medien

Um auf ein neues Angebot aufmerksam zu machen ist Werbung unumgänglich. Gerade am Anfang gilt es das Angebot bekannt zu machen. Hier sollte Ziel sein die Werbung so zielgerichtet wie möglich zu gestalten, um auch nur möglichst die festgelegte Zielgruppe zu erreichen und kein Marketingbudget falsch einzusetzen.

Bei der Werbung sind die Cost per Lead eine wichtige Kennzahl. In unserem Falle von sevdesk.de ist das zum Beispiel eine Anmeldung über einen Kanal. Was hat uns diese Gratisanmeldung über Google Adwords nun im Schnitt gekostet?

### 5.2.7 Marketingbudget

Alle geplanten Maßnahmen fließen ein in das Marketingbudget. Und das Marketingbudget ist dann Bestandteil des Finanzplans. Anfangs solltest du mit höheren Marketingausgaben rechnen. Diese werden anfallen um dein Angebot bekannt zu machen.

# 7. Organisation

## 7.1 Rechtsform

Welche Rechtsform passt zu dir und deiner Gründung? Bei der Rechtsformwahl gibt es einige Faktoren die es zu beachten gilt. Diese Wahl sollte gut durchdacht sein

## 7.1 Gewerberecht

Voraussetzungen, Welches Gewerbe, Befähigungsnachweis, etc.

## 7.2 Unternehmensname, Firmenbuch, etc

Darfst du für dein Unternehmen einen Fantasienamen wählen oder nicht? Dies und weitere Punkte findest du bei uns im sevDesk Lexikonbeitrag „Firmenname“.

## 7.3 Gründen unter 18

An dieser Stelle geht es um dich selbst, eventuelle Geschäftsführer und Partner. Sie sind neben der Geschäftsidee der wichtigste Teil. Aufgrund dessen wird der Management Teil des Business Plans als sehr wichtig angesehen.

# 8. Finanzen

Als Herzstück des Businessplans gilt der Finanzplan. In diesem Teil soll aufgezeigt werden wie gut sich dein Vorhaben lohnt.

## 8.1 Gründungsinvestitionen

Eine Gründung bedeutet gleichzeitig auch ein Invest zu tätigen. Hier fallen in der Regel nicht nur die Gründungskosten sondern auch Notarkosten, Kosten für Steuerberater und Investitionen an.

### 8.2 Laufende Kosten

Im besten Fall solltest du deine Gründungsidee die ersten 12-18 Monate durchfinanzieren können. Sei es durch eine eigene Einlage, einen Kredit oder durch Fremdkapital von Investoren. In der Regel arbeiten die wenigsten Unternehmen bereits ab der Gründung profitabel.

### 8.3 Kapitalbedarf

Neben den Kosten die für Gründung anfallen, sowie den laufenden Kosten für Büro, Personal, Marketing und weiteres sollte noch ein Puffer eingerechnet werden. Dieser wird nötig sein wenn die Erwartungen nicht erfüllt werden können.

### 8.4 Finanzierung

Nach Bezifferung des Kapitalbedarfes musst du dir nun Gedanken machen wie du diesen Bedarf decken kannst. Die Strategie zur Finanzierung sollte genau und sehr detailliert ausgearbeitet werden.

## 8.5 Finanzplan

Dem Businessplan sollte neben dem Finanzplan eine geplante GuV, eine Plan Bilanz und eine Liquiditätsplanung beigelegt werden..