

Leitfaden zur Erstellung eines Businessplans

Der Businessplan dient der **Darstellung des innovativen, skalierbaren Geschäftsmodells**. Folgende Auflistungen dienen der Orientierung (die Punkte können anders benannt werden; es geht um die Inhalte):

Zusammenfassung

der wichtigsten Punkte des Unternehmens und dessen betriebswirtschaftlicher Funktionen/Fragestellungen, kurze Historie von der Gründung bis heute; wird idealerweise zum Schluss verfasst.

Produkt- und Unternehmensidee

Problem

- Welches Problem / welche Kundenbedürfnisse (z. B. Herausforderungen oder Frustrationspunkte) werden durch Ihre Innovation überwunden?

Idee

- Was ist Ihre Produkt-, Dienstleistungs- oder Verfahrensinnovation und welches Ziel wird damit erreicht (inkl. technische Beschreibung der Innovation)?
- Welche Auswirkungen auf die Umwelt können Sie vorhersehen, entweder positiv oder negativ?
- Welche Alleinstellungsmerkmale besitzt Ihre Innovation im Vergleich zu den Angeboten Ihrer Wettbewerber?
- Wie ist der Entwicklungsstand Ihrer Innovation?

Zielgruppe und Anreiz

- Wer sind die Endanwender (B2B und/oder B2C) der Innovation und was zeichnet diese Zielgruppe aus?
- Ist der Anreiz, um für die Innovation zu zahlen, in Relation zum Preis groß genug?

Patente, Vorschriften und Normen

- Wird bestehendes geistiges Eigentum durch Ihre Innovation verwertet und/oder wie groß ist das Potenzial, durch Ihre Innovation neues geistiges Eigentum (z. B. Patente, Gebrauchsmuster, Design oder Marken) zu schaffen? Könnte die Lizenzierung von IP aus Ihrer Innovation zusätzlichen Wert schaffen?
- Wie stellen Sie sicher, dass Ihre Innovation nicht gegen die Rechte am geistigen Eigentum anderer verstößt?
- Welche (gesetzlichen) Vorschriften und Normen muss Ihre Innovation einhalten?

Markt und Wettbewerb

- Wie groß ist Ihr Zielmarkt (TAM)?
- Wie groß ist der Marktanteil (Zielkunden/Zielregionen) auf den Sie sich fokussieren möchten (SAM)?
- Wie groß ist der realistisch erreichbare Marktanteil (aufgrund von Produktionskapazität, Konkurrenzsituation etc.) (SOM)?
- Gibt es indirekte oder direkte Wettbewerber? Wie unterscheidet sich die eigene Idee von den Wettbewerbern? Was macht sie besser? Tabellarische Darstellungen helfen, sich von Wettbewerbern abzugrenzen.

Marketing und Vertrieb

- Wie sieht die Vertriebs- und Marketingstrategie für Ihre Innovation aus?
- Welche Hindernisse erschweren den Markteintritt und wie werden Sie diese überwinden?

Management- bzw. Gründerteam

- Wer sind die Gesellschafter des Unternehmens und wie verteilen sich die Gesellschafteranteile?
- Welche Kompetenzen sind im Team vorhanden, welche werden darüber hinaus zum Aufbau und Wachstum des Unternehmens und zur Umsetzung des Vorhabens benötigt?
- Wie werden Sie sicherstellen, dass diese vorhanden sind? Was kann intern erledigt werden, was soll ausgelagert werden?
- Wie werden Sie sicherstellen, dass die richtigen Partner oder Zulieferer vorhanden sind?

Finanzplanung

- Was wird es **kosten**, die Innovation zu entwickeln und auf den Markt zu bringen (Investitions- und Personalplanung)?
- Wie verdienen Sie Geld (**Erlösmodell**)? Wie groß ist Ihre Gewinnmarge (Entwicklungs-, Herstellungs- und Gemeinkosten) und wie soll sich diese entwickeln? Ist das Konzept langfristig tragfähig?
- Wie entwickelt sich das **Umsatzwachstum** (mindestens über die nächsten fünf Jahre)?
- Wie wird die Zahlungsfähigkeit Ihres Unternehmens sichergestellt (**Liquiditätsplanung**; auf monatlicher Basis ein Jahr im Rückblick und zwei Jahre mit Planzahlen als Vorschau sowie mindestens drei weitere Jahre auf Jahresbasis)?

Risikobewertung und Alternativszenarien

- Welche potenziellen Risikoquellen haben Sie bei dem Aufbau Ihres Unternehmens ermittelt (Best-case- und Worst-case-Szenarien)?
- Wenn es eintritt, was ist Ihr Plan für den Umgang damit?