

# Executive Summary: Vorlage

---

Die Executive Summary sollte am Anfang eines jeden längeren Geschäftsdokuments stehen. Ihre Aufgabe ist es, vorab einen Überblick über das Dokument zu geben, indem die wichtigsten Punkte gleich zu Beginn herausgestellt werden.

Das hat zwei Gründe:

- Dem Leser werden Kontext und ein grobes Gesamtverständnis des Themas vermittelt, bevor er sich im Folgenden mit den Details beschäftigt.
- Vielbeschäftigte Leser aus der Führungsebene, die eventuell nicht die Zeit haben, das gesamte Dokument zu lesen, erhalten so eine Zusammenfassung, die die wichtigsten Punkte prägnant erklärt.

Eine Executive Summary sollte nicht länger als ein oder zwei Seiten ausfallen. Die Absätze sollten die Struktur des Dokuments widerspiegeln und eine präzise Erklärung der wichtigsten Punkte in jedem Abschnitt liefern.

Da Executive Summaries in nahezu allen Arten von Geschäftsdokumenten zu finden sind, können sie inhaltlich stark variieren. Im Folgenden stellen wir Ihnen ein grobes Gerüst für die Erstellung einer Executive Summary eines Business-Plans zur Verfügung. Dieses können Sie als Leitfaden nutzen. Bedenken Sie aber, dass Sie die Vorlage an die Inhalte Ihres konkreten Dokuments anpassen müssen.

**HubSpot-Tipp:** Heben Sie sich die Executive Summary bis zum Schluss auf, wenn Sie ein Dokument verfassen. Auf diese Weise können Sie eine stimmige, kohärente Zusammenfassung schreiben, die alle wichtigen Inhalte des Dokuments abdeckt.

## Einleitung

Jeder Abschnitt eines Geschäftsdokuments sollte mit einer Einleitung beginnen. Diese bildet die Textbasis und erklärt dem Leser bereits, was er in Folge lesen wird. Die Einleitung vermittelt außerdem den Kontext und unterstützt den Lesefluss, was das Gesamtverständnis erhöht. Einzelne Punkte können so besser verstanden und in Bezug gesetzt werden.

In einer Executive Summary sollte die Einleitung nicht mehr als einen oder zwei Absätze ausmachen. Schließen Sie diesen Abschnitt mit einem eindeutigen, einprägsamen Satz ab, der das Projekt, dessen Zweck und die Vorteile erklärt, die es potenziellen Kunden und Investoren bietet.

**HubSpot-Tipp:** Schreiben Sie einfach und strukturiert – auch, wenn der Inhalt des Dokuments komplex ist. Denn eine klare, eindeutige Einleitung hilft dem Leser, sich im Dokument zurechtzufinden und es zu verstehen.

## Unternehmen und Chancen

Stellen Sie dem Leser eine kurze Beschreibung Ihres Unternehmens zur Verfügung. Diese sollte den Namen Ihres Unternehmens, dessen Produkte oder Dienstleistungen und Ihre Zielgruppe sowie deren Lokalisierung umfassen.

Beschreiben Sie nun die Handlungs-Chancen, die Sie vorschlagen, und erläutern Sie, inwiefern diese für Investoren und Kunden wertvoll sind. Dabei handelt es sich im Prinzip um einen niedergeschriebenen „Elevator Pitch“, den Sie vielleicht bei einem Networking-Event nutzen würden, um Investoren anzusprechen. Dieser Teil sollte nicht mehr als ein paar Sätze umfassen.

**HubSpot-Tipp:** Natürlich gibt es über Ihre Produkte und Dienstleistungen viel zu sagen, aber an dieser Stelle sollten Sie sich kurz fassen. Beschränken Sie sich auf die wichtigsten Punkte, die Sie in den entsprechenden Stellen im Dokument dann weiter ausführen können.

## Branchen- und Marktanalyse

Hier erwähnen Sie die wesentlichen Trends in Ihrer Branche sowie den Wettbewerbsvorteil Ihres Unternehmens gegenüber der Konkurrenz. Beschreiben Sie kurz Ihre Zielgruppe und erklären Sie knapp, warum Sie glauben, dass diese Zielgruppe Ihre Produkte oder Dienstleistungen denen der Konkurrenz vorziehen wird.

**HubSpot-Tipp:** Konzentrieren Sie sich hier darauf, wie Sie unbefriedigte Bedürfnisse erfüllen können und warum Kunden sich für Ihr Unternehmen statt einen der Wettbewerber entscheiden werden.

## Management und Betrieb

Listen Sie alles auf, was in Bezug auf die Mitarbeiter Ihres Managements wichtig zu erwähnen ist. Sie könnten beispielsweise die Qualifikationen und Beweggründe des Gründers oder CEO Ihres Unternehmens erwähnen. Da vollständige biografische Skizzen zu einem späteren Zeitpunkt im Dokument Platz finden, sollten Sie sich hier kurz halten.

Denken Sie über alltägliche Geschäftstätigkeiten in Ihrem Unternehmen nach und beschreiben Sie diese in einer qualitativ hochwertigen Zusammenfassung. Falls Sie besondere Methoden, Best Practices oder Management-Stile nutzen, die den Leser besonders interessieren könnten, sollten Sie diese hier erwähnen.

**HubSpot-Tipp:** Verlieren Sie sich nicht in Details. Liefern Sie dem Leser stattdessen einen allgemeinen Überblick darüber, wie Ihr Unternehmen geführt wird und welche Herangehensweise Sie für Ihre Aufgaben wählen.

## Umsetzung und Marketing

Legen Sie die Timeline für den Markteintritt Ihres Unternehmens oder des neuen Produkts bzw. der Dienstleistung dar. Geben Sie die wesentlichen Meilensteine an und wann diese nach Plan erreicht sein sollten.

Nach dem Markteintritt müssen Sie den Menschen natürlich von sich erzählen! Erklären Sie kurz, wie Sie Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung bekannt machen wollen: Wie werden Sie Kunden erreichen? Welche Kommunikationskanäle werden Sie nutzen?

**HubSpot-Tipp:** Wenn Sie die wesentlichen Meilensteine angeben, hilft das Ihrem Leser zu verstehen, welche Arbeit bis zum Launch anfallen wird und stattet ihn gleichzeitig mit ein wenig mehr Kontext rund um den Investitionsantrag aus.

## Finanzplan

Ihr Dokument wird höchstwahrscheinlich viele Finanzinformationen beinhalten, sodass es schwierig sein kann zu entscheiden, welche davon in der Executive Summary aufgegriffen werden sollten.

Denken Sie deshalb darüber nach, was Sie genau erreichen wollen. Möchten Sie Investoren anziehen? Dann sollten Sie aufführen, wie hoch der Förderbetrag ist, den Sie bereits generieren konnten, und welche Summe Sie noch benötigen. Ist das Thema Ihres Dokuments, wie gut es Ihrem Unternehmen aktuell geht? Dann stellen Sie Zahlen in den Vordergrund, die Ihr Wachstum belegen. Zusätzlichen Kontext können Sie zu einem späteren Zeitpunkt im Dokument liefern.

**HubSpot Tipp:** Zu den Kennzahlen, die Sie gegebenenfalls aufnehmen sollten, gehören: das Gesamtbudget, der Preis des Produkts/der Dienstleistung und Ihre Finanzprognosen.

## Fazit

Fassen Sie das gesamte Projekt in ein paar Sätze zusammen. Dabei können Sie ruhig Ihren „Elevator Pitch“ mit anderen Worten wiederholen.

Die Executive Summary sollte Ihren Leser mit einem guten Grundverständnis für Ihr Projekt zurücklassen. Gleichzeitig sollte sie Lust machen, den Rest des Dokuments zu lesen, um mehr über Ihr Vorhaben zu erfahren. Halten Sie das Fazit daher kurz, aber überzeugend!

**HubSpot-Tipp:** Das Fazit sollte nicht mehr als einen Absatz einnehmen.