

Businessplan-Vorlage

Executive Summary

Starten Sie mit einer kurzen Beschreibung Ihrer Firma, um Hintergrundinformationen zu liefern und den Kontext des Businessplans zu erläutern. Lassen Sie den Leser wissen, warum genau Sie sich dieses neuen Projekts angenommen haben.

Beschreiben Sie anschließend die Geschäftschance. Erklären Sie Ihr Projekt ganzheitlich, indem Sie es zunächst in einen breiteren Kontext setzen und dann spezifischer werden. Erzählen Sie dem Leser, welches Produkt oder welche Dienstleistung Sie anbieten möchten, wie diese in Ihre Branche passt, wer Ihre Zielgruppen sind und was Sie vom Markt in der Zukunft erwarten. Erklären Sie Ihr Alleinstellungsmerkmal und geben Sie einen Marktüberblick.

Beschreiben Sie kurz Ihr Management-Team, um potenziellen Investoren zu zeigen, mit welchen Kenntnissen und Erfahrungen Ihr Team aufwarten kann. Als Nächstes beschreiben Sie, wie die tagtägliche Arbeit Ihres Unternehmens aussehen wird.

Nun kommen Sie darauf zu sprechen, wie Sie neue Produkte bzw. Dienstleistungen bewerben werden. Sie müssen hier nicht ins Detail gehen. Stellen Sie aber genug Informationen zur Verfügung, um Ihre geplanten Marketing-Methoden zu veranschaulichen und um zu illustrieren, wie Sie neue Kunden anziehen werden.

Beschreiben Sie die Kostenstruktur und die finanziellen Aspekte des Unternehmens. Sie werden erklären müssen, welches Investment Sie in welcher Höhe benötigen, wofür Sie das Geld nutzen werden und wie Ihr Geschäft Ihren Vorstellungen zufolge profitabel werden kann.

Danach sollten Sie beschreiben, wie Sie Ihren Businessplan umsetzen werden. Wie werden Sie Ihr neues Unternehmen ausrollen? Was ist der anvisierte Zeitplan?

Zuletzt beenden Sie diesen Abschnitt mit einer klaren und prägnanten Erklärung Ihres Projekts. Hier erläutern Sie, warum es gebraucht wird und wie es zukünftige Kunden und Investoren bereichern wird.

HubSpot-Tipp: Schreiben Sie das Executive Summary zuletzt, nachdem Sie alle anderen Teile des Businessplans geschrieben haben. Er sollte Ihren gesamten Businessplan in ein bis (maximal) zwei Seiten zusammenfassen.

Beschreibung des Unternehmens

Stellen Sie eine Beschreibung Ihrer Organisation zur Verfügung. Diese beinhaltet den Namen, was für eine Wirtschaftseinheit sie verkörpert und wer der Besitzer ist. Notieren Sie hier auch alle wichtigen Vermögenswerte.

Dieser Abschnitt bietet sich an, um darüber zu sprechen, warum Sie machen, was Sie machen. Was ist das Leitbild Ihres Unternehmens? Was sind Ihre Ziele und Vorgaben?

Welches Produkt oder welche Dienstleistung bieten Sie an? Wer sind Ihre Kunden? Fokussieren Sie sich auf eine bestimmte geographische Region? Wenn ja, welche?

Beschreiben Sie kurz die Branche, die Chancen, die sie Ihnen bietet, und das Wachstum, das sie verzeichnet.

Vermerken Sie einige der wesentlichen Stärken Ihres Unternehmens und erklären Sie kurz, wo Sie in der Branche positioniert sind. Diesen Punkt werden Sie später noch vertiefen.

HubSpot-Tipp: Halten Sie diesen Abschnitt kurz. Sie haben im Verlauf des Dokuments noch viel Zeit, über die Details Ihres Unternehmens und die Geschäftschance zu sprechen.

Die Geschäftsidee

Beschreiben Sie die Marktlücke, die Ihre Geschäftsidee füllen wird. Wie ist diese Lücke entstanden und warum wurde sie bisher noch nicht bedient?

Erklären Sie, wie Sie die Marktlücke identifiziert haben und wie Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung diese schließen wird.

Beschreiben Sie hier Ihre Produkte bzw. Dienstleistungen. Sie können Diagramme oder Bilder hinzufügen, die helfen, Ihr Angebot zu veranschaulichen.

Sie sollten außerdem eine Beschreibung der Produktmerkmale und den Kundennutzen aufführen. Ziehen Sie in Betracht, dies in einer simplen Tabelle wie dieser darzustellen:

Produkt-/Dienstleistungsmerkmal	Nutzen für den Kunden

HubSpot-Tipp: Denken Sie daran, Ihr Alleinstellungsmerkmal in diesem Abschnitt unterzubringen - beschreiben Sie, warum Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung für Kunden attraktiv ist.

Branchenanalyse

In diesem Abschnitt sollten Sie über die zentralen Trends der Branchenumgebung reden. Was sind die Eintrittshürden (z. B. hohe Produktions- oder Marketing-Kosten,

Zollbarrieren, regulatorische Herausforderungen, intensives Training)? Wie entwickelt sich die Branche? Was ändert sich?

Denken Sie dann an den Wettbewerbsvorteil Ihres Unternehmens. Gibt es andere Unternehmen, die das gleiche Gut/die gleiche Dienstleistung vertreiben, das/die Sie anbieten möchten? Falls ja, ist es wahrscheinlich, dass Kunden zu Ihrem Produkt/Ihrer Dienstleistung wechseln werden? Wie schlagen Sie sich im Vergleich mit Ihrer Konkurrenz?

HubSpot-Tipp: Notieren Sie die maßgeblichen Erfolgsfaktoren in Ihrer Branche und zeigen Sie, dass Ihre Firma diese mitbringt.

Zielmarktrecherche und -definition

Erklären Sie, basierend auf der Marktrecherche, die Sie im Vorfeld durchgeführt haben, den Markt, in dem Ihr Unternehmen agieren wird. Wie groß ist der Markt? Wie schnell wächst er? Wird Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung einen großen Einfluss auf dem Markt haben?

Definieren Sie Ihre Zielgruppe. Was denken Sie, wer Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung kaufen wird?

Sie sollten in diesem Abschnitt außerdem Ihre größten Konkurrenten identifizieren und beschreiben.

Halten Sie fest, was Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung auf dem Markt ausmacht. Mit welchen unverwechselbaren Kompetenzen oder Angeboten können Sie aufwarten, die andere Unternehmen nicht bieten?

HubSpot-Tipp: Auch wenn es sinnvoll ist, einige Konkurrenten zu nennen, sollten Sie darauf achten, dass der Fokus auf Ihrem Unternehmen liegt und darauf, wie es Ihrer Zielgruppe helfen wird.

Gründer, Management-Team & Organisation

Ihre Leser werden wissen wollen, ob Ihr Team die nötigen Fähigkeiten und Qualifikationen besitzt, um das, was im Businessplan umrissen wurde, umzusetzen. Fügen Sie kurze biographische Skizzen Ihrer Gründer und Führungskräfte an, inklusive Ihres Vorstands (falls Sie einen haben) und sämtlicher hochqualifizierter externer Berater, die Ihre Firma konsultiert.

Fügen Sie deren Bildungsabschlüsse sowie eine Beschreibung ihrer relevanten Arbeiten und Leistungen hinzu. Sie können diesen Abschnitt auch mit Portraits Ihrer Mitarbeiter personalisieren, damit der Leser den einzelnen Namen Gesichter zuordnen kann.

Haben Sie eine komplizierte Managementstruktur, sollten Sie in Erwägung ziehen, ein Organigramm wie dieses hinzuzufügen. Schneiden Sie es auf die Namen und Rollen Ihrer Führungskräfte zu.



HubSpot-Tipp: Sie müssen nicht jede einzelne Position in Ihrem Unternehmen beschreiben. Beschränken Sie sich auf das obere Management.

Strategie & Arbeitsablaufplan

Beschreiben Sie in diesem Abschnitt, wie Sie Ihr Geschäft managen und wie die täglichen Arbeitsabläufe aussehen werden. Sie sollten mindestens die folgenden Themen behandeln, aber auch andere relevante Informationen, die für Ihre Branche spezifisch sind:

- *Personal* - Wie viele Angestellte werden Sie haben? Wo werden diese sitzen? Welche Fähigkeiten und Zertifikate brauchen sie?
- *Infrastruktur* - Welche Art von physischem Raum wird Ihr Unternehmen beanspruchen? Beschreiben Sie die Standorte Ihres Unternehmens. Welche Technologien werden benötigt?
- *Rechtsstruktur* - Rechtliche Fragen spielen in jeder Branche eine wichtige Rolle. Beschreiben Sie die spezifischen Rechtsfragen Ihrer Branche und wie Sie mit diesen umgehen werden.
- *Regulierungen* - Regulierungen spielen in den meisten Unternehmen ebenfalls eine wichtige Rolle. Nehmen Sie eine Diskussion über die Regulierungsfragen in Ihrer Branche auf, in der Sie auch erklären, wie Sie mit diesen Fragen umgehen werden.
- *Zertifizierungen und Akkreditierungen* - Benötigt Ihr Unternehmen besondere Dokumente, um ihr Geschäft zu betreiben? Falls ja, beschreiben Sie, wie Sie die notwendigen Zertifikate oder Akkreditierungen erlangen werden.
- *Produkt-/Dienstleistungs-Lieferprozess* - Beschreiben Sie Ihre Geschäftsprozesse. Das kann das Inventar, die Lieferkette und Verbindlichkeiten sowie Außenstände umfassen.

HubSpot-Tipp: Diese Liste ist nicht erschöpfend. Stellen Sie also unbedingt sicher, dass Sie genug Informationen liefern, die potenziellen Investoren helfen, Ihre Geschäftsprozesse zu verstehen.

Marketing-Strategie

Marketing ist zentral für den Erfolg eines Unternehmens. Bauen Sie auf dem auf, was Sie in der Zielmarktrecherche und -definition beschrieben haben, und legen Sie nun die Komponenten Ihrer Strategie fest, mit denen Sie Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung vermarkten wollen.

Beschreiben Sie jegliche Herausforderungen, inklusive Markteintrittshürden. Welche möglichen Probleme sehen Sie? Wie werden Sie diese bewältigen?

Erklären Sie, warum Sie sich dazu entschlossen haben, Ihr Unternehmen an den gewählten Standorten anzusiedeln. Hat die Entscheidung etwas mit Kostenersparnissen zu tun? Bringt es Sie näher an Ihre Kundenbasis?

Was ist Ihre Preisstrategie? Erklären Sie anhand von klaren Nachweisen, warum die gewählte Preisstruktur Kunden vom Kauf Ihres Produkts/Ihrer Dienstleistung überzeugen und gleichzeitig profitabel für Ihr Unternehmen und die Investoren sein wird.

Beschreiben Sie, wie Sie Ihr neues Unternehmen, Produkt oder die Dienstleistung bewerben werden. Werden Sie Print, Radio, Fernsehen oder soziale Medien nutzen? Werden Sie einen Marketing-Manager einstellen?

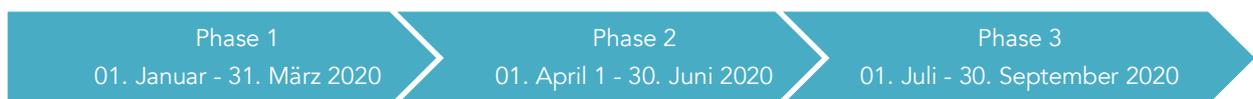
Geben Sie das Budget für Ihre Marketing-Strategie an und erklären Sie, woher Sie die Förderung für diesen wichtigen Aspekt Ihres Unternehmens erhalten werden. Vielleicht werden Sie Berater oder eine Werbeagentur engagieren müssen – stellen Sie sicher, dass diese Kosten ebenfalls aufgelistet sind.

HubSpot-Tipp: Denken Sie darüber nach, ein paar Mockups Ihres Logos, Ihrer Verpackung und sogar von Werbeanzeigen beizulegen, um potenziellen Investoren einen ersten Blick auf die Marketing-Materialien Ihres Unternehmens zu bieten.

Meilensteine: Umsetzungs- und Zeitplan

Beschreiben Sie die Phasen des Markteintritts Ihres Unternehmens. Zeigen Sie auf, in welcher Phase Sie sich derzeit befinden und wie lange es dauern wird, Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung auf den Markt zu bringen.

Eventuell bietet es sich an, einen Zeitstrahl wie den folgenden hinzuzufügen, der die Schritte visualisiert. Passen Sie ihn mit Ihren Daten und Ihren individuellen Schritten an Ihr Unternehmen an.



HubSpot-Tipp: Auch wenn Sie darauf abzielen, potenzielle Investoren zu beeindrucken, sollten Sie dennoch angemessene Deadlines setzen, die Sie auch einhalten können.

Finanzplan

Nennen Sie Ihren potentiellen Investoren die Summe der bereits erhaltenen Gelder und wer diese vergeben hat. Wie viel zusätzliche Förderung benötigen Sie noch?

Beschreiben Sie, wie Sie jeden Teil der beantragten Förderung nutzen werden. Investoren fühlen sich oft wohler, wenn sie genau wissen, wie ihr Geld genutzt wird.

Geben Sie Lesern einen Einblick in die finanzielle Zukunft Ihres Unternehmens. Fügen Sie die folgenden Aspekte als Anhang an, aber erklären Sie sie kurz in diesem Abschnitt:

- *Prognose der Zahlungsströme* - Eine Einschätzung, wie viel Geld Sie mit Ihrem Unternehmen vermutlich einnehmen und ausgeben werden.
- *Kapitalisierungsplan* - Eine Auflistung der Finanzierungsquellen und der Einsatz des Kapitals, was Ihr Unternehmen einsammeln möchte.
- *Gewinnschwellenanalyse*- Eine Bestimmung der Mengen, die Sie verkaufen müssen, um die laufenden Kosten Ihres Unternehmens zu decken.

Zusätzlich müssen Sie noch eine Erfolgsrechnung und Bilanzaufstellung hinzufügen. Da diese lang ausfallen können und höchstwahrscheinlich in Excel oder einem Buchhaltungsprogramm erstellt wurden, sollten Sie diese hier nur ansprechen und sie im Anhang aufführen.

Haben Sie Annahmen getroffen, die Ihre Finanzinformationen beeinflussen, müssen Sie diese erklären. Später haben Sie auf diese Weise die Möglichkeit, auf diese Punkte zu verweisen und so zu erklären, warum etwas anders gekommen ist, als Sie es erwartet haben.

HubSpot-Tipp: Dieser Abschnitt ist einer der wichtigsten Abschnitte Ihres Businessplans. Wenn Sie kein Finanzexperte sind, sollten Sie sich unbedingt Hilfe bei entsprechenden Fachleuten holen.

Fazit

Fassen Sie die wichtigsten Punkte zu Ihrem Unternehmen in wenigen Sätzen zusammen. Zielen Sie darauf ab, den Leser davon zu überzeugen, dass er in Sie investieren sollten!

Beschreiben Sie die nächsten Schritte und geben Sie detaillierte Kontaktinformationen an, sodass er leicht mit Ihnen in Kontakt treten kann.

HubSpot-Tipp: Dieser Abschnitt sollte den Leser dazu bewegen, aktiv zu werden. Machen Sie es Ihren potentiellen Investoren einfach, indem Sie ihnen hier alle Informationen bieten, die sie brauchen, um den nächsten Schritt zu machen.

Anhang

Sammeln Sie hier alle Begleitdokumente, die die vorherigen Abschnitte Ihres Businessplans untermauern. Sie können diese im Text ansprechen und sie dazu nutzen, Detailinformationen zu liefern, ohne den Lesefluss zu unterbrechen.

HubSpot-Tipp: Zu den Dokumenten, die Sie anfügen können, gehören: Marketingmaterialien, Karten der Standorte, Hintergrundrecherchen, Artikel, die über Ihr Unternehmen geschrieben wurden, und Finanzunterlagen.