

## Muster für einen Businessplan

GLIEDERUNG	INHALT
<b>Management Summary</b>	Geschäftsidee, Vorhaben, Umsatz- und Gewinnaussichten, Finanzbedarf mit Fristen, Risiken (maximal 1 bis 2 Seiten)
<b>1 Unternehmung</b>	
1.1 Geschichtlicher Hintergrund	Gründer, Gründungsdatum, Unternehmensentwicklung, Erfolge
1.2 Situation heute	Rechtsform und Beteiligungsstruktur, Organisation, Anzahl Mitarbeiter, Schlüsselkennzahlen
1.3 Weitere Informationen	Unternehmensphase, Nachfolgeregelung
<b>2 Produkte, Dienstleistung</b>	
2.1 Marktleistung	detaillierter Beschrieb der Marktleistungen (Entwicklung, Folgeprodukt, Innovation), des Kundennutzens, der Kundenbedürfnisse, Stärken / Schwächenanalyse, Vor- und Nachteile zu den Konkurrenzprodukten, Nebenleistungen
2.2 Produktlebenszyklus	ev. Matrix der Produkte (Questionmarks, Cats, Cash cows, Dogs)
2.3 Produkteschutz	Kopie der vorhandenen Patente, Lizenzen, Marken- und Namensschutzschriften (CH und / oder Ausland) oder der entsprechenden Anmeldeschriften
2.4 Abnehmer, Mittler	Abhängigkeiten von Abnehmern oder Mittlern
<b>3 Markt</b>	
3.1 Marktübersicht	Marktanalyse (Marktkapazität, -potential, -volumen, eigene Marktanteile)
3.2 Eigene Marktstellung	bearbeitete Teilmärkte, Zielkundengruppen, Absatzkanäle
3.3 Marktbeurteilung	Markttrends, Eintrittsbarrieren, geschätzte Wachstumsraten der Teilmärkte
<b>4 Konkurrenz</b>	
4.1 Wichtigste Konkurrenten	Name, Standort, Zielmärkte, Marktstellung, Stärken und Schwächen
4.2 Potentielle Konkurrenten	Name, Beweggründe für Markteintritt, Auswirkung auf den Markt
4.3 Konkurrenzprodukte	Sortiment, Eigenschaften, Zusatzdienstleistungen, Wettbewerbsvorteile (Preis, Qualität, Technologie etc.)
4.4 Strategien der Konkurrenz	Dumpingpreise, Allianzen, Kooperationen, stärkere Marktpräsenz
<b>5 Marketing</b>	
5.1 Marktsegmentierung	Kaufverhalten (Qualität, Design, Preis), Zielmärkte (geographisch, demographisch, etc.), Kundengruppe
5.2 Markteinführungsstrategie	Definition der Teilziele und Meilensteine
5.3 Preispolitik	Preisfindung, -differenzierung, Rabatte, Margen, Preispsychologie
5.4 Verkauf / Vertrieb	Vertreternetz, Telefon, Agenten, Versand, Messen etc., Distributionskanäle, Verkaufsunterstützung, -förderung
5.5 Werbung / PR	Werbemittel, Werbekosten, Werbekonzeption, Werbeberater, Werbewirksamkeit / Controlling
5.6 Standort	Standorte heute, geplante neue Standorte, Vor- und Nachteile Standorte (verkehrstechnische Lage, Personalrekrutierung, Expansionsmöglichkeiten, Kundennähe)
5.7 Umsatzziel	budgetierte Verkaufsmengen pro Teilmarkt in den nächsten 5 Jahren, angestrebte Marktanteile pro Teilmarkt

<b>GLIEDERUNG</b>	<b>INHALT</b>
<b>6 Standort / Logistik</b>	
6.1 Domizil	Geschäfts- und Nebendomizile, Miete / Eigene Liegenschaft, Vor- und Nachteile des Standorts
6.2 Logistik / Administration	Räumlichkeiten, Organisation Backoffice, Personelle Ressourcen (Verwaltung, Vertrieb, Produktion, Verkauf), Eingesetzte EDV, geplante EDV-Erweiterungen
<b>7 Produktion / Beschaffung</b>	
7.1 Produktionsmittel	Produktionsanlagen, Anzahl Mitarbeiter / Ausbildung in Produktion, Lagerhaltung, Umschlag (Controlling)
7.2 Technologie	Produktionsverfahren, spezielles Know-how, Abhängigkeiten Schlüsselpersonen, Qualitätssicherung (TQM), technische Entwicklung (Forschung und Entwicklung, Mitteleinsatz), Prozesse
7.3 Kapazitäten / Engpässe	Produktionskapazität, Investitionsbedarf für den Unterhalt und Weiterausbau der Kapazitäten
7.4 Wichtigste Lieferanten	Name, Anteil am Gesamteinkaufsvolumen, Qualitätssicherung, Abnahmeverträge
7.5 Rohmaterialmärkte	einzelne Rohprodukte, Bezug In- und Ausland, mögliche Substitution
<b>8 Management / Berater</b>	
8.1 Unternehmerteam	Organigramm, Mitglieder, Verantwortlichkeiten, Entlohnung, Führungserfahrung, Vakanzen vorhanden
8.2 Lebensläufe / Arbeitszeugnisse	Schulen, Ausbildung, Weiterbildung, besondere Fähigkeiten, Berufs- und Führungserfahrung
8.3 Aus- und Weiterbildung	Förderungs- und Weiterbildungsmaßnahmen des Managements / der Mitarbeiter
8.4 Verwaltungsrat	Name, Vorname der Mitglieder, Aufgabenverteilung, Berufs- und Managementenerfahrung
8.5 Externe Berater	Name / Adresse der Treuhand-, Revisionsstelle, Unternehmensberatung, Werbeberatung etc.
<b>9 Risikoanalyse</b>	
9.1 Interne Risiken	Management / Personal, Produktion, Marketing, Vertrieb, Finanzen
9.2 Externe Risiken	ökonomischer, ökologischer, gesetzlicher und gesellschaftlicher Bereich (Rahmenbedingungen)
9.3 Absicherung	Abdeckung der potentiellen Risiken (Bsp. Versicherung), Notfall-Strategie
<b>10 Finanzen</b>	
10.1 Vergangenheit	Angaben über die Entwicklung der Unternehmung seit der Gründung
10.2 Zukunft	Entwicklung für die nächsten 3 bis 5 Jahre (mögliche Szenarien: best case, realistic case, worst-case)
10.3 Finanzierungskonzept	Eigene Mittel, vorhandene Sicherheiten, Finanzierung (Fremd- / Eigenkapital)
10.4 Steuern	nur bei MBO bzw. MBI-Finanzierungen, Vorentscheid der Steuerbehörde
<b>11 Beteiligung</b>	
11.1 Angebot Investor	Eckdaten für die Beteiligung mit Betrag, Art, Konditionen, Rechten und Pflichten etc. sowie einer Liste mit bereits vorhandenen Investoren mit den entsprechenden Beteiligungsbeträgen
<b>Anhänge / Beilagen</b>	
Allgemeines	Handelsregisterauszug, Betriebsauszüge Unternehmung, Exponenten, Firmen-, Produktebroschüren, Marktanalysen, Finanzierungsunterlagen, Terminpläne, Pläne (Maschinen, Standort, etc.), Verträge (Lizenzen, Marke etc.), Kopie Steuererklärungen und Betriebsauszüge der Exponenten, Referenzschreiben sowie weitere Unterlagen nach Bedarf
Finanzen	Testierte Jahresabschlüsse mit Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang (für 2 Jahre, sofern vorhanden), Aktueller Zwischenabschluss mit Debitoren- und Kreditorenliste, Wichtigste Kennzahlen, Betriebsauszug, ev. Kopie bestehender Kredit- und Darlehensverträge Planbilanzen, -erfolgsrechnungen, Kapitalflussrechnungen, detaillierter Liquiditätsplan (pro Monat für das folgende Jahr); Zeithorizont für alle Finanzpläne 3 bis 5 Jahre