

Liebe Fachschüler der FSB 19.

Ich hoffe, Sie sind alle gut ins neue Jahr gestartet und blickt frohen Mutes dem Jahr 2021 entgegen.

Ich wünsche uns allen viel Gesundheit und ein Stück Normalität zurück.

Nun zum Lernfeld 12. Stehen geblieben sind wir beim Businessplan. Einzelne Teilnehmer hatten sich schon zusammengefunden und erste Ideen für einen Businessplan geschmiedet. An der Stelle wollen wir auch fortsetzen.

Arbeitsauftrag 1:

Nutzen Sie das Businessplan Muster und formulieren Sie zu Punkt 2 sowie 2.1 konkret die Geschäftsidee, beschreibe dein Unternehmen und sondieren die potentielle Zielgruppe. Geben Sie Ihrer Firma ein Namen mit entsprechender Rechtsform.

Punkt 2 und 2.1 sollte circa 1 A4 Seite einnehmen.

Bitte senden Sie mir per Email (teichert@bsz-bau-und-technik.de) bis zum 14.01.2021 Ihre Erarbeitung zurück.

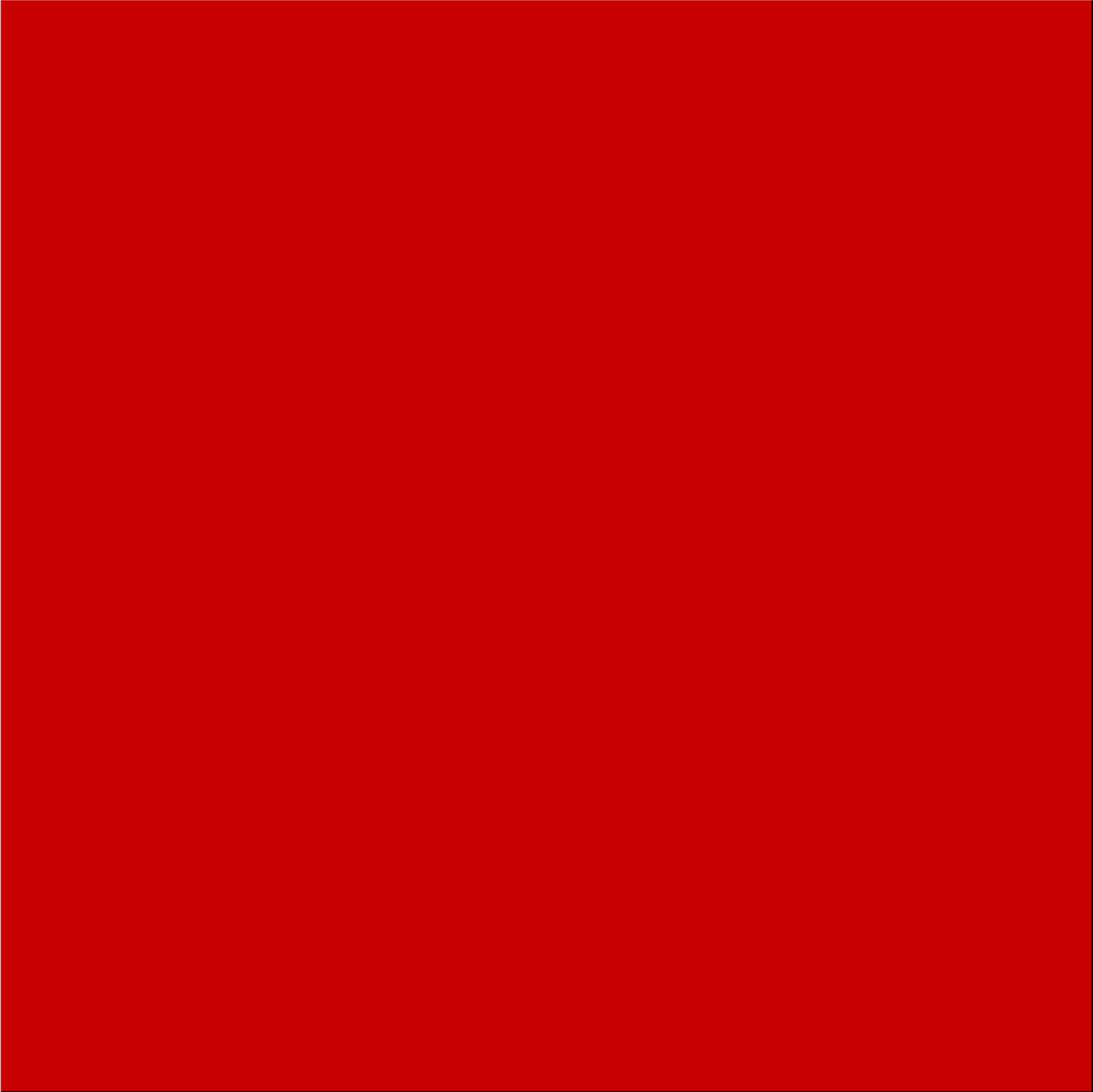
Viele Grüße,

S. Teichert



Projektname

Businessplan / FSB 19



1. Executive Summary	5
2. Geschäftsidee	5
2.1 Zielgruppe	5
3. Markt & Wettbewerb	5
3.1 Marktanalyse	5
3.1.1 Marktgröße	5
3.1.2 Marktwachstum	5
3.1.3 Marktpotenzial	5
3.2 Wettbewerbsanalyse	5
3.2.1 Konkurrenten	5
3.2.2 Markteintrittsbarrieren	6
4. Ziele	6
4.1 Mission & Vision	6
4.2 Kurz- und Mittelfristige Ziele	6
4.3 Meilensteine	6
5. Strategie	6
5.1 USP	6
5.2 Positionierung & Strategie	6
6. Marketing	7
6.1 Produkt	7
6.2 Preis	7
6.3 Vertrieb	7
6.4 Werbung	7
6.5 Marketingbudget	7
7. Organisation	7
7.1 Rechtsform	7
7.2 Unternehmensname	7
7.3 Management	8
7.4 Personal & Struktur	8
7.5 Wertschöpfungskette & Leistungserstellung	8
8. Finanzen	8
8.1 Gründungsinvestitionen	8
8.2 Laufende Kosten	8
8.3 Kapitalbedarf	8
8.4 Finanzierung	8

8.5 Finanzplan.....	8
---------------------	---

1. Businessplan

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 Zielgruppe

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. Markt & Wettbewerb

Nach erfolgreicher Zielgruppendefinition kann nun der Markt eingegrenzt werden.

3.1 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.

3.1.1 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.

3.1.2 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.

3.1.3 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.

3.2 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.

3.2.1 Konkurrenten

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

3.2.2 Markteintrittsbarrieren

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

4. Ziele

Nach einer abgeschlossenen Marktanalyse solltest du die Unternehmensziele formulieren. In diesem Kapitel deines Businessplans zeigst du was du erreichen willst.

4.1 Mission & Vision

Mit der Vision beschreibst du deinen Wunschzustand, wie es idealerweise in Zukunft aussehen soll. Mit der Mission hingegen legst du fest, was dein Unternehmen für Kunden leisten soll.

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.

4.3 Meilensteine

Was Investoren oft sehen wollen sind Meilensteine (engl. Milestones). Setze dir klare Meilensteine als Orientierung. Wann soll deine Software wie viele Kunden haben, wann willst du 10.000 Skateboards verkauft haben. Solche Dinge. Anhand dieser Meilensteine kann man relativ schnell ablesen ob du von deinem geplanten Kurs abkommst.

5. Strategie

Nach dem Festlegen der Ziele geht es nun an die Strategie. Bei den Zielen hast du festgelegt was du erreichen willst, bei der Strategie legst du nun fest wie du diese Ziele erreichen kannst.

5.1 USP

Der USP ist die unique selling proposition, er beschreibt das Alleinstellungsmerkmal deines Angebotes oder deiner angebotenen Dienstleistung. Hierbei geht es nicht darum was dein Angebot alles tolles kann, sondern darum was es deinem Kunden letztendlich bringt und ihm für einen Mehrwert bringt.

5.2 Positionierung & Strategie

Nach Analyse der Konkurrenz und der Identifikation deines USP kannst du nun deine Positionierung bestimmen. Am einfachsten machst du das mit einem Positionierungskreuz.

Hier kann im Allgemeinen zwischen drei Unternehmensstrategien gewählt werden. Differenzierung für Nischenanbieter, Kostenführer für sehr effiziente Unternehmen und Qualitätsführer für

Unternehmen die hohe Qualitätsansprüche an ein Produkt haben. Wofür du dich letztendlich entscheidest hängt auch vom Kundennutzen ab.

6. Marketing

Auch in deinem Businessplan findest du den bekannten Marketingmix wieder. Hier kommt unter anderem die Frage zum Tragen, wie du dein Marketingbudget zwischen Offline und Online aufteilst.

6.1 Produkt

Produkt – hierfür steht das erste P im Marketingmix. Hier solltest du auf den Haupt- oder Kernnutzen, das Design und zusätzliche Dienstleistungen eingehen.

6.2 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.

6.3 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.

6.4 Werbung

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?

6.5 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

7.2 Unternehmensname

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

7.3 Management

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.

7.4 Personal & Struktur

Wie viel Personal du für welche Funktionen einstellen möchten gehört genauso in den Businessplan wie die Organisationsstruktur.

7.5 Wertschöpfungskette & Leistungserstellung

Zeige in deinem Businessplan eine klare Wertschöpfungskette auf und zeige weiter wie du dich in diese eingliederst. Anschließend beschreibst du die Prozesse, diese solltest du sehr gut ausarbeiten.

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..