

Ihr Businessplan

Das „Familienalbum“ Ihres Unternehmens

Sie blättern Ihr Familienalbum durch. Sie kennen natürlich jede Person. Sie schätzen und lieben die Eigenarten jedes Einzelnen. Wie erklären Sie es einem Fremden, damit er diese Eigenschaften lieben lernt? Genau dies soll auch ein Businessplan von Ihrem Unternehmen vermitteln.

Ursprünglich in den USA zur Kapitalakquisition bei privaten Investoren und Venture Capitalists eingesetzt, gehört inzwischen der Businessplan als ein in die Zukunft gerichtetes Gründungskonzept auch in Österreich zum guten Ton im Umgang mit Finanzierungspartnern, wie Banken, Business Angels und Förderstellen. Auch in Phasen der Neuausrichtung und des Wachstums kommen Businesspläne für Zwecke der Finanzierung und zur Kommunikation mit Finanzpartnern zum Einsatz. Und für bestehende Unternehmen dient ein Businessplan als internes Werkzeug zur strategischen Planung bzw. Steuerung und zur Erfolgskontrolle.

Die vier Grundsätze für die Erstellung von Businessplänen

Der Businessplan ist fehlerfrei, logisch und schlüssig aufzubauen. Die Schriftform zwingt zu klaren, durchdachten Überlegungen. Folgende vier Grundsätze sind dabei zu beherzigen:

- Klarheit & Sachlichkeit: Formulieren Sie klar, einfach und eindeutig. Verwenden Sie Grafiken und Tabellen.
- Verständlichkeit: Die Leser sind

keine Experten aus Ihrer Branche. Vermeiden Sie Fachausdrücke, technische Begriffe und Branchen-Jargon.

- Professionell: Als Visitenkarte Ihres Unternehmens benötigt der Plan ein Top-Lay-out.
- Individuell: Vorgefertigte Lösungen werden den Leser nicht ansprechen und überzeugen.

Bestandteile eines Businessplans

Es gibt keine Vorschriften zur Gestaltung und inhaltlichen Strukturierung. Empfohlen wird folgende Grobstruktur:

- Zusammenfassung / Executive Summary (lesbar in max. 3 Minuten)
- Geschäftsidee & Produkt
- Markt, Strategie & Marketing
- Betriebs- und Organisationsaspekte
- betriebswirtschaftliche Aspekte & Zahlenwerk

Der Umfang richtet sich nach Ihrem Investitionsvolumen bzw. der Größe Ihres Unternehmens. Halten Sie den Businessplan kompakt. Zwanzig bis dreißig DIN A4 Seiten (exkl. Anhang) reichen meist für den (tendenziell eiligen) Leser.

Geschäftsidee und Produkt

Ausgangspunkt jeder erfolgreichen Gründung und Expansion ist eine „innovative“ und wirklich schlagkräftige Idee, die in einem Produkt oder einer Dienstleistung verwirklicht wird. Machen Sie bei Ihrer Produkt- und Dienstleistungsbeschreibung klare, nachweisbare Aussagen über den Nutzen und Zusatznutzen. Erläutern Sie, warum sich dieses Produkt von anderen abhebt und eindeutig mehr Nutzen bietet (=Alleinstellungsmerkmal).



Mag. Harald Schützinger (l.) und Mag. Andreas Gumpetsberger, MBA (Strategieentwicklung und -umsetzung)

Hilfreiche Fragestellung für die Darstellung von Markt, Strategie und Marketing

Um Investoren von den Erfolgchancen Ihres neuen Produkts / Ihrer neuen Dienstleistung zu überzeugen, müssen diese Ihren Markt einschätzen können. Helfen Sie Ihrem Investor, sich ein möglichst exaktes Bild der Branche zu machen. Als Grundlage Ihrer Darlegungen sind folgende Fragestellungen hilfreich:

- Welche (wirtschaftlichen, gesellschaftlichen, technologischen, rechtlichen, politischen) Trends gibt es in Ihrer Branche?
- Welche Marktchancen ergeben sich daraus?
- Welche neuen Zielgruppen & Regionen sollen in Zukunft bearbeitet werden?
- Liefern Sie Daten (Größe der Zielgruppen, die voraussichtlichen Entwicklungen – Wachstumsraten, bisheriger Absatz bzw. bisherige Referenzkunden, ...).
- Welche Mitbewerber im In- und Ausland gibt es? Welche Marktstellung bzw. Stärken und Schwächen haben diese? Wie werden die Mitbewerber auf das neue Produkt reagieren?

Beschreiben Sie die Marketingstrategie, mit welcher Sie Ihre Umsatzziele erreichen wollen:

- Wie wird das Produkt beworben (Marketing- & Werbeplan, Markenbildung)?
- Wie soll das Produkt verkauft werden (Vertriebskanäle & Logistik, Vertriebskosten, Kooperationspartner, etc.)?
- Wie wird die Preisgestaltung aussehen?
- Welche Marketing- und Verkaufsziele (Bekanntheit, Umsatz je Marktsegment, Marktanteile) haben Sie in den nächsten drei bis fünf Jahren?

Für den Leser sollte klar erkennbar sein, welche Strategie sie verfolgen und warum Sie diese gewählt haben. Stellen Sie eindeutig dar, ob Sie im Rahmen Ihrer Positionierung technologisch oder qualitativ oder preislich führend sein wollen. Bewerten Sie die Stärken und Schwächen Ihres Unternehmens und vermeiden Sie hierbei „Betriebsblindheit“.

Betriebs- und Organisationsaspekte

Sie würden Ihr Geld nur jemandem anvertrauen, von dem Sie überzeugt

sind, dass er die Fähigkeiten und Ausbildung hat, den Plan umzusetzen. Genauso geht es Ihren Finanzierungspartnern. Informieren Sie den Investor daher über Ihr Management und Ihre Führungskräfte (und somit über Qualifikation, Erfahrung, Branchenkenntnisse, etc.)

Hinsichtlich der Organisation sollten Sie den Leser über Ihre (geplante) Struktur und Verantwortlichkeiten – evtl. mittels Organigramm – in Kenntnis setzen. Die Mitarbeiter betreffend wird den Leser vor allem interessieren, wann und wie viele neue Mitarbeiter Sie einstellen werden und über welche Qualifikationen diese verfügen. Erläutern Sie Ihre Wahl der Rechtsform und des Standorts. Falls Sie noch auf Standortsuche sind, nennen Sie die für die Wahl entscheidenden Kriterien. Für Ihr Vorhaben erwartet sich Ihr Finanzier eine nachvollziehbare Umsetzungsplanung. Zeigen Sie, dass Sie Ihr Handwerk verstehen und liefern Sie Projekt- und Maßnahmenpläne mit Meilensteinen für die nächsten Jahre.

Betriebswirtschaftliche Aspekte & Zahlenwerk

Durch den betriebswirtschaftlichen Plan wird klar, ob und unter welchen Bedingungen sich die Idee rechnet. Dieses Element ist meist verhältnismäßig umfangreich und dient dem Kapitalgeber dazu,

- einen Überblick über die eingesetzten Systeme im Finanz- & Rechnungswesen zu erhalten (z.B. Buchhaltung, Kostenrechnung, Controlling, etc.),
- die vorgestellte Idee auch in Zahlen

abgebildet zu sehen (Planungsrechnung),

- zu beurteilen, wie sicher das Investment bzw. welche Rendite zu erwarten ist.

Neben dem Jahresabschluss sollten folgende Planrechnungen (zumindest für die nächsten drei Jahre bzw. für die Finanzierungsdauer) vorliegen:

- Investitionsplan & Investitionsrechnung
- jährlicher Kapitalbedarfsplan und unterjähriger Finanzplan
- Plan - GuV / Budget und Planbilanzen

In diese Planungsrechnungen sind die Daten aus den Marketingzielen, der Mitarbeiterentwicklung, der Forschungs- und Entwicklungsvorhaben, etc. realistisch zu planen und schlüssig und vor allem ohne Widersprüchlichkeiten (!) zu integrieren. Stimmen Sie Ihre Strategieableitung und Budgetierung in mehreren Runden ab. Runden Sie die Planung mit Ihrem Finanzierungskonzept ab. Ermitteln Sie Ihren Finanzierungsbedarf, die mögliche Eigenkapitalzuführung und stellen Sie Ihre anzubietenden Sicherheiten dar.

TIPP:

Berücksichtigen Sie vor allem bei Expansions- und Innovationsprojekten alle Aspekte, d.h., unterschätzen Sie nicht Kosten für Anlaufverluste, Übersiedlung, etc. Planen Sie mit ausreichenden Reserven (z.B. für Baukostenerhöhungen, etc.). Details zu diesem Thema und die Möglichkeit, einen Newsletter zu abonnieren, finden Sie auch auf www.orange-cosmos.com.

