



Center of
Entrepreneurship

GRÜNDERLEITFADEN

**EINFACH
PLANEN.**

**Businessplan
leichtgemacht**

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



**Zusammen.
Zukunft.
Gestalten.**

FAQ's



Basics

WAS IST EIN BUSINESSPLAN?

Er hilft dabei, eine erste **Orientierung und übergeordnete Struktur** zu schaffen und die eigene Idee zu **fokussieren** und zu **konkretisieren**. Dadurch wird ein Bewusstsein für die **anstehenden Herausforderungen** geschaffen und das **Risiko reduziert**. Der Business Plan gilt als Grundlage für die weitere Planung und das Projektmanagement und als **Basis für Controlling und Erfolgsanalyse**.

WIE LANG SOLLTE EIN BUSINESSPLAN SEIN?

Der Businessplan dient als **unternehmensexternes Kommunikationsmittel**. Er ist wie ein **CV des Unternehmens** und relevant für vier verschiedene Stakeholdergruppen: Gründerteams, Banken und Investoren, Geschäftspartner, Gründer- und Businessplanwettbewerbe.

WARUM IST EIN BUSINESSPLAN SO WICHTIG?

Ein **klassischer Businessplan** in Word Format besteht aus **20-40 Seiten**. Ein **Read Deck** in PpwerPoint-Format, das die gleichen Inhalte, aber eine visuell ansprechendere Darstellung als ein Business Plan hat und ausführlicher als ein Pitch Deck ist, sollte **20-30 Folien** umfassen.



Funktion und Relevanz

Der Businessplan besteht aus 3 Leitfragen.

WAS IST DER INHALT EURES GESCHÄFTS?

1

Das bedeute konkret: Welches **Produkt** oder welche **Dienstleistung** bietet ihr an?

Was ist dessen **Mehrwert** und **Nutzen** für den Kunden?

WIE ERFOLGT DIE UMSETZUNG?

3

Geschäftsmodell und
Umsetzungsmöglichkeiten

Gründerteam und
Kompetenzen zur
erfolgreichen Umsetzung

**Finanz- und
Liquiditätsplanung** sowie
aktuelle Situation

Realisierungsfahrplan (3-5
Jahre)

WIE IST EUER GESCHÄFT POSITIONIERT?

2

Wie ist der **Markt** sowie das
Marktumfeld?

Welche **Wettbewerber** und
Konkurrenz gibt es?

Welche **strategische
Ausrichtung** und
Differenzierung soll euer
Geschäft verfolgen?



Wie soll ein Businessplan formal aussehen?

EIN PROFESSIONELLER BUSINESSPLAN IST:

- Aussagekräftig:** Der Businessplan enthält alles, was ein Investor wissen muss, damit er das Vorhaben finanziert – nicht mehr und nicht weniger.
- Strukturiert:** Der Businessplan ist klar gegliedert.
- Sachlich:** Der Businessplan ist keine Werbebroschüre. Arbeite mit fundierten Argumenten.
- Verständlich:** Die Texte sind in klarer Sprache verfasst und auf den Punkt gebracht: knappe Formulierungen, kein Jargon, keine Abschweifungen. Einfache Zeichnungen und Darstellungen.
- Kurz:** Der Plan, inklusive Anhang, umfasst maximal 30 Seiten.
- Leserfreundlich:** Die Schriftgröße ist mindestens 11 Punkt, der Zeilenabstand 1,5 und der Rand mindestens 2,5 cm.
- Ansprechend:** Die Charts und Tabellen sind einfach und übersichtlich; keine „Farbshows“ und grafischen Spielereien

QUALITÄTSKRITERIEN UND REGELN

- **Das Layout** des Businessplans muss das **Unternehmen widerspiegeln**
- Struktur und Inhalt dem eigenen Unternehmen angemessen
- Nutzung von Grafiken, Abbildungen und Tabellen abgestimmt auf die einzelnen Kapitel
- Seitenzahlen, Kopf-/ Fußzeile, Einbindung Firmenlogo, ...
- **Angemessenen Detailgrad** wählen (Zielgruppenkongruenz beachten!)
- Kennzeichnung/ **Offenlegung von Annahmen**
- Plausible und nachvollziehbare **Begründung aller Annahmen**
- Offenlegung aller verwendeten **Quellen und Nachweis** der Herkunft der Informationen
- Idealerweise vorab neutraler Test durch Unternehmensexternen

Aufbau und Inhalt

Welche Punkte sollen im Business Plan enthalten sein?

AUFBAU DES BUSINESSPLANS

Executive Summary

Geschäftsidee & Geschäftsmodell

Team & Partner

Markt & Wettbewerb

Marketing & Vertrieb

Finanzplanung & Finanzierung

Chancen & Risiken

Zeitplan & Ausblick

Anhang



Aufbau und Inhalt

Welche Punkte sollen im Business Plan enthalten sein?

EXECUTIVE SUMMARY

1

- **Kurze, prägnante** Darstellung (maximal zwei Seiten)
- Zusammenfassung = **eigenständiges Dokument und keine Einleitung**
- Enthält alle wesentlichen Züge des Businessplans
- Weitere Kapitel des Businessplans erweitern nur die Aussagen

TEAM & PARTNER

3

GRÜNDER(TEAM)

Teamdynamik, Schwachstellen, Personalplanung und Unternehmenskultur

PARTNER UND BERATER

Welchen externen Schüsselpartner werden benötigt?

STANDORT

Wo soll das Unternehmen aufgebaut werden?

RECHTSFORM & VORSCHRIFTEN

Was muss formal beachtet werden?

GESCHÄFTSIDEE & GESCHÄFTSMODELL

2

PRODUKT

Was bietet das Team an?

ALLEINSTELLUNG

Was ist das Besondere an der Lösung?

ZIELKUNDEN

Wer sind die Kunden?

ERLÖSMECHANISMUS



Aufbau und Inhalt

Welche Punkte sollen im Business Plan enthalten sein?

MARKT & WETTBEWERB

4

MARKT

- Einseitig oder mehrseitig
- Größe, Volumen, Wachstum, Segmente
- Eintrittsbarrieren und -strategien

WETTBEWERB

- Geschäftsmodelle und Strategien von Wettbewerbern
- Potenzielle Reaktionen
- Realistische Marktpositionierung

5

MARKETING & VERTRIEB

MARKTEINTRITTSTRATEGIEN

- Was sind die Schritte zum Markteintritt und wie sieht der Zeitplan aus?
- Wie kann man das Produkt sichtbar machen?

KUNDENGEWINNUNG UND -BINDUNG

- Wie wollen die Gründer Kunden gewinnen und wie binden?

PREISPOLITIK

- Penetrationspreis vs. Hochpreis
- Wie sieht die Preisdifferenzierung aus?

VERTRIEBSKONZEPT

- Über welche Kanäle werden welche Zielgruppen erreicht?
- Darstellung des Produktverkaufsprozesses

KOMMUNIKATIONSKONZEPT

- Wie sehen die Kommunikationsmaßnahmen aus?
- Was sind die Kommunikationsziele?



Aufbau und Inhalt

Welche Punkte sollen im Business Plan enthalten sein?

FINANZPLANUNG & FINANZIERUNG

6

ERTRAGSQUELLEN/UMSATZ

Wofür und wann fließt Geld an das Unternehmen?

KOSTEN

Wofür wird Geld ausgegeben?

PRIVATENTNAHME

Wie viel Geld wird für private Zwecke entnommen?

KAPITALBEDARF & FINANZIERUNG

Wofür wird Geld benötigt und wie viel? Woher soll das Geld kommen?

RENTABILITÄT

Wie viel Gewinn macht das Unternehmen und ab wann?

LIQUIDITÄT

Wie entwickelt sich der Kontostand?

7

CHANCEN & RISIKEN

CHANCEN

- Welche Chancen bietet das Vorhaben?
- Wie werden diese genutzt?

RISIKEN

- Was könnte die Entwicklung des Unternehmens behindern?
- Mit welchen Strategien wird den Risiken begegnet?

8

ZEITPLAN & AUSBLICK

MEILENSTEINE

- Zeitpunkt von Markteintritt und Break-Even
- Finanzierungsstufen

ZEITPLAN UND ZEITABLAUF

- Nächste konkrete Schritte
- Langfristige Ziele und Visionen