



Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg 2010 Seminarprogramm Berlin



Vereinigung der Unternehmensverbände
in Berlin und Brandenburg e.V.



Basisseminar 1: Der Businessplan

Hans-Jürgen Buschmann
Buschmann & Buschmann

Der Businessplan

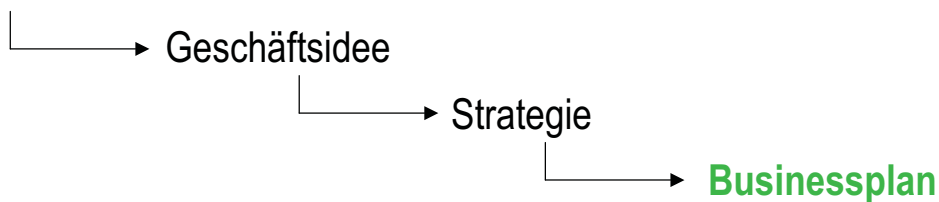
- 1. Was wollen wir in diesem Seminar erreichen?**
- 2. Welche Bedeutung hat der Businessplan?**
- 3. Die systematische Entwicklung eines Businessplans**
- 4. Im Zentrum: Produkt, Dienstleistung**
- 5. Ausblick: Welche Bedeutung hat der Businessplan nach der Gründung?**

1. Was wollen wir in diesem Seminar erreichen?

Welches Wissen, welche Instrumente benötigen wir?

Arbeitsweise und Instrumente für die Entwicklung eines Businessplans:

1. Idee



Die schlüssige **Geschäftsidee** ist die Basis für die erfolgreiche Entwicklung eines erfolgreichen **Businessplans** (siehe Basisseminar 2).

Welche Vorbereitung benötigen wir?

Persönliche Vorprüfung:

1. Was kann ich besonders gut?
2. Was davon kann ich besser als andere?
3. Wer braucht das, was ich anbiete?
4. Wie finde ich diejenigen, die das brauchen?
5. Wie kann ich gut leben (mich belohnen) von dem, was ich verkaufe?

Wenn aus den Antworten kein klares geistiges Bild entsteht,
macht es keinen Sinn, ein neues Unternehmen zu beginnen!

2. Welche Bedeutung hat der Businessplan?

Der Businessplan ist die Schule für unternehmerisches Denken

Frage: Was ist unternehmerisches Denken?

1. Schritt: worüber denken wir nach?

Gedanken —————> kreisen lassen

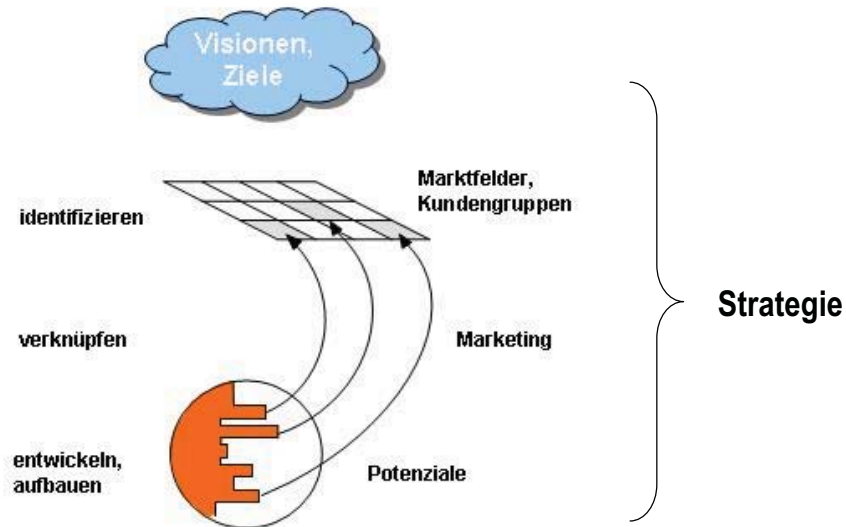
Ideen —————> besessen werden

Ziele —————> neue Wege gehen

Zahlen —————> berechenbar sein

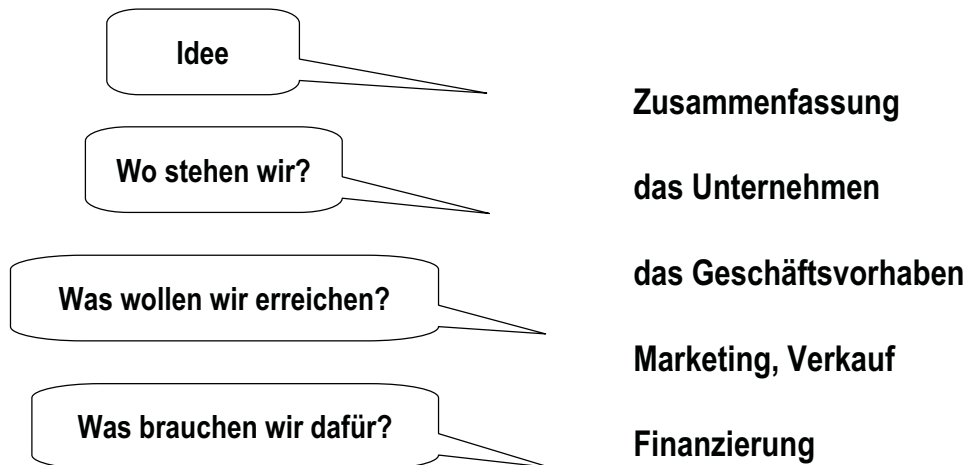
Unternehmerisches Denken: 2. Schritt

Die Arbeitsfelder: Visionen/Ziele, Strategie, Potentiale, Marketing



3. Die systematische Entwicklung eines Businessplans

Die Erstellung eines Businessplans ist ein Prozeß



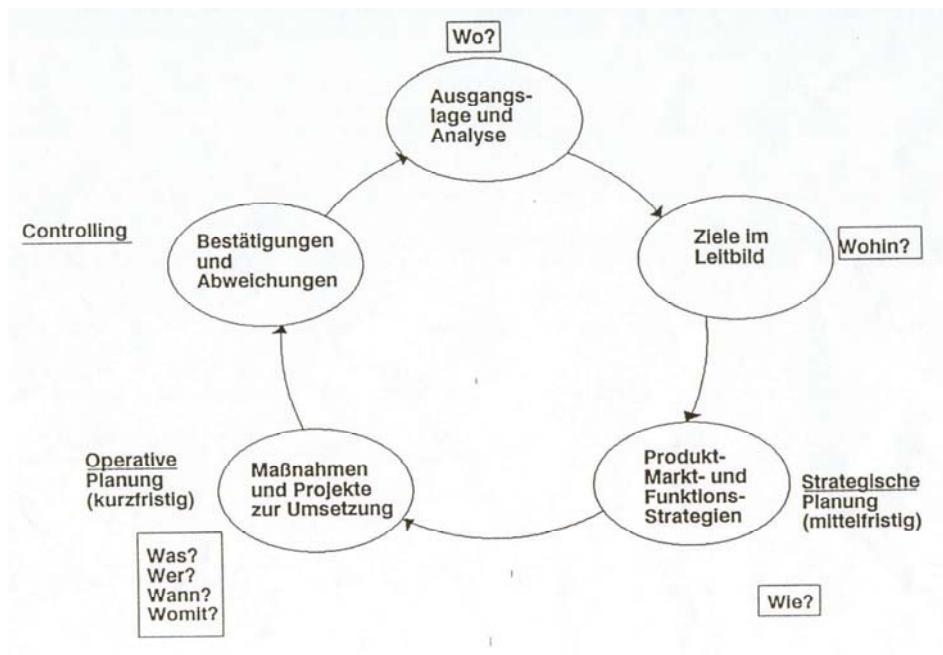
Die Struktur des Businessplans in der Praxis

Beispiel aus Handbuch Businessplan-Wettbewerb

1. Zusammenfassung
2. Produkt/Dienstleistung
3. Gründer (-Team)
4. Marktanalyse
5. Marketing
6. Unternehmen und Organisation
7. Finanzplanung und Finanzierung

Alle anderen Businessplan-Varianten sind ähnlich aufgebaut

Strategieentwicklung im Regelkreis



Die Ausgangssituation

Alles prüfen: Wie stehe ich heute da?
Wo komme ich her?
Was ist die Wurzel für meine
Geschäftsidee?

Fragen: (siehe Vorprüfung)

- Welche persönlichen Fähigkeiten habe ich?
- Welche beruflichen Erfahrungen kann ich einbringen?
- Was war der Auslöser für meine Geschäftsidee?
- Welches Umfeld unterstützt meine Unternehmung?
- Was fehlt mir noch an Wissen?

Was will ich erreichen: meine Ziele

Wie entwickelt man Ziele? - Ziele werden aus Leitbildern abgeleitet → Wünsche, Wollen, Sehnsucht

Leitbilder:	Ein detailreiches <u>Bild</u> der <u>Zukunft</u> mit großer <u>Zugkraft</u> , von mir und meiner Unternehmung
dafür notwendig	Phantasie, Neugierde, Bereitschaft neue Wege zu gehen, Altes loslassen
Ziele:	Sind klare Vorgaben, die das Leitbild (annähernd) in einem überschaubaren Zeitraum erfüllen
Übung zum Leitbild:	erst nachdenken - dann aufschreiben
	Was an meiner Unternehmung weckt Begeisterung in mir?
	Welches attraktive Bild sollen meine Kunden, Partner von mir haben?
	Wie genau wird/soll meine Arbeit aussehen?

Was und wie plane ich ?

Pläne sind aus Zielen abgeleitete Maßnahmen und Handlungsvorgaben. Der Maßstab für ihre Auswahl ist ihr Beitrag zur Zielerreichung. Merke: keine Maßnahmen ohne Zielvorgaben!

Vorgehensweise

1. Schritt quantitative und qualitative Ziele für 3 Jahre
2. Schritt alle Maßnahmen in Handlungsfelder sortieren, von außen nach innen: welche/wie viel Kunden, welche Produkte/Dienstl., welcher Entwicklungs-/Herstelleraufwand, welche Anlaufzeit usw.
3. Schritt daraus Ableitung von Zahlen: Kosten, Erlöse

Umsetzung: die ersten Schritte

„Im Anfang war die Tat“ - Faust (Studierzimmer)

Alles planen, beschreiben nützt nichts: Ich muss es auch machen!

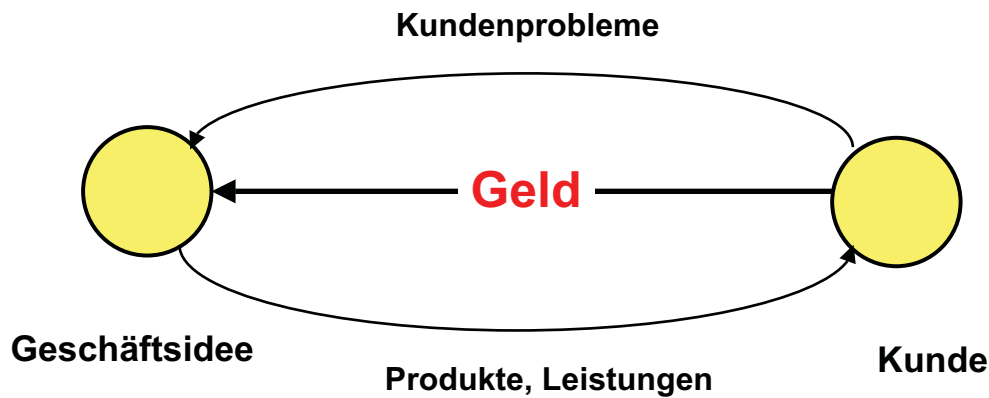
Als Gründer ohne praktische Geschäftserfahrung benötige ich gute Phantasie, um die ersten Monate beschreiben zu können.

Hilfreich:

- Wettbewerber anschauen, wie die es machen**
- Praktiker, Berater befragen - spez. Finanzierung**
- evtl. erfahrenen Geschäftspartner einbinden**
- Praktikum machen**

5. Im Zentrum: Produkt, Dienstleistung

Umdrehen der Denk- und Handlungsweisen



Die Produkt-/Dienstleistungsstrategie

Um den Markt und die Kunden für die eigene Geschäftsidee und die eigenen Produkte und Leistungen erfolgreich aufzuschließen, sind die folgenden Schritte notwendig:

- Kundengruppenselektion im Überblick
 - Kundengruppengespräche - möglichst selbst führen
- } In BP Kap. Marketing

Aus diesen Ergebnissen:

- Produkt-/Dienstleistungsentwicklung und Design → in BP Kap. ...
- Kalkulation und Preisbildung → in BP Kap. Finanzierung
- Auswahl Absatz-/Vertriebswege → in BP Kap. Marketing

Prozeß zur Produktentwicklung

Ein Prozess, der immer aus 2 gleichwertigen Teilen besteht

1. Produkt-/Dienstl.-
Entwicklung: - welche (Produkt-/DL-) Lösung für das Problem?
- wie schnell auf dem Markt?
- kaufen oder entwickeln? (Zeit, Geld)
- was ist daran einzigartig?

2. Kundengewinn: - Bekanntheitsgrad, Image - am Anfang noch gering
- Vertrauen durch kundenorientierte Lösungen
- höchste Leistung in Qualität und Service
- Einzigartigkeit von Produkt, Service herausstellen
- individuelle Ansprache jeder Kundengruppe
(Sprache, Bilder)

Der Erfolg der Produktentwicklungsstrategie: Verkaufen

Es ist für den Erfolg eines Unternehmens unwichtig, etwas tolles entwickelt zu haben. Entscheidend ist allein, ob das entwickelte erfolgreich verkauft werden kann!

Grundkenntnisse des Marketings und eine schlüssige Marketing-Strategie gehören also zwangsläufig dazu.

Der wichtigste Grundsatz für Erfolg

**Vergleichbare Leistungen
erwirtschaften mittelfristig
Null Erträge!**

Oder: Das was alle können, damit ist kein
kein Geld zu verdienen.

**5. Ausblick: Welche Bedeutung hat
der Businessplan nach der Gründung?**

Unternehmerisches Denken wurde geschult und die wichtigsten strategischen und operativen Instrumente wurden eingesetzt.

Das ist die Basis für die Zukunft!

Mit wachsendem und expandierendem Geschäft muss diese Grundlage langsam erweitert werden.

Neue Themen:

**Führung
Personalmanagement
strategisches Marketing
Verkaufstechniken
Finanzierungsstrategien**

Viel Erfolg!



Kontakt in Berlin

Wettbewerbsbüro in der IBB

Adresse: Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg
Wettbewerbsbüro in der Investitionsbank Berlin
Bundesallee 210
(Eingang Regensburger Straße)
10719 Berlin

Hotline: 030 / 21 25-21 21

Fax: 030 / 21 25-21 20

Online: www.b-p-w.de

Mail: info@b-p-w.de

Kontakt in Brandenburg

Koordinationsbüro in der ILB

Adresse: Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg
Koordinationsbüro in der
InvestitionsBank des Landes Brandenburg (ILB)
Steinstraße 104-106
14480 Potsdam

Hotline: 0331 / 660-22 22

Fax: 0331 / 660-12 31

Online: www.b-p-w.de

Mail: businessplan@ilb.de



Die Deutschen Gründer- und Unternehmertage 2010
finden statt
am 29. und 30. Oktober 2010
in der STATION-Berlin.

Alle Informationen unter www.degut.de

