
GRÜNDEN?
KLAR DOCH!
DU, WIR
& UNSER
NETZWERK
BPW
2027
www.b-p-w.de

BPW
#wirgründen

BPW 2027

Seminarprogramm Berlin

Investitionsbank Berlin

Investitionsbank des Landes Brandenburg ILB

BPW
#wirgründen

Wie Du einen Businessplan schreibst

Anett Lommatzsch

manus ordinans
UNTERNEHMENSBERATUNG

Der Businessplan

Deckblatt mit ihren Kontaktdaten

Inhaltsverzeichnis

1. Gründungsvorhaben: Zusammenfassung
2. Produkt und Dienstleistung
3. UnternehmerIn (-team)
4. Marktanalyse
5. Marketing-Mix
6. Geschäftssystem und Organisation
7. Meilensteinplanung
8. Chancen und Risiken
9. Finanzplanung siehe Anlage

10. Anlagen

Kapitalbedarfsplanung, Liquiditäts- und Rentabilitätsvorschau für 3 Jahre, CV, Referenzen & Qualifikationen, ggf. Vorverträge

Der Businessplan

Deckblatt mit ihren Kontaktdaten

Inhaltsverzeichnis

1. Gründungsvorhaben: Zusammenfassung

aus jedem Kapitel das Wichtigste

Empfehlung: möglichst „nur“ 1 A4 Seite nutzen

Kapitel 2: Produkte/ Leistungen

2.1 Geschäftsidee

2.2 Kunden und Kundennutzen von ihrem Angebot

2.3 Innovation der Idee: Alleinstellungsmerkmal/ USP

Kapitel 2: Produkte/ Leistungen

PROBLEM => LÖSUNG

Zielgruppen => Wertangebot

Kapitel 2: Produkte/ Leistungen

2.1 Geschäftsidee

Was biete ich an? Welche sind meine Kernkompetenzen, meine Stärken?

Wie bin ich erreichbar? Öffnungszeiten? Terminvergaben? Welchen Service biete ich?

Inwiefern ist Nachhaltigkeit in meinem Konzept berücksichtigt?

Unternehmenswerte, Unternehmenskultur, Philosophie

2.2 Kunden und Kundennutzen von ihrem Angebot

Wer sind meine Kunden? Beschreiben Sie Persona nach

- Privatkunden (B2C) / Firmenkunden (B2B) / öffentliche Ausschreibungen
- sozio-demografischen, psychologischen und geografischen Faktoren
- Welchen Nutzen/Wert können die Kunden in Ihrem Angebot sehen? Was könnte sie dazu bewegen ihr Angebot zu „wollen“?

2.3 Innovation der Idee: Alleinstellungsmerkmal/ USP

Was unterscheidet ihr Konzept von den anderen? => Marktanalyse

Kapitel 3: UnternehmerIn (-team)

3.1 fachliche Qualifikationen und beruflicher Werdegang

3.2 kaufmännische und betriebswirtschaftliche Kenntnisse

3.3 Defizite und Maßnahmen, um diese zu beheben

3.4 Ziel der Unternehmensgründung

3.5 Unterstützung durch Familie und Freunde

Kapitel 3: Unternehmer:in (-team)

3.1 fachliche Qualifikationen und beruflicher Werdegang

Jede/r PartnerIn: Erzählen Sie ihre Geschichte. Was haben Sie über sich erfahren?

Welche Fähigkeiten und Fertigkeiten haben Sie erlangt? Welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

⇒ Die Kompetenzen sollten sich mit der Aufgabenverteilung (in Kapitel 6 Betriebsorganisation) decken.

3.2 kaufmännische und betriebswirtschaftliche Kenntnisse

Bitte explizit auf diese Kenntnisse bzw. fehlendes Wissen eingehen mit ggf. Verweis auf Kapitel 3.3.

3.3 Defizite und Maßnahmen, um diese zu beheben

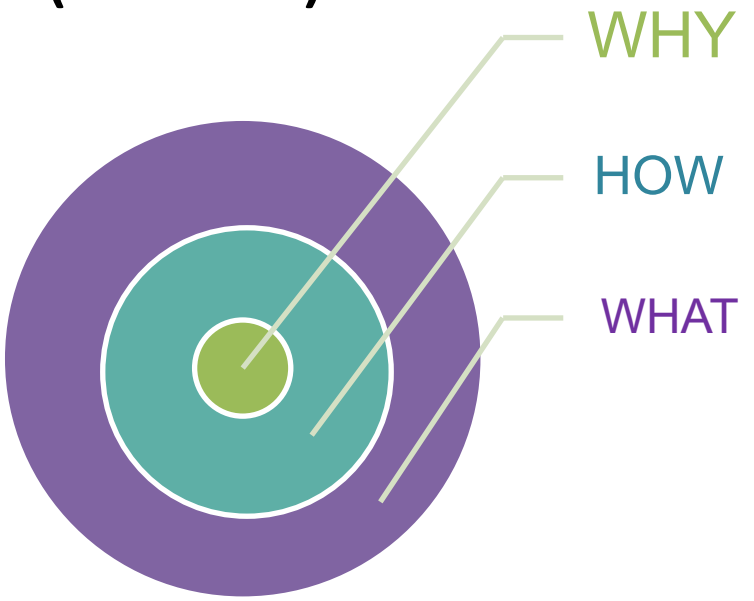
Fähigkeiten & Fertigkeiten / soft skills & hard facts

Kapitel 3: Unternehmer:in (-team)

3.4 Ziel der Unternehmensgründung

Ihre Motivation zu gründen

Ihre Motivation mit dieser Idee zu gründen.



In Anlehnung an Simon Sinek „The Golden Circle“

3.5 Unterstützung durch Freunde und Familie

Ist Ihrer Familie bewusst welche Herausforderungen eine Selbstständigkeit mit sich bringen kann, z.B. viele Stunden Arbeit, Existenzängste, Konflikte mit Kunden usw. Wie gehen Sie damit um?

Kapitel 4: Marktanalyse

4.1 allgemeine Marktentwicklung

4.2 Zielgruppenanalyse

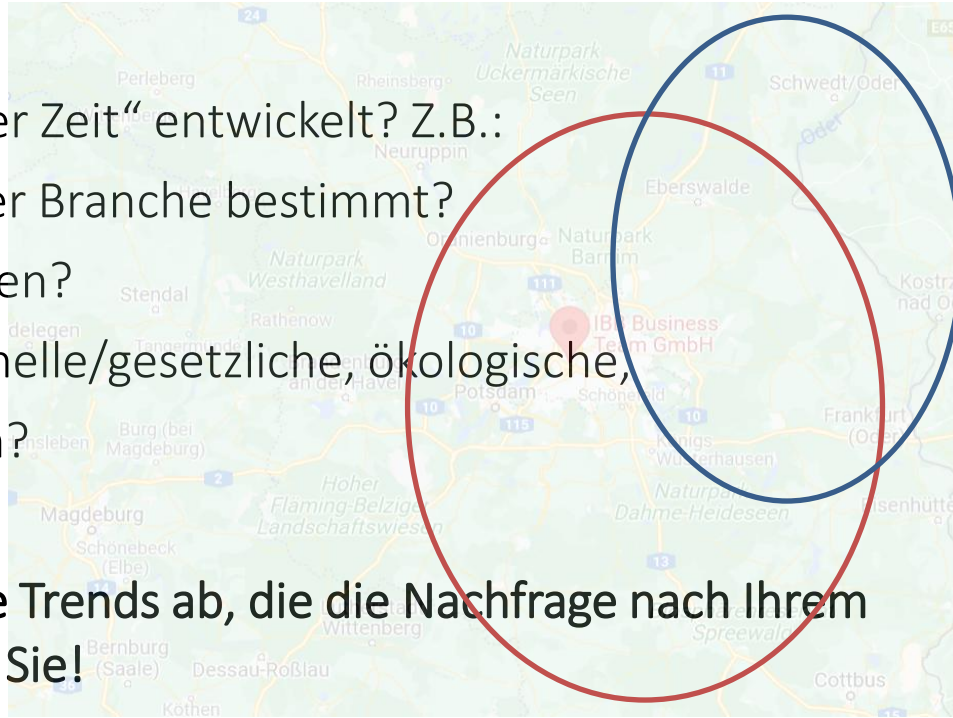
4.3 Mitbewerberanalyse

Kapitel 4: Marktanalyse

4.1 allgemeine Marktentwicklung

Welche sind ihre **(Teil-)Märkte**? Wie kann der Markt segmentiert werden?

Definieren Sie ihr **Einzugsgebiet** für das jeweilige Angebot (Produkt/DL Kapitel 2)



Wie haben sich diese Märkte „in letzter Zeit“ entwickelt? Z.B.:

Wodurch wird das Wachstum in ihrer Branche bestimmt?

Wie entwickeln sich Preise und Kosten?

Gibt es politische, soziale, institutionelle/gesetzliche, ökologische, technologische usw. Veränderungen?

Lesen Sie von den Entwicklungen weitere Trends ab, die die Nachfrage nach Ihrem Angebot beeinflussen können. Bewerten Sie!

Kapitel 4: Marktanalyse

4.2 Zielgruppenanalyse

In Kapitel 2.2 haben Sie ihre „Wunsch“-Kunden beschrieben.

Nun **prüfen und analysieren** Sie den Markt auf ihren Wunsch:

Gibt es diese Kunden in ihrem Einzugsgebiet?

Definieren Sie konkrete Zielgruppen.

Es gibt nicht eine Zielgruppe von 0 bis 99 Jahre. Welche Kundenbedürfnisse liegen vor? Was sind kaufentscheidende Faktoren für ihren Kunden? Analysieren Sie **Kaufverhalten** und **Kaufpotential**.

Welche potentielle Kund:innen können Sie nennen? Besteht schon Nachfrage nach ihrer Dienstleistung?

Gleichen Sie ihre Ergebnisse mit ihrem Kapitel 2, dem Geschäftsidee, ab, verändern Sie ggf. ihr Konzept und/oder Einzugsgebiet, Zielgruppen.

Kapitel 4: Marktanalyse

4.3 MitbewerberInnenanalyse

Recherchieren Sie ihre Konkurrenten, quantitativ (Anzahl) und qualitativ.

Schauen Sie über den Tellerrand ihres Einzugsgebiets hinaus.

Z D F

Qualitativ:

- Welche Zielgruppe sprechen ihre Wettbewerber an?
- Was kosten vergleichbare Produkte der Konkurrenz?
- Welche Vertriebskanäle nutzen ihre Mitbewerber?
- Welche Marketingstrategie verfolgen ihre Mitbewerber?

Bewerten Sie ihre Mitbewerber: neutrale auf dem Markt, kleine-große Konkurrenz und warum? Potentielle Kooperation und warum? Gleichen Sie ggf. ihr Kapitel 2 ab.

Kapitel 5: Marketing – die 4 Ps

Machen Sie ihre externe Strategie rund!

Product Policy

Price Policy

Promotion Strategy

Place Strategy

Kapitel 5: Marketing Mix

Angebot: Wollen Sie eine universelle Dienstleistung/Produkt für alle Kunden anbieten oder Ihr Angebot gezielt den Anforderungen einzelner Kunden anpassen

Produkt Politik

Service: Welchen Service bieten Sie ihren Kunden? Z.B. Nachhaltigkeit

Kapitel 5: Marketing Mix

Preis: Welchen Endverkaufspreis sollen ihre Angebote erzielen?

Wie ist ihre Strategie? Wollen Sie mit einem niedrigen Preis möglichst schnell im Markt Fuß fassen oder von Beginn an eine langfristig haltbare und durchsetzbare Preisstrategie fahren?

Wie regeln Sie die Bezahlung ihrer Dienstleistungen, Zahlungsfristen, Rabatte etc.

Bedenken Sie:

Generelle Preisorientierte auf dem Markt

Preispakete

Preisdifferenzierungen

Preiskampagne

Zahlungsbedingung

Garantie

Preis politik

Kapitel 5: Marketing Mix

Kommunikations-strategie

Kundengewinnung:

Wie bekannt sind ihre Angebote?

Wie machen Sie ihre Dienstleistung bekannt?:

- Welche Werbemittel nutzen Sie dabei?
- Welche Zielgruppe erreichen Sie über welchen Kanal?
- Passen ihre Werbemittel zu ihren Unternehmenswerten und ihren Kunden? Z.B. in Bezug auf Nachhaltigkeit
- Zeit und Ressourcen, um einen Kunden zu gewinnen (Kapitel 6)

Kundenbindungsmaßnahmen

- Wie binden Sie ihre Kunden an ihr Unternehmen?

Wie viel Zeit & Kapazitäten kostet es, einen Kunden zu gewinnen/zu binden?

Kapitel 5: Marketing Mix

Welche Kanäle nutzen Sie für das jeweilige Angebot und Zielgruppe,

d.h. wie kommt ihr Produkt/Dienstleistung an die Kundschaft?

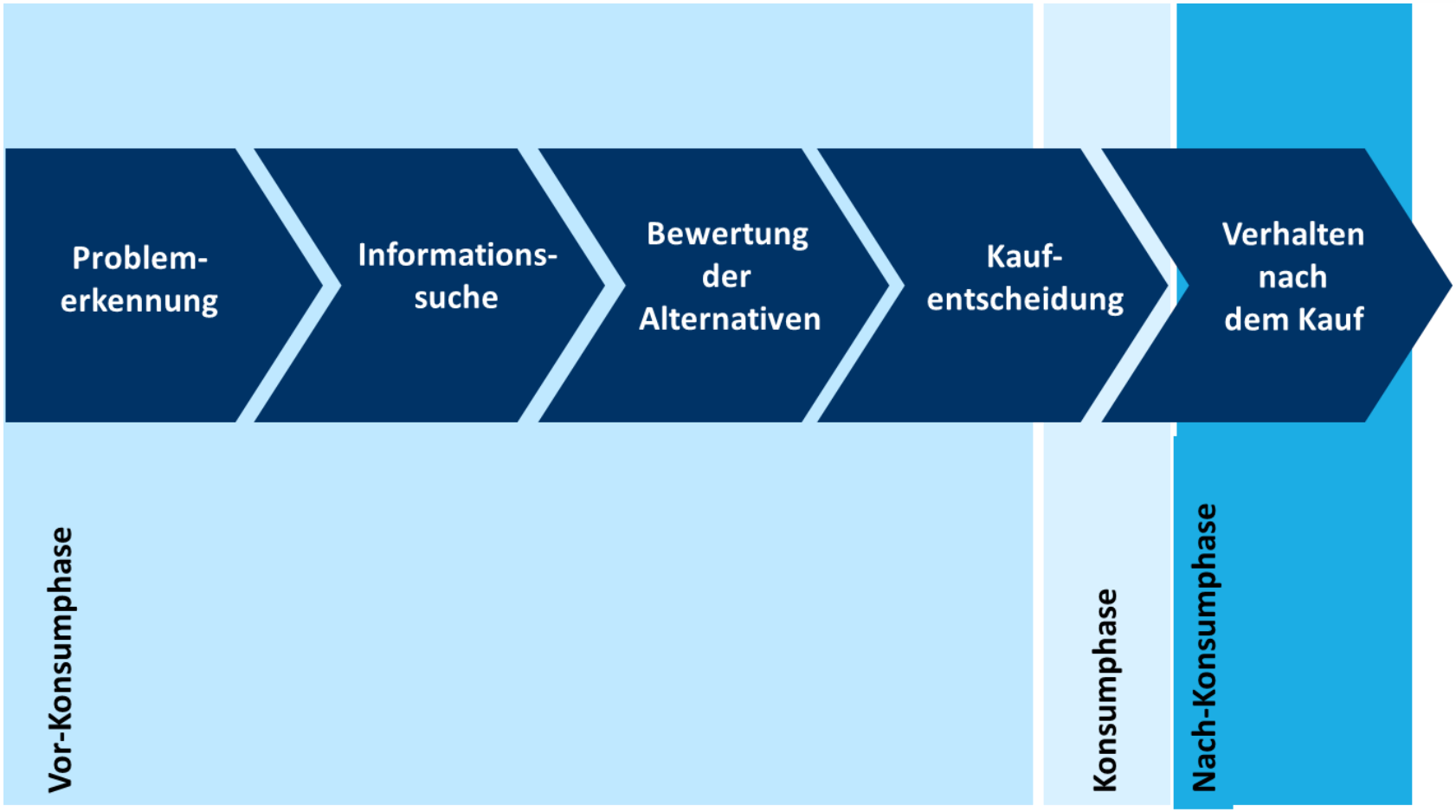
Oder andersherum:

Welche Zielgruppen erreichen Sie durch welche Vertriebswege?

Benötigen Sie Lagerplatz, Verpackung? => Verweis auf Kapitel 6 Betriebsorganisation

Vertriebs-strategie

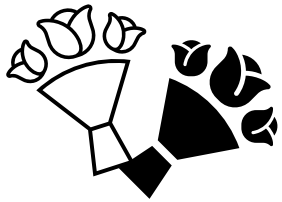
Die 5 Phasen des Kaufprozesses



Kotler/Keller/Bliemel, 2007, S. 296ff

Herzlichen Glückwunsch

BPW
#wirgründen



Ihre externe Strategie ist fertig.



Kapitel 6: Organisation

6.1 Betriebsaufbau: Organisationsstruktur

6.2 Leistungserstellung

6.3 Kalkulation, Investitionsbeschreibung

6.4 PartnerInnen und Lieferanten

6.5 MitarbeiterInnen

Kapitel 6: Organisation

6.1 Organisationsstruktur

Rechtsform

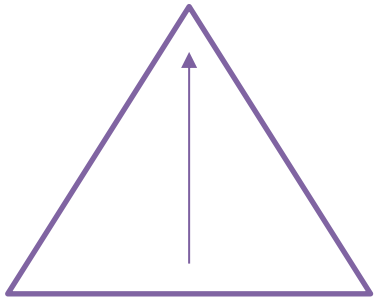
=> Natürliche Person vs. Juristische Person: Haftung, Mitbestimmungsrecht, Buchführung

Gründungsdatum vs. Eröffnungsdatum

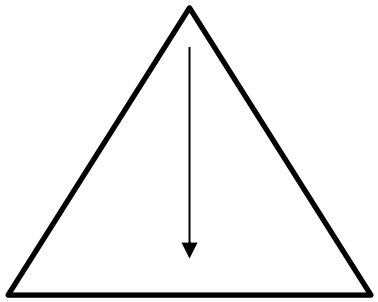
Welche Ressourcen/Kapazitäten werden benötigt? i.e. für rechtliche Fragen, Buchhaltung, Versicherungen

Struktur beschreiben: vertikal und horizontal.

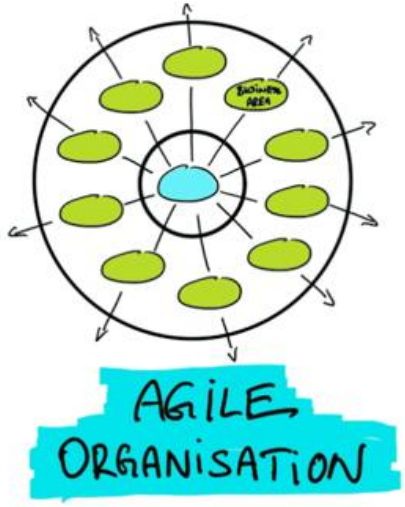
Company organisation structure (vertical structure)



Bottom up



top down



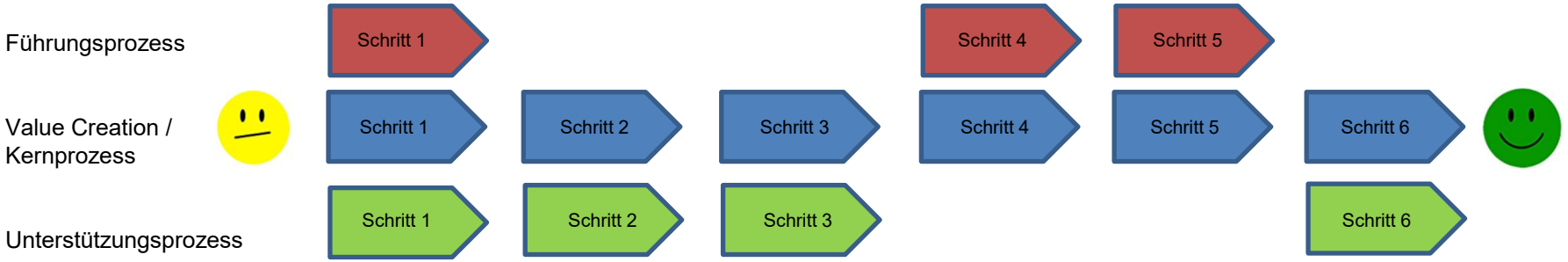
www.metafinanz.de

Kapitel 6: Organisation

6.2 Leistungserstellung: Operational Struktur

BPW #wirgründen

Workflow management (horizontale Struktur)



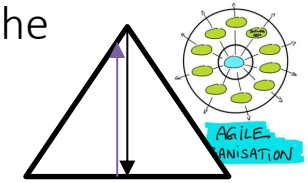


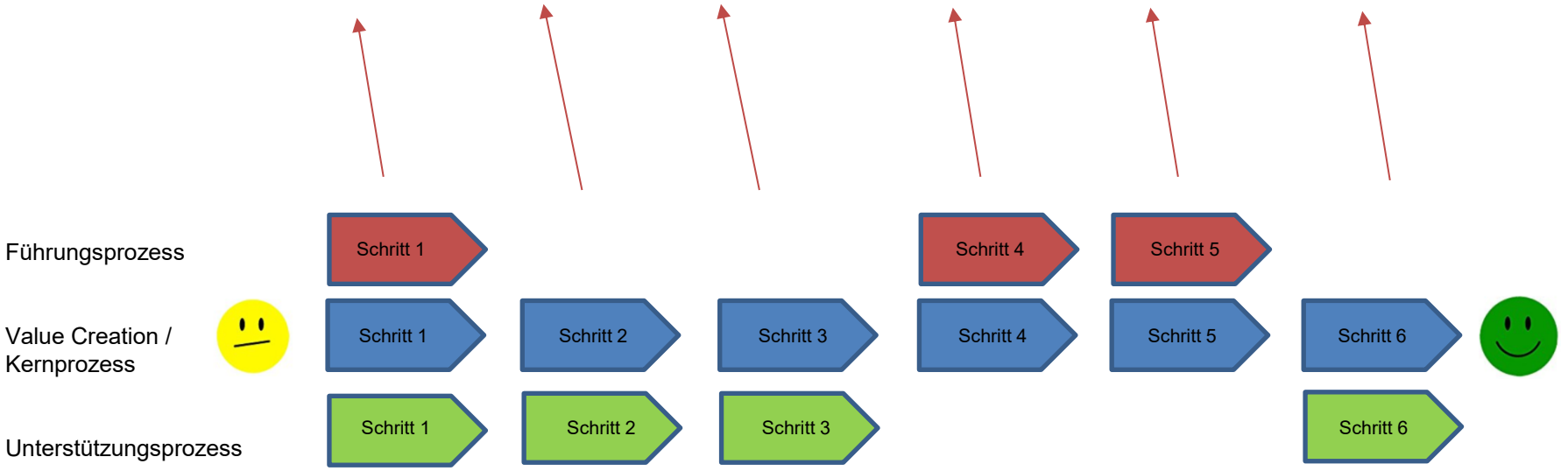
https://www.frevvo.com/blog/workflow-examples/

Kapitel 6: Organisation

6.2 Leistungserstellung: Operational Struktur

Alle Aufgaben, die in der Selbstständigkeit/ dem Unternehmen getätigt werden müssen, sollten benannt werden. Im 2. Schritt sollten die Aufgaben gruppiert werden (cluster) und Überschriften gefunden werden. Drittens, prüfe, ob alle Aufgabenbereiche in der Aufbauorganisation berücksichtigt sind bzw. erstelle diese.





Kapitel 6: Organisation

6.3 Kalkulation

In diesem Kapitel sollen die Rechenwege der “Zahlen” beschrieben und erklärt sein, die in den Anlagen zu finden sind.

Der statistisch maximale Jahresumsatz sollte berechnet sein.

Ggf. den Rohgewinn I errechnen: Verkaufspreis minus Einkaufspreis oder
Umsatz minus Waren und Material.

Welchen Umsatz planen Sie in welchem Bereich?

Gibt es branchenbedingt eine Haupt-/Nebensaison?

Wann fließt Geld? => Verweis auf 6.2 Preispolitik

Wie sieht ihre Kostenstruktur (fix/variabel) aus?

Wie ist ihre Gewinnerwartung, wenn Sie voll ausgelastet sind?

Ab wann planen Sie mit einer vollen Auslastung? => Möglicher Verweis auf Kapitel 7 Meilensteinplanung

Kapitel 6: Organisation

6.3 Kalkulation

Beispiel für die Berechnung eines **statistischen maximal möglichen Jahresumsatz unter den erläuterten Bedingungen im Businessplan**

Freelancer: 1Monat = 4.33 Wochen, 6 Wochen/Jahr frei für Urlaub, Feiertage, Krankheit

1 Jahr=12 Monate => 0.5 Woche/Monat Urlaub/Krank => 3.83 Wochen/Monat Arbeiten

25 Stunden/ Woche Leistungserstellung = 3.83 weeks*25 Stunden*100€/hour

= 9.575€ netto Umsatz/Monat im Durchschnitt

9.575€ netto Umsatz/Monat*12 Monat

= 114.900€ netto Umsatz/Jahr bei voller Auslastung

Kapitel 6: Organisation

6.4 Partners/Kooperationen/Lieferanten/Netzwerke

Arbeiten Sie mit Partnern zusammen?

Wenn ja, können Sie diese schon benennen und für welche Bereiche (Fremdleistung, Material, Ware etc.)?

Wofür benötigen Sie PartnerInnen und Lieferanten? => ggf. Verweis auf 6.1 Aufgabenverteilung.

Welche Vorteile haben die einzelnen Partnerschaften?

Kapitel 6: Organisation

6.5 MitarbeiterInnen

Wie viele Mitarbeitende planen Sie in den einzelnen Bereichen? => ggf. Verweis auf 6.1 Aufgabenverteilung

Ab wann planen Sie einzustellen? entsprechend der Umsatzprognose => Verweis auf Kapitel 6.3 Kalkulation und die Anlagen

Welche Ausbildung/Qualifikation benötigen ihre MitarbeiterInnen?

Wie finden Sie MitarbeiterInnen?

Haben Sie schon potentielle Kandidaten?

Kalkulieren Sie die Arbeitnehmer-/Arbeitgeber- Bruttogehälter

=> AG brutto = AN brutto + 23% für SV-pflichtige Anstellung (33% für Minijob)

Planen Sie Zuschüsse zu beantragen? Falls ja, welche? Kalkulieren Sie diese ein? Wie weit sind Sie mit der Beantragung / Bewilligung?

Kapitel 7: Meilensteine &

Kapitel 8: Chancen & Risiken

BPW
#wirgründen

Diese Punkte sind meistens schon ausgefüllt bzw. ganz klar, wenn Sie an diesen Punkt kommen.

Sie können ihre Meilensteine in Hinblick auf ihre Visionen und Ziele nochmal überprüfen. Ist ihr Konzept stimmig (Kapitel 8)?

Kapitel 7: Meilensteine

7.1 kurzfristige Meilensteine

Ziele in den ersten 3 vollen Wirtschaftsjahren ab Gründung. Bennenen Sie den Meilenstein, die Kosten und den Zeitpunkt der Realisierung (Monat/Jahr).

Falls möglich, beschreiben Sie die zu erwartenden Effekte für ihre Selbstständigkeit, ihre Kunden, die Umwelt etc.

7.2 Mittelfristige Meilensteine

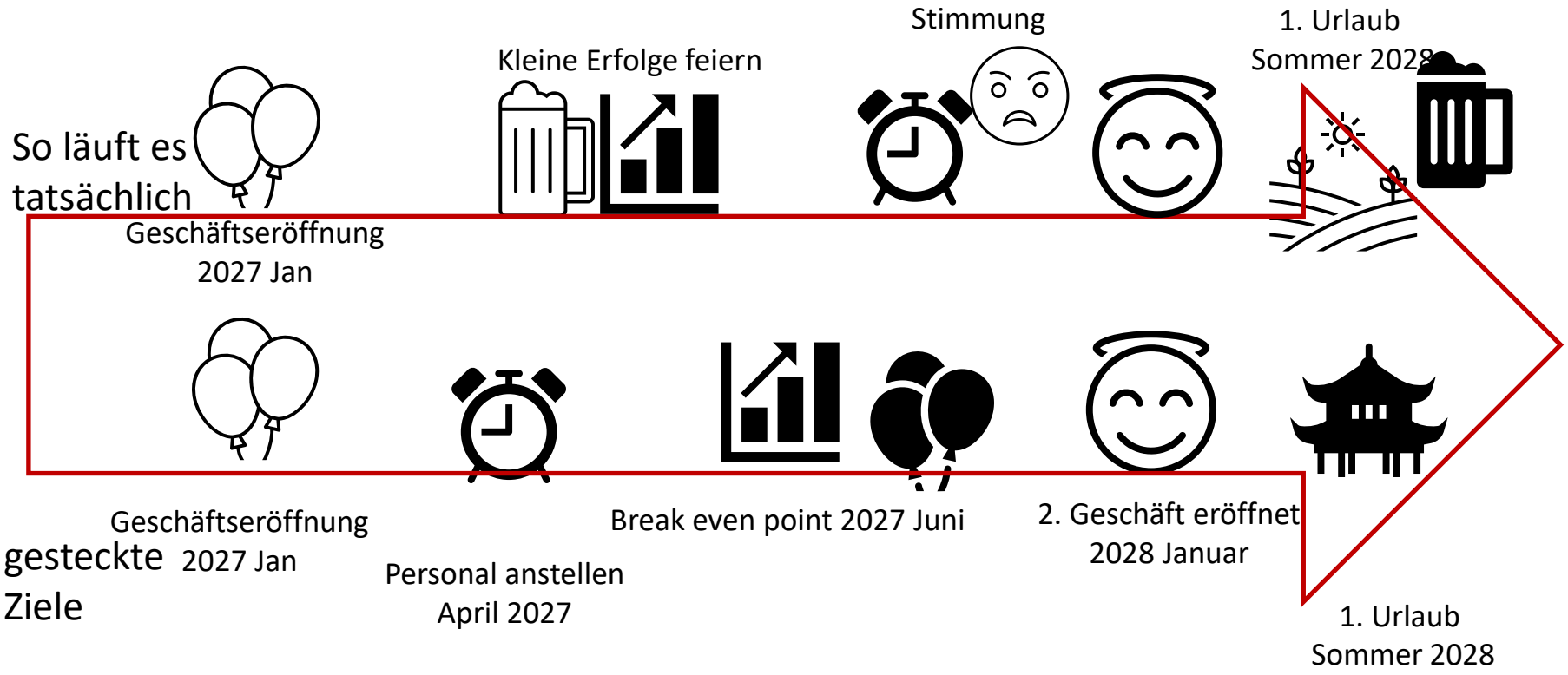
Mittelfristige Meilensteine sind Ziele, die Sie sich in 5 bis 7 Jahren nach der Gründung gesetzt haben. Bennenn Sie ide Meilensteine, wenn sie schon bekannt sind. Falls möglich, beschreiben Sie die zu erwartenden Effekte für ihre Selbstständigkeit, ihre Kunden, die Umwelt etc.

7.3. Langfristige Meilensteine

Haben Sie Visionen wo Sie hin möchten in den nächsten 10, 20 Jahren? Visionen können grob skizziert sein, müssen nicht bis in das letzte Detail beschrieben sein.

Kapitel 7: Meilensteine

SOLL-IST



Kapitel 8: Chancen &Risiken

8.1 Chancen

Welche persönlichen und beruflichen Chancen sehen Sie in ihrer Selbstständigkeit?

Welche Chancen sehen Sie für ihre Geschäftskonzept ggf. Verweis auf Kapitel 3.4 Ziel der Unternehmensgründung

Was schätzen Sie an ihren GeschäftspartnerInnen?

8.2 Risiken

Welche Risiken sehen Sie für sich und ihre Unternehmung?

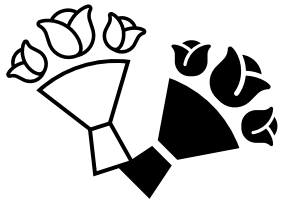
Wichtig: Überlegen Sie sich Maßnahmen, um Risiken möglichst gering zu halten bzw. beschreiben Sie wie Sie mit diesen umgehen im Eintrittsfall.

Auch eine SWOT Analyse ist eine Möglichkeit Kapitel 8 zu bearbeiten.

SWOT ANALYSE	**Projekt**	
	Stärken (Strengths)	**Schwächen (Weaknesses)**
Interne Analyse	Leitfragen: Was machen wir richtig? Was begünstigt unseren Erfolg? Worauf können wir stolz sein? Was können wir besser als andere? Günstige Bedingung: Neue Stärke für das Unternehmen: ⇨ USP?	Leitfragen: Wo sind wir schwach? Was fällt uns schwer? Was fehlt uns täglich? Was bekommen andere besser hin? Schwäche: Umwandlungsstrategie:
Externe Analyse	**Möglichkeiten (Opportunities)**	**Bedrohungen (threats)**
	Leitfragen: Wo bieten sich Möglichkeiten? Zukunftschancen? Was sind günstige Trends? Positive Änderungen? Chance: Neue Stärke des Unternehmens:	Leitfragen: Umfeldänderungen (intern und extern, Geschäftsmodelle, Gesetze, demografischer Wandel) Risiko: Verteidigungsstrategie:

Herzlichen Glückwunsch!

BPW
#wirgründen



Ihre interne Strategie ist fertig!



Kapitel 9: Finanzierung

Jedes geschriebene Wort sollte sich nun in den Zahlen wiederspiegeln

Als Anlage

Kapitalbedarfs- & Investitionsplanung, private Kostenaufstellung
Umsatz- und Rentabilitätsplanung für 3 volle Geschäftsjahre (jährliche Aufstellung genügt)
Liquiditätsplanung für 3 volle Geschäftsjahre (monatliche Aufstellung)

- ✓ **Ideenkonzept**: Wertangebot – Zielgruppen – Kundennutzen – Alleinstellungsmerkmal
- ✓ **Unternehmer:in**: Kenntnisse, Erfahrungen & Netzwerke, Eigenschaften (Stärke/Schwäche)
- ✓ **Marktanalyse**: allgemeine Marktentwicklung – Zielgruppenanalyse – Mitbewerbanalyse
- ✓ **Marketing**: sales funnel zum Markteintritt
- ✓ **Rechtsform**
- ✓ **Kalkulation**: Preise/Sätze – Jahresumsatz bei maximaler Auslastung
- ✓ **Coachingbedarf**

Viel Erfolg & viel Spaß wünsche ich Ihnen in der Umsetzung ihrer Ideen!

Anett Lommatzsch
manus ordinans
UNTERNEHMENSBERATUNG

anett.lommatzsch@manus-ordinans.de

www.manus-ordinans.de

0176 32 06 69 84

BPW 2027

Deine Idee | Dein Konzept | Dein Unternehmen

Hotline: 030 / 21 25 - 21 21
E-Mail: bpw@ibb-business-team.de
Internet: www.b-p-w.de

Förderer

LAND BRANDENBURG

BERLIN
Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe

Kofinanziert von der Europäischen Union

Der Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg wird gemeinsam durch die Länder Berlin und Brandenburg unterstützt sowie aus Mitteln der Europäischen Union kofinanziert.