


ITK/IFA 12		
PlusD	Lernsituation 2.1: Business Model Canvas	
Datum:		
		Seite 1

Info

Was ist ein Businessplan?

Große Ziele sind meist nicht von heute auf morgen zu erreichen. Das ist auch bei der Gründung so. Jeder Gründer:in braucht daher einen guten Plan: Den Businessplan! Mit dem Businessplan bestimmt man die Ziele und legt die dafür nötigen Zwischenziele und -schritte fest. Außerdem dient er dazu, die vielen verschiedenen Bereiche eines Unternehmens verständlich und übersichtlich darzustellen. Der Businessplan ist somit eine Orientierungshilfe, die bei der Gründung und auch später bei der möglichst nachhaltigen Unternehmensentwicklung hilft.


Der Businessplan hilft daran zu erinnern, wo man hinmöchte, benennt also letztlich grobe Ziele. Der Businessplan ist eine Art Leitlinie, an der man sich bei der täglichen Arbeit immer wieder orientieren kann. Nicht zuletzt zeigt er auch nach einer Weile auf, wie weit man schon gekommen ist.

Einen Businessplan zu entwickeln ist keine leichte Aufgabe und dauert auch seine Zeit. Was will man mit dem Unternehmen und der Geschäftsidee erreichen? Was ist das Ziel und wie erreicht man es? Viele Überlegungen sind anzustellen, Recherche ist unbedingt notwendig, und Austausch mit möglichst vielen verschiedenen Leuten mit unterschiedlichen Sichtweisen, Experten und Fachfremde, dringend zu empfehlen.

Kann man sich die ganze Arbeit vielleicht einfach sparen und sofort in den Do-Mode übergehen? Kann man natürlich. Aber das ist dann, als würde man versuchen ein Ziel zu erreichen, von dem man nicht weiß, wie es aussieht, ausgehend von einem Ort, von dem man nicht weiß, wo er sich befindet. Trial and error sind auch gute Lehrer. Und wenn man Zeit und Geld hat, kann man auch auf unbestimmte Zeit erstmal durch die Gegend wandern und schauen was passiert. Aber ehrlicherweise ist es eigentlich immer besser, wenn man sich zumindest grob im Klaren darüber ist, was man eigentlich erreichen will und was dafür nötig ist. Das heißt nicht, dass Pläne nicht auch geändert werden können!

Wenn man einen Businessplan schreibt, hilft das dabei, viel analytischer über die Industrie, den Markt und die Rolle des eigenen Start-Ups oder der eigenen Idee darin nachzudenken. Es ermöglicht einem die unterschiedlichen Akteure und ihre Beziehungen zueinander und Abhängigkeiten voneinander zu begreifen. Der Wert eines Businessplans ist unschätzbar. Die Ideen konkret auszuformulieren und Informationen über mögliche Kunden oder Wettbewerber zu sammeln, wird sich auszahlen, wenn man die Ideen tatsächlich umsetzt.

Hilfreich ist ein Businessplan zum Beispiel bei der **Gründung eines neuen Unternehmens**, aber auch bei der **Partner- und Investorensuche** ist er hilfreich, denn wenn es darum geht Investoren, Kreditgeber oder neue Partner zu gewinnen, möchte diese natürlich genau wissen in was sie investieren. Der Investor will sein Geld zurückbekommen und idealerweise sogar mehr als das. Dazu brauchen die Partner Details. Die erwarten sie im Businessplan zu finden. Darüber hinaus hilft der Businessplan auch bei der **Entwicklung von neuen Geschäftsideen**. Man kann so die Verwirklichung einer Idee durchspielen, ohne gleich echte Risiken eingehen zu müssen und Geld in die Hand zu nehmen.

ITK/IFA 12		
PlusD	Lernsituation 2.1: Business Model Canvas	
Datum:		Seite 2

Info

Das Business Model Canvas

Das Business Model Canvas, das ursprünglich von den zwei Schweizer Wirtschaftswissenschaftlern Alexander Osterwalder und Yves Pigneur entwickelt wurde, ist der perfekte Einstieg in den Businessplan. Denn das Business Model Canvas ermöglicht einen unmittelbaren Überblick über alle für die Entwicklung einer Geschäftsidee und eines Unternehmens wichtigen Bereiche. Es gibt einen Überblick über das Geschäftsmodell und ist eine Art Kurzzusammenfassung des Businessplans mit allen zentralen Punkten.

BUSINESS MODEL CANVAS

ALEX DÜSSELDORF FISCHER

WICHTIGE PARTNER KEY PARTNERS	WICHTIGE AKTIVITÄTEN KEY ACTIVITIES	NUTZEN-VERSPRECHEN VALUE PROPOSITIONS	KUNDENBEZIEHUNGEN CUSTOMER RELATIONS	KUNDENGRUPPEN CUSTOMER SEGMENTS
	WICHTIGE RESSOURCEN KEY RESOURCES		KANÄLE CHANNELS	
KOSTENSTRUKTUR COST STRUCTURE		EINNAHMEQUELLEN REVENUE STREAMS		

1. Businessplan

„Wenn man sich ohne Navi oder Landkarte auf eine Reise ans andere Ende der Welt begibt, kommt man vielleicht irgendwann an, man darf aber nicht überrascht sein, wenn man sich unterwegs verirrt oder komplett woanders landet.“

Mit einem Businessplan überzeugt man die Menschen von der eigenen Idee. Man bringt sie dazu, an die Idee zu glauben und eine Zukunft für sie zu sehen. Wichtig sind dafür neben einer Erklärung, warum die Welt auf diese Idee gewartet hat, vor allem die Zahlen. Ein Businessplan nennt die Ziele, die man erreichen möchte, die Strategien, die man dazu einsetzt und die To-dos, die es zu erledigen gilt, um anstehende Herausforderungen zu meistern. Und nicht zuletzt, wie und ab wann man damit Geld verdienen möchte.

Definition:



Businessplan:
Darstellung der Ziele und der geplanten Verwirklichung eines unternehmerischen Projekts.



2. Für wen schreibt man einen Businessplan?

Gründer

Investoren

Kreditgeber

Partner

3. Die drei großen Teile des Businessplans

Geschäftsidee 	<ul style="list-style-type: none"> - Geschäftsidee - Produkte - Kundennutzen - Unternehmensziele - Lager - Gründer und deren Qualifikationen - USP
Markt 	<ul style="list-style-type: none"> - Konkurrenz - Kundengruppen - Kundenbeziehungen - Warenbezug - Werbung
Finanzierung 	<ul style="list-style-type: none"> - Erlösstruktur - Schlüsselaktivitäten - Schlüsselpartner - Kapitalplanung - Rechtsform - Liquiditätsplanung - Rentabilitätsplanung

3. Die drei großen Teile des Businessplans



Arbeitsauftrag: Einzelarbeit

Lesen Sie sich die nachfolgenden Informationen aufmerksam durch. Ordnen Sie die Oberbegriffe 1. – 10. den „drei großen Bestandteilen eines Businessplans“ zu (siehe vorherige Seite). Ergänzen Sie Ihre Auflistung um weitere wichtige Punkte.



1. Geschäftsidee

- Welches Produkt / welche Dienstleistung soll angeboten werden?
- Was sollen die Kunden kaufen können?



2. Kundennutzen

- Warum wollen Kunden das neue Angebot kaufen?
- Welches Problem der Kunden kann das neue Angebot lösen?
- Welchen Nutzen hat das Angebot aus Sicht der Kunden?

3. USP (= Unique Selling Proposition)

- Worin liegt die Innovation der Geschäftsidee?
- Was macht das Produkt / die Dienstleistung einzigartig?
- Warum wird der Kunde das neue Angebot kaufen und nicht das der Konkurrenz?

4. Konkurrenz

- Welche Konkurrenten bieten gleiche oder ähnliche Produkte / Leistungen an?
- Worin liegen die Stärken und Schwächen dieser Konkurrenten?

5. Kundengruppen

- Wer wird das neue Angebot kaufen und warum?
- Für wen wird mit dem neuen Angebot ein Wert geschaffen und warum?
- Wer sind die wichtigsten Kundengruppen?
- Wo, wann, wie brauchen und kaufen diese Kundengruppen das Produkt typischerweise?
- Was zeichnet diese Kundengruppen aus (Geschäftskunden: Branche, Unternehmensgröße, Privatkunden: Geschlecht, Alter, Einkommen, Eigenschaften, Verhaltensweisen, etc.)
- Welche Gruppen interessieren sich für das Produkt / die Dienstleistung und sind auch bereit dafür zu bezahlen?
- Welche Eigenschaften kennzeichnen diese Gruppen (Alter, Einkommen, Geschlecht, Verhaltensweisen, etc.)?
- Wie groß sind die Kundengruppen?
- Welche Alternativprodukte nutzen die Kunden?

IFS12		
PlusD	Lernsituation 2.1: Grundlagen Businessplan	
Datum:		

Seite 3

6. Kundenbeziehungen

a) Kommunikationspolitik

- Wo und wie sollen die Zielgruppen auf das neue Angebot aufmerksam gemacht werden?
- Warum sollen potenzielle Kunden auf diesem Wege angesprochen werden?

b) Vertriebspolitik

- Wo und wie soll das neue Angebot den gewählten Kundengruppen begegnen?
- Welche Wege nimmt das Produkt von der Herstellung bis zum Endkunden – diese Wege nennt man Vertriebskanäle

c) Produktpolitik

- Wie kann die Produktidee über den Leistungskern hinaus ausgestattet werden, um für die Kunden noch attraktiver zu werden?
- Werden besondere Zusatzleistungen und Serviceangebote angeboten?
- Gibt es wichtige Merkmale bei Qualität, Design und/oder Umwelteigenschaften?

LESEN



7. Erlösstruktur

- Wofür bezahlt der Kunde?
- Welche Preispolitik soll verfolgt werden?
- Wie hoch ist der Verkaufspreis?
- Wie hoch sind die Absatzzahlen?
- Mit welchen Umsatzzahlen kann in den ersten Jahren gerechnet werden?

8. Schlüsselaktivitäten

- Was ist zu tun, damit aus der Idee Wirklichkeit wird?
- Was muss noch entwickelt werden?
- Wie und wo soll das Produkt hergestellt werden, wie und wo finden Kunden die Dienstleistung?
- Bei Beratungsunternehmen kommt dazu: Wie sieht die Strategie zur Lösung von Kundenproblemen aus?
- Bei Handelsunternehmen kommt dazu: Wie ist die Lagerlogistik geplant?

9. Schlüsselressourcen X

- Welche Ressourcen werden unbedingt für den Geschäftsbetrieb gebraucht?
- **Materielle Ressourcen:** Maschinen, Gebäude, Fahrzeuge, Systeme
- **Geistige Ressourcen:** Marken, Firmenwissen, Patente, Urheberrechte, Partnerschaften, Kundendatenbanken
- **Personelle Ressourcen:** Fachkräfte, Wissenschaftler, Gestalter, Verkäufer
- **Finanzielle Ressourcen:** Bargeld, Kreditrahmen, Aktien, Beteiligungen, Sicherheiten

10. Schlüsselpartner

- Gibt es Lieferanten und/oder Vertriebspartner, die für das Gelingen des Geschäftskonzeptes von Bedeutung sind und warum sind sie von Bedeutung?
- Worin besteht die Kooperation?
- Was nutzt die Kooperation dem eigenen Unternehmen?
- Was bewegt die Schlüsselpartner zu einer Kooperation?

Quelle: <https://www.jugend-gruendet.de/business-academy/ich-gruende-ein-businessplan>