


IFS12		
PlusD	Lernsituation 2.1: Grundlagen Businessplan	
Datum:		Seite 2

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 eine 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 (Vorhaben skizziert) ▪ Produkte ▪ Kundennutzen ▪ Unternehmensziele ▪ Lager ▪ Gründer und deren Qualifikationen ▪ USP
Markt 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Konkurrenz ▪ Kundengruppen ▪ Kundenbeziehungen ▪ Warenbezug ▪ Werbung

IFS12		
PlusD	Lernsituation 2.1: Grundlagen Businessplan	
Datum:		Seite 3

Finanzierung



- Erlösstruktur
- Schlüsselaktivitäten
- Schlüsselressourcen
- Schlüsselpartner
- Kapitalplanung
- Rechtsform
- Liquiditätsplanung
- Rentabilitätsplanung

IFS12		
PlusD	Lernsituation 2.1: Grundlagen Businessplan	
Datum:		Seite 4

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 5

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

- 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/was-ist-ein-businessplan>