Grundlagen des Entrepreneurship



Prof. Dr. Carolin Bock

WiSe 20/21 - Dozent: Dipl. Wirtsch. Inf. Andreas Schindler

Kapitel 6.2a – 20. Januar 2021 – Geschäftsplan 2. Teil



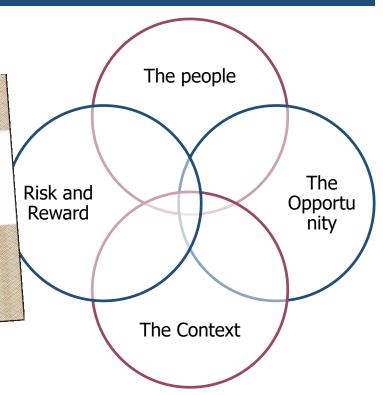
"How to Write a Great Business Plan"

William A. Sahlman

Harvard Business Review

HOW TO WRITE A
GREAT BUSINESS PLAN

William A. Sahlman



Elemente und Struktur des Geschäftsplans



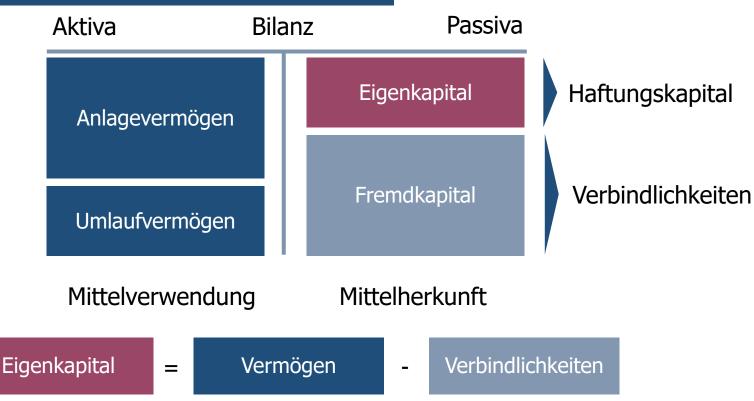


Deckblatt Gliederung **Executive Summary** Geschäftsidee Markt Marketing Team und Organisation Realisations- und Finanzplanung Chancen und Risiken

Finanzplanung



Die Bilanz (I/II)



Finanzplanung



Die Bilanz (II/II)

- Zeigt die Vermögenswerte und Verbindlichkeiten des Unternehmens auf
- Bezogen auf einen festgelegten Stichtag
- Gibt einen Überblick über die Vermögenswerte und Schulden und über die Anteile der Eigenkapitalgeber (Shareholder)
- Zeigt die Aktivitäten in einer Organisation auf
- Gibt einen Überblick hinsichtlich des Potenzials eines Unternehmens

Finanzplanung



Gewinn- und Verlustrechnung

Umsätze

- Produktionsaufwand
- = Bruttogewinn/Rohertrag
- Vertriebs-, Verkaufs- und Verwaltungsaufwand
- Aufwand für Forschung und Entwicklung
- +/- Andere operative Gewinne und Aufwendungen
- = Operativer Ertrag (EBIT)
- Managementgebühren
- = Operativer Ertrag abzüglich der Managementgebühren
- +/- Finanzergebnis
- = Einkommen vor Steuern (EBT)
- Körperschaftssteuer
- = Nettoertrag (EAT)

Finanzaufwendungen nicht berücksichtigt

Eigenkapitalkosten nicht berücksichtigt

Liquiditätsrechnung



Cashflow Statement



Umsatzeinzahlungen

- Auszahlungen direkter Kosten
- Auszahlungen für Personalkosten
- Auszahlungen für personalabhängige Kosten
- Auszahlungen für Betriebskosten
- Auszahlungen für Beratungskosten
- Auszahlungen für Marketing
- Auszahlungen für sonstigen Aufwand

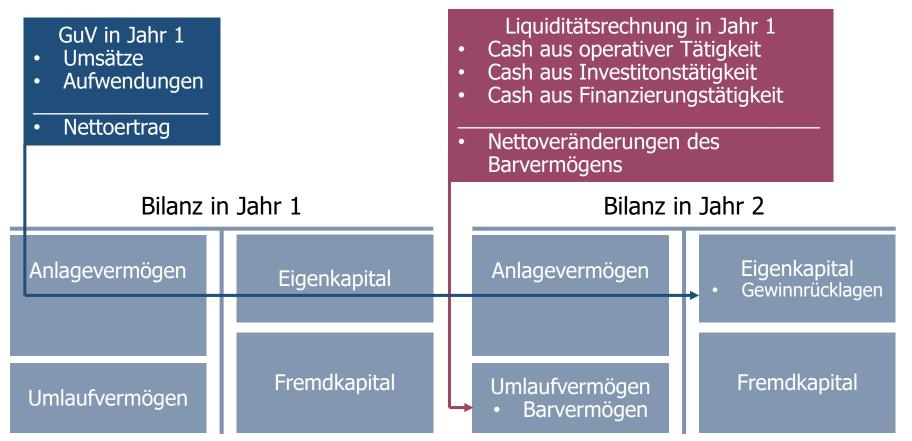
= Operativer Cashflow

- Auszahlungen für Investitionen
- Zinszahlungen
- Steuerzahlungen

= Cashflow

Zusammenhang von Bilanz, GuV und Liquiditätsrechnung





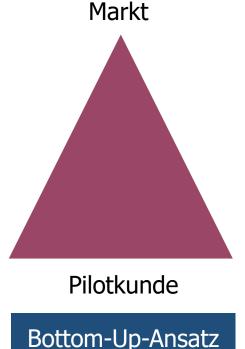
Marktgrößenschätzung (TAM)



Top-Down-Ansatz

Allg. Weltmarkt





Bottom-Up-Ansatz

Zielsegmentanalyse: Five Forces nach Porter





Bedrohung durch neue Anbieter

Verhandlungsstärke der Lieferanten

Lieferanten

Wettbewerber der Branche



Intensität der Rivalität

Verhandlungsstärke der Abnehmer



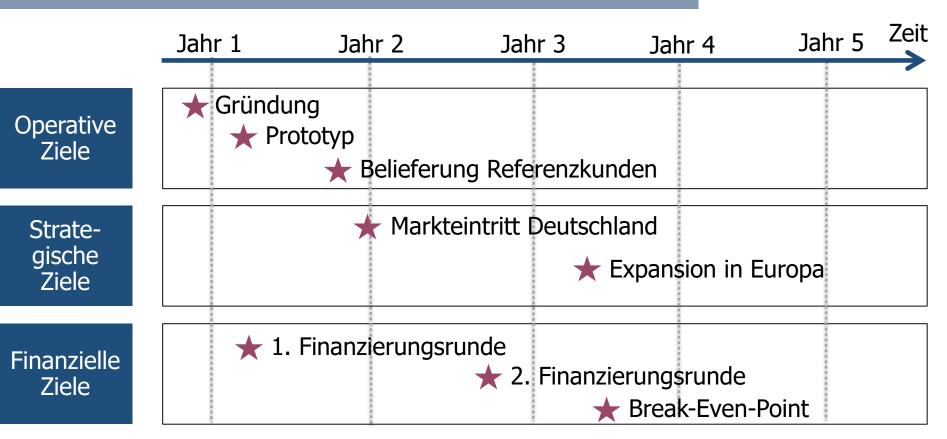
Abnehmer

Bedrohung durch Ersatzprodukte

Ersatzprodukte

Meilensteinplanung



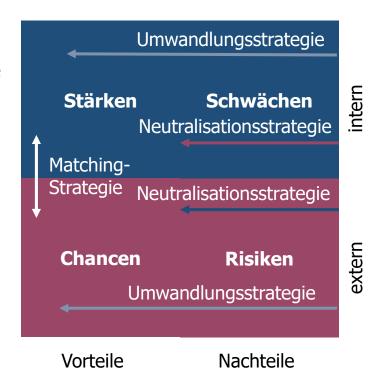


Strategieentwicklung durch SWOT-Analyse



Wahrgenommene Unternehmenseigenschaften durch Kunden

Umweltgegebenheiten



Ressourcen: Businessplan Handbuch – Netzwerk NordBayern



https://www.landkreis-schweinfurt.de/fileadmin/inhalt_seiten/wirtschaft/Handbuch_zur_Erstellung_eines_Businessplans.pdf

Grundlagen des Entrepreneurship



Prof. Dr. Carolin Bock

WiSe 20/21 - Dozent: Dipl. Wirtsch. Inf. Andreas Schindler

Kapitel 6.2a – 20. Januar 2021 – Geschäftsplan 2. Teil

