

Gliederungsvorschlag Businessplan

Die Chancen und Risiken von jungen technologie-orientierten Unternehmen können nur in begrenztem Umfang aus den Daten der Vergangenheit hergeleitet werden. Stattdessen gilt es darzustellen, inwieweit innovative Produkte und Dienstleistungen Wettbewerbsvorteile beinhalten, unter welchen gegenwärtigen und künftigen Rahmenbedingungen und mit welchen Ressourcen ein Markterfolg umsetzbar ist. Erwünscht ist dabei eine kurze und prägnante Darstellung.

1. Executive Summary (Kurzbeschreibung des Vorhabens, max. 2 Seiten)

- Kurze, überzeugende Darstellung von Geschäftsidee, Unternehmen und Gründungsteam
- Kurze Produktbeschreibung, Kundennutzen, Marktumfeld, Umsatz-/ Ertragsziele und Kapitalbedarf

2. Unternehmen und Gesellschafter

- Gründungsvorgeschichte und Unternehmensziele
 - Geschäftsmodell, Geschäftsfelder
 - Rechtsform, Beteiligungsverhältnisse, Organigramm, Standort
 - Management und Team, Kernkompetenzen
- (Auf bestehendes Unternehmen oder geplante Gründung beziehen)

3. Produkt / Dienstleistung

- Beschreibung des Produktes bzw. der Dienstleistung inkl. Kundennutzen und Anwendungsfelder
- Eingesetzte Technologien, grundlegende Funktionsprinzipien
- Innovationsgehalt in Abgrenzung zum Stand der Technik
- Recherchierte Patentsituation (FTO) und Nachahmungsschutz
- Entwicklungsstand (Funktionsnachweis, Prototyp, Serienreife)
- Realisierungsplan (F&E, Fertigungsprozess, Kooperationen, Zeit- und Aufwandsplanung)
- Erforderliche Prüfungen, Zulassungen und Perspektive für weitere Entwicklungen

4. Markt und Wettbewerb

4.1 Marktsituation

- Zielmarkt
- Marktsegmente (Marktvolumen, Marktpotential, Marktwachstum)
- Markteinstiegssegment und Pilotkunden
- Markteintrittsbarrieren

4.2 Wettbewerb

- Wichtigste Wettbewerber: Marktanteil, Umsatz-/Personalstärke
- Wettbewerbsanalyse: Vergleich und Abgrenzung des eigenen Produktes/Produktangebotes bzw. der Dienstleistung mit Wettbewerbsprodukten
- Alleinstellungsmerkmale

5. Marketing und Vertrieb

- Markteintrittsstrategien
- Vertriebskonzept (Vertriebswege, Vertriebspartner, Preispolitik, Service)
- Marketingmaßnahmen

6. Chancen und Risiken

7. Finanzplanung

Die Planungsrechnungen sollten i.d.R. über einen Zeitraum von 3-5 Jahren vorgenommen werden, wobei die Planung für das erste Jahr auf Monatsbasis, das zweite Jahr auf Quartalsbasis und die Folgejahre auf Jahresbasis sinnvoll ist.

- Liquiditätsplanung
- Gewinn- und Verlustrechnung mit Erläuterung (Produktkalkulation, Umsatz- und Aufwandsplanung)
- Kapitalbedarf und Finanzierungskonzept

Gefördert durch das