

Vorbereitung zur Erstellung eines Businessplans:

Erstellt von
Betriebsberater
Dipl.-Kfm. Reinhard Stempel,
Fabeckstr. 38
195 Berlin-Dahlem
Tel. 030-827 027 56
Mail: info@einhardstempel.de

Inhalt

1	Wichtige Vorbemerkung	1
2	Unternehmen und Produkte	1
3	Persönliche und fachliche Voraussetzung	1
4	Ihre Zielgruppen	1
5	Der Markt	2
6	Der Wettbewerb	2
7	Kundennutzen und Positionierung	3
8	Vertrieb und Kommunikation	4
9	Abläufe und Organisationen	4
10	Zukunftsperspektiven	5
11	Anlage	6

1 Wichtige Vorbemerkung

Die folgenden Fragen dienen zur Vorbereitung der Beratungs-/ Gesprächstermine. Wir stimmen im Vorfeld der Termine die erforderlichen Zuarbeiten ab. Die Notizen zu den einzelnen Punkten können Sie gerne handschriftlich und stichpunktartig durchführen.

Zu Rückfragen zu den einzelnen Punkten stehe ich Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

2 Unternehmen und Produkte

Was ist der Unternehmensgegenstand? In welcher Branche sind sie tätig?

Was verkaufen sie: Stück, Tage, Zeilen, Seiten, Kilometer usw.?

Wann wird das Unternehmen gegründet?

Welche Rechtsform planen Sie?

Wo befindet sich der Standort ihres Unternehmens? Warum wurde dieser gewählt?

Welche Dienstleistungen/ Produkte bieten Sie an?

Zu welchem Preis/ Honorar werden die Produkte/ Dienstleistung angeboten?

3 Persönliche und fachliche Voraussetzung

Ihr Jahrgang, ihre familiäre Situation und Wohnort?

Welche fachlichen und branchenspezifischen Qualifikationen bringen Sie mit?

Warum sind Sie in kaufmännischer und unternehmerischer Hinsicht geeignet, Ihre Geschäftsidee zu realisieren?

Wo haben Sie diese Fähigkeiten jeweils erworben?

Bei Teams: über welche Qualifikationen verfügen die einzelnen Gesellschafter? Wie verteilen sie aufgrund dessen die Zuständigkeiten im Unternehmen?

Was ist Ihre Motivation für die Selbstständigkeit?

Welche Defizite sehen sie bei sich, und wie werden sie damit umgehen?

Bestehen Zulassungsvoraussetzung für die selbständige Tätigkeit, wenn ja, haben Sie diese Angelegenheiten erledigt?

4 Ihre Zielgruppen

Wie ist Ihr regionaler Aktionsradius?

Sprechen Sie Unternehmen, Verbraucher oder beide an?

Anhand welcher Kriterien lässt sich Ihre Kundschaft weiter unterteilen? Wie können Sie diese Segmente voneinander abgrenzen? Können Sie sie jeweils griffig benennen?

Bei Unternehmen: Um welche Branchen handelt es sich in den jeweiligen Segmenten?
Um welche Unternehmensgröße handelt es sich, gibt es weitere besondere Merkmale?

Bei Verbrauchern: Welche sozio-demographischen Merkmale kennzeichnen Ihre Zielgruppe, lassen sich Segmente bilden? Durch welche Merkmale sind sie noch gekennzeichnet?

Was sind die Bedürfnisse dieser einzelnen Gruppensegmente?

Welche Zielgruppen sind Ihnen am wichtigsten und warum?

5 Der Markt

Um welche Branche (welchen Markt) handelt es sich? Wie lässt sich ihr Markt so genau wie möglich eingrenzen?

Durch welche Strukturen und Mechanismen ist der Markt gekennzeichnet?

Wie groß ist Ihr Markt (Umsatz/ Zahl Unternehmen)?

Wie hat sich der für Sie relevante Markt in der Vergangenheit entwickelt? Welche zukünftige Entwicklung ist absehbar?

Welche Faktoren beeinflussen die Entwicklung des Marktes? Vor welchen Herausforderungen steht die Branche? Welche Trends sind absehbar?

Welchen Marktanteil streben Sie an? Ist das realistisch?

6 Der Wettbewerb

Wie viel Anbieter gibt es derzeit insgesamt?

Nach welchen Kriterien lassen sich die Wettbewerber in Gruppen einteilen? Welche Merkmale kennzeichnen diese?

Welche sind die wichtigsten Wettbewerber? Welche zählen zu den direkten Wettbewerbern und welche haben Vorbildcharakter?

Welche Preise können die Wettbewerber im Markt erzielen, woraus ergeben sich Preisdifferenzen zwischen den Wettbewerbern?

Wie positionieren sich Ihre Wettbewerber? Welche Strategie verfolgen sie? Welche Markt und Vertriebsinstrument benutzen Sie?

Wie profitabel sind die Wettbewerber? Wie hoch ist deren Auslastung?

Was können Ihre Konkurrenten besonders gut? Was sind ihre Schwächen?

Ist mit einer Reaktion der Wettbewerber auf Ihren Markteintritt zu rechnen? Wenn ja, mit welcher?

Zur besseren Übersicht sollte das Ergebnis der Wettbewerbsanalyse in einer Tabelle dargestellt werden (zur Umsetzung stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung).

Kriterium	Eigener Betrieb	Wettbewerber1	Wettbewerber2
Angebot			
Qualität			
Preis			
Service			
Image			
Bekanntheit			
Größe / Marktanteil			
Werbemassnahmen			
Eindruck Mitarbeiter			
Betriebsräume/Ausstattung			
Unternehmensalter			
Spezialisierung			
Preis-/Leistung			
Gleiche Zielgruppe			
Schnelligkeit			
Zuverlässigkeit			
Seriösität			
Flexibilität			

Bewertung z. B. über Schulnoten.

7 Kundennutzen und Positionierung

Worin besteht der Kernnutzen für Ihre Kunden, für den diese zu zahlen bereit sind?

Welche Bestandteile enthält das branchenübliche Angebot, was viele Kunden gar nicht benötigen?

Welche Aspekte der angebotenen Leistungen sind für Ihre Kunden die wichtigsten Entscheidungskriterien?

Auf welche Weise unterscheidet sich Ihr Angebot von dem der Wettbewerber?

Welche besonderen Qualitäten zum Beispiel Zuverlässigkeit, Freundlichkeit, Schnelligkeit zeichnen Sie aus?

Welches Bild von Ihrem Unternehmen wollen sie bei ihrer Zielgruppe verankern?

Welches Alleinstellungsmerkmal wollen sie in Ihrer Kommunikation hervorheben?

8 Vertrieb und Kommunikation

Welche Vertriebskanäle nutzen Sie? Welche Zielgruppen sind durch welche Vertriebskanäle erreichbar?

Wollen Sie Mittler oder Zwischenhändler von Ihrem Angebot überzeugen?

Wie präsentiert sich Ihr Unternehmen nach außen? Haben Sie ein Logo eine Website, eine Referenzliste?

Wollen Sie potentielle Kunden auf Ihr Angebot aufmerksam machen? Welche Werbemaßnahmen planen Sie?

Wie treten sie mit Kunden und/ oder Weiterverkäufern in persönlichen Kontakt?

Zu welchen potentiellen Kunden oder Kooperationspartnern besteht bereits näher Kontakt? Welcher Art ist dieser?

Welche besonderen Aktionen zum Markteintritt sind geplant?

Wie sieht der Zeitplan aus und welche sind die wichtigsten Meilensteine auf dem Weg zum Ziel?

(Vgl. Anlage Marketingplan)

9 Abläufe und Organisationen

Was sind die Kernaufgaben Ihres Unternehmens?

Wie sind die Abläufe strukturiert? Aus welchen Tätigkeiten setzen sie sich zusammen? Wo werden sie erbracht?

Welche Unterstützungsfunktionen sind darüber hinaus erforderlich? Wie werden insbesondere eine Buchhaltung und Steuererklärung sichergestellt?

Wie sieht die Organisationsstruktur Ihres Unternehmens aus? Bei Teamgründung welche Aufgaben übernehmen die einzelnen Gesellschafter?

Wie viele freie, Halbtags- oder Vollzeitmitarbeiter brauchen Sie und ab wann?

Welche technische Ausstattung und Infrastruktur setzen Sie ein?

Wie organisieren sie die Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern und ihrem Kooperationspartnern?

10 Zukunftsperspektiven

Welche Faktoren können dazu führen das sich ihr Geschäft besser als geplant entwickelt?

Welche Risiken bestehen?

Wie reagieren Sie wenn die beschriebenen Risiken eintreten?

Wie wollen Sie die Zahl ihrer Kunden weiter erhöhen?

Wie werden Sie den Umsatz pro Kunde erhöhen?

Welche zusätzlichen Geschäftsaktivitäten können Sie sich in Zukunft vorstellen?

Wie lautet Ihre Unternehmensvision?