

1. Executive Summary – die Visitenkarte des Businessplans

- Name des zukünftigen Unternehmens?
- Name(n) des/der Gründer(s)?
- Wie lautet unsere Geschäftsidee? Was ist das Besondere daran?
- Welche Erfahrungen und Kenntnisse qualifizieren uns für dieses Gründungsvorhaben?
- Welche Kunden kommen für unser Angebot in Frage? Wie erreichen wir sie?
- Welchen Gesamtkapitalbedarf benötigen wir?
- Welches Umsatzvolumen erwarten wir in den nächsten Jahren?
- Wie viele Mitarbeiter wollen wir nach drei Jahren beschäftigen?
- Welche Ziele haben wir uns gesetzt?
- Welchen Risiken gibt es?
- Wann wollen wir mit dem Vorhaben starten?

TIPP Die Zusammenfassung ist die Visitenkarte des Businessplans. Hier gilt es sorgfältig vorzugehen und Interesse zu wecken. Für die Beantragung eines EXIST-Gründerstipendiums sollte explizit auf die nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolgsaussichten der Gründungsidee eingegangen werden. Ferner sollte auf eine kurze und allgemein verständliche Beschreibung geachtet werden (max. zwei Seiten).

2. Geschäftsidee

2.1 Gründungsgeschichte

- Ist die Geschäftsidee aus der Wissenschaft bzw. der Forschung hervorgegangen?
- Ist das Gründungsvorhaben in das Umfeld der Hochschule eingebunden?

2.2 Gründer/Know-How-Träger

- Wer gehört zum Gründerteam?
- Welche einschlägigen Fachkenntnisse sind vorhanden?
- Welche kaufmännischen Kenntnisse sind vorhanden?
- Welches für das Gründungsvorhaben benötigte Know-How wurde an der Hochschule erworben?
- Über welche Branchenerfahrungen verfügen wir?
- Wer ist für welchen Aufgabenbereich verantwortlich?
- Wie ergänzen sich unsere Fähigkeiten in Bezug zur Unternehmensführung?
- Wer ist fachlicher Mentor (Hochschullehrer)?

TIPP Die Menschen hinter der Idee: Persönlichkeit, Sach- und Sozialkompetenzen sowie Engagement beeindrucken den Investor und beeinflussen dessen Entscheidung für oder gegen ein Projekt. Beim Thema Gründerpersönlichkeit sollte daher sehr sorgfältig vorgegangen werden.

2.3 Produkt und Dienstleistung

- Beschreibung von Produkt/Dienstleistung
- Was ist unsere Geschäftsidee? Was ist das Besondere am Angebot?
- Handelt es sich um eine technische Produkt- oder Prozessinnovation oder um eine innovative Dienstleistung mit hohem Kundennutzen sowie deutlichem Alleinstellungsmerkmal?
- Welche Konkurrenzprodukte existieren bereits? (im Detail unter 3.3 Wettbewerbsanalyse)
- Worin besteht die Einzigartigkeit? (im Detail unter 3.4 Alleinstellungsmerkmal)
- Bieten wir ein besonderes Service- bzw. Wartungsangebot an?

TIPP Von Vorteil ist in jedem Fall ein vorhandener Prototyp, der den Investor von der Geschäftsidee überzeugen kann. In diesem Zusammenhang bietet es sich an auch auf das Thema Produktschutz einzugehen (Patente, Lizenzen).

Das EXIST-Gründerstipendium wird in erster Linie für die Erstellung eines tragfähigen Businessplans und für die Entwicklung marktfähiger technischer Produkt- oder Prozessinnovationen sowie neuartiger Dienstleistungen gewährt.

2.4 Darstellung des Entwicklungsstandes und -potenziales

- In welchem Stadium der Produktentwicklung befinden wir uns momentan?
- Welche Voraussetzungen sind für die Herstellung und Entwicklung unseres Produktes/Dienstleistung wichtig? Erfüllen wir diese Voraussetzungen bereits?
- Benötigen wir für den Markteintritt besondere Zulassungen und Genehmigungen?
- Was muss bis zum Beginn der Geschäftsaufnahme noch alles gemacht werden?
- Wie können wir unser Produkt schützen (Patente, Lizenzen)?
- Lassen sich bereits Entwicklungsrisiken erkennen? Welche Lösungsansätze haben wir?
- Wie könnte eine Weiterentwicklung unseres Produktes/unserer Dienstleistung aussehen?
- Gibt es Möglichkeiten zur Produktvariation?

3. Markt und Wettbewerb

3.1 Branchenanalyse

- In welche Branche ist unser Unternehmen einzuordnen?
- Wie groß ist die Branche (Marktpotenzial)?
- Wie sehen die bisherigen Wachstumsraten und zukünftigen Prognosen für die Branche aus?
- Wodurch wird das Wachstum in der Branche bestimmt?
- Welche Erfolgsfaktoren und Kaufmotive gibt es auf diesem Markt (Qualität, Service, Preis, Innovation etc.)?
- Welche externen Faktoren beeinflussen die Branche (Umwelt, wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen)?

3.2 Wettbewerbsanalyse

- Wer sind die wichtigsten Wettbewerber?
- Welche Marktanteile halten unsere Mitbewerber?
- Welche Zielgruppen sprechen unsere Konkurrenten an?
- Wie ist die Preisgestaltung am Markt?
- Welche Vertriebskanäle nutzen die Wettbewerber?
- Welche Stärken und Schwächen haben die Wettbewerber (Marktanteil, Image, Service, Standort usw.)?
- Welche Stärken und Schwächen hat unser Unternehmen und Produkt/Dienstleistung?

3.3 Alleinstellungsmerkmal

- Wodurch hebt sich unser Produkt von der Konkurrenz ab (USP)?
- Können wir uns Wettbewerbsvorteile verschaffen und diese verteidigen?

TIPP In der Existenzgründung von innovativen Leistungen hat sich die Blue-Ocean-Strategy bewährt (siehe auch strategy canvas).

3.4 Zielgruppenanalyse

- Wie haben wir den Markt segmentiert? Welche Kundensegmente ergeben sich daraus?
- Auf welche Segmente werden wir uns konzentrieren und warum? (Nische vs. Gesamtmarkt)
- Wie sieht das Profil unserer Zielgruppe(n) aus (Alter, Geschlecht, Beruf, Religion etc.)?
- Wie hoch ist das Marktvolumen? (ausgehend vom Marktpotenzial)
- Welchen Marktanteil wollen wir in diesem Segment erreichen?

3.5 Kundennutzen

- Welchen Kundennutzen generieren wir (auch im Vergleich zum Wettbewerb)?
- Wovon profitiert der Kunde, wenn er/sie das Produkt kauft?
- Welche Bedürfnisse haben die Kunden?
- Gibt es Substitute, also austauschbare Produkte/ Dienstleistungen am Markt?

4. Marketing und Vertrieb

4.1 Produktpolitik

- Wie sieht unser gesamtes Produkt- oder Dienstleistungsprogramm, mit dem der Markt durchdrungen werden soll, aus?
- Welche Eigenschaften hat unser Produkt/unsere Dienstleistung?
- Wie planen wir die Entwicklung unseres Sortiments (Variationen, Innovationen)?
- Welche Bedeutung haben Service, Wartung und Garantien?

4.2 Preispolitik

- Welchen Endverkaufspreis soll unser Produkt/unsere Dienstleistung erzielen (Konkurrenzorientiert vs. Markup pricing)?
- Welche Preisstrategie verfolgen wir mit der Preisgestaltung (Hochpreis, Skimming, Niedrigpreis)?
- Welche Zahlungsfristen oder Konditionen (wie Rabatte, Skonti) räumen wir unseren Kunden ein?

4.3 Vertriebspolitik

- Welche Zielgruppen können wir durch diese Vertriebskanäle erreichen?
- Welche Vertriebswege werden wir nutzen (Zwischenhändler, Internet, Call-Center etc.)?
- Wie bauen wir unser Vertriebsnetz auf (Größe, Art, Anzahl der Orte)?
- Wie gestaltet sich der Marktzugang?
- Welchen Anforderungen muss der Vertrieb entsprechen (Mitarbeiteranzahl, -qualifikation etc.) um die Marketingstrategie erfolgreich umzusetzen?

4.4 Kommunikationspolitik

- Wie wollen wir die Kunden auf unser Produkt/unsere Dienstleistung aufmerksam machen?
- Welche Werbemittel nutzen wir dazu?
- Wie viel kosten die Werbemaßnahmen?

4.5 Markteintrittsstrategie

- Welche Schritte sind für die Einführung des Produktes/der Dienstleistung geplant?
- Wie sehen unser Zeitplan und die wichtigsten Meilensteine aus?
- Welche Markteintrittsbarrieren bestehen? Wie können wir diese überwinden?
- Können wir Referenz- bzw. Schlüsselkunden benennen?
- Wie werden die wichtigsten Wettbewerber auf ihren Markteintritt reagieren?



5. Unternehmen und Organisation

5.1 Rechtsform

- Welche Rechtsform wählen wir für unser Unternehmen? (Begründung)
- Wer sind die Gesellschafter und wie verteilen sich die Gesellschaftsanteile?

5.2 Unternehmensorganisation

- Welche Organisationsstruktur haben wir geplant?
- Wie sind die Verantwortlichkeiten und Kompetenzen im Unternehmen verteilt?
- Gibt es eine Vertretungsregelung (Garantie für reibungslosen Betriebsablauf)?
- Werden externe Berater (wie Steuerberater etc.) einbezogen?

5.3 Standort

- Welchen Standort haben wir vorgesehen für unser Unternehmen? (Begründung)
- Welche Standortfaktoren sind wichtig für unser Unternehmen?

TIPP Bei der Wahl der Rechtsform sollte ein Steuerberater, ein Berater der Industrie- und Handelskammer sowie Handwerkskammer hinzugezogen werden.

TIPP Nicht immer können alle für eine Gründung notwendigen Qualifikationen von den Teammitgliedern abgedeckt werden. Hier können externe Berater (wie Steuerberater, erfahrene Unternehmer, PR-Agenturen etc.) hinzugezogen werden.

TIPP Es kommt auf Flexibilität an: In Anbetracht eines zu erwartenden Wachstums kann es sein, dass es in den ersten Jahren zu einem Standortwechsel kommt. Daher: Keine längeren Mietverträge abschließen, Räume und Gebäude auf Flexibilität hin auswählen.

6. Chancen und Risiken

- Welches sind die größten Risiken, die die Unternehmensentwicklung beeinflussen könnten?
- Welches sind die wichtigsten Probleme, die eine positive Unternehmensentwicklung behindern könnten?
- Welche Strategien lassen sich für den weiteren Planungsprozess entwickeln?

TIPP SWOT-Analyse ist die Abkürzung von Analysis of strengths, weakness, opportunities and threats, d. h. sie dient der Analyse der Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken und hilft so die Positionierung eigener Aktivitäten gegenüber Wettbewerbern darzustellen. In dem ihr zugrunde liegenden Arbeitsverfahren werden die Ergebnisse der externen Unternehmens-Umfeld-Analyse in Form eines Chancen-Risiken-Katalogs zunächst zusammengestellt und dem Stärken-Schwächen-Profil der internen Unternehmensanalyse gegenübergestellt.

7. Finanzplanung und Finanzierung

7.1 Lebenshaltungskosten

- Wie hoch sind unsere monatlichen/jährlichen Lebenshaltungskosten?
- Wie hoch muss unsere Reserve für unvorhergesehene Ereignisse sein (Krankheit, Unfall)?

TIPP Bei der Finanzplanung sollte drauf geachtet werden, dass Investitionen angemessen sind und der Zins-, Tilgungs- und Abschreibungsplan realistisch ist. Ferner sollte die Liquiditätsplanung nachvollziehbar und die GuV klar und vollständig sein.

7.2 Investitionsplan/Kapitalbedarf

- Wie hoch ist der Gesamtkapitalbedarf für Anschaffungen und Vorlaufkosten für unseren Unternehmensstart und für eine Liquiditätsreserve während der Anlaufphase?

7.3 Liquiditätsplan

- Wie hoch schätzen wir die monatlichen (verteilt auf zwei Jahre) Einnahmen aus unserem verkauften Produkt?
- Wie hoch schätzen wir die monatlichen Kosten für Material, Personal, Miete etc.?
- Wie hoch schätzen wir die Investitionskosten, verteilt auf die ersten zwölf Monate?
- Wie hoch schätzen wir den monatlichen Kapitaldienst (Tilgung und Zinszahlung)?
- Mit welcher monatlichen Liquiditätsreserve können wir rechnen?