

Businessplan zur Existenzgründung - Checkliste -

Kapitel	Inhalte	Ziel-Überprüfung
1. Die Unternehmerpersönlichkeit	<p>1. Fachliche Ausbildung und Zusatzausbildungen, berufliche Erfahrungen</p> <p>2. Unternehmerische Erfahrungen, Branchenkenntnisse</p> <p>3. Motive für Gründung / zu Selbständigkeit</p>	<p>1. <i>„Ich verfüge über eine gute Ausbildung für meine Gründung und ausreichend Erfahrung. Ich kann mit wenigen, klaren Worten meine fachliche Kompetenz und den Zusammenhang mit meiner Gründungsidee darlegen.“</i></p> <p>2. <i>„Ich schätze nüchtern ein, welche Erfahrungen ich als Unternehmer/in habe. Ich kenne die Branche nicht nur vom Hörensagen. Ich schätze ebenfalls nüchtern ein, über welche Kenntnisse ich in der angezielten Branche verfüge.“</i></p> <p>3. <i>„Meine Gründe, mich selbständig zu machen sind klar und überzeugend. Ich will etwas anpacken und habe mir klare Ziel für die kommenden Jahre gesetzt. Meine Energie für die Selbständigkeit und meine Entschiedenheit diese auch langfristig durchzuziehen, überzeugt auch Kritiker meiner Idee.“</i></p>
2. Die Geschäftsidee	<p>Beschreibung der Produkte / Dienstleistungen unter Herausstellung der wichtigsten konkreten Servicemerkmale, von Haltbarkeit, Gewährleistung, etc.</p> <p>Erfassen vorhandener Konkurrenzprodukte, Darstellen der Unterschiede zwischen den eigenen Produkten und denen der Konkurrenz</p>	<p><i>„Meine Produkte / Dienstleistungen sind klar und verständlich beschrieben. Vor allem der Kunde versteht diese Beschreibung sofort. Mir ist klar, wodurch sich meine Produkte von denen der Konkurrenz abheben und besser sind.“</i></p>
3. Das Unternehmen	<p>Unternehmenszweck, Branche, Unternehmensphilosophie, Leitbild, Ziele mittel- und langfristig, Rechtsform, Standort, Beschreibung der Lage unter dem Gesichtspunkte Marketing</p>	<p><i>„Mein Vorhaben ist verständlich, einfach und in Kurzform beschrieben, meine Kunden verstehen mich.“</i></p>

Kapitel	Inhalte	Ziel-Überprüfung
4. Der Markt / die Kunden	Identifizieren und Festlegen der Kunden, an wen sollen die Produkte verkauft werden? Einteilung in Kundengruppen, Segmentieren und Beschreiben des Kunden und seiner Bedürfnisse, seiner Probleme. Betrachtung der Kunden meines Kunden. Worauf legen die Kunden meines Kunden besonderen Wert? Welche Probleme sind dabei von meinem Kunden zu lösen? Bei was / mit was kann ich ihm dabei helfen?	<i>„Die Kunden / Kundengruppen sind konkret festgelegt und beschrieben. Ich kenne meine potenziellen Kunden.“</i>
5. USP / Alleinstellungs-kriterium / Besonderer Kundennutzen	Ich versetze mich in die Person des Kunden und betrachte und beurteile meine Produkte ehrlich aus seiner Sicht. Ich frage mich, warum sollte der Kunde eigentlich das Produkt kaufen. Und wenn ja, warum gerade meines? Was überzeugt den Kunden an meinen Produkten/ Dienstleistungen? Wodurch erhält er einen besonderen Nutzen? Lösen meine Angebote die festgestellten Probleme des Kunden am besten, oder gibt es womöglich bessere Lösungen?	<i>„Der besondere Kundennutzen / bzw. mein Alleinstellungskriterium für den Nutzen des Kunden ist im Vergleich zu den Produkten der Konkurrenz klar beschrieben. Ich weiß, womit ich den Kunden überzeugen kann, meine Leistung / meine Produkte zu kaufen.“</i>
6. Meine Stärken / meine Strategie	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Was mache ich besonders gut, was liegt mir? ▪ Besonderer Stärken. Das sind mich besonders auszeichnende Eigenschaften ▪ Wie kann ich diese Stärken für mein Unternehmen nutzen? ▪ Was sind Schwächen? Wie kann ich diese ausgleichen? Wie kann ich diese umgehen? 	<i>„Ich weiß über meine Stärken bescheid und kann einschätzen, welche Kompetenzen andere Menschen mir zuschreiben. Ich habe eine Strategie, wie ich meine Stärken für meine Gründung wirkungsvoll einsetze und wie ich meine Schwächen umgehe.“</i>
7. Die Wettbewerber	Welche Wettbewerber habe ich im Bereich meines Standortes? Welche Wettbewerber gibt es in anderen Bereichen Deutschlands?	<i>„Ich habe ein klares Bild von meiner Konkurrenz; deshalb sind mir die Unterschiede zwischen mir und meiner Konkurrenz bekannt. Ich weiß, womit ich mich von den Wettbewerbern abhebe.“</i>
8. Der Standort	Beschreibung des geographischen Gebietes, in dem meine Produkte /Dienstleistungen verkauft werden sollen; Besonderheiten: Bevölkerung, Kaufkraft, Mentalität	<i>„Das Gebiet, in dem ich meine Produkte vertreiben will, ist festgelegt. Etwaige Besonderheiten sind mir bekannt.“</i>

Kapitel	Inhalte	Ziel-Überprüfung
9. Marketinginstrumente / Vertrieb	<p>Marktanalyse</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Marktgröße / Marktvolumen (Anzahl der Kunden, Umsatzpotenzial, Kauflust der Kunden) ▪ Zukünftige Entwicklung des Marktes ▪ Firmentreue der Kunden ▪ Ansprechbarkeit der Kunden durch Werbemaßnahmen ▪ Kundenbindung durch Serviceleistung, zukünftiger Bedarf an Dienstleistungen rund um meine Produkte <p>Marktziele / Vertrieb / Vertriebswege</p> <p>Geschäftsräume / persönlicher Verkauf / Besuche beim Kunden / Anzeigen / Internet / Werbebriefe / Mailings / Telefonanrufe / Telefonmarketing / Prospekte / Messen / Handelsvertreter / Filme / Fotos / Werbegeschenke / Give aways / Rundfunk / Fernsehen / Schilder / Beschriftungen / Aufkleber / Netzwerke / Angebotsgestaltung / Referenzen / Kooperationen mit anderen Unternehmen / Sonstiges</p>	<p>Marktziele: „Ich habe ein Absatzvolumen festgelegt, den Endpreis kalkuliert und habe meinen Verdienst / meine Handelsspanne bestimmt.“</p> <p>Vertrieb: „Ich weiß, wie ich den potenziellen Käufer gezielt anspreche, um meine Produkte an den Kunden zu bringen. Ich weiß, wie ich auf meine Produkte konsequent aufmerksam mache, um beim Kunden die Kauflust zu wecken.“</p> <p>Vertriebswege: „Ich weiß, welche Vertriebswege ich wähle“</p> <p><i>Ich habe ein klares Bild von den Märkten, in denen ich tätig werde. Die Wege und Mittel, mit denen der Kunde erreicht werden kann, sind festgelegt und nach Prioritäten geordnet. Die Kosten sind ermittelt und dargestellt.“</i></p>
10. Chancen / Risiken	<p>Bewertung der Risiken und Chancen in 4 verschiedenen Bereichen: <input type="checkbox"/> Strategie / <input type="checkbox"/> Geld / <input type="checkbox"/> Markt und Kunde / <input type="checkbox"/> Person des Unternehmers</p> <p>Welche Risiken und Chancen sind erkennbar? Wie sind sie zu bewerten?</p> <p>Welche Auswirkungen können sie haben? Wie groß ist die Wahrscheinlichkeit des Eintretens? Welche Vorsorge kann und muss ich für die zu erwartenden Ereignisse treffen? Für den Fall, dass meine Existenzgründung nicht erfolgreich verläuft, ist ein Plan erarbeitet, der im Fall eines Scheiterns einen gangbaren Weg in die weitere Zukunft beschreibt.</p>	<p>„Mögliche Chancen und Risiken für mein Unternehmen habe ich erkannt, kann sie beschreiben und habe sie festgehalten. Ich habe die notwendigen Reaktionsmaßnahmen festgelegt. Ich habe eine Früherkennungs-Warnsystem entwickelt. Ich bin auf Positives wie Negatives vorbereitet. Für den Fall eines Scheiterns habe ich einen Plan (Ausstiegsszenario) erarbeitet, wie ich meine Existenz sichere.“</p>

Kapitel	Inhalte	Ziel-Überprüfung
11. Organisation	<p>Die Funktionsfähigkeit eines Unternehmens hängt mit davon ab, ob alle zu bewältigenden Aufgaben erkannt, definiert und organisiert sind. Es muss klar sein, welche Aufgaben zu erledigen sind, wie sie abgearbeitet werden, und wer es macht.</p> <p>In der Regel werden am Anfang die meisten Aufgaben vom Gründer selbst wahrgenommen. Dennoch ist es nötig, sich Klarheit über das anfallende Aufgabenspektrum zu verschaffen. Hierzu ist Voraussetzung, dass der komplette Geschäftsablauf von der Auftragsbeschaffung bis zum Eingang der abschließenden Zahlung oder bis zum Ablauf von Garantiefristen ist beschrieben. Hierbei müssen die Abläufe in folgenden Bereichen geklärt sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Marketing, Akquise, Angebote, Kalkulation, Auftragsvorbereitung, Arbeitsvorbereitung ▪ Einkauf, Beschaffung, Produktion, Abrechnung, Rechnungsstellung ▪ Allgemeine Verwaltung (Sekretariat, Telefondienst) ▪ Kaufmännische Aufgaben im Finanz- und Rechnungswesen ▪ Mahnwesen, Controlling, Nachkalkulation, Steuern, Versicherungen, juristische Fragen 	<p><i>„Ich kann den kompletten Geschäftsablauf von der Auftragsbeschaffung bis zum Eingang der abschließenden Zahlung oder bis zum Ablauf von Garantiefristen darlegen. Damit ist der Aufgabenumfang geklärt und ist beschrieben, wie die Aufgaben bewältigt werden.“</i></p>
12. Personal	<p>Es ist zu klären, wie das Aufgabenvolumen zu bewältigen ist, welchen Anteil der Gründer selbst wahrnehmen kann, und wann er die Hilfe von Mitarbeitern in Anspruch nehmen will. Dabei sind die nötigen Qualifikationen zu planen, und zu welchem Zeitpunkt auf welche Qualifikationen zurückgegriffen werden muss.</p> <p>Welche Arbeitsverhältnisse werden gewählt. (Festanstellung, Zeitverträge, Werkverträge, geringfügige Beschäftigung, Aushilfen, etc.) Wie ist die Vertretung des Gründers im Krankheitsfall geregelt?</p>	<p><i>„Ich habe festgelegt, welches Personal zur Erledigung der Aufgaben eingesetzt werden soll. Die Anzahl der notwendigen Mitarbeiter und die Anforderungsprofile sind ermittelt. Die Personal- und die Personalnebenkosten und die Maßnahmen zur Personalbeschaffung sind konkret bekannt und geplant.“</i></p>

Kapitel	Inhalte	Ziel-Überprüfung
<p>13. Betriebliches Rechnungswesen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Finanzierungsplan / evtl. erforderlicher Kapitalbedarf ▪ Rentabilitätsvorschau Liquiditätsplan 	<p>Kapitalbedarf: Es ist zu prüfen, welche Investitionen notwendig sind, für: ➔ Büroausstattung / ➔ EDV / ➔ Maschinen / ➔ Fahrzeug(e) / ➔ Personalbeschaffung / ➔ Räume / ➔ Lizenzgebühren / ➔ Anlauffinanzierung</p> <p>Rentabilitätsplan: Die Ergebnisse des Finanzierungsplans gehen in den Rentabilitätsplan ein. Hier erkennt der Gründer, ob sich sein Verhalten unter den getroffenen Vorgaben, Rahmenbedingungen und Annahmen rechnen und erfolgreich werden kann. Der Rentabilitätsplan muss auch die Zeit zwischen Leistungserstellung, Rechnungsstellung und Eingang der Bezahlung berücksichtigen. Der Rentabilitätsplan muss laufend fortgeschrieben werden, damit er als Steuerungsinstrument für die Unternehmensentwicklung dienen kann. Der Planungshorizont soll drei Jahre betragen.</p> <p>Liquiditätsplan: Die Zahlungsfähigkeit des Unternehmens muss immer gewährleistet sein. Der Liquiditätsplan nimmt die voraussichtliche Entwicklung der Zahlungsverpflichtungen und der Zahlungseingänge planerisch vorweg mit dem Ziel, finanzielle Engpässe zu vermeiden. Der Liquiditätsplan muss als Steuerungsinstrument wie der Rentabilitätsplan laufend fortgeschrieben werden.</p>	<p><i>„Die Höhe und der zeitliche Verlauf der Investitionen sind ermittelt.“</i></p> <p><i>Ich verfüge über eine Berechnung, ob und wann das Unternehmen Gewinn erwirtschaften kann.</i></p> <p><i>„Ich verfüge über Klarheit möglicher finanzieller Engpässe und habe Maßnahmen zur Vermeidung oder Behebung der Engpässe festgelegt.“</i></p>

Kapitel	Inhalte	Ziel-Überprüfung
14. Maßnahmenplan	<p>Um das Vorhaben „Existenzgründung“ zielgerichtet und systematisch vorwärts zu treiben, müssen die einzelnen Schritte und ihre Reihenfolge vorher festgelegt sein.</p> <p>Ablaufplan: Festlegung der Reihenfolge der zu erledigenden Arbeiten mit dem dafür notwendigen Zeitbedarf</p> <p>Maßnahmenplan: Festlegung der Aufgabenerledigung. Wer erledigt was bis wann?</p>	<p>„Die Reihenfolge der zu erledigenden Aufgaben mit dem dafür nötigen Zeitbedarf ist festgelegt. Es ist bestimmt, wer, was, mit wem, mit was, bis wann erledigt.“</p> <p>„Das Gründungsvorhaben ist verbindlich in seinem zeitlichen Verlauf und in der Frage, wer wann welche Aufgaben zu erledigen hat, definiert.“</p>
15. Zusammenfassung	<p>Um einen in der Praxis anwendbaren Leitfaden zu erhalten, ist es sinnvoll, eine Zusammenfassung des Geschäftsplanes zu erstellen, der sich auf die Kernaussagen konzentriert. Er ist gekennzeichnet durch kurze und klare Darstellungen und Formulierungen. Er vermittelt ein klares Bild von dem Vorhaben. Mit dieser Zusammenfassung steht ein Instrument zur Verfügung, mit dem die Realisierung des Vorhabens zielgerichtet gesteuert werden kann.</p>	<p>„Mein Vorhaben ist mit klaren und leicht verständlichen Formulierungen und Darstellungen beschrieben. Auch der neutrale Beobachter kann diesen Plan sofort verstehen. Was zählt, sind Zahlen, Daten, Fakten.“</p>