

# auxmoney

Projektname

Businessplan

Der auxmoney Ratgeber zur Selbstständigkeit

Gründerteam

Datum

# Inhalt

1. Executive Summary.....	3
2. Produkt und Dienstleistung .....	3
3. Geschäftsmodell .....	3
3.1. Geschäftsidee .....	3
3.2. Zielgruppe.....	3
4. Markt und Wettbewerb.....	3
4.1. Marktanalyse.....	3
3.2. Wettbewerbsanalyse.....	4
4. Marketing und Vertrieb .....	4
4.1. Marketingmix .....	4
4.2. Vertrieb.....	4
5. Chancen und Risiken.....	4
5.1. Ziele .....	4
5.2. Strategie .....	5
5.3. SWOT-Analyse .....	5
6. Rechtliches und Organisatorisches .....	5
6.1. Rechtsform und Steuern.....	5
6.2. Organisation .....	6
7. Finanzplanung und Finanzierung .....	6
7.1. Kapitalbedarf .....	6
7.2. Finanzierung .....	6
8. Anhang.....	6

## Tipp 1: Lukrative Geschäftsidee

Aller Anfang macht die Geschäftsidee. Ob lukrativ, innovativ oder einzigartig – eine zündende Idee ist fast immer die Grundlage einer Unternehmensgründung. Denn nur so kann ein Geschäftsmodell auf fundierten Erkenntnissen der Markt- und Wettbewerbsanalyse ermittelt werden. Der auxmoney Ratgeber bietet zahlreich Inspiration.

## Tipp 2: Kredit für Selbstständige

Ein wichtiger Bestandteil eines jeden Businessplans ist die Finanzierung. Dabei sind klassische Banken meist die erste Anlaufstelle, selektieren aber gleichzeitig mit strengen Kriterien. Kredite für Selbstständige werden sehr häufig abgelehnt. Ein Finanzierungsvergleich bei auxmoney kann neue Perspektiven ermöglichen.

## 1. Executive Summary

---

Diese Zusammenfassung auf einen Blick gibt die wichtigsten Kernelemente des Businessplans wieder und sollte dementsprechend knapp, aber informativ gestaltet sein. Meist entscheidet dieser erste Einblick darüber, ob das Geschäftsmodell finanziert wird oder nicht. Da hierbei bereits fundiertes Wissen nötig ist, empfiehlt sich die Konzeption zum Schluss.

## 2. Produkt und Dienstleistung

---

Basis eines jeden Businessplans sind Produkt oder Dienstleistung. Aus diesem Grund sollte die Auswahl des Produkts / der Dienstleistung am Anfang einer jeden Unternehmensgründung stehen. Hierauf wird ein Geschäftsmodell aufgebaut, an dem sich alle weiteren Bereiche von Markt- und Wettbewerbsanalysen über Marketing und Vertrieb orientieren.

## 3. Geschäftsmodell

---

### 3.1. Geschäftsidee

Der wichtigste Aspekt des Geschäftsmodells ist die [Geschäftsidee](#), die möglichst kurz und knapp formuliert sein sollte. In Fachkreisen wird hierbei vom sog. „Elevator Pitch“ geredet, der auf eine sehr kurze Zeitspanne während einer Fahrstuhlfahrt (ca. 30 – 60 Sekunden) anspielt. Ziel ist es dabei, innerhalb kürzester Zeit einem potenziellen Investor die eigene Geschäftsidee überzeugend vorzustellen. Essentielle Aspekte sind der relevante Markt, die Zielgruppe sowie der Vorteil des eigenen Produkts / der eigenen Dienstleistung im Vergleich zur Konkurrenz.

### 3.2. Zielgruppe

Ist die Geschäftsidee erst einmal bekannt, folgt der nächste Schritt: die Definition der Zielgruppe. Dieses bildet das Fundament weiterer Bereiche.

## 4. Markt und Wettbewerb

---

### 4.1. Marktanalyse

Eine umfassende Marktanalyse gibt Aufschluss über Marktgröße, Marktwachstum und Marktpotenzial und bestimmt damit einen relevanten Markt für das eigene Unternehmen. Dabei setzt sich die Marktgröße aus den Faktoren Volumen, Preis und Umsatz zusammen. Auch ist entscheidend, wie viel des Produkts konsumiert wird. Diese Informationen sind besonders bei der Preisgestaltung von Bedeutung.

Mit einer Analyse des Marktwachstums erhält man einerseits einen Eindruck über die Konkurrenz; andererseits können daraus Prognosen für die eigene Entwicklung über die nächsten Jahre getroffen werden.

Um für diese Prognosen des Marktwachstums gewappnet zu sein, ist es entscheidend, das Marktpotenzial zu ermitteln. Dieses gibt darüber Auskunft, wann ein Markt gesättigt ist.

### 3.2. Wettbewerbsanalyse

Was durch die Marktwachstumsanalyse bereits begonnen wurde, wird durch die direkte Wettbewerbsanalyse weiter vertieft.

Wie viele direkte Konkurrenten gibt es und wie sehen eventuelle Markteintrittsbarrieren aus? Welche Vor- und Nachteile ergeben sich für das eigene Unternehmen? Bei der Konkurrenzanalyse ist auf Stärken und Schwächen zu achten um bessere Einschätzungen des Marktes vornehmen zu können.

Auch Markteintrittsbarrieren sind zu beachten. Der Begriff meint rechtliche und marktspezifische Hürden, die ein vorzeitiges Aus für die Existenzgründung bedeuten könnten.

## 4. Marketing und Vertrieb

---

### 4.1. Marketingmix

Das Marketing setzt sich im Großen und Ganzen aus den Bereichen Preis, Werbung und Vertrieb zusammen.

Die Preisgestaltung ist in zweierlei Hinsicht wichtig. Zum einen dient der Preis zur Deckung laufender Kosten (Selbstkostenpreis, Gehälter etc.), zum anderen muss er hoch genug sein, um einen Gewinn zu erwirtschaften. Dieser Gewinn ist ausschlaggebend dafür, wie stark das eigene Unternehmen wachsen, also expandieren, kann.

Werbung ist speziell während der Aufbauphase eines Unternehmens von Bedeutung, weil Aufmerksamkeit für die eigene Marke (engl. Brand) geschaffen werden muss. Denn je höher die eigene Popularität, desto höher fallen Umsätze und damit der Gewinn aus. Zielgruppen sollte direkt und gezielt angesprochen werden. Streuverluste durch indirektes Marketing können im schlimmsten Falle das Aus bedeuten. Zusätzlich zum Offline-Marketing ist das häufig unterschätzte Online-Marketing zu beachten.

### 4.2. Vertrieb

Auf welche Art und Weise soll das Produkt/Dienstleistung an Kunden verkauft werden? Ein qualifiziertes Vertriebsteam ist zusammen mit allen anderen Bereichen ein wichtiges Zahnrad in Unternehmen, das direkte Gewinne generiert. Mit einer effizienten Vertriebspolitik lassen sich nicht nur lukrativ Kunden ansprechen, sondern auch innovative Vertriebsstrategien entwickeln.

## 5. Chancen und Risiken

---

### 5.1. Ziele

Durch das Geschäftsmodell und eingehende Markt- und Wettbewerbsanalysen ergeben sich erste realisierbare Unternehmensziele. In einem Businessplan aber müssen diese weiter unterteilt werden.

Welcher Idealzustand soll innerhalb der nächsten Jahre erreicht werden? Und auf welche Art und Weise soll dies geschehen? Auf dem Weg zu diesem vorläufigen Idealzustand heißt es, kurz- und mittelfristige Ziele zu setzen. So bleibt der Fortschritt messbar und die eigene Motivation konstant hoch. Man spricht in diesem Zusammenhang auch von dem Begriff SMART – spezifisch, messbar, realistisch, relevant und zeitlich festgelegt.

## 5.2. Strategie

Ziele sind zwar theoretisch immer spannend, entscheidender aber ist die Unternehmensstrategie, mit der diese Ziele erreicht werden sollen. Speziell für Investoren und Geschäftspartner gilt dieser Teil des Businessplans und bedarf einer sorgfältigen Ausarbeitung.

Allgemein wird zwischen drei Strategien unterschieden: Differenzierung für Nischenanbieter, Kostenführer für umsatzstarke Unternehmen oder Qualitätsführer für Unternehmen mit besonders hohem Qualitätsanspruch. Die Wahl einer Strategie hängt zu einem gewissen Teil immer von der Zielgruppe ab.

Ein weiterer Aspekt der Strategie ist die sog. USP („unique selling proposition“). Dieses Alleinstellungsmerkmal setzt sich aus Qualität, Preis und Service zusammen. Wichtig ist, das Alleinstellungsmerkmal unter das Dogma des Kundennutzen zu setzen: Was bringt mein Produkt / meine Dienstleistung dem Kunden?

Sind potenzielle Konkurrenten analysiert und das Alleinstellungsmerkmal ermittelt, kann das eigene Unternehmen bzw. das Produkt / die Dienstleistung positioniert werden. Zusammen mit den Unternehmenszielen können einzelne Geschäftsstrategien schließlich Aufschluss über Chancen und Risiken des Unternehmens geben.

## 5.3. SWOT-Analyse

Um Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken im Verhältnis zu Konkurrenten zu analysieren, eignet sich die sog. SWOT-Analyse. Es ist ein Instrument der Strategischen Planung und dient der Positionsbestimmung.

# 6. Rechtliches und Organisatorisches

---

## 6.1. Rechtsform und Steuern

Bei einer Unternehmensgründung ist es immer wichtig, darüber zu entscheiden, welche [Rechtsform](#) man wählt. Denn je nach Rechtsform ergeben sich unterschiedliche rechtliche Faktoren, die es zu beachten gilt – u.a. auch für den Unternehmensnamen. Glücklicherweise bietet uns das World Wide Web diverse Rechtsformtests mit ausführlichen Erläuterungen.

Ob Einkommenssteuer, Gewerbesteuer, Umsatzsteuer oder Körperschaftsteuer, als Unternehmensgründer sollte man sich mit [steuerlichen Aspekten](#) gründlich auseinander setzen und Besonderheiten oder spezielle Sachverhalte im Vorfeld klären. Eventuell kann bereits während dieser Vorarbeit nach einem kompetenten Steuerberater gesucht werden.

## 6.2. Organisation

Neben rechtlichen Grundlagen ist die Betriebsorganisation von sehr hohem Wert für ein Unternehmen. Beginnend beim Management, der die eigenen Fähigkeiten umfasst, geht es um die Frage, wie viel Personal für den Start benötigt wird und wie sich die Organisationsstruktur zusammensetzt. Ein wichtiges Indiz dafür kann die Erstellung einer Wertschöpfungskette und einer Leistungserstellung liefern.

Durch eine Wertschöpfungskette und Leistungserstellung werden alle Stufen einer Produktion in Form von Werten, Ressourcen und einzelnen Prozessen dargestellt. Im Vordergrund stehen die Kosten und der Wert des eigenen Produkts/Dienstleistung.

## 7. Finanzplanung und Finanzierung

---

### 7.1. Kapitalbedarf

Die [Finanzplanung](#) ist Dreh- und Angelpunkt der Rentabilität des eigenen Unternehmens bzw. Businessplans. Durch diverse Berechnungen wie planmäßige Gewinn- und Verlustrechnung, Liquiditätsplanung und einer umfassenden Plan-Bilanz wird der gesamte Kapitalbedarf ermittelt. Dieser setzt sich wiederum aus Gründungskosten, Gründungsinvestitionen und laufenden Kosten zusammen. Zusätzlich sollte ein finanzieller Puffer mit einberechnet werden, denn trotz intensiver Planung kann stets Unvorhergesehenes geschehen.

Bei laufenden Kosten sollte mit 12-18 Monaten kalkuliert werden, da sich Profite in der Regel nicht von Beginn an ergeben. Auch bei der Finanzplanung bietet das Internet zahlreiche kostenlose Tools, auf die zurückgegriffen werden kann. Zusätzlich bieten öffentlich zugängliche Einrichtungen wie Handelskammer, Hausbanken, Existenzgründungszentren, Ministerien, Wirtschaftsberater oder spezielle Förderbanken wie die KfW kompetente Unterstützung.

### 7.2. Finanzierung

Ist die Finanzplanung inklusive aller Berechnungen fertig gestellt, gilt es, sich mit Finanzierungsstrategien auseinander zu setzen. Neben der klassischen Möglichkeit, einen Kredit bei Banken zu nehmen, hat sich innerhalb der letzten Jahre das [Crowdfunding](#) als effiziente Alternative bewiesen. Eine weitere Möglichkeit stellen fördernde Initiativen wie beispielsweise Wirtschafts- oder Innovationswettbewerbe dar, die mit hohen Honoraren besonders ausgefallene Projekte unterstützen.

## 8. Anhang

---

Im Anhang werden meist Lebensläufe, Zusatzinformationen, Grafiken oder allgemeines Zahlenmaterial mitgeliefert.