**Erläuterung zur Verwendung der Businessplan-Vorlage**

Diese Word-Vorlage und die parallel angebotene Excel-Vorlage sind als Ergänzung unserer Broschüre „Selbstständig? Aber sicher!“ zu verwenden. Mit Hilfe der Broschüre erfahren Sie, wie Sie einen Businessplan erstellen. Sie erhalten die Broschüre direkt bei uns oder zum Download unter [www.hi-reg.de](http://www.hi-reg.de).

**Wichtiger Hinweis: Diese Vorlage ist nicht verbindlich, sondern lediglich ein Vorschlag, der Ihnen den Einstieg in die Erarbeitung Ihres Businessplans erleichtern soll. Bitte passen Sie das Dokument Ihren individuellen Bedürfnissen an!**

Zusätzlich zu dieser Vorlage und der Broschüre „Selbstständig? Aber sicher!“ bieten wir Ihnen Seminare an, in denen Sie u.a. die Erstellung eines Businessplan erlernen können. Informieren Sie sich gerne auf unserer Website zum Seminarprogramm der Gemeinschaftsinitiative WiR unter [www.hi-reg.de/seminare](http://www.hi-reg.de/seminare).

Nachdem Sie einen ersten Entwurf Ihres Businessplans erstellt haben, sollten Sie ihn bei uns zur Überprüfung einreichen. In vertraulichen Gesprächen diskutieren wir dann mit Ihnen die individuellen Aspekte Ihres Konzeptes und arbeiten gemeinsam die Schwachstellen heraus. Im Ergebnis erhalten Sie hierdurch die bestmögliche Grundlage für ein erfolgreiches Finanzierungsgespräch und die Beantragung von Fördermitteln. Gehen Sie bitte nicht mit einem unausgereiften Businessplan in ein Finanzierungsgespräch, Sie mindern sonst Ihre Finanzierungschancen.

Bei der Erstellung des Businessplans sollten Sie möglichst eine gängige Gliederung einhalten. Der Plan besteht insgesamt aus drei Teilen:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Textteil (Word-Vorlage)** | **Zahlenteil (Excel-Vorlage)** | **Anhang (ohne Vorlage)** |
| 1 | Zusammenfassung  2 | Gründungsperson/-team  3 | Geschäftsidee  4 | Organisation  5 | Unternehmensumfeld  6 | Marketing  7 | Finanzplanung  8 | Stärken-Schwächen Analyse und Fazit | A | Lebenshaltungskosten  B | Umsatzplan  C | Rentabilitätsplan  D | Liquiditätsplan  E | Kapitalbedarfs- und Finanzierungsplan  F | Weitere Pläne | I. Lebenslauf  II. Zeugnisse  III. Vertragsentwürfe  IV. Produktinformationen  V. Fotos, Grafiken, Pläne  VI. Jahresabschlüsse  VII. Weitere Unterlagen |

Wenn Sie diese Word-Vorlage nutzen, werden Sie automatisch dazu angeleitet folgende Elemente zu verwenden:

* **Deckblatt** mit Name, Adresse, Geschäftsidee und Datum,
* **Inhaltsverzeichnis** mit Seitenzahlen,
* **Kopf- und Fußzeilen** auf denen durchgängig Name, Geschäftsidee, Datum und Seitenzahl vermerkt sind.

Sie beginnen zunächst mit der Erarbeitung des Textteils, wobei es sehr hilfreich ist, parallel zum Textteil schon Überlegungen zu Umsätzen, Kosten, Investitionen usw. im Zahlenteil durchzuführen. **Von zentraler Bedeutung ist nämlich die inhaltliche Übereinstimmung von Textteil und Zahlenteil.** D.h. alles, was Sie im Zahlenteil dargestellt haben, muss auch durch den Textteil zum Ausdruck kommen und umgekehrt. Während des Schreibens werden Sie ohnehin feststellen, dass Sie bereits bearbeitete Kapitel überarbeiten müssen, wenn Sie durch die Arbeit an anderen Teilen zu neuen Erkenntnissen gekommen sind. Andererseits werden Sie an einzelnen Stellen noch nicht die abschließende Antwort zu einzelnen Fragen parat haben, sodass Sie sich erst anderen Teilen des Businessplans zuwenden, bevor Sie später ein Kapitel oder einen Absatz ergänzen. Durch dieses Vorgehen wird Ihr Businessplan zunehmend „reifen“, bis er schließlich einen bewertungsfähigen Stand erreicht hat.

**Viel Erfolg!**

**Kontakt:**

Wirtschaftsförderungsgesellschaftsgesellschaft Hildesheim Region (HI-REG) mbH

Kaiserstraße 15, 31134 Hildesheim

Tel.: 05121 91885-18, E-Mail [gruendung@hi-reg.de](mailto:gruendung@hi-reg.de), [www.hi-reg.de](http://www.hi-reg.de)

**Wichtiger Hinweis: Ab hier beginnt ihr Businessplan. Bitte löschen Sie diesen Hinweis und die vorhergehenden Seiten, nachdem Sie sie gelesen haben.**

Geschäftsidee / Unternehmensname

Vorname Nachname

Kontaktdaten

**Inhaltsverzeichnis Seite**

**Textteil X**

**Zahlenteil**

**Anhang**

**Wichtiger Hinweis: Bitte behalten Sie nur die nummerierten Kapitalüberschriften und die Unterüberschriften bei. Löschen Sie bitte alle Spiegelstriche, nachdem Sie die Texte geschrieben haben. Beantworten Sie die Fragen nicht nur sondern binden Sie die Antworten in einen Fließtext ein.**

1. **Zusammenfassung**

* Wer gründet?
* Wann wollen Sie gründen?
* Welche Rechtsform haben Sie gewählt?
* Was ist die Geschäftsidee?
* Welche Produkte bzw. Dienstleistungen bieten Sie an?
* Wie sieht Ihr Markt aus? Welche Zielgruppen sprechen Sie an?
* Was ist der Kundennutzen? Welches Problem löst Ihr Angebot beim Kunden?
* Worin liegt Ihr Wettbewerbsvorteil? Welches Alleinstellungsmerkmal haben Sie?
* Wie hoch ist Ihr Kapitalbedarf und woraus setzt er sich zusammen?
* Welche maßgeblichen Chancen und Risiken bestehen und wie gehen Sie damit um?
* Welche Ziele haben Sie für Ihr Unternehmen in den nächsten drei Jahren?
* Wo liegen Ihre Stärken und Schwächen?

1. Gründungsperson/-team

* Über welche Ausbildung und Berufserfahrung verfügen Sie?
* Welche kaufmännischen bzw. betriebswirtschaftlichen Kenntnisse haben Sie?
* Warum wollen Sie sich selbstständig machen? Was ist Ihre Motivation?
* Welche spezifischen Branchenerfahrungen und -kenntnisse haben Sie?
* Welche Kontakte oder Referenzen haben Sie in Ihrer Branche (persönliches Netzwerk)?
* Waren Sie früher schon einmal selbstständig? Wenn ja, womit?
* Welche Defizite haben Sie noch und wie gedenken Sie diese zu beheben?

1. **Geschäftsidee**

* Was ist der Zweck Ihres Unternehmens?
* Welche(s) Produkt(e) bzw. Dienstleistung(en) wollen Sie anbieten?
* Welchen besonderen Nutzen hat Ihr Angebot für Ihre Kunden?
* Was ist ganz konkret Ihr Angebot an den Kunden?
* Welche Merkmale Ihrer Produkte/Dienstleistungen sind für die Kunden relevant?
* Was ist Ihr Ertragsmodell? Womit verdienen Sie Ihr Geld?
* Welche Varianten Ihrer Produkte/Dienstleistungen bieten Sie an? Können Sie einige beispielhafte Angebote erläutern?
* Wodurch heben sich Ihre Produkte/Dienstleistungen von denen Ihrer Konkurrenz ab? Worin liegen Ihr Alleinstellungsmerkmal und Ihr Wettbewerbsvorteil?
* Wie ist der aktuelle Entwicklungsstand Ihres Produktes/Ihrer Dienstleistungen? Welche Voraussetzungen müssen bis zur Gründung noch erfüllt werden?
* In welchem Umfang benötigen Sie zu Beginn einen Material- bzw. Warenbestand?
* Planen Sie die Anmeldung von Wort-Bild-Marken oder Patenten bzw. Gebrauchsmustern? Wenn ja, welche?
* Wann wollen Sie starten?
* Was sind Ihre kurz- und langfristigen Unternehmensziele? Wo sehen Sie sich und Ihr Unternehmen in drei Jahren?

1. **Organisation**

### Organigramm

* Welche Abteilungen bzw. Organisationseinheiten gibt es in Ihrem Unternehmen? Wer macht was?
* Wie sind die Abläufe zwischen den Unternehmensbereichen organisiert?
* Stellen Sie Mitarbeitende ein? Wenn ja, wann, wie viele und wofür? Welche Qualifikationen müssen sie aufweisen? Wie viel Gehalt sollen sie bekommen?
* Wie wird Ihr Produkt hergestellt bzw. Ihre Dienstleistung bereitgestellt? Wer sind Ihre Zulieferer?
* Nutzen Sie externe Personen, Unternehmen oder Institutionen als Partner oder Dienstleister (z. B. Wettbewerber, Berater, IT-Dienstleister)? Nennen Sie diese ruhig beim Namen.
* Wer übernimmt die Buchführung und das Controlling?

### Rechtsform

* Welche Rechtsform wählen Sie für Ihr Unternehmen und warum?
* Außer bei Einzelunternehmen: Wer sind die Gesellschafter und wie verteilen sich die Gesellschaftsanteile? Gibt es bereits den Entwurf eines Gesellschaftsvertrages?
* Welche persönliche Haftung entsteht für Sie als Unternehmer:in?
* Welche betrieblichen Versicherungen sollten ggf. abgeschlossen werden?

### Genehmigungen

* Erfüllen Sie die gesetzlichen Bestimmungen (z. B. Zulassungen, Genehmigungen) mit Bezug auf Ihre Branche und Ihr Angebot?
* Wie sehen die rechtlichen Rahmenbedingungen in Ihrer Branche aus (z. B. Gewährleistung, Vertragsrecht, Buchführungspflicht, Steuern)?

1. **Unternehmensumfeld**

Bei der Betrachtung des Unternehmensumfeldes ist zwischen dem erweiterten Umfeld und dem direkten Umfeld zu unterscheiden. Das erweiterte Umfeld besteht aus übergeordneten gesellschaftspolitischen Trends und Entwicklungen.

* Technologische Trends: Gibt es technologische Veränderungen, die für Sie von Bedeutung sind? Wirken diese sich auf die Nachfrage nach Ihren Produkten/Dienstleistungen aus?
* Konjunkturelle Lage: Wie ist die allgemeine wirtschaftliche Lage? Inwiefern beeinflussen Veränderungen der Konjunktur Ihr Unternehmen, insbesondere die Nachfrage und die Preise?
* Politische und rechtliche Rahmenbedingungen: Stehen Gesetzesänderungen oder politische Veränderungen an, die Ihr Unternehmen positiv oder negativ betreffen könnten?
* Gesellschaftliche Entwicklungen: Welche aktuellen gesellschaftlichen Entwicklungen gibt es? Können Sie von demografischen Trends profitieren?
* Ökologische Entwicklungen: Zeichnen sich ökologische Entwicklungen ab, die Ihr Unternehmen betreffen? Können Sie Produkte/Dienstleistungen anbieten, die diese berücksichtigen?

Im nächsten Schritt der Analyse widmen Sie sich nun Ihrem direkten Unternehmensumfeld.Dieses besteht im Wesentlichen aus vier Bereichen:

**Branche**

* Wie lässt sich Ihre Branche möglichst klar abgrenzen?
* Lässt sich Ihr Angebot ggf. sogar mehreren Branchen zuordnen?
* Wie sieht die Unternehmensstruktur in Ihrer Branche aus (z. B. wenige große oder viele kleine Anbieter)?
* Wie groß ist der Gesamtumsatz in Ihrer Branche? Wie hat er sich entwickelt?
* Inwiefern ist Ihre Branche von konjunkturellen oder saisonalen Schwankungen betroffen?
* Welche übergeordneten Trends (positiv und/oder negativ) bestimmen die Branchenentwicklung?
* Lassen sich besondere Chancen oder Risiken ableiten?
* Wie bewerten Sie die Zukunftsperspektiven und die Auswirkungen auf Ihre Geschäftsidee?
* Wie ist die Kostenstruktur der Unternehmen in Ihrer Branche? Wie entwickeln sich Preise u. Kosten?

**Markt und Zielgruppen**

Produkte/Dienstleistungen:

* Welche Produktgruppen und Dienstleistungsangebote bilden Ihren Markt?
* Wie sind diese charakterisiert (z. B. qualitativ hochwertig, technologisch fortschrittlich, preisgünstig etc.)?
* Was unterscheidet Ihre Produkte/Dienstleistungen von vergleichbaren Angeboten am Markt?
* Was sind die Besonderheiten und der Zusatznutzen für Ihre Kunden?

Zielgruppen/ Kunden:

* Wer sind Ihre Kunden? Wie definieren sich Ihre Zielgruppen (z. B. nach Alter, Geschlecht, Einkommen, ästhetischem Empfinden, Branche, Unternehmensgröße)?
* Zählen nur bestimmte Kundensegmente zu Ihrem Markt? Wenn ja, wie lässt sich Ihr Markt segmentieren? Richtet sich Ihr Angebot z. B. an Endverbraucher oder an gewerbliche Kunden?
* Welche besonderen Bedürfnisse haben Ihre Zielgruppen?
* Wodurch ist das Kaufverhalten Ihrer Zielgruppen geprägt? Wie groß ist die Kaufkraft Ihrer Zielgruppen? Wie werden sich Kaufverhalten und Kaufkraft entwickeln?
* Welche Umsatzanteile haben die einzelnen Zielgruppen an Ihrem Gesamtumsatz?
* Haben Sie bereits Referenzkunden oder Referenzprojekte? Dies wäre ein großer Pluspunkt, da Sie dann mit ersten Umsätzen kalkulieren können.

Geographischer Absatzmarkt:

* Wo werden Ihre Produkte und Dienstleistungen verkauft?
* Wie groß ist das Einzugsgebiet für Ihre Produkte/Dienstleistungen? Sind sie regional, überregional, national oder gar weltweit aktiv?
* Wie viele potenzielle Kunden aus Ihren Zielgruppen befinden sich in diesem Einzugsgebiet?
* Gibt es z. B. ganz spezielle Veranstaltungen, Messen oder Events, auf denen Sie einen großen Absatz erzielen?

**Wettbewerb**

* Welche Konkurrenten sind in dem von Ihnen definierten Markt bereits tätig?
* Ist es zu erwarten, dass in der Zukunft weitere Wettbewerber hinzukommen oder etablierte Konkurrenten wegfallen (z. B. durch Betriebsaufgaben)?
* Wie leistungsfähig sind Ihre Konkurrenten (z. B. Umsatz oder Beschäftigte)? Wo liegen deren Stärken und Schwächen?
* Mit welchen Maßnahmen könnte Ihre Konkurrenz auf Ihren Markteintritt reagieren? Wie werden Sie darauf reagieren.
* Wie etabliert sind Ihre Konkurrenten im Markt? Wie ist ihr Ansehen?
* Wie gehen Ihre Wettbewerber mit ihren Kunden um? Wie ist die Servicequalität?
* Welche Wettbewerbsstrategie verfolgen die Wettbewerber? Was sind ihre Unternehmensziele?
* Wie „aggressiv“ agiert die Konkurrenz in Ihrem Markt?
* Welche Formen des Marketings (klassisch oder digital) nutzen Ihre Konkurrenten?
* Welche Lieferanten haben sie?

**Standort**

* Wo liegt der von Ihnen gewählte Standort? Welche Gegebenheiten machen Ihn aus?
* Beschreiben Sie die Lage in Ihrem Absatzmarkt. Entspricht Ihr Standort den Anforderungen Ihrer Zielgruppen?
* Wie ist die Verkehrsanbindung Ihres Standortes? Sind Sie für Kunden, Lieferanten und Mitarbeiter gut erreichbar? Sind genügend Parkplätze vorhanden?
* Erfüllt der von Ihnen gewählte Standort alle Ihre Anforderungen (z. B. Größe, Anzahl der Räume, Zuschnitt etc.) und weist die notwendige Versorgungsinfrastruktur (z. B. Gas, Wasser, Strom, Telekommunikation, Internet) auf? Ist auch die Entsorgung problemlos möglich?
* Wie ist der Standort im Hinblick auf Ihre Wettbewerber zu beurteilen?
* Wie hoch sind die Standortkosten (z. B. Miete/Mietnebenkosten, Grundstückspreis, Fahrtkosten, Gewerbesteuer)? Rechtfertigen die Kosten die Lage des Standortes?
* Sind an dem gewählten Standort alle bau- und genehmigungsrechtlichen Voraussetzungen erfüllt? Wenn nein, was ist noch zu erledigen und welche Auswirkungen hat das auf Ihren Kapitalbedarf?

1. **Marketing**

**Angebot (Produkt / Dienstleistung)**

* Welche Bedürfnisse befriedigt Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung beim Kunden?
* Warum ist Ihr Angebot besser als das der Konkurrenz? Gibt es ein Alleinstellungsmerkmal?
* Bieten Sie einen besonderen Zusatznutzen zu Ihrem Produkt/Ihrer Dienstleistung?
* Warum sollte man genau Ihr Produkt kaufen bzw. Ihre Dienstleistung in Anspruch nehmen?

**Preis**

* Kostenpreis: Wie viel müssen Sie für das Produkt/die Dienstleistung mindestens verlangen damit alle betrieblichen Kosten gedeckt sind, Sie also keinen Verlust machen?
* Marktpreis: Wie viel sind Ihre Kunden bereit für das Produkt/die Dienstleistung zu zahlen? Welche Preise verlangen Ihre Konkurrenten?
* Welche Zahlungsziele bieten Sie Ihren Kunden an? Mit welchen Anzahlungen/Abschlagszahlungen arbeiten Sie?

**Kommunikation**

Nachdem Sie intensiv herausgearbeitet haben, wie Ihr Angebot aussieht und welchen Preis Sie verlangen können, stellt sich die Frage, wie Ihre Kunden überhaupt auf Sie aufmerksam werden. Stellen Sie in diesem Abschnitt dar, welche dieser Instrumente für Sie sinnvoll sind, wie sie eingesetzt werden und welche konkreten Ziele Sie dabei verfolgen.

* **Werbung**: Internetauftritt, Online-Shop, Social Media Accounts, Imagevideos, Anzeigen in Printprodukten, Werbespots, Flyer, Plakate, Visitenkarten, Briefe, E-Mails, Telefonakquise, Direktansprache, Reklameschilder, Fahrzeugaufkleber, Logos, Briefbögen, Displays, Messeteilnahmen
* **Verkaufsförderung**: Social Media Kampagnen, Gewinnspiele, Werbegeschenke, Produktverpackung, Gutscheine, kostenfreie Proben/Muster, Vorführungen, Events und Veranstaltungen, Rabatte, Finanzierungsangebote, Inzahlungnahmen
* **Öffentlichkeitsarbeit**: Reden, Vorträge, Seminare, Youtube-Kanal, Tutorials, Podcasts, Sponsoring, Spenden, Pressearbeit, Newsletter

**Vertrieb**

###### Welche Kaufgewohnheiten haben Ihre Zielgruppen?

###### Wie werden vergleichbare Produkte bzw. Dienstleistungen verkauft? Welche Vertriebskanäle nutzen Ihre Wettbewerber? Wie können Sie sich von diesen absetzen?

* Auf welchem Weg wird Ihr Angebot verkauft? Benötigen Sie z. B. ein Ladengeschäft, einen Online-Shop, einen Marktstand oder ein Verkaufsfahrzeug?
* Sollten Sie auf Messen oder Events präsent sein? Wenn ja, welche Messen sind für Sie interessant?
* Mit welchen Vertriebspartnern arbeiten Sie zusammen (z. B. Vertreter, Einzelhändler, Online-Plattformen)?
* Welches Kosten-Nutzen Verhältnis bieten Ihnen verschiedene Vertriebskanäle?

**Markteintrittsstrategie**

Um das Kapitel Marketing abzuschließen, sollten Sie nun erläutern, wie Sie die vorherigen Überlegungen und ausgewählten Instrumente in konkrete Maßnahmen umsetzen werden.

1. **Finanzplanung**

Dieses Kapitel ist die textliche Erläuterung des Zahlenteils und steht in engem Zusammenhang mit diesem.

**Lebenshaltungskosten**

* Wie viele Personen umfasst Ihre Lebensgemeinschaft?
* Wie hoch sind Ihre Lebenshaltungskosten?
* Wie viel müssen Sie davon aus Ihrer selbstständigen Tätigkeit beisteuern?

**Umsatzplan**

* Wie viel Umsatz wird in der gesamten Branche erwirtschaftet?
* Wie viel Umsatz erwirtschaften vergleichbare Unternehmen Ihrer Branche?
* Wie viele Kunden werden Ihre Produkte/Dienstleistungen in Anspruch nehmen?
* Wie oft werden Ihre potenziellen Kunden das Angebot in Anspruch nehmen?
* Wie groß sind die Marktanteile Ihrer Konkurrenten? Welchen Marktanteil planen Sie für Ihr Unternehmen?
* Ist es sinnvoll, dass Sie Ihre Umsätze nach verschiedenen Produktgruppen oder Dienstleistungen unterscheiden?
* Wie viele Produkte/Dienstleistungen können Sie voraussichtlich pro Monat zu welchem Preis verkaufen?
* Müssen Sie saisonale Schwankungen berücksichtigen?
* Haben bestimmte externe Faktoren (z. B. Großveranstaltungen, wiederkehrende Großaufträge, branchenübliche Ereignisse) einen großen Einfluss auf Ihre Umsätze?

Falls Sie an dieser Stelle noch Schwierigkeiten mit der Umsatzprognose haben, kann es Ihnen helfen, folgende Szenarien zu betrachten:

* Worst-Case: Berechnen Sie zunächst die Umsätze, mit denen Sie nach Ihrer Einschätzung im schlechtesten Fall mindestens rechnen können.
* Best-Case: Berechnen Sie dann die Umsätze, die Sie im besten Fall maximal erzielen können. Denken Sie hierbei unbedingt an Ihre Kapazitätsgrenzen.

**Rentabilitätsplan**

* Haben Sie alle anfallenden betrieblichen Kosten berücksichtigt?
* Entspricht Ihr Material- und Wareneinsatz gemessen am Umsatz einer branchenüblichen Größe? Wenn nicht, was sind die Gründe hierfür?
* Haben Sie auch jährlich oder quartalsweise anfallende Kosten berücksichtigt?
* Gibt es Kosten, die eine besondere textliche Erklärung benötigen?

**Liquiditätsplan**

* Tätigen Sie eine Privateinlage oder erhalten Sie ein Darlehen, das zu Beginn auf Ihr Konto eingezahlt wird?
* Sind alle Investitionen und Gründungskosten, die Sie in Ihrem Kapitalbedarfsplan aufgeführt haben, in ihrer Liquiditätsplanung enthalten?
* Haben Sie Verzögerungen durch Zahlungsziele berücksichtigt?
* Haben Sie jährlich anfallende Kosten, wie z. B. Versicherungsbeiträge, zum richtigen Zeitpunkt eingeplant?

**Kapitalbedarf**

Gründungskosten

* Müssen Sie steuerliche und rechtliche Beratung in Anspruch nehmen?
* Wollen Sie Fortbildungen und Seminare besuchen?
* Müssen Sie kostenpflichtige Genehmigungen berücksichtigen?
* Entstehen Kosten für eine Gewerbeanmeldung, die Eintragung ins Handelsregister oder für einen Notar?
* Planen Sie besondere Kosten für die Eröffnungswerbung?

Investitionen ins Anlagevermögen

* Benötigen Sie Werkzeuge, Maschinen, Fahrzeuge, Ladeneinrichtung, Lizenzen oder ähnliches?
* Wollen Sie ein Grundstück oder eine Immobilie erwerben?
* Stehen an Ihrem Standort bauliche Veränderungen an?
* Warum sind welche Investitionen geplant und sind diese zwingend sofort erforderlich oder können sie auch sukzessive erfolgen?
* Haben Sie bereits aus eigenen Mittel investiert und Sachwerte oder Eigenleistungen eingebracht?

Investitionen in das Material- und Warenlager

* Welche Materialien und welche Waren müssen Sie vorfinanzieren? Welche Kosten fallen hierfür an?
* Verfügen Sie bereits über ein Material- und Warenlager oder müssen Sie noch aufstocken?
* Wie sehen Ihre Zahlungsziele aus?

Kapitalbedarf für die Anlaufphase

* Sind Ihr Lebensunterhalt und die betrieblichen Kosten bereits in der Anlaufphase durch Umsätze gedeckt?
* Wann erhalten Sie die ersten Einnahmen von Ihren Kunden? Wann fallen parallel die ersten Kosten an?
* Wie lang wird Ihre Anlaufphase sein? Womit begründen Sie das?

**Finanzierung**

* Welche Art und Dauer der Finanzierung streben Sie an?
* Verfügen Sie über ausreichend Eigenkapital? Je nach Art und Risiko des Vorhabens kann es erforderlich sein, dass Sie mindestens 15-20 % des Gesamtkapitalbedarfs als Eigenkapital einbringen. Bei besonders risikobehafteten Vorhaben sogar deutlich mehr.
* Verfügen Sie über Sicherheiten (z. B. Grundschulden, Bürgschaften, Vermögen, Lebensversicherungen mit Rückkaufswert)? Je besser Sie das Risiko des Finanzierungsinstituts gegenüber absichern können, desto höher sind Ihre Finanzierungschancen.
* Haben Sie negative SCHUFA-Einträge oder ein laufendes Insolvenzverfahren? Enthalten Sie Ihrem Kreditinstitut diese Informationen nicht vor!
* Haben Sie sowohl bei Umsätzen als auch bei allen Kosten die Umsatzsteuer berücksichtigt? Führen Sie diese zum richtigen Zeitpunkt auch wieder ans Finanzamt ab und berücksichtigen Sie Vorsteuererstattungen?
* Haben Sie im Fall eines Darlehens an Zins- und Tilgungsraten gedacht?
* Haben Sie Ihren Lebensunterhalt in Form einer Privatentnahme (z.B. bei Personengesellschaften) oder eines Geschäftsführungsgehalts (Kapitalgesellschaften) berücksichtigt?

**8. Stärken-Schwächen Analyse und Fazit**

Mit einer sog. SWOT-Analyse können Sie tabellarisch **beschreiben**, welche Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken Sie für Ihr Vorhaben ausgemacht haben.

|  |  |
| --- | --- |
| **Stärken (Beispiele)**   * Kostenvorteile, z. B. Zugang zu günstigen Produktionsfaktoren, niedrige Fixkosten * Standortvorteile, z. B. Einbindung in ein gutes Netzwerk aus Zulieferern, Forschungseinrichtungen, Kunden und Meinungsführern, Geschäft / Büro mit zahlreicher Laufkundschaft, guter Infrastruktur | **Schwächen (Beispiele)**   * Fehlendes Know-how, z. B. Betriebswirtschaft, Recht, Steuern, angrenzende Technologien * Kostennachteile, z. B. hohe Entwicklungskosten, hohe Einkaufspreise aufgrund kleiner Einkaufsmengen |
| **Chancen (Beispiele)**   * Gesellschaftliche Entwicklung, z. B. Trends, die neue Absatzchancen eröffnen * Gesetzliche Regelungen, z. B. neue Standards, erleichterte Verfahren | **Risiken (Beispiele)**   * Gesetzliche Regelungen, z. B. neue Vorschriften, strengere Regulierungen * Markt und Wettbewerb, z. B. zu hohe Markteintrittsbarrieren, finanzstarke, etablierte Konkurrenz |

1. Stärken ausbauen und an Schwächen arbeiten:

* Zeigen Sie, welche Stärken Sie ausmachen und wie sie diese konsequent fördern und nutzen.
* Zeigen Sie, an welchen Schwächen Sie wie arbeiten und erstellen Sie hierfür einen Plan.

2. Chancen nutzen und auf Risiken vorbereitet sein:

* Schärfen Sie den Blick für zu erwartende Chancen und zeigen Sie, wie sie diese nutzen werden.
* Beschreiben Sie, wie Sie mit Risiken umgehen werden, indem Sie für den Fall der Fälle einen Alternativplan haben.

**Für die Erstellung des Zahlenteils nutzen Sie bitte die Excel-Datei.**

# Der Anhang des Businessplans

1. **Lebenslauf**
2. **Zeugnisse**

Je nach Art des Vorhabens sind dem Anhang noch weitere Unterlagen beizufügen, z.B.:

1. **Vertragsentwürfe**

* Miet- / Pachtvertrag
* Kauf- / Leasingverträge
* Liefer- / Dienstleistungsverträge
* Arbeitsverträge
* Kooperationsverträge
* Gesellschaftsvertrag

1. **Produktinformationen**

* Prospekte
* Werbeflyer
* Produktdatenblätter

1. **Fotos, Grafiken, Pläne**
2. **Jahresabschlüsse**

Bei Übernahmen und Beteiligungen. Hinzu kommen die neusten betriebswirtschaftlichen Auswertungen (BWA).

1. **Weitere Unterlagen**

* Finanzielle Selbstauskunft und Aufstellung von Sicherheiten bei angestrebter Finanzierung
* Kostenvoranschläge zur Erläuterung des Kapitalbedarfs für Investitionen
* Patentschriften, Markenanmeldungen usw., die Schutzrechte belegen
* Weitergehende Marktanalysen, Branchenkennzahlen usw.
* Wichtige Ausschnitte aus Publikationen, die als Quelle dienen
* Gutachten
* Handelsregisterauszug