

Businessplan zur Gründung _____

Vor- und Zuname: _____
Straße, Hausnr: _____
PLZ, Ort: _____
Telefon: _____
E-Mail: _____

1. Ihre Geschäftsidee

Vorhaben:

Beschreiben Sie kurz Ihr Unternehmen und Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung:

Näheres zum geplanten Produkt /zur Dienstleistung:

Welchen Nutzen hat das Angebot und warum sollte jemand es kaufen? Erläutern Sie Breite und Tiefe des Sortiments, Qualität, Preislage sowie den Bekanntheitsgrad des Produktes / der Dienstleistung

Alleinstellungsmerkmal:

Erläutern Sie unter diesem Punkt, was Ihr Angebot ggf. von dem der Konkurrenz abhebt bzw. was das besondere marktrelevante Merkmal Ihres Betriebes ist.

Betriebslage/-größe:

Geben Sie hier die Lage des geplanten Betriebes an und erläutern Sie ggf. die Größe der Verkaufs-, Lager-, Büro-, Produktions- und Nebenräume sowie der Freiflächen.

Ziele der Unternehmung:

Ohne Zielsetzung ist die planvolle Umsetzung einer Geschäftsidee kaum möglich. Überlegen Sie, was Sie kurz-, mittel- und langfristig erreichen möchten und welche Strategien dazu angemessen sind.

Angestrebte Rechtsform:

Die Wahl der Rechtsform ist bezüglich Ihrer unternehmerischen Rechte und Pflichten, für Haftungsfragen sowie für die Befugnisse des Unternehmers/der Unternehmer entscheidend.

2. Ihre Gründerprofil

Name: _____
Geburtsdatum/-ort: _____
Familienstand: _____
Schulabschluss: _____

Beruflicher Werdegang:

| Zeitraum | Betrieb | Tätigkeit |
|----------|---------|-----------|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

Sonstige Qualifikationen:

Fachlich: _____
Kaufmännisch: _____

Familiäre Situation:

Bitte beschreiben Sie Ihre familiäre Situation. Unterstützt Ihr Partner Sie? Wie sieht es mit der Planung und Zeitaufteilung bezüglich der Familie aus?

Gesundheitsstatus:

Ihre Gesundheit kann wichtig für die Planung Ihres Unternehmens sein. Es ist aber nicht nötig, jeden Leser Ihres Geschäftskonzepts über Details Ihrer Gesundheit zu informieren. Wie ist es um Ihre Gesundheit bestellt? Sein Sie in diesem Punkt insbesondere um Ihrer selbst Willen ehrlich in Bezug auf Ihre Fähigkeit, die starken Belastungen der Selbständigkeit wegstecken zu können.

Vorsorge für Ausfall:

Sollten Sie erkranken oder anderweitig ausfallen, vertritt Sie dann jemand bzw. kann der Betrieb überleben?

Unternehmerische und branchenspezifische Erfahrungen:

Welche Erfahrungen mit der Selbständigkeit bzw. in der Branche haben Sie?

Finanzielle Verpflichtungen:

Sollten Sie private Verbindlichkeiten zu bedienen haben, führen Sie diese bitte hier auf.

3. Ihre Markteinschätzung

Zielgruppe:

Benennen Sie den Kundenkreis möglichst präzise, um weitere Einschätzungen überhaupt erst zu ermöglichen. Alter, Geschlecht, Milieu, Vorlieben und viele andere Merkmale sind bei Privatkunden zu beachten. Welche Wünsche hat Ihre Zielgruppe? Bei Unternehmenskunden können Sie mit Aussagen zur Branche, Mitarbeiterzahl, Region, usw. arbeiten?

Kundenpotenzial:

Wie groß ist das Marktvolumen und die Kaufkraft Ihrer Zielgruppe? Wie viele mögliche Kunden gibt es in welchem Umkreis?

Kontakte:

Sind bereits Kontakte in der Region vorhanden?



Marketing:

Beschreiben Sie kurz Ihren an die Zielgruppe angepassten Marketingplan. Marketing ist das Bindeglied zwischen Ihnen und dem Käufer. Wie gestalten sie das Produkt, um es aus Kundensicht attraktiv zu machen? Welche Absatzwege und welche Preispolitik werden Sie verfolgen?

Werbung:

Welche Art von Werbung, in welchem Umfang und von welcher Dauer haben Sie vorgesehen? Welche besonderen Maßnahmen sind zur Markteinführung angedacht

Kosten für Marketing und Werbung:

Geben Sie hier eine realistische Summe, idealerweise durch Preisvergleiche bzw. Kostenvoranschläge ermittelt untermauert, ein.

4. Wettbewerbssituation

Allgemeine Wettbewerbslage:

Haben Sie Konkurrenten oder erschließen Sie einen bisher nicht existenten Markt?

Analyse der Wettbewerber:

Wer sind die Konkurrenten (sofern vorhanden) und welche Charakteristika weisen Sie auf? Wie etabliert sind die Konkurrenten am Markt? Wo liegen die Vor- und Nachteile der Wettbewerber

Preiswettbewerb:

Wie ist die Preislage der Konkurrenz und mit welchen Preisen steigen Sie ein

Attraktivität:

Wodurch sind Sie interessant bzw. warum bieten Sie dem Kunden einen größeren Nutzen als die Konkurrenz

5. Standortanalyse

Die Betrachtung des Standorts ist bei stationären Geschäften (Produktion, Einzelhandel oder ortsgebundene Dienstleistungen) wichtiger Bestandteil der Planung. Aber auch Geschäfte in der Online-Welt können anhand vieler der Kriterien geplant werden, die für örtliche Standorte verwendet werden (Auffindbarkeit, Kundenfrequenz, Standortkosten, usw.).

Standort allgemein:

Wo liegt der Standort Ihres Unternehmens? Beschreiben Sie die räumliche Umgebung. Wie wirkt sich der Standort auf Ihre Kunden und Ihr Produkt aus?

Kundennähe:

Leben/Sitzen Ihre Kunden in der Nähe oder müssen diese extra anreisen, wenn Sie zu Ihnen möchten

Frequentierung:

Herrscht eine hohe Passantenfrequenz bzw. gibt es Frequenzbringer, die Kunden in Ihre Nähe führen?

6. Management und Organisation

Betriebsprozesse:

Wie möchten Sie die Betriebsprozesse (Einkauf/Herstellung/Vertrieb/...) strukturieren und organisieren?

Investitionen

Welche Maschinen/Materialien/Einrichtungen/Anlagen benötigen Sie?

Vertriebsaufwand

Was benötigen Sie zum Vertrieb? Vertreiben Sie direkt oder indirekt? Häufig werden hier spezielle PKW, Partner oder Personal benötigt.

Personalplanung

Welche Mitarbeiter mit welchen Qualifikationen benötigen Sie und welche Anstellungsverhältnisse planen Sie? Welche Arbeitszeiten sind vorgesehen?.

Personalplanung

Welche Mitarbeiter mit welchen Qualifikationen benötigen Sie und welche Anstellungsverhältnisse planen Sie? Welche Arbeitszeiten sind vorgesehen?.

Geschäftsführung

Bei mehreren Gesellschaftern: Wer übernimmt die Geschäftsführung bzw. weitere Funktionen, wie sind die Kompetenzen aufgeteilt?

7. Nachhaltigkeitskonzept und Corporate Social Responsibility (CSR)

Ein umfassendes Nachhaltigkeitskonzept wird für Unternehmen immer wichtiger.

Unternehmen generieren durch ein gutes Nachhaltigkeitskonzept eine bessere Wettbewerbsfähigkeit. Nachhaltigkeit hat Einfluss auf Ihren Unternehmenserfolg, reduziert Ausgaben, generiert neue Umsatzpotenziale. Handeln Sie verantwortungsvoll prägt dies zugleich Ihr Image. Zudem hinterfragen Ihre Kunden (Private, Unternehmen) oder Banken bei der Kreditvergabe womöglich Ihre unternehmerische Nachhaltigkeit. Oder sind Sie sogar berichtspflichtig?

In welchen Handlungsfeldern sind Sie möglicherweise aktiv:

1. Ökologie:

Nutzen Sie zum Beispiel eine der folgenden Maßnahmen:

- Einsatz von Umwelt- und Energie-Managementsystemen, wie z.B. EMAS oder ISO 14001
- Ausbau des Angebots von Produkten mit Bio- oder Gütesiegeln
- Maßnahmen zur Kreislaufwirtschaft (z.B. Wiederverwertung von Produkten, Reparaturanleitungen für Endverbraucher, etc.)
- Optimierungen des Produktlebenszyklus oder der Prozesskette
- Schulungen für Mitarbeiter im Bereich Umwelt

2. Ökonomie:

Nutzen Sie zum Beispiel eine der folgenden Maßnahmen:

- Produktgestaltung, z.B. bei der Auswahl der Materialien oder der Wiederverwertbarkeit der Produkte
- Transparenz und Produktkennzeichnung
- Produktinnovation, z.B. bezüglich des Energie- oder Rohstoffverbrauchs
- Beschaffungsrichtlinien, die neben ökonomischen auch soziale und ökologische Faktoren berücksichtigen
- Verpflichtung zu Arbeits- und Sozialstandards entlang der gesamten Lieferkette

3. Arbeitsplatz:

Nutzen Sie zum Beispiel eine der folgenden Maßnahmen:

- Etablierung eines betrieblichen Gesundheitsmanagements
- Durchführung von Mitarbeiterbefragungen und Erfassung von Personalkennzahlen
- Jobsharing für Fachkräfte und Führungskräfte
- Angebote zur Unterstützung bei der Pflege von Angehörigen
- Betriebliche Sozialberatung
- Einführung von Teilzeitmodellen und Homeoffice



4. Gemeinwesen:

Nutzen Sie zum Beispiel eine der folgenden Maßnahmen:

- Sponsoring und Spenden
- Ermöglichung von ehrenamtlichem Engagement der Beschäftigten
- Auftragsvergabe an soziale Organisationen

Stellen Sie sich zwei weitere Fragen:

- Wie schaffen Sie es, dass Nachhaltigkeit strategischer Teil Ihres Unternehmens wird und Teil des Kerngeschäfts (wichtig: Nachhaltigkeit ist KEIN Marketing)?
- Hinterfragen Sie Ihr Produkt / Ihre Dienstleistung doch dahingehend, wie Sie einerseits Ihren Umsatz (somit Ihren Gewinn) positiv beeinflussen können und zugleich einen Mehrwert für die Gesellschaft durch nachhaltiges, verantwortungsvolles Handeln leisten können!

Mehr Informationen zur Nachhaltigkeit und zu CSR finden Sie hier: <https://www.wuerzburg.ihk.de/csr/>



8. Risikoanalyse/Zukunftsperspektive

Zielvorgabe

Welche Ziele haben Sie sich gesteckt? Gibt es eine Zeitplanung?

Strategie

Mit welchen Maßnahmen möchten Sie die benannten Ziele erreichen? Wie reagieren Sie auf negative Marktveränderungen?

Branchenentwicklung

Wie entwickelt sich die Branche? Ist sie von gewissen Gegebenheiten/anderen Branchen abhängig? Gibt es vergleichbare Branchen, die Orientierungshilfe liefern?

Nachfrageentwicklung

Wie wird sich die Nachfrage nach Ihrem Angebot entwickeln?

Wettbewerbsentwicklung

Rechnen Sie mit wachsender Konkurrenz? Wird die Konkurrenz sich durch Ihren Markteintritt oder andere Entwicklungen anpassen? Sind Innovationen zu erwarten, die den Markt neu ordnen?

Wachstumsprognose

Welche Wachstumsschritte erwarten Sie? Könnten Sie eventuell auch zu schnell wachsen?



Arbeitsmarktsituation

Ist Personalmangel absehbar (demographischer Wandel, Fachkräftemangel, Attraktivität der Branche, ...) oder werden Sie langfristig keine Probleme bei der Personalakquise haben?

9. Finanzplan

Für den folgenden finanziellen Teil Ihrer Planung bietet es sich an, separate Tabellen zu verwenden. Vorlagen hierzu finden Sie auf unseren Internetseiten unter: www.wuerzburg.ihk.de/businessplan

Kapitalbedarfs- und Finanzierungsplanung

Rentabilitätsplanung

Liquiditätsplanung

