



GründerZeiten 07

Businessplan



07/2014

Fahrplan in die Selbständigkeit

Ein Businessplan ist ein Fahrplan in die Selbständigkeit, ein ausgefeilter Regieplan, der alle wichtigen Überlegungen darüber enthält, wie eine Geschäftsidee in die Tat umgesetzt werden soll: zum Produkt, das man anbieten wird, zu den Kunden, die man erreichen will, zur Finanzierung der Unternehmensgründung usw.

Erfolgsfaktoren für die Gründung

Dieser Plan sollte dabei alle Faktoren berücksichtigen, die für den Erfolg der Gründung entscheidend sein können. Mit anderen Worten: Im Businessplan legt man fest, was man vorhat und was zu tun ist, damit dieses Vorhaben gelingt.

Unterlage für das Gespräch bei der Bank

Ein Businessplan ist dabei nicht allein für das durchdachte und planmäßige Vorgehen der Gründerinnen und Gründer wichtig. Er ist auch eine entscheidende Unterlage für das Bankgespräch, um einen Kredit zu beantragen. Ein schriftlicher und sorgfältig ausgearbeiteter Businessplan soll „Banker“ davon überzeugen, dass das Vorhaben auf festen Füßen steht. Dazu muss er sowohl die Chancen als auch die Risiken klar und deutlich aufzeigen. Ein „runder“ Businessplan soll dem Kreditgeber die Gewissheit verschaffen, dass er das geliehene Geld zurückbezahlt bekommt.

Businessplan nach dem Unternehmensstart

Mit dem Unternehmensstart hat sich die Aufgabe eines Businessplans nicht etwa erschöpft. Er spielt weiterhin eine wichtige Rolle. Das heißt aber nicht, dass er wie in Stein gemeißelt bleibt und nie wieder verändert wird. Im Gegenteil: Er ist so etwas wie der Kompass, der die grobe Richtung für die weitere Unternehmensentwicklung vorgibt. Allerdings muss er immer wieder an neue Gegebenheiten angepasst werden: Wenn sich beispielsweise die Kundenwünsche ändern. Oder neue Konkurrenten mit einer ähnlichen Geschäftsidee auftauchen. Dann bleibt nichts anderes übrig, als über die bisherige Planung nachzudenken und den exakten Kurs neu zu bestimmen.

Businessplan-Inhalte

1. Zusammenfassung

Stellen Sie Ihrem Businessplan – wenn Sie alle Inhalte zusammengetragen haben – eine Zusammenfassung voran. Sie sollte die Geschäftsidee kurz und prägnant beschreiben, wesentliche Erfolgs- und Risikofaktoren aufzeigen sowie Ihre Ziele für die ersten Jahre nennen.

2. Gründerperson/en

Erläutern Sie, warum Sie sich mit diesem Vorhaben selbständig machen möchten. Welche Qualifikationen befähigen Sie dazu, ein Unternehmen zu führen? Unterscheiden Sie zwischen Ihren fachlichen Qualifikationen (Ausbildung, Berufserfahrung usw.) und Ihren unternehmerischen Qualifikationen (Führungserfahrung, Kommunikationsfähigkeit, kaufmännisches Know-how usw.).

3. Geschäftsidee: Produkt/ Dienstleistung

Was möchten Sie eigentlich genau tun? Es muss Ihnen dabei gelingen, einem Nicht-Fachmann Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung „schmackhaft“ zu machen. Dazu gehören vor allem auch Informationen darüber, was Sie im Vergleich zu gleichen oder ähnlichen Angeboten Besonderes anzubieten haben (Zusatznutzen). Beschreiben Sie sowohl Ihre kurzfristigen als auch langfristigen Unternehmensziele. Vor allem bei aufwändigen Produkten ist es notwendig, die einzelnen Produktionsschritte deutlich zu machen.

Was wird z. B. im Unternehmen selbst, was außerhalb bearbeitet?

4. Markt und Wettbewerb

Kunden

Wer kennt den Spruch nicht: Der Kunde ist König. Das bedeutet: Sie müssen Ihre Kunden unbedingt kennenlernen. Wer sind sie? Welche Bedürfnisse und Wünsche haben sie? Kann in Ihrem anvisierten Marktsegment auch tatsächlich „Geld verdient“ werden? Welche finanziellen Möglichkeiten (Kauf-

kraft) haben Ihre Kunden? Machen Sie eigene Umfragen.

Wie steht es um den Markt, zu dem Ihre Kunden zählen? Telefonieren Sie mit Unternehmen Ihrer Branche. Fragen Sie bei Banken und Sparkassen nach aktuellen Branchenuntersuchungen. Recherchieren Sie, wie sich Ihre Branche entwickelt. Stellen Sie dar, wie sich Ihr Unternehmen im Vergleich dazu nach ihrer Einschätzung entwickeln wird.

Konkurrenz

Sie werden mit Ihrer Geschäftsidee nicht allein auf der Welt sein. Das heißt, Sie werden Konkurrenten haben, gegen die Sie sich behaupten müssen. Ermitteln Sie z. B. in den „Gelben Seiten“, wer zu Ihren Konkurrenten zählt. Hilfreich ist dabei auch die Internet-Präsentation Ihrer Stadt oder Region. Außerdem gibt es bei den Kammern Experten, die den lokalen oder regionalen Markt kennen. Finden Sie heraus, was Ihre Konkurrenten anzubieten haben und welchen Preis sie dafür verlangen.

Standort

Begründen Sie die Wahl Ihres Unternehmensstandortes. Achten Sie darauf, dass Sie für Kunden und Lieferanten gut zu erreichen sind. Tragen Sie alle Kosten und behördlichen Auflagen zusammen, die mit dem Standort verbunden sind.

5. Marketing

Zum Marketing gehört nicht nur die Werbung, wie fälschlicherweise oft angenommen wird. Die vier wichtigsten Fragen, die ein Businessplan zum Marketing beantworten muss, sind: Welchen Nutzen hat Ihr Angebot, also Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung, für den Kunden? Zu welchem Preis sollen Produkt oder Dienstleistung angeboten werden? Wie kommt das Produkt zum Kunden? Wie erfahren die Kunden von diesem Produkt bzw. dieser Dienstleistung?

Angebotsstrategie

Ihr Angebot muss einen ganz bestimmten Nutzen für Ihre Kunden haben. Es kann z. B. besser, schöner oder schneller als das der Konkurrenz sein. Auch die Verpackung kann ein Alleinstellungsmerkmal sein. Sie kann z. B. besonders sicher, umweltfreundlich oder attraktiv sein. Beschreiben Sie, wie Sie Ihr Angebot auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden abstimmen und wie sie es präsentieren können, so dass es sich von der Konkurrenz abhebt.

Preisstrategie

Erklären Sie, welche Preisstrategie (z. B. Hochpreis-, Niedrigpreis-, Schwellenpreisstrategie) Sie verfolgen. Begründen Sie dabei, wie viel Ihr Produkt bzw. Ihre Dienstleistung mindestens kosten muss. Wie setzt sich Ihr Preis zusammen? Achten Sie darauf, dass der Preis in jedem Fall sowohl Ihre Kosten deckt (Kostenpreis) als auch wettbewerbsfähig ist (Marktpreis). Nennen Sie auch die Preise Ihrer Konkurrenten.

Vertriebsstrategie

Sie sollten ein schlüssiges Vertriebskonzept erstellen, das zum Produkt passt. Überlegen Sie, inwieweit auch Vertriebsmöglichkeiten wie z. B. über Groß- und Einzelhändler, Kataloge, Electronic Commerce, Vertriebspartner usw. in Frage kommen. Hier sollten Sie wissen, welche weiteren Kunden Ihr Vertriebspartner hat und wie der Vertriebs- bzw. Verkaufsweg genau aussieht.

Werbestrategie

Erläutern Sie, wann Sie welche Werbemaßnahmen einsetzen werden.

6. Organisation/ Mitarbeiter/-innen

Organisation

Erkundigen Sie sich über die verschiedenen Organisationsformen. Neben der streng gegliederten, linearen Organisation gibt es z. B. auch projektbezogene Organisationsformen, bei denen die Verantwortung bei den jeweiligen Projektleitungen liegt.

Mitarbeiter/-innen

Informieren Sie sich über die verschiedenen Beschäftigungsmöglichkeiten: z. B. Teilzeitarbeit oder befristete Arbeitsverträge zum Unternehmensstart. Denken Sie bei Ihrer Mitarbeiterplanung aber auch über den Start hinaus. Nur diejenigen Unternehmen werden sich dauerhaft einen Wettbewerbsvorsprung verschaffen, die über qualifiziertes und motiviertes Personal verfügen. Planen Sie daher immer mindestens drei Jahre im Voraus. Wenn Sie vorhaben, (hoch-)qualifizierte Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter zu beschäftigen, sollten Sie bereits jetzt schon über Qualifizierungs- und Bindungsstrategien nachdenken. Geht eine solche Arbeitskraft weg, ist sie meist nur schwer zu ersetzen.

7. Rechtsform

Die Entscheidung für eine bestimmte Rechtsform hat steuerliche Auswirkungen und entscheidet darüber, wie die Haftung geregelt ist. Von ihr hängt vor allem aber auch ab, wie viel Ein-

fluss man als Gründerin oder Gründer in seinem Unternehmen hat. Entscheidende Frage: Wie viele Personen sollen z. B. Einfluss auf die Unternehmensführung nehmen?

8. Chancen/Risiken

Viele „Banker“ können mit Risiken leben, wenn sie den Eindruck haben, die Gründerin bzw. der Gründer geht verantwortungsbewusst damit um. Machen Sie hier unbedingt Worst-Case- und Best-Case-Betrachtungen: Welches sind die drei größten Chancen, die die weitere Entwicklung des Unternehmens positiv beeinflussen könnten? Welches sind die drei größten Risiken oder Probleme, die eine positive Entwicklung des Unternehmens behindern könnten? Wie sollen die benannten Probleme gelöst werden? Begründen Sie Ihre Annahmen mit recherchierten und belegbaren Zahlen und Fakten.

9. Kapitalbedarf/ Investitionsplan

Ohne Geld geht gar nichts. Das Herzstück eines Businessplans ist daher die Planung rund um die Finanzen. Die vier wichtigsten Fragen, die ein Businessplan zum Thema „Finanzierung“ beantworten muss, sind: Wie hoch ist der Kapitalbedarf für die Gründung? Aus welchen Geldquellen soll dieser Kapitalbedarf finanziert werden? Welche Einnahmen und Ausgaben stehen in den nächsten drei Jahren an? Wie hoch ist die verbleibende Liquidität? Wie hoch ist schätzungsweise die Rentabilität, also der Gewinn, in den nächsten drei Jahren?

Kapitalbedarfsplan

Der Kapitalbedarfsplan zeigt Ihnen, wie viel Eigen- und Fremdkapital Sie für welche Posten brauchen. Berücksichtigen Sie auch eine Reserve für unvorhergesehene Ausgaben und für die Kosten der privaten Lebensführung. Kalkulieren Sie für mindestens sechs Monate. Denken Sie auch an die unterschiedlichen Laufzeiten der Fremdfinanzierungsmittel: Wenn die tilgungsfreie Zeit vieler Förderdarlehen vorbei ist, kommt schlagartig eine erhebliche finanzielle Mehrbelastung auf Sie zu.

Finanzplan

Eigenkapital

Geben Sie hier die Höhe des Eigenkapitals an, das Sie in das Unternehmen einbringen werden. Auch wenn nicht bei allen Existenzgründungskrediten ein Eigenkapitalanteil erforderlich ist: Die Banken erwarten in der Regel, dass Sie sich als Gründerin oder Gründer auch mit eigenen finanziellen Mitteln am unternehmerischen Risiko beteiligen.

Anteilige Fremdmittel

Die Finanzierung kann durch mehrere Kapitalgeber erfolgen. Die Laufzeiten von Bankkrediten oder öffentlichen Förderdarlehen sollten dabei mit dem von Ihnen aufgezeigten Liquiditätsbedarf korrespondieren.

Start-App



In dem mobilen Gründungsbegleiter bündelt das BMWi kompakt und übersichtlich seine vielfältigen Unterstützungsangebote. Schwerpunkt bilden Angebote für Gründerinnen und Gründer im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien.

Die serviceorientierte App bietet

- News und Stories erfolgreicher Unternehmerinnen und Unternehmer,
- Zugang zum BMWi-Expertenforum,
- Informationen zu Coaching, Förderung und Finanzierung.

Start-App kostenlos herunterladen:

iTunes-Store

<https://itunes.apple.com>

Google Play Store

<https://play.google.com>



Liquiditätsvorschau

Eine fundierte Liquiditätsvorschau zeigt Ihre Zahlungsfähigkeit für einen bestimmten Zeitraum an. Kammern und Verbände können Ihnen hiermit mit Branchenwerten helfen. Legen Sie Branchendaten zur Zahlungsmoral Ihrer Kunden vor und erklären Sie, wie Sie z. B. längere Zahlungsfristen überbrücken können. Erklären Sie, wie lange es dauern wird, bis Sie tatsächlich „schwarze Zahlen“ schreiben werden, und wie Sie diesen Zeitraum finanziell überstehen können.

Ertragsvorschau/Rentabilitätsrechnung

Zeigen Sie, welche Umsätze Sie mit welchem Produkt oder welcher Dienstleistung bei welchen Kunden machen. Die Zahlen müssen – auch wenn es sich um Schätzungen handelt – nachvollziehbar sein. Was geschieht, wenn ein geringer Umsatz oder gar kein Umsatz erzielt wird?

Plan-Gewinn- und -Verlustrechnung

Hier müssen Sie zeigen, ob Sie unter dem Strich Ihr eingesetztes Kapital vermehren oder verringern. Dabei stellen Sie die Umsätze aus der Umsatzplanung den Aufwendungen aus dem Kapitalbedarfsplan gegenüber.

10. Unterlagen

Vervollständigen Sie Ihren Businessplan mit einem tabellarischen Lebenslauf. Fügen Sie außerdem Kopien von aussagekräftigen Unterlagen bei, z. B. Gesellschaftervertrag (Entwurf), technische Unterlagen, Gutachten.

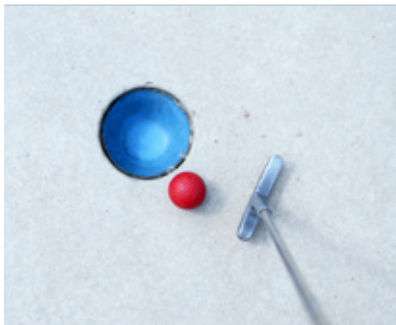


INFORMATION IM INTERNET

www.existenzgruender.de

Businessplan-Inhalt

Businessplan-Tipps für einzelne Branchen



Wenn Sie einen Businessplan schreiben, sollten Sie auch die unternehmerischen Ziele festlegen, die Sie mit Ihrer Geschäftsidee erreichen wollen (s. Punkt 3 der Businessplan-Inhalte). Ein wichtiger Punkt: In der Praxis zeigt sich nämlich, dass viele Gründerinnen und Gründer einfach „ins Blaue“ wirtschaften. Sie verfügen weder über konkrete Unternehmensziele noch über eine Vorstellung, auf welchen Wegen sie diese Ziele erreichen wollen. Die Aufträge werden schon kommen, das Geld wird schon reichen, es wird schon gut gehen.

Dazu kommt, dass viele Gründerinnen und Gründer eine Vielzahl verschiedener Geschäftsfelder mit unterschiedlichen Produkten oder Dienstleistungen und verschiedenen Zielgruppen „beackern“. Die zwangsläufige Folge ist, dass sie sich bei ihren persönlichen und betrieblichen Ressourcen wie Know-how, Kapital, Energie und Zeit heillos verzetteln. Die Erfahrung lehrt: Wer auf allen Gebieten gut sein will, kann insgesamt allenfalls durchschnittlich sein. Eine solche

Ziele setzen und kontrollieren

Verzettelung können Sie verhindern, indem Sie sich unternehmerische Ziele stecken. Zielsetzungen haben „heilsame“ Wirkungen:

- **Ziele setzen Prioritäten.** Zielgerichtetes Handeln erfordert klare Abläufe. Und die Ausrichtung auf unternehmerische Ziele ermöglicht und verlangt von Ihnen, Ihre Kräfte systematisch auf Schwerpunkte zu konzentrieren.
- **Ziele sind Grundlagen für unternehmerisches Handeln.** Nur aus klaren Unternehmenszielen können Sie Ihr Vorgehen, Ihre konkreten Schritte in Richtung Ihrer unternehmerischen Zielsetzung ableiten.
- **Ziele ermöglichen Kontrolle.** Sie können schließlich prüfen, ob Sie Ihre Ziele erreicht haben oder nicht. Dazu gehört ggf. herauszufinden, warum Sie Ihre Ziele nicht erreicht haben. Wenn Sie die Gründe dafür kennen, können Sie Ihre Ziele korrigieren oder aber Ihr Vorgehen verbessern.
- **Ziele überzeugen Kreditinstitute.** Realistische Zielsetzungen sind wichtige Grundlagen für die finanzielle Begleitung durch die Bank.
- **Ziele schaffen Zuversicht.** Klare Ziele bedeuten für Sie und ggf. auch Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine klare Orientierung.

Realistische Ziele

Mit Zielen legen Sie einmal fest, was Sie erreichen MÜSSEN: vor allem Ihre Kosten plus einen Gewinn erwirtschaften. Und außerdem, was Sie erreichen WOLLEN: z. B. zehn Prozent Gewinn im Geschäftsjahr erwirtschaften oder 50 neue Kunden gewinnen. Dabei ist es nicht sinnvoll, Luftschlösser zu bauen. Ihre Ziele sollten daher nur festlegen, was Sie erreichen KÖNNEN. Welche Ziele erreichbar sind, hängt von Ihren Kräften, Ihren Stärken (und Schwächen) ab.

Ziele schriftlich festhalten

Alle Zielsetzungen und Planungen sollten Sie schriftlich festhalten. Nur so können Sie Planabweichungen und -veränderungen wirklich feststellen. Eine nicht schriftlich fixierte Planung wird im Laufe der Zeit zu unscharf.



INFORMATION IM INTERNET

www.bmwi-unternehmensportal.de

Ziele formulieren

Tragfähigkeitsprüfung/Fachkundige Stellungnahme

Wer den Gründungszuschuss erhalten möchte, muss die Stellungnahme einer fachkundigen Stelle über die Tragfähigkeit eines Gründungsvorhabens vorlegen.

Fahrplan

- Antrag bei der Arbeitsagentur auf Gründungszuschuss stellen
- Erarbeitung der Businessplan-Unterlagen (auf Antragsformular vermerkt)
- Abgabe der Unterlagen zusammen mit einer Kopie des Antrags für den Gründungszuschuss bei der fachkundigen Stelle
- Dauer der Bearbeitung durch fachkundige Stelle: in aller Regel nicht länger als 14 Tage; in 80 Prozent der Fälle sind die eingereichten Businesspläne nicht schlüssig, so dass die fachkundigen Stellen den Gründer zu einem Gespräch einladen und ihm bei der Verbesserung seines Businessplans helfen.
- Kosten: Die fachkundige Stellungnahme ist meist kostenpflichtig (auch die Kammern bieten sie zukünftigen Kammermitgliedern nicht mehr immer kostenlos an). Erkundigen Sie sich. Vergleichen Sie die Kostensätze (meist zwischen 100 und 300 Euro).
- vollständigen Antrag bei der Arbeitsagentur auf Gründungszuschuss einreichen

Fachkundige Stellen

- Industrie- und Handelskammer, Handwerkskammer
- Berufsständische Kammer (z. B. Innung)
- Fachverband (z. B. Freie Berufe)
- Bank oder Sparkasse
- sonstige, z. B. Steuerberater, Wirtschaftsprüfer, Steuerbevollmächtigter, Unternehmensberater

Kernpunkte der Tragfähigkeitsprüfung

- Hat der Gründer ausreichende Fach- und Branchenkenntnisse?
- Hat der Gründer ausreichendes kaufmännisches und unternehmerisches Know-how?
- Sind alle erforderlichen Zulassungsvoraussetzungen erfüllt (z. B. Konzession, Eintrag in die Handwerksrolle)?
- Ist die Geschäftsidee konkurrenzfähig?
- Sind die geschätzten Umsätze realistisch?
- Sind die geschätzten Kosten realistisch?
- Ist der geschätzte Gewinn realistisch?
- Ist der errechnete Kapitalbedarf realistisch?
- Kann der Gründer diesen Kapitalbedarf finanzieren?
- Hat er finanzielle Reserven und kann Durststrecken überbrücken?
- Wird das zu erwartende Einkommen dem Gründer voraussichtlich eine ausreichende Lebensgrundlage bieten?

Bei der Arbeitsagentur vorlegen

- Kurzbeschreibung des Existenzgründungsvorhabens zur Erläuterung der Geschäftsidee
- Lebenslauf (einschließlich Zeugnisse und Befähigungsnachweise)
- Kapitalbedarfsplan
- Finanzierungsplan (Nachweis über eigene Mittel oder Kreditzusagen)
- Umsatz- und Rentabilitätsvorschau
- fachkundige Stellungnahme
- ggf. Begründung der letzten Geschäftsaufgabe
- ggf. Bescheinigung über Teilnahme an einem Existenzgründungsseminar
- Gewerbeanmeldung oder Anmeldung der freiberuflichen Tätigkeit beim Finanzamt

Worauf achten Kapitalgeber bei Businessplänen?

**Interview mit Thomas Fürst,
Leiter des ExistenzgründungsCenters
der Stadtparkasse München**



Wie wichtig ist für Sie der Businessplan bei einer Gründung?

Thomas Fürst: Der Businessplan zeigt uns, wie intensiv und konkret sich die Gründerin oder der Gründer mit ihrer oder seiner Geschäftsidee auseinandergesetzt hat, vor allem mit den betriebswirtschaftlichen Aspekten und mit der Umsetzung. Er ist sozusagen ein individuelles, vollständiges, verständliches und plausibles Handbuch des Existenzgründers zu seinem erfolgreichen Markteintritt.

Worauf achten Banken und Sparkassen besonders?

Thomas Fürst: Der Businessplan muss ein nachvollziehbarer Leitfaden der Gründung sein. Banker achten daher insbesondere darauf, dass der Businessplan dieser Aufgabe gerecht wird. Gibt es bei der Vorstellung der Geschäftsidee Detailinformationen zum

geplanten Produkt- bzw. Dienstleistungsangebot?

Sind die in verständlicher Form und Sprache dargestellt?

Ist insbesondere auch der Kundennutzen berücksichtigt?

Wie geht der Gründer mit der aktuellen Markt- und Wettbewerbssituation um, wie grenzt er sich gegenüber den bereits am Markt vorhandenen, identischen oder ähnlichen Produkten oder Dienstleistungen und Anbietern ab? Und ganz besonders wichtig ist für uns natürlich auch die Umsatz- und Kostenplanung. Aus ihr muss hervorgehen, dass das Vorhaben tragfähig ist.

Welches sind nach Ihren Erfahrungen typische Fehler oder Defizite in Businessplänen?

Thomas Fürst: Viele Businesspläne weisen bei der Umsatz- und Finanzplanung handwerkliche Fehler auf. Wir erleben beispielsweise, dass es Differenzen zwischen den Aussagen im Erläuterungsteil und der Umsetzung im Finanzteil gibt. Oder bei den Personalkosten werden die Arbeitgeberanteile der Sozialversicherungsbeiträge nicht berücksichtigt. Oder die Umsatzplanung lässt saisonale Schwankungen außer Acht. Dies hat zur Folge, dass bei der Liquiditätsplanung möglicherweise die benötigte Kreditlinie zu niedrig angesetzt wird. Sehr oft ist der Finanzbedarf nicht genau genug aufgeschlüsselt. Dann können wir nicht prüfen, ob beispielsweise für einzelne Güter eine Leasingfinanzierung für den Gründer günstiger ist.

Typische Fehler bei Steuern und Kosten. Auch bei der Angabe der Mehrwertsteuer werden Fehler gemacht. In die Rentabilitätsvorschau ist die Mehrwertsteuer nicht als durchlaufender Posten einzurechnen. In der Liquiditätsplanung aber schon. Hier muss sie als Ausgabe berücksichtigt werden, da sie zunächst die Liquidität belastet. Zum Teil werden auch private Kosten oder private Einnahmen fälschlicherweise in der betrieblichen Um-

satz- bzw. Kostenplanung aufgeführt, statt sie separat auszuweisen. Auch die dargestellte Entwicklung der Umsätze und die Umsatzplanung im Liquiditätsplan sind zum Teil nicht nachvollziehbar, obwohl ihnen eine zentrale Bedeutung zukommt, um die Tragfähigkeit des Vorhabens zu untermauern.

Typische Fehler beim Markteintritt. Außerdem stellen wir immer wieder konzeptionelle Defizite fest, vor allem bei der Marketing- und Markteintrittsstrategie. Manchmal planen Gründer beispielsweise das Verteilen von Prospekten als einzige Werbemaßnahme. Da diese jedoch einen hohen Streuverlust haben, wird nicht klar, wie sie die anvisierte Zielgruppe werblich tatsächlich erreichen wollen.

Welche praktischen Tipps und Ratschläge würden Sie Gründerinnen und Gründern geben, die ihren Businessplan für ein Finanzierungsgespräch erarbeiten?

Thomas Fürst: Wenn wir Businesspläne zu prüfen haben, geht es ja darum, dass wir einen Kredit befürworten sollen, entweder unseres Hauses oder einen öffentlichen Förderkredit, den wir dann für den Gründer beantragen. Diese öffentlichen Förderkredite muss man in aller Regel schon vor dem Vorhabenbeginn beantragen. Daher sollte das Bankgespräch über den Businessplan frühzeitig stattfinden, weil wir ja auch etwas Zeit für die Kreditprüfung benötigen.

Wichtig: offenes Informationsverhalten gegenüber der Hausbank. Ein ganz entscheidender Punkt ist dabei auch eine offene Informationspolitik gegenüber potenziellen Geldgebern: Hier ist es wichtig, alle relevanten Informationen sowie angeforderte Unterlagen bereitwillig weiterzugeben. Denn Grundlage für eine Finanzierung ist ein beiderseitiges Vertrauen. Und die Basis dafür ist wiederum ein offener Umgang von Gründer und finanzierender Bank oder Sparkasse.

Businessplan-Form

Ein guter Businessplan ist nicht nur inhaltlich stimmig, sondern auch „gut in Form“.

Klar und übersichtlich

Ein Businessplan sollte klar gegliedert, übersichtlich gestaltet und gut lesbar sein. Schöner als Wilhelm Busch kann man nicht sagen, was damit gemeint ist: „Man sage klar und angenehm, was erstens, zweitens, drittens käm.“

Nicht zu lang

Ein Businessplan sollte nicht zu lang sein (er soll ja auch gelesen werden). Häufig werden Konzepte zu umfangreich verfasst. Anstatt konkrete Aussagen über das Vorhaben zu formulieren, verlieren sich viele künftige Unternehmerinnen und Unternehmer über 60 bis 70 Seiten in allgemeinen theoretischen Betrachtungen.

Einfach und verständlich

Ein Businessplan sollte in einer Sprache verfasst sein, die auch Laien verstehen: also in einer gut verständlichen Ausdrucksweise, ohne betriebswirtschaftliche Floskeln oder komplizierte Fachbegriffe. Man sollte seine Geldgeber nicht mit unverständlichen Fachbegriffen oder technischen Details abschrecken. Vor allen Dingen sollte eine Zusammenfassung am Anfang stehen.

Wirkung testen

Legen Sie Ihren Businessplan zunächst Freunden und Bekannten vor. Ihre Geschäftsidee und die geplante Umsetzung muss Laien verständlich sein, und sie sollten Ihren Plan mit Interesse lesen können. Üben Sie bei der Gelegenheit auch, Ihr Konzept überzeugend zu präsentieren. Fassen Sie die Kernaussagen mündlich zusammen. Tragen



Sie diese selbstbewusst und überzeugend vor. Achten Sie darauf, dass Sie auf Anfrage Zahlen und Daten ziel-sicher und schnell in Ihren Unterlagen finden. Üben lohnt sich: Kreditberater der Banken und Sparkassen sollen erkennen, dass sie es mit einem ernst zu nehmenden Gründer zu tun haben. Außerdem vermittelt die Art und Weise der Präsentation dem Kreditberater wichtige Hinweise auf Ihr Verkaufs- und Verhandlungsgeschick, das Sie als Gründerin und Gründer auch bei Kunden und Lieferanten einsetzen müssen.

Businessplan-Fehler vermeiden

Sowohl Gründungsberater als auch Kreditberater von Banken und Sparkassen stellen immer wieder bestimmte Defizite bei Gründerinnen und Gründern fest. Vermeiden Sie Fehler, indem Sie auf folgende Punkte achten:

Kaufmännische Defizite. Gleichen Sie kaufmännische Defizite aus: durch Beteiligung einer geeigneten Mitgründerin oder eines geeigneten Mitgründers oder durch den Besuch entsprechender Schulungen.

Selbstverliebtheit. Nur weil Ihnen Ihre Geschäftsidee gefällt, muss sie anderen nicht gefallen. Informieren Sie sich so genau wie möglich über den Kundenkreis, der für Ihr Angebot in Frage kommt. Wenn möglich, führen Sie Umfragen bei Ihrem potenziellen Kundenkreis durch, um festzustellen, ob überhaupt eine Nachfrage besteht.

Kein Alleinstellungsmerkmal. Sie werden sicherlich mit einer Geschäftsidee antreten, auf die vor Ihnen auch schon andere gekommen sind. Stellen Sie fest, welche Konkurrenten Sie haben und wie deren Angebot aussieht. Recherchieren Sie im Internet, im Branchenbuch und/oder erkundigen Sie sich bei der zuständigen Kammer. Entwickeln Sie mindestens ein Alleinstellungsmerkmal, mit dem Sie sich von der Konkurrenz abheben.

Falsche Branche. Es gibt erfolgreichere und weniger erfolgreiche Branchen, mit mehr oder weniger großem Wettbewerbsdruck und höheren oder geringeren Umsätzen. Erkundigen Sie sich über die bisherige Entwicklung und die Zukunftschancen Ihrer Branche: Fordern Sie Daten von dementsprechenden Berufs- bzw. Branchen-

verbänden und/oder Ihrer Bank/Sparkasse an.

Zu hohe Kosten. Reichen Ihre Umsätze? Vergessen Sie nicht Ihre Lebenshaltungskosten: Miete, Haushalt, Versicherung, Kfz, Vorsorge usw. Diese müssen auf alle Fälle durch Ihre Einnahmen gedeckt werden.

Zu wenig Startkapital. Niemand hat gern Schulden. Kalkulieren Sie dennoch nüchtern, wie viel Kapital Sie tatsächlich aufbringen (und ggf. leihen) müssen, bis die ersten Umsätze eingehen: Investitionen in Ausstattung, Geräte, Maschinen, Kautions, Pacht/Miete, Werbung usw.

Schlecht in Form. Einen Businessplan muss man gut lesen und verstehen können. Also: Achten Sie auf die äußere Form.

Kapitalbedarf ermitteln

Gleich zu Beginn Ihrer Gründungsvorbereitungen sollten Sie sich folgende Fragen beantworten:

- Wie viel Geld müssen Sie in Ihr Vorhaben investieren (Kapitalbedarf)?
- Wie viel Geld müssen Sie mindestens verdienen, um Ihre laufenden Ausgaben (Miete, Lebensmittel, Kredittilgungen, Zinsen, Versicherungen usw.) und evtl. die Ihrer Familie bestreiten zu können?

Wie viel Sie investieren müssen, stellen Sie anhand einer Kapitalbedarfsplanung fest. Ein Kapitalbedarfsplan gehört in jeden Businessplan, vor allem, wenn Sie öffentliche Förderdarlehen oder einen Bankkredit beantragen müssen.

Gründerinnen und Gründer, die nur einen geringen Kapitalbedarf haben und daher kein Fremdkapital in Anspruch nehmen, meinen oft, eine genaue Planung sei nicht notwendig, da es sich ja nur um kleine Summen handelt, die aus den eigenen Ersparnissen finanziert werden können. Die Folge ist dann nicht selten, dass das Geld am Ende doch nicht reicht und auf die Schnelle

eine Fremdfinanzierung gefunden werden muss. Für öffentliche Existenzgründungsdarlehen ist es dann aber oft schon zu spät. Sie müssen in der Regel beantragt werden, bevor man das Vorhaben, für das man Geld benötigt, beginnt.



und Umlaufvermögen. Letzteres bezeichnet die laufenden betrieblichen Aufwendungen für Waren, Verwaltung, Vertrieb, Personal u. a., die Sie später durch Ihre Einnahmen decken. Da Sie in der Anlaufphase noch keinen bzw. nur einen geringen Umsatz haben, müssen Sie die Anlaufphase erst einmal vorfinanzieren. Kalkulieren Sie hier einen Zeitraum von vier bis sechs Monaten ein. Hinweis: Unterschätzen Sie die Höhe Ihrer Investitionen und Betriebsmittel nicht.

Kapitalbedarf zur Sicherung des Lebensunterhaltes

Vergessen Sie nicht – falls Sie ein Einzelunternehmen oder eine Personengesellschaft (z. B. GbR) gründen wollen –, Ihre privaten Aufwendungen und Ihren Unternehmerlohn einzuplanen. Dazu zählen alle monatlichen Ausgaben, die Sie für Ihren privaten Lebensunterhalt benötigen. Kalkulieren Sie großzügig und berücksichtigen Sie auch unvorhergesehene Ereignisse wie Krankheit, Unfall, aber auch Reparaturen an Haus oder Auto. Bei einer Kapitalgesellschaft würden Sie als angestellte Geschäftsführerin oder angestellter Geschäftsführer ein Gehalt beziehen. Die Höhe Ihrer privaten Ausgaben zu ermitteln, ist in diesem Fall Grundlage dafür, die Höhe Ihres monatlichen Gehalts festzulegen. Dieses Gehalt zählt dann zu den Personalkosten.

Finanzielle Reserven schaffen

Es ist wichtig, dass Sie so früh wie möglich finanzielle Rücklagen bilden, um Durststrecken zu überstehen und dabei sowohl die privaten als auch betrieblichen Ausgaben decken zu können. Je nach Angebot müssen Sie ggf. auch Aufträge vorfinanzieren, je nach Zahlungsmoral Ihrer Kunden müssen Sie möglicherweise einige Zeit auf Ihr Geld warten.

Kapitalbedarf vor der Gründung

Beginnen Sie mit den Kosten, die während Ihrer Gründungsvorbereitung anfallen. Dazu zählen beispielsweise Beratungskosten, Notarkosten oder Gebühren für Anmeldungen und Genehmigungen.

Kapitalbedarf für die betriebliche Anlaufphase

Wie viel Geld müssen Sie ausgeben, um Ihr Unternehmen startklar zu machen?

Unterscheiden Sie in Anlagevermögen wie z. B. Grundstücke, Gebäude, Maschinen, Fahrzeuge, Büroeinrichtung



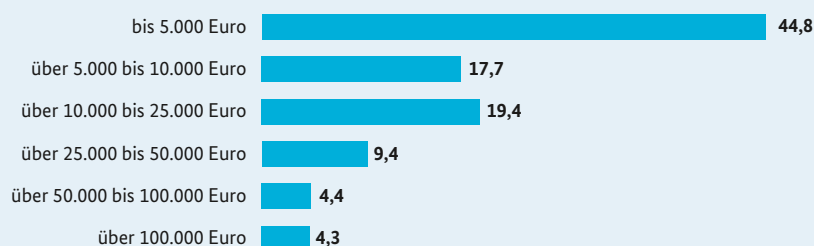
INFORMATION IM INTERNET

www.existenzgruender.de

Checkliste: Unternehmerlohn ermitteln

Checkliste: Kapitalbedarf

Finanzierungsbedarf von Existenzgründungen in % aller Gründungen



Quelle: KfW-Gründungsmonitor 2014

Kapitalbedarf für Gründung und Anlaufphase

Ermitteln Sie die jährlichen Kosten	Euro
Gründungskosten	
Beratungen	
Anmeldungen/Genehmigungen	
Eintrag ins Handelsregister	
Notar	
Sonstige	
Gesamt	
Kosten für Anlaufphase (Ausgaben bis zum ersten Geldeingang aus Umsatz)	
Personalkosten, inkl. eigenes Geschäftsführergehalt bei Kapitalgesellschaften (inkl. Lohnnebenkosten)	
Beratung	
Leasing	
Miete/Pacht	
Werbung	
Vertrieb	
Betriebliche Steuern	
Versicherungen	
Reserve für Startphase, Folgeinvestitionen und Unvorhergesehenes	
Sonstige	
Gesamt	
Unternehmerlohn (bei Einzelunternehmen und Personengesellschaften)	
Gesamt	
Anlagevermögen	
Patent-, Lizenz-, Franchisegebühren u.ä.	
Grundstücke/Immobilien einschl. Nebenkosten	
Produktionsanlagen, Maschinen, Werkzeuge	
Betriebs-, Geschäftsausstattung	
Fahrzeuge	
Gesamt	
Umlaufvermögen	
Material- u. Warenlager	
Kapitaldienst	
Zinsen für Existenzgründungsdarlehen/Bankkredite	
Tilgung	
Gesamt	
Kapitalbedarf	

Quelle: BMWi, 2014

Finanzierungsplan

In Ihrem Kapitalbedarfsplan haben Sie ausgerechnet, wie viel Kapital Sie für Ihre Gründung und die Anlaufphase benötigen. In Ihrem Finanzierungsplan halten Sie fest, wie Sie die benötigte Summe finanzieren werden.

	Betrag in Euro	Zinsen p. a. %	Auszahlung %	Laufzeit (Jahre) tilgungsfrei	Tilgung	Anteil in %
Eigenkapital						
ERP-Kapital für Gründung						
Familien-/Privatdarlehen						
Förderdarlehen (z. B. StartGeld)						
Hausbankdarlehen						
Leasing						
Beteiligungen						
Summe Finanzierung						
Betriebsmittel-/Kontokorrentkredit						
Gesamtsumme						

Die Gesamtsumme muss Ihrem Kapitalbedarf entsprechen.

Rentabilitätsvorschau

Alle Beträge in Euro und ohne MwSt.

	1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr
Erwartete Umsatzerlöse			
- Wareneinsatz (entfällt für Dienstleister)			
= Rohgewinn			
+ sonstige betriebliche Erträge (z. B. Mieten)			
- Aufwendungen			
Personalkosten inkl. Nebenkosten und inkl. Geschäftsführergehalt bei GmbH			
Raumkosten			
Betriebliche Steuern			
Versicherungen, Beiträge			
Kraftfahrzeugkosten			
Werbe- und Reisekosten			
Werbung, Repräsentation			
Reparaturen und Instandhaltung			
Leasinggebühren			
Telefon, Fax, Internet			
Bürobedarf			
Rechts- und Beratungskosten			
Sonstige Aufwendungen			
Zinsaufwendungen			
Abschreibungen			
= Summe Aufwendungen			
= Betriebsergebnis			

Quelle: BMWi, 2014

Rentabilität berechnen

Wenn man (viel) Geld und Arbeitskraft in eine Gründung investiert, sollte man so sicher wie möglich sein, dass sich diese Investition auch tatsächlich lohnt, dass sie rentabel ist. Für die meisten Gründerinnen und Gründer bedeutet das: Der Umsatz ihres Unternehmens muss so hoch sein, dass alle betrieblichen Kosten gedeckt sind und darüber hinaus ein akzeptabler Gewinn erzielt wird.

Über die Fragen zum Kapitalbedarf hinaus sollten Sie für sich daher klären:

- Wie viel Gewinn wollen Sie kurz-, mittel- und langfristig erwirtschaften?
- Werden Ihre Umsätze tatsächlich genug Geld abwerfen, um Ihre privaten und betrieblichen Kosten zu decken?
- Entspricht der voraussichtliche Gewinn Ihren Vorstellungen?
- Werden Sie genug verdienen, um sich eine finanzielle Reserve zu schaffen?

Rentabilität einschätzen

Künftiger Umsatz und künftiger Gewinn: Wie soll man Fragen danach beantworten, wenn man kein Hellseher ist? Es ist dennoch möglich, Umsatz und Gewinn ziemlich genau zu schätzen. Als Gründerin oder Gründer müssen Sie dafür mit Zahlen vergleichbarer Unternehmen, mit Angebotspreisen zukünftiger Lieferanten und Nachfragepreisen potenzieller Kunden arbeiten. Fragen Sie beim zuständigen Branchen- bzw. Berufsverband nach typischen Branchenumsätzen und -gewinnen, außerdem bei Unternehmensberatern, die auf Ihre Branche spezialisiert sind, zudem bei den Kamern und – soweit möglich – auch bei vergleichbaren Unternehmen.

Wie hoch Ihr künftiger Umsatz und Ihr künftiger Gewinn ausfallen werden, hängt dabei untrennbar mit diesen Fragen zusammen: Mit wie vielen Kunden können Sie rechnen?

Wie viel Geld haben diese Kunden zur Verfügung? Wie viele Konkurrenten werben mit Ihnen um dieselben Kunden? Zu welchem Preis werden Sie Ihr Angebot verkaufen können?

Gewinnvorstellungen

Wie viel Ihr Unternehmen erwirtschaften muss, um alle betrieblichen und privaten Kosten zu decken, ist die eine Seite. Die andere Seite ist, dass Sie darüber hinaus sicherlich auch ganz bestimmte Vorstellungen davon haben, wie viel Sie erwirtschaften wollen, um einen bestimmten Lebensstandard zu halten oder zu erzielen. Wie groß dieses „Plus“ sein soll, ist individuell sehr unterschiedlich. Stecken Sie Ihre Erwartungen aber nicht zu hoch, sondern bleiben Sie realistisch. Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer, die auf die Schnelle das „große Geld“ machen, sind die Ausnahme.

Rentabilitätsvorschau

Die recherchierten Zahlen fließen in Ihre Rentabilitätsvorschau ein. Hier stellen Sie den zu erwartenden Umsatz den zu erwartenden Kosten gegenüber. Je weiter die Umsätze die Kosten übertreffen, desto größer ist die Rentabilität Ihres Vorhabens.

Eine Rentabilitätsvorschau sollte drei Geschäftsjahre umfassen. Das dritte Jahr gilt als besonders kritisch. Wenn Sie zinsgünstige Darlehen aus Förderprogrammen nutzen, müssen Sie in der Regel genau dann mit der Tilgung beginnen. Ihre finanzielle Belastung steigt sprunghaft an. Nehmen Sie sich ausreichend Zeit für die Recherche. Je realistischer und genauer Ihre Kalkulation ausfällt, desto sicherer wird Ihre Startphase sein.



INFORMATION IM INTERNET

www.existenzgruender.de
Rentabilitätsvorschau

Print- und Online-Informationen

Broschüren und Infoletter

- **Starthilfe** – Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit
- **Unternehmensnachfolge** – Die optimale Planung
- **Alles, nur kein Unternehmer?** Tipps für Gründerinnen, Gründer und Selbständige in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Bestellmöglichkeiten

Bestelltelefon: 030 182722721
publikationen@bundesregierung.de

Download und Bestellfunktion:



www.existenzgruender.de

Internet

- www.bmwi.de
- www.existenzgruender.de
- www.existenzgruenderinnen.de
- www.bmwi-unternehmensportal.de

Impressum

Herausgeber

Bundesministerium für
Wirtschaft und Energie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin
www.bmwi.de

Hinweise und Anregungen senden Sie bitte an:
gruenderzeiten@bmwi.de

Stand

Juli 2014

Druck

Bonifatius GmbH, Paderborn

Gestaltung und Produktion

PRpetuum GmbH, München

Bildnachweis

Kzenon – Fotolia (Titel), sör alex – photocase (S. 4), Gajus – Fotolia (S. 7), vimarovi – Fotolia (S. 8)

Redaktion

PID Arbeiten für Wissenschaft und
Öffentlichkeit GbR, Berlin

Auflage
20.000

