

Businessplan



Inhaltsverzeichnis

1.Zusammenfassung		5
1.1.	Geschäftsidee	5
1.2.	Geschäftsbereich/Marktleistungen	5
1.3.	Organisation Verkauf	5
1.4.	Wachstumspotenzial des Markts	5
1.5.	Führungskräfte	5
1.6.	Finanzbedarf/Konditionen	5
2.Unternehmen und Unternehmensstrategie		6
2.1.	Unternehmen	6
2.1.1.	Geschichtlicher Hintergrund	6
2.1.2.	Gründungsfinanzierung	6
2.1.3.	Aktuelle Situation	6
2.1.4.	[Spezifische Finanzierung]	6
2.2.	Unternehmensstrategie	6
2.2.1.	Vision	6
2.2.2.	SWOT-Analyse	6
2.2.3.	Strategie	6
3.Produkte/Dienstleistungen		8
3.1.	Produktportfolio	8
3.2.	Positionierung	8
3.3.	Preissegment	8
3.4.	Qualitätsstandard	8
3.5.	Zusatzleistungen	8
3.6.	Produktlebenszyklus	8
4.Markt/Kunden		9
4.1.	Marktübersicht	9
4.2.	Erfolgsfaktoren für zukünftige Entwicklung	9
4.3.	Kunden	9
4.4.	Eigene Marktstellung	9
4.5.	Fünf-Kräfte-Modell nach Porter	9
5.Konkurrenz		10
5.1.	[Name Konkurrenzunternehmen 1]	10
5.1.1.	Profil	10
5.1.2.	Zielmärkte	10
5.1.3.	Marktstellung	10
5.1.4.	Absatzorganisation	10

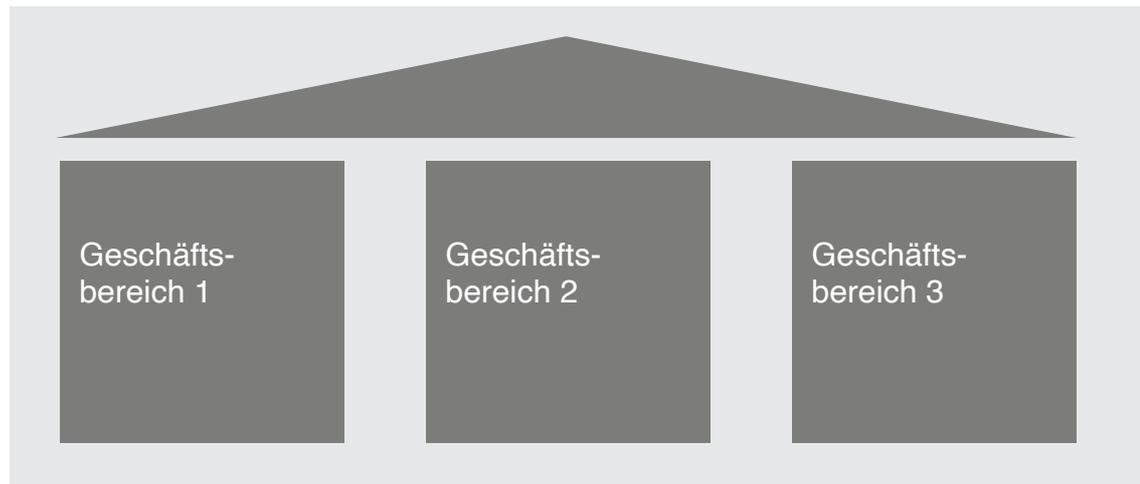
5.1.5.	Wettbewerbsvorteile/-nachteile	10
5.1.6.	Erkennbare Strategien	10
5.2.	[Name Konkurrenzunternehmen 2]	10
5.3.	[Name Konkurrenzprodukt 1]	10
5.3.1.	Produktsortiment	10
5.3.2.	Produkteigenschaften	10
5.3.3.	Zusatzdienstleistungen	10
5.3.4.	Preis, Zahlungskonditionen	10
5.4.	[Name Konkurrenzprodukt 2]	10
6.	Marketing	11
6.1.	Marketingstrategie	11
6.2.	Strategiegrundsätze	11
7.	Produktion/Lieferung/Beschaffung	12
7.1.	Produktionsmittel	12
7.2.	Produktionstechnologie	12
7.3.	Kapazitäten und Engpässe	12
7.4.	Wichtigste Lieferanten	12
7.5.	Rohstoffmärkte	12
8.	Forschung und Entwicklung	13
8.1.	Know-how-Quellen	13
8.2.	Innovationspolitik	13
8.3.	Laufende Entwicklungsprojekte	13
8.4.	Geplante Entwicklungsprojekte	13
8.5.	Produkt- und Markenschutz	13
9.	Standort/Administration	14
9.1.	Firmendomizil	14
9.2.	Steuern	14
9.3.	Ausbau- und Entwicklungsmöglichkeiten	14
9.4.	Administration	14
10.	Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT)	15
10.1.	IKT-Strategie	15
10.2.	Hard- und Software	15
10.3.	Kommunikation	15
10.4.	IKT-Investitionen	15
10.5.	Sicherheit	15
11.	Management/Führungsinstrumente/Organisation	16
11.1.	Management	16
11.1.1.	Führungscrew	16
11.1.2.	Führunggrundsätze	16
11.1.3.	Personalmarketing	16
11.1.4.	Lohnpolitik	16

11.1.5.	Aus- und Weiterbildung	16
11.2.	Führungsinstrumente	16
11.2.1.	Strategische Führungsinstrumente	16
11.2.2.	Operative Führungsinstrumente	16
11.2.3.	Management-Informationssystem (MIS)	16
11.2.4.	Risikomanagement	16
11.2.5.	Personal Controlling	16
11.3.	Organisation	16
11.3.1.	Ablauforganisation	16
11.3.2.	Aufbauorganisation	16
12.	Risikoanalyse	17
12.1.	Strategische Risiken	17
12.2.	Marktrisiken	17
12.3.	Finanzrisiken	17
12.4.	Operationelle Risiken	17
13.	Finanzen	18
13.1.	Langfristige Planung	18
13.1.1.	Plan-Bilanz	18
13.1.2.	Plan-Erfolgsrechnung	18
13.1.3.	Plan-Kapitalflussrechnung	18
13.2.	Kurzfristige Planung	18
13.2.1.	Budgetierte Liquiditätsrechnung	18
13.2.2.	Detailplanung	18

1. Zusammenfassung

1.1. **Geschäftsidee**

1.2. **Geschäftsbereich/Marktleistungen**



1.3. **Organisation Verkauf**

1.4. **Wachstumspotenzial des Markts**

1.5. **Führungskräfte**

Funktion	Bereich	Hintergrund/ Ausbildung	...
<hr/>			
Vorname			
Nachname			
<hr/>			
...			
<hr/>			

1.6. **Finanzbedarf/Konditionen**

2. Unternehmen und Unternehmensstrategie

2.1. Unternehmen

2.1.1. Geschichtlicher Hintergrund

Gründer:

Einlagen:

Die grössten Erfolge/Misserfolge und Veränderungen/Strategieanpassungen:

2.1.2. Gründungsfinanzierung

Erfolgsidee, Erfahrungen, Einzigartigkeit, Befähigung, Learnings

2.1.3. Aktuelle Situation

Rechtsstruktur

Aktionärsstruktur

Zahlen und Fakten

	[Jahr 1]	[Jahr 2]	[Jahr 3]
Umsatz			
Gewinne			
Cashflow			
Anzahl Mitarbeitende			
Betriebsstätten			
Verkaufsstellen			
...			

Stärken und Schwächen

Stärken	Schwächen
+	-
+	-
+	-

2.1.4. [Spezifische Finanzierung]

Notwendigkeit

Strategische Ziele

Entwicklung Kapitalstruktur

2.2. Unternehmensstrategie

2.2.1. Vision

2.2.2. SWOT-Analyse

2.2.3. Strategie

3. Produkte/Dienstleistungen

3.1. Produktportfolio

Unsere Marktleistungen (Produkte, Dienstleistungen)	Welchen Kundennutzen erbringen wir damit?	Entsprechen sie einem ausgeprägten Kundenbedürfnis?
--	--	--

Produkt 1

Produkt 2

Dienstleistung 1

...

diverse Beilagen

3.2. Positionierung

3.3. Preissegment

3.4. Qualitätsstandard

3.5. Zusatzleistungen

3.6. Produktlebenszyklus

4. Markt/Kunden

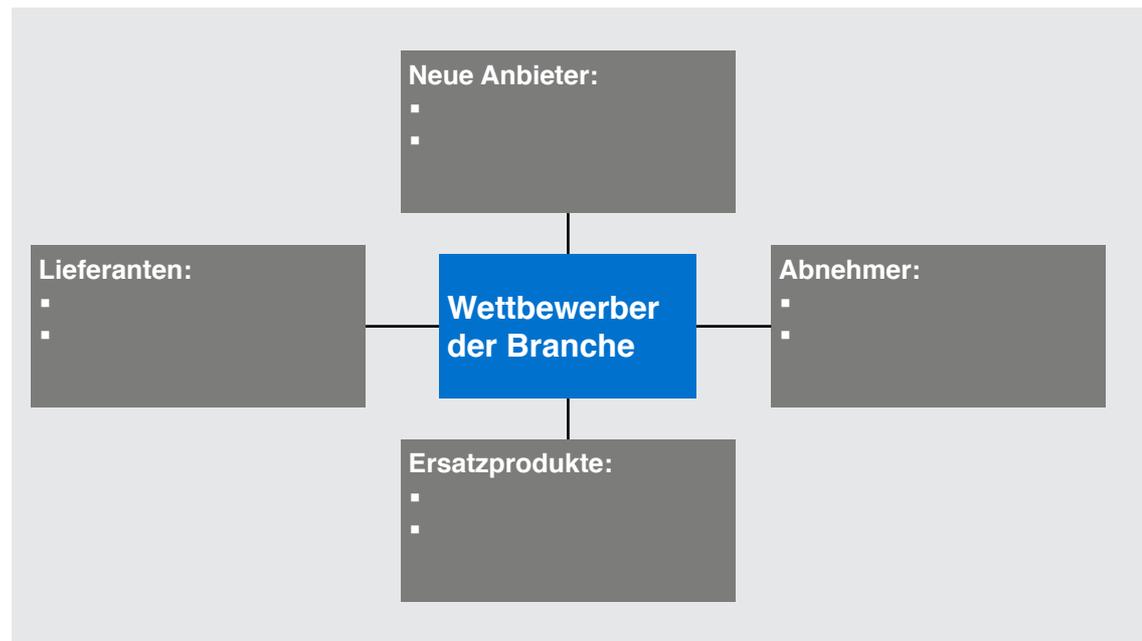
4.1. **Marktübersicht**

4.2. **Erfolgsfaktoren für zukünftige Entwicklung**

4.3. **Kunden**

4.4. **Eigene Marktstellung**

4.5. **Fünf-Kräfte-Modell nach Porter**



5. Konkurrenz

5.1. **[Name Konkurrenzunternehmen 1]**

5.1.1. Profil

Name, Standort, Tätigkeit, Anzahl Mitarbeitende

5.1.2. Zielmärkte

5.1.3. Marktstellung

Umsatz, Marktanteile, Rentabilität

5.1.4. Absatzorganisation

Standort der Geschäftsstellen, Lager, Vertriebsorganisation

5.1.5. Wettbewerbsvorteile/-nachteile

5.1.6. Erkennbare Strategien

5.2. **[Name Konkurrenzunternehmen 2]**

...

5.3. **[Name Konkurrenzprodukt 1]**

5.3.1. Produktsortiment

Breite, Tiefe, Bedürfniskonformität

5.3.2. Produkteigenschaften

Zuverlässigkeit, Design, Langlebigkeit, Funktion

5.3.3. Zusatzdienstleistungen

Anwendungsberatung, Service, Garantie

5.3.4. Preis, Zahlungskonditionen

5.4. **[Name Konkurrenzprodukt 2]**

...

6. Marketing

6.1. **Marketingstrategie**

Wo liegt der Nutzen für den Kunden?

Wo liegt der Nutzen für das Unternehmen?

6.2. **Strategiegrundsätze**

Kostenführer, Differenzierung oder Fokussierung

7. Produktion/Lieferung/Beschaffung

Wertschöpfungskette

- 7.1. **Produktionsmittel**
- 7.2. **Produktionstechnologie**
- 7.3. **Kapazitäten und Engpässe**
- 7.4. **Wichtigste Lieferanten**
- 7.5. **Rohstoffmärkte**

8.Forschung und Entwicklung

- 8.1. **Know-how-Quellen**
- 8.2. **Innovationspolitik**
- 8.3. **Laufende Entwicklungsprojekte**
- 8.4. **Geplante Entwicklungsprojekte**
- 8.5. **Produkt- und Markenschutz**

9. Standort/Administration

- 9.1. **Firmendomizil**
- 9.2. **Steuern**
- 9.3. **Ausbau- und Entwicklungsmöglichkeiten**
- 9.4. **Administration**

10. Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT)

- 10.1. **IKT-Strategie**
- 10.2. **Hard- und Software**
- 10.3. **Kommunikation**
- 10.4. **IKT-Investitionen**
- 10.5. **Sicherheit**

11. Management/Führungsinstrumente/Organisation

11.1. Management

- 11.1.1. Führungscrew
- 11.1.2. Führungsgrundsätze
- 11.1.3. Personalmarketing
- 11.1.4. Lohnpolitik
- 11.1.5. Aus- und Weiterbildung

11.2. Führungsinstrumente

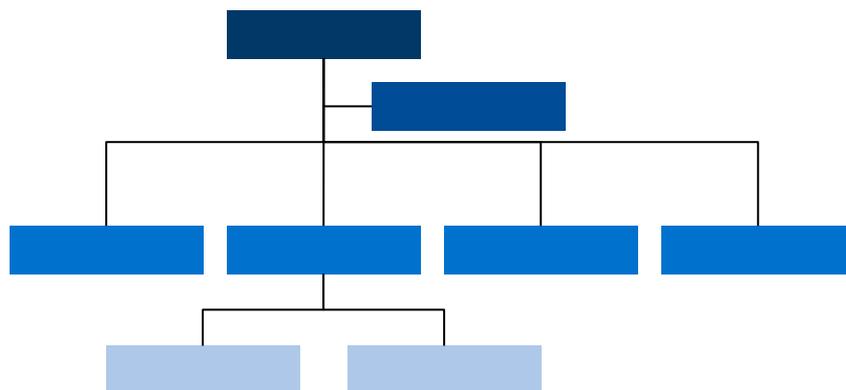
- 11.2.1. Strategische Führungsinstrumente
- 11.2.2. Operative Führungsinstrumente
- 11.2.3. Management-Informationssystem (MIS)
- 11.2.4. Risikomanagement
- 11.2.5. Personal Controlling

11.3. Organisation

11.3.1. Ablauforganisation



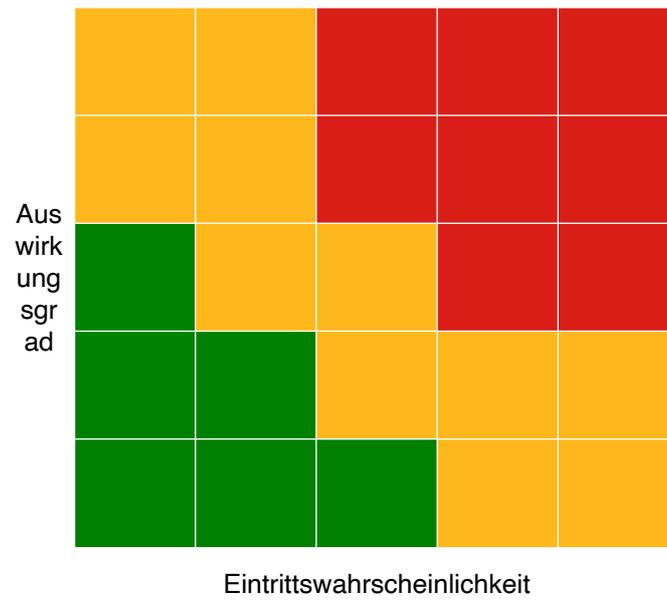
11.3.2. Aufbauorganisation



12. Risikoanalyse

Phasen der Risikoanalyse

- ☐ Risiken identifizieren
- ☐ Risiken bewerten
- ☐ Risiken begrenzen
- ☐ Risiken überwachen



- 12.1. **Strategische Risiken**
- 12.2. **Marktrisiken**
- 12.3. **Finanzrisiken**
- 12.4. **Operationelle Risiken**

13.Finanzen

13.1. Langfristige Planung

13.1.1. Plan-Bilanz

13.1.2. Plan-Erfolgsrechnung

13.1.3. Plan-Kapitalflussrechnung

13.2. Kurzfristige Planung

13.2.1. Budgetierte Liquiditätsrechnung

13.2.2. Detailplanung