

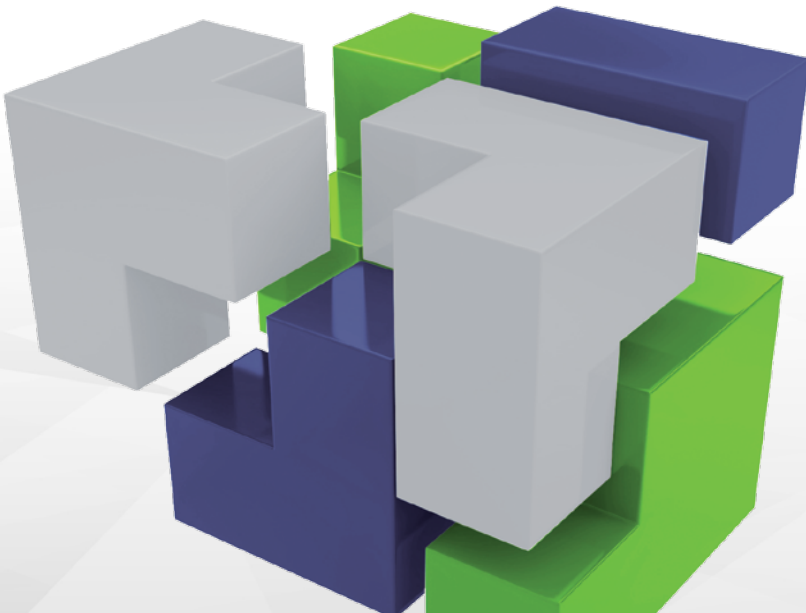
Michael Mohr

DER PERFEKTE BUSINESSPLAN

Praxisbuch für Existenzgründer,
Manager und Unternehmer



Mit vielen Beispielen, Checklisten
und Tipps – Inklusive Businessplan-
Vorlage auf CD-ROM



Inhaltsverzeichnis

Vorwort	13
1. Management Summary	17
2. Geschäftsmodell	19
2.1 Entwicklung von Geschäftsideen.....	19
2.1.1 Brainstorming.....	20
2.1.2 635-Methode.....	20
2.1.3 6-Hut-Denken.....	21
2.1.4 Osborn-Checkliste.....	22
2.1.5 Morphologischer Kasten.....	23
2.1.6 Mindmapping.....	24
2.2 Prüfung von Geschäftsideen.....	25
2.3 Schutz von Geschäftsideen.....	27
2.3.1 Patent.....	28
2.3.2 Gebrauchsmuster.....	29
2.3.3 Geschmacksmuster.....	30
2.3.4 Marke.....	31
2.4 Produkt- und Dienstleistungsprogramm.....	32
2.4.1 Produkte und Dienstleistungen.....	33
2.4.2 Kundennutzen und Wettbewerbsvorteile.....	34
2.4.3 Erfolgsfaktoren und Alleinstellungsmerkmale.....	35
2.5 Zielgruppensegmentierung.....	37
2.5.1 Geografisch.....	38
2.5.2 Demografisch.....	38
2.5.3 Psychografisch.....	38
2.5.4 Verhaltensorientiert.....	39
3. Unternehmen	41
3.1 Management-Team.....	41
3.2 Kompetenzen.....	42
3.2.1 Fachliche Kompetenzen.....	42
3.2.2 Persönliche Kompetenzen.....	44
3.2.3 Soziale Kompetenzen.....	46
3.2.4 Kompetenzprofil.....	48
3.2.5 Unternehmertest.....	48
3.3 Unternehmensziele.....	52
3.4 Rechtsform.....	55

3.4.1 Genehmigungspflichtige Tätigkeiten	56
3.4.2 Freier Beruf vs. Gewerbebetrieb.....	58
3.4.3 Gründungsformalitäten	59
3.4.4 Personengesellschaften	63
3.4.4.1 Einzelunternehmen/Einzelkaufmann (e. K.)	63
3.4.4.2 Offene Handelsgesellschaft (OHG).....	64
3.4.4.3 Kommanditgesellschaft (KG)	67
3.4.4.4 Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR).....	69
3.4.4.5 GmbH & Co. KG	70
3.4.4.6 Limited & Co. KG	71
3.4.5 Kapitalgesellschaften.....	73
3.4.5.1 Genossenschaft (e.G.)	73
3.4.5.2 Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)	75
3.4.5.3 Unternehmergesellschaft (UG) / Mini GmbH	77
3.4.5.4 Gemeinnützige GmbH (gGmbH)	78
3.4.5.5 Limited (Ltd.).....	79
3.4.5.6 Aktiengesellschaft (AG)	81
3.4.5.7 Kleine Aktiengesellschaft (AG).....	83
3.4.6 Buchführung	85
3.4.6.1 Handels- und steuerrechtliche Grundlagen	85
3.4.6.2 Einnahmen-Überschuss-Rechnung (EÜR).....	87
3.4.6.3 Doppelte Buchführung.....	88
3.5 Organisation.....	94
3.5.1 Personalplanung	94
3.5.1.1 Personalbedarf.....	94
3.5.1.2 Personalbeschaffung.....	95
3.5.1.3 Personalauswahl.....	99
3.5.1.3.1 Auswahlkriterien	99
3.5.1.3.2 Bewerbungsgespräch	100
3.5.1.3.3 Arbeitsvertrag.....	103
3.5.1.4 Personalverwaltung.....	104
3.5.1.4.1 Arbeitgeberpflichten	104
3.5.1.4.2 Personalnebenkosten	107
3.5.1.4.3 Private Absicherung.....	110
3.5.1.4.4 Betriebliche Absicherung.....	112
3.5.1.5 Personalfreisetzung.....	114
3.5.2 Organisationsstruktur	116
3.5.2.1 Funktionalorganisation	116
3.5.2.2 Spartenorganisation	116
3.5.2.3 Matrixorganisation.....	117
3.5.3 Ablaufplanung	119



3.5.3.1 Einkauf/Beschaffung	120
3.5.3.2 Produktion	120
3.5.3.3 Marketing/Vertrieb	121
3.5.3.4 Unterstützungsprozesse	121
3.5.3.5 Organigramm	123
3.6 Standort	126
3.6.1 Standortkriterien	127
3.6.2 Standortanalyse	133

4. Markt/Branche **136**

4.1 Markt-/Branchenanalyse	136
4.2 Wettbewerbsanalyse	140
4.2.1 Wettbewerbsumfeld	140
4.2.2 Konkurrenzanalyse	142
4.3 Marktstrategie	149

5. Marketingkonzept **150**

5.1 Preispolitik	151
5.1.1 Hochpreisstrategie	152
5.1.2 Niedrigpreisstrategie	152
5.1.3 Marktpreisstrategie	153
5.1.4 Kostenorientierung	153
5.1.5 Konkurrenzorientierung	154
5.1.6 Kundenorientierung	154
5.1.7 Preiskalkulation	155
5.1.7.1 Herstellerkalkulation	156
5.1.7.2 Händlerkalkulation	157
5.1.7.3 Handwerks- und Dienstleistungskalkulation	159
5.1.8 Preisdifferenzierung	160
5.1.8.1 Räumliche Differenzierung	160
5.1.8.2 Zeitliche Differenzierung	161
5.1.8.3 Persönliche Differenzierung	161
5.1.8.4 Sachliche Differenzierung	162
5.1.8.5 Mengenmäßige Differenzierung	162
5.2 Vertrieb	163
5.2.1 Direktvertrieb	164
5.2.2 Indirekter Vertrieb	165
5.2.2.1 Handelsvertrieb	165
5.2.2.2 Handelsvertreter	167

5.2.2.3 Franchising	168
5.2.3 Vergleich der Vertriebsformen	171
5.2.4 Vertrieb aus Kundensicht	172
5.2.5 Kontrolle der Vertriebsplanung	174
5.3 Verkaufsförderung	176
5.3.1 Corporate Identity	177
5.3.1.1 Corporate Behaviour	178
5.3.1.2 Corporate Design	179
5.3.1.2.1 Firmenname	180
5.3.1.2.2 Firmenmarke	181
5.3.1.2.3 Firmenlogo	182
5.3.1.2.4 Geschäftspapier	183
5.3.1.2.5 Visitenkarten	184
5.3.2 Werbung	187
5.3.2.1 Printwerbung	187
5.3.2.1.1 Werbeflyer	188
5.3.2.1.2 Werbebriefe	188
5.3.2.1.3 Anzeigenwerbung	190
5.3.2.1.4 Produktbroschüren	193
5.3.2.1.5 Kundenzeitschrift	194
5.3.2.1.6 Plakatwerbung	195
5.3.2.1.7 Autowerbung	196
5.3.2.1.8 Beschilderung	197
5.3.2.1.9 POS-Marketing	198
5.3.2.1.10 Schaufenstergestaltung	198
5.3.2.2 Radiowerbung	200
5.3.2.3 Fernsehwerbung	201
5.3.2.4 Kinowerbung	202
5.3.2.5 Telefonwerbung	203
5.3.2.6 Videowerbung	203
5.3.3 PR	206
5.3.3.1 Pressemitteilungen	206
5.3.3.2 Eröffnungsveranstaltung/Tag der offenen Tür	207
5.3.3.3 Events	209
5.3.3.4 Sponsoring	209
5.3.3.5 Messen	210
5.3.3.6 Networking	211
5.3.4 Absatzförderung	211
5.3.4.1 Neukundenangebote	211
5.3.4.2 Kundenkarten	212
5.3.4.3 Werbegeschenke	214

5.3.4.4 Gutscheine	214
5.3.4.5 Flatrates	216
5.3.4.6 Grußkarten	217
5.3.4.7 Gewinnspiele	218
5.3.4.8 Sales Promotion	219
5.3.5 Empfehlungsmarketing	219
5.4 Online-Marketing	221
5.4.1 Website	221
5.4.1.1 Webadresse	222
5.4.1.2 Webhosting	222
5.4.1.3 Programmierung	223
5.4.1.4 Menü- und Seitenstruktur	224
5.4.1.5 Seitentexte	224
5.4.1.6 Content Management Systeme (CMS)	227
5.4.1.6.1 WordPress	228
5.4.1.6.2 TYPO3	228
5.4.1.6.3 Joomla!	229
5.4.1.7 Baukastensysteme	230
5.4.1.7.1 Jimdo	231
5.4.1.7.2 1&1	231
5.4.2 Online-Shop	233
5.4.2.1 Mietshops	233
5.4.2.1.1 Plentymarkets	233
5.4.2.1.2 Shopify	234
5.4.2.2 Kaufshops	235
5.4.2.3 Open Source Shops	236
5.4.2.3.1 Magento	236
5.4.2.3.2 OXID	237
5.4.2.3.3 Shopware	238
5.4.2.4 Online-Shop Auswahl	239
5.4.3 Verkaufsplattformen	242
5.4.3.1 eBay	242
5.4.3.2 Amazon	242
5.4.4 SEO	243
5.4.4.1 Keywords	244
5.4.4.2 Website-Struktur	245
5.4.4.3 SEO Texte	246
5.4.4.4 Bilder	248
5.4.4.5 Links	249
5.4.4.6 Usability	251
5.4.4.7 Landingpages	253

5.4.5 SEA	256
5.4.6 E-Mail Marketing	259
5.4.7 Affiliate-Marketing	261
5.4.8 Banner-Marketing	262
5.4.9 Blog-Marketing	263
5.4.10 Forum-Marketing	264
5.4.11 E-Books	266
5.4.12 Social Media Marketing	267
5.4.12.1 Facebook	267
5.4.12.2 Google+	269
5.4.12.3 Twitter	270
5.4.12.4 XING	272
5.4.12.5 LinkedIn	273
5.4.12.6 YouTube	274

6. Finanzplan

277

6.1 Kapitalbedarfsplan	279
6.2 Finanzierungsplan	282
6.2.1 Eigenfinanzierung	283
6.2.2 Fremdfinanzierung	284
6.2.2.1 Kurzfristige Fremdfinanzierung	285
6.2.2.1.1 Lieferantenkredit	285
6.2.2.1.2 Kontokorrentkredit	287
6.2.2.1.3 Lombardkredit	287
6.2.2.2 Mittelfristige Fremdfinanzierung	288
6.2.2.2.1 Bankkredit	288
6.2.2.2.2 Privatkredit	289
6.2.2.3 Langfristige Fremdfinanzierung	290
6.2.2.3.1 Gesellschafterdarlehen	290
6.2.2.3.2 Fälligkeitsdarlehen	291
6.2.2.3.3 Tilgungsdarlehen	292
6.2.2.3.4 Annuitätendarlehen	293
6.2.2.3.5 Anleihen	293
6.2.2.4 Sonderfinanzierungsformen	295
6.2.2.4.1 Leasing	295
6.2.2.4.2 Factoring	296
6.2.2.4.3 Mezzanine-Finanzierung	297
6.2.2.4.4 Asset Backed Securities	299
6.2.2.4.5 Sale-and-lease-back	299
6.2.2.4.6 Auftragsfinanzierung	300

6.2.2.4.7 Crowdfunding	301
6.2.2.5 Fördermöglichkeiten.....	302
6.2.2.5.1 ERP-Startfonds	303
6.2.2.5.2 High-Tech Gründerfonds	304
6.2.2.5.3 ERP-Gründungskapital	305
6.2.2.5.4 ERP-Startgeld	306
6.2.2.5.5 ERP-Gründerkredit	306
6.2.2.5.6 BMWi-Innovationsgutschein „go-innovativ“	307
6.2.2.5.7 BMWi-Innovationsgutschein „go-efficient“	308
6.2.2.5.8 KfW Energieberatung Mittelstand	309
6.2.2.5.9 Gründercoaching (50%)	309
6.2.2.5.10 EXIST-Gründerstipendium.....	310
6.2.2.5.11 Gründungszuschuss	311
6.2.2.5.12 Einstiegsgeld	312
6.2.2.5.13 Ergänzendes ALG II.....	312
6.2.2.5.14 Bildungschucks	313
6.2.2.5.15 Meister-BAföG	313
6.2.2.5.16 Einstellungszuschuss.....	314
6.2.2.5.17 Businessplan Wettbewerbe.....	314
6.3 Umsatzplan.....	316
6.4 Kostenplan	319
6.5 Rentabilitätsplan	322
6.6 Liquiditätsplan	326

7. SWOT **332**

8. Meilensteine **335**

9. Unternehmenskennzahlen **337**

9.1 Kennzahlen zur Kapital- und Vermögensstruktur	338
9.1.1 Eigenkapitalquote.....	338
9.1.2 Fremdkapitalquote	339
9.1.3 Dynamischer Verschuldungsgrad	339
9.1.4 Anlagenintensität	340
9.1.5 Umlaufintensität	340
9.1.6 Kapitalumschlag	341
9.1.7 Vorratumschlag	341
9.1.8 Forderungumschlag.....	342
9.1.9 Goldene Bilanzregel (Anlagendeckungsgrad)	342
9.2 Rentabilitätskennzahlen	343
9.2.1 Eigenkapitalrentabilität.....	343

9.2.2 Gesamtkapitalrentabilität.....	343
9.2.3 Umsatzrentabilität.....	344
9.2.4 Return on Investment	344
9.3 Liquiditätskennzahlen	345
9.3.1 Liquidität ersten Grades	345
9.3.2 Liquidität zweiten Grades.....	345
9.3.3 Liquidität dritten Grades.....	345
9.4 Produktivitätskennzahlen.....	346
9.4.1 Materialaufwandsquote	346
9.4.2 Personalaufwandsquote.....	346
9.4.3 Mitarbeiterleistung (=Produktivität)	347
9.5 Marketingkennzahlen.....	347
9.6 Sortimentskennzahlen.....	348
9.7 Kundenkennzahlen	348
9.8 E-Commerce Kennzahlen	349
9.8.1 Traffic	350
9.8.2 Durchschnittliche Besuchsdauer.....	351
9.8.3 Conversion Rate.....	351
9.8.4 Absprungrate	352
9.9 Kennzahlen Dashboard	352

10. Das Bankgespräch 354

Abbildungsverzeichnis	358
Quellenverzeichnis.....	360
Businessplan-Vorlage.....	362

Die Basis für eine erfolgreiche Existenzgründung, Unternehmensübernahme oder Großinvestition ist die Ausarbeitung eines professionellen Businessplans.

Dieses Buch richtet sich daher an Existenzgründer, Manager und Unternehmer gleichermaßen. Der Leser erhält einen Leitfaden, mit dem er einen überzeugenden Businessplan erstellen kann, der allerhöchsten Anforderungen gerecht wird. So wird das Buch zur perfekten Basis für Verhandlungen mit Banken, Investoren oder zur Teilnahme an Businessplan-Wettbewerben.

Der Leser erhält fundiertes Wissen in allen wichtigen Businessplan-Inhalten wie Geschäftsidee, Produkt/Dienstleistung, Rechtsformwahl, Standortanalyse, Marketing und Finanzplanung. Da das Buch inhaltlich wie ein Businessplan aufgebaut ist, kann der Leser direkt einen Zusammenhang zwischen Theorie und Praxis herstellen und die gewonnenen Erkenntnisse ganz einfach in seinen eigenen Businessplan einfließen lassen.

Darüber hinaus erhält der Leser viele weitere wertvolle Informationen, z.B. in Bezug auf Fördermöglichkeiten, Erfolgskennzahlen und vieles mehr. So wird das Buch auch im laufenden Geschäftsbetrieb zum wertvollen Begleiter, indem es als permanentes Kontrollsystem und zum kontinuierlichen Ausbau des Geschäfts genutzt werden kann.

Als besonderes Highlight erhält der Leser eine professionelle Businessplan-Vorlage inklusive Finanzplan (Format: Microsoft Word/-Excel), mit der er seinen eigenen Businessplan innerhalb kürzester Zeit erstellen kann. Eine Vielzahl an Beispielen, Checklisten und Tipps runden das Buch ab.

