**Businessplan**

**Businessplan Verzeichnis**

[Zeitplan für den Businessplan](#_Toc5134437)

[Businessplan Klassisch](#_Toc5134438)

[Deckblatt](#_Toc5134439)

[Executive Summary](#_Toc5134440)

[Geschäftsidee](#_Toc5134441)

[Zielgruppe](#_Toc5134442)

[Markt & Wettbewerb](#_Toc5134443)

[Marktanalyse](#_Toc5134444)

[Marktgröße](#_Toc5134445)

[Marktwachstum](#_Toc5134446)

[Marktpotenzial](#_Toc5134447)

[Wettbewerbsanalyse](#_Toc5134448)

[Konkurrenten](#_Toc5134449)

[Markteintrittsbarrieren](#_Toc5134450)

[Ziele](#_Toc5134451)

[Mission & Vision](#_Toc5134452)

[Kurz- und Mittelfristige Ziele](#_Toc5134453)

[Meilensteine](#_Toc5134454)

[Strategie](#_Toc5134455)

[USP](#_Toc5134456)

[Positionierung & Strategie](#_Toc5134457)

[SWOT Analyse](#_Toc5134458)

[Marketing](#_Toc5134459)

[Produkt](#_Toc5134460)

[Preis](#_Toc5134461)

[Vertrieb](#_Toc5134462)

[Werbung](#_Toc5134463)

[Marketingbudget](#_Toc5134464)

[Organisation](#_Toc5134465)

[Rechtsform](#_Toc5134466)

[Unternehmensname](#_Toc5134467)

[Management](#_Toc5134468)

[Personal & Struktur](#_Toc5134469)

[Wertschöpfung & Leistung](#_Toc5134470)

[Finanzen](#_Toc5134471)

[Gründungsinvestitionen](#_Toc5134472)

[Laufende Kosten](#_Toc5134473)

[Kapitalbedarf](#_Toc5134474)

[Finanzierung](#_Toc5134475)

[Finanzplan](#_Toc5134476)

**Zeitplan für den Businessplan**

* Informationsbeschaffung 1 bis 4 Wochen
* Beschreibung der Geschäftsidee 1 bis 2 Wochen
* Planung 1 bis 3 Wochen
* Textliche Darstellung 1 bis 2 Wochen
* Zusammenfassung 1 Woche Layout 1
* Woche Abschluss / Nacharbeit 1 Woche

**Löschen Sie diese Seite.**

**Es dient nur zur Orientierung für Sie.**

# Businessplan

## Deckblatt

Erstellen Sie ein Ansprechendes Titelblatt mit Überschrift „Businessplan“, Name, Firmenlogo und Kontaktdaten sowie das Datum.

## Executive Summary

Ein überzeugendes Executive Summary zu schreiben, welches mit der richtigen Struktur, dem Umfang und die wichtigsten Inhalte einen Investor überzeugt, kann ebenfalls eine Herausforderung sein. Wie Sie eine solche Zusammenfassung Ihrer Geschäftsidee erstellen, erkläre ich Ihnen in diesem Unterpunkt.

Die Basis für ein Pitch Deck oder einen Businessplan ist das Executive Summary. Dieser „Auszug“ aus dem Businessplan ist sozusagen der Flyer Ihrer Geschäftsidee. Kurz, prägnant und mitreißend. Mit diesem Schriftstück überzeugt Ihr Investoren.

Wie ist das Executive Summary aufgebaut?

Als Zusammenfassung der wesentlichsten Inhalte des Businessplans oder Pitch Decks steht das Executive Summary immer an erster Stelle, also ganz vorn im Businessplan. Es ganz nach hinten ans Ende zu packen ist der schlimmste Fehler, den man überhaupt machen kann. Das wird dazu führen, dass in einigen Fällen der Businessplan ein wenig lustlos durchblättert und ohne großes Interesse meist zur Seite gelegt wird.

*10 Merkmale eines guten Executive Summary*

Das Executive Summary muss:

* kurz, prägnant und interessant sein,
* übersichtlich gegliedert sein ,
* in sehr kurzer Zeit lesbar sein
* emotionalisierend sein; Hier wird etwas verkauft – eine Investitionschance, ein gutes Projekt, ein herausragendes Team,
* einfach zu verstehen sein,
* in der Kürze alle wesentlichen Punkte des Geschäftsidee umfassen,
* ein klares, positives Bild der Geschäftsidee zeichnen,
* Sicherheit ausstrahlen,
* aktiv und dynamisch wirken & die Fantasie anregen,
* alle grundlegenden Fragen beantworten, so dass nichts offen bleibt.

Das ist schon ganz schön viel Anspruch, vor allem wenn es darum geht, das in eine sehr kurze Darstellung zu packen. Zwei Seiten sind das absolute Maximum, besser wäre eine einzelne Seite.

Das Executive Summary wird immer erst ganz zuletzt geschrieben, wenn also alles andere restlos geklärt ist und keine wunden Punkte und Fragen mehr offen geblieben sind. Erst wenn Sie den Businessplan gründlich durchdacht haben, sollten Sie sich ans Executive Summary setzen. Und je besser der Businessplan ist, umso leichter wird euch das Executive Summary fallen.

Nehmen Sie sich jeden einzelnen Punkt vor und versuchen Sie alle Daten aus dem Businessplan in die einzelnen Punkte einzufügen. Lesen Sie sich das Ergebnis mehrmals gründlich durch und streichen Sie Überflüssiges und sich Wiederholendes.

Wie jede wichtige Präsentation sollten Sie das Executive Summary testen. So sehen Sie Fehler und Ungereimtheiten. Suchen Sie sich einen Kreis von Personen, denen Sie vertrauen und die einen möglichst unterschiedlichen beruflichen Hintergrund haben. Machen Sie den sogenannten „Elevator Pitch“: Stellen Sie sich vor, die Person ist ein möglicher Geldgeber für Ihr Projekt, der Sie nicht kennt, und Sie treffen diese Person auf dem Weg zum Mittagessen im Lift. Geben Sie sich zwei Minuten Zeit, der Person das Wesentliche zu erklären. Ihr Ziel sollte sein, in zwei Minuten so viel darzustellen, dass diese Person euch danach als Investor unterstützen möchte. Achten Sie bei den Gesprächen darauf: Wo werden Fragen gestellt? Welche Punkte erscheinen unklar? Was klingt unglaubwürdig? Diese Schwachstellen müssen Sie dann noch beseitigen. Achten Sie außerdem darauf: Welche Punkte sind überflüssig? Welche Punkte verwirren? Wirken Sie in den Gesprächen unsicher? Was müssen Sie unbedingt noch klären?

Nehmen Sie sich noch einmal das Feedback von Ihrem Elevator Pitch zu Herzen und lassen Sie die Erkenntnisse in Ihr Executive Summary einfließen. Je gründlicher Sie dabei sind, desto überzeugender wird es ausfallen. Machen Sie sich auch Gedanken über die Gliederung und möglichst gute Lesbarkeit, seien Sie dabei ruhig kreativ. Eine Darstellung der einzelnen Punkte in unterschiedlich gefärbten Kästen sorgt oft für eine gute Übersichtlichkeit und trennt den Bereich klar voneinander. Spielen Sie mit eigenen Ideen, wie Sie die Gliederung grafisch noch verbessern könnten.

## Geschäftsidee

### Zielgruppe

## Markt & Wettbewerb

### Marktanalyse

### Marktgröße

### Marktwachstum

### Marktpotenzial

### Wettbewerbsanalyse

### Konkurrenten

### 

### Markteintrittsbarrieren

## Ziele

### Mission & Vision

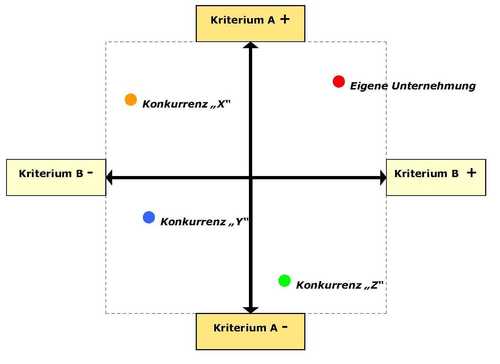
### Kurz- und Mittelfristige Ziele

### Meilensteine

## Strategie

### USP

### Positionierung & Strategie



### SWOT Analyse

## Marketing



### Produkt

### Preis

### Vertrieb

### Werbung

### Marketingbudget

## Organisation

### Rechtsform

### Unternehmensname

### Management

### Personal & Struktur

### Wertschöpfung & Leistung

## Finanzen

### Gründungsinvestitionen

### Laufende Kosten

### Kapitalbedarf

### Finanzierung

### Finanzplan

Kopieren Sie hier Berechnungen aus dem Excel – Finanztool.