



Alles beginnt mit einer Idee.

Was ist der Sinn eines Businessplans?

Alles beginnt mit einer Idee. Das ist, wie neue Firmen geboren werden. Der Erfolg des Unternehmens hängt von der Vollständigkeit der vorangehenden Analyse ab, von der korrekten Zielwahl des Produktes oder Dienstes, von der Geschäftsstrategie, von einem bisschen Glück und viel harter Arbeit ab.

Ein Unternehmer ist typisch jemand, der ein Bedürfnis nach einem Produkt oder einem Dienst sieht und dafür ein Ziel hat, wie sein Unternehmen das erfüllen kann. Aber, das ist nur der Anfang. Um erfolgreich zu sein, bereitet der Unternehmer einen Businessplan (Geschäftsplan) vor, um ihn zu unterstützen, diese Vision zu erreichen. Der Geschäftsplan ist die Struktur, welche die Idee unterstützt und verbessert und die Chancen, erfolgreich zu sein, erhöht.

Es ist wie im Leben: Beschäftigung mit einem neuen Unternehmen bringt ihren Anteil an Höhen und Tiefen mit sich. Während der guten Zeiten ist der Geschäftsplan eine Gedächtnisstütze, die bestätigt, dass die Anfangsvision im Verwirklichungsprozess steht. Der Geschäftsplan dient als ein Weg, auf Kurs zu bleiben während der weniger guten Zeiten. Meistens ist er ein Werkzeug, welches die Vision auf Kurs behält und das Unternehmen von der Kindheit zur Reife begleitet, durch die Bereitstellung der notwendigen Planung.

Um im heutigen Marktplatz zu konkurrieren, zeigt ein Plan den Weg, die Drehungen und die Schwenkungen, die bei einem wachsenden Unternehmen vorkommen, auszuhandeln. Ein Unternehmen zum Wachsen zu bringen, erfordert viel Engagement, will man erfolgreich sein. Ein Plan stellt die Richtung und gesamte Strategie bereit.

Jeder, der einen Geschäftsplan vorbereitet hat, wird Ihnen sagen, dass das Unternehmen während der Analyse- und Schreibphase Form annimmt. Viele Informationen werden gesammelt, welche es ermöglichen, eine Gesamtstrategie zu entwickeln. Wenn der Plan schliesslich produziert wird, wird der Unternehmensführer die Ergebnisse der Analyse benutzen bei der Zielsetzung des Produkts oder der Dienstleistung. Klarheit entsteht als Ergebnis der ganzen Analyse. Sind schon die im Plan enthaltenen Informationen wichtig, sind vor allem die durch die Produktion des Plans erzielten Informationen am Wertvollsten, weil der Chef und das Managementteam die Zeit intensiv verbracht haben, die Idee gründlich zu erforschen und zu entwickeln.

Der Marktplatz

Zuerst schauen Sie auf den Marktplatz, um Industrietrends zu erforschen. Finden Sie Meinungen der Industrieforscher heraus, um Statistiken zu bestimmen, die für das Produkt oder den Dienst gelten. Identifizieren Sie die Änderungen im Markt und jene Marktsegmente, die von besonderer Bedeutung in dieser Industrie sind. Dies hilft, das eigentliche Bedürfnis nach dem Produkt oder dem Dienst zu identifizieren und wird bei den Prognosen für den Marktanteil und bei der Vorbereitung von Gewinn- und Verlustrechnungen helfen.

Wettbewerbsanalyse

Führen Sie eine gründliche Wettbewerbsanalyse durch. Lernen Sie alles Mögliche über die Konkurrenz. Falls möglich, bemühen Sie sich, sie zu treffen. In der heutigen Vielfalt von strategischen Partnerschaften kann ein Mitbewerber oft auch ein Geschäftspartner sein oder werden.

Es ist wichtig, eine beträchtliche Menge von Zeit damit zu verbringen, die Konkurrenz zu analysieren. Gehen Sie zu den Websites der Mitbewerber. Lernen Sie etwas über die Firmen, indem Sie das erforschen, was sie über ihre eigenen Firmen sagen. Schliessen Sie alle finanziellen Informationen ein, die der Mitbewerber in der Analyse anbietet. Dies hilft einem Unternehmensführer, über den Marktplatz, die Erfolge und Misserfolge von Mitbewerbern zu lernen. Die Fähigkeit, das Produkt oder die Dienstleistung besser zu positionieren, basiert auf dem durch diese Analyse Gelernten.



Verfeinern Sie das Produkt oder den Dienst

An dieser Stelle ist es eine gute Idee, zur originalen Idee zurückzugehen und schauen, ob das Produkt oder der Dienst (basierend auf dem, was gelernt worden ist) modifiziert werden sollte. Basiert auf allem bisher Gelernten, wird es möglich sein, Nischenmärkte zu sehen, die Einmaligkeit der Idee zu beurteilen, und wie der Markt zu beliefern ist.

Managementteam

Bauen Sie das Management-Team, um die Vision zu erreichen. Ein Unternehmensführer kann nicht alle Funktionen als Gründer eines Unternehmens wahrnehmen. Nicht nur werden die verschiedenen Stärken gebraucht; es ist auch unmöglich, die Ziele innerhalb einer vernünftigen Zeit ohne genügend Ressourcen zu erreichen.

Es braucht eine Vielfalt von Fähigkeiten, um die Vision zu erfüllen. Wenn es ein Bedürfnis nach Finanzierung gibt, werden sich die Investoren besonders für das Managementteam interessieren. Jeder Investor wird das Managementteam und seinen Erfolg in der Vergangenheit gründlich anschauen, bevor er sich entschliesst, das neue Unternehmen zu finanzieren. Erwähnen Sie deshalb die Unternehmensgeschichte, warum das Unternehmen gebildet wurde, und die organisatorische Struktur.

Bilden Sie einen Vorstand von etablierten Experten, um zu helfen, Ihre Unternehmen zu lenken. Diese Leute haben Erfahrung und interessieren sich dafür, anderen beim Wachsen zu helfen. Typisch bringen diese Leute beratende Fähigkeiten mit, um dem Unternehmen zur Reife zu verhelfen.

Marketing und Verkäufe

In einer idealen Welt schreibt der Unternehmensführer oder das Managementteam den Marketingplan und schliesst die Zusammenfassung dieses Planes im Marketing- und Verkaufsteil des Businessplanes ein. Der Marketingplan ist genau so umfassend wie der Businessplan, aber fokussiert sich darauf, wie der Umsatz durch die Marketing- und Verkaufsanstrengungen zu erreichen sind. Vieles kann daraus gelernt werden, wie die Konkurrenten ihren Ruf und Umsatz erschaffen. Vor dem Schreiben des Marketingplanes muss Forschung betrieben werden.

Marketingforschung evaluiert die Preissetzung, Positionierung, Unternehmensbild, Werbeanalysen und Marktsegmentierungsstudien. Bereiten Sie ein Prognosemodell vor, welches den Konkurrenzmarktanteil mit dem eigenen Marktanteil vergleicht. Dies werden wertvolle Informationen sein für die Organisation der Gewinn- und Verlustrechnungen.

Bereiten Sie die Kundenforschung vor, und wie diese sich über die aktuellen Dienstleistungen der Industrie fühlen. Falls geeignet, führen Sie Durchführbarkeits- und Brauchbarkeitsstudien mit einem Prototyp durch, um das Niveau der Kundenzufriedenheit zu bestimmen.

Mehrere Methoden werden benutzt, um die notwendige Forschung zu betreiben: Fokusgruppen, vertiefte Interviews, Telefon- und Postumfragen. Eine Kundenanalyse durchzuführen, wird die Wahrscheinlichkeit verbessern, dass Ihr Produkt oder Dienst den Kundenerwartungen entspricht, welche die Chancen des Erfolges fördern.

Finanzielle Analyse

Finanzrapporte zeigen die Erwartungen des Unternehmens auf, indem sie das Einkommen prognostizieren. Monatliche Gewinn- und Verlustaussagen zeigen das Einkommen und die Ausgaben, um ein Gesamtbild der finanziellen Gesundheit des Unternehmens zu erhalten. Die Bilanz führt Vermögenswerte und Verpflichtungen auf.

Investoren wollen eine gute Rendite ihrer Investition sehen, sowie eine Ausstiegsstrategie. Sie werden wissen wollen, wie sie zurückbezahlt werden, was ihr Gewinn sein wird, und was die Einnahme-Anforderungen für das Unternehmen sind.

Dieser Teil listet die Annahmen auf Kommentare auf, vorbereitet als Bestandteil der Gewinn- und Verlustrechnungen. Er führt die Preispolitik, Projektionen, Einnahmen, Vermögenswerte und



Verpflichtungen auf. Investoren werden geprüfte Gewinn- und Verlustrechnungen sehen, durchgeführt von einer renommierten Treuhandfirma.

Eine Strategie, wie der Unternehmensführer und das Managementteam sowie die Entwicklungskosten und Geschäftsausgaben zu bezahlen sind, ist aufzuführen. Dies zeigt, wo das Unternehmen hin will und das, was es in Geld kosten wird, um dort anzukommen. Identifizieren Sie die Risiken, die mit dem Unternehmen assoziiert sind und wie das Unternehmen jene Risiken bewältigen wird.

Strategie

Strategie ist einer der massgebenden Aspekte eines Planes, weil sie alle Teile des Geschäftsplanes verbindet. Sie kombiniert eine Analyse aller Teile, um Taktiken zu produzieren, die den Erfolg sicherstellen. Es ist dieser Aspekt, der die erfolgreichen Firmen von den erfolglosen trennt. Die Strategie ist eine zugeschnittene Lösung; sie basiert auf einer vorsichtigen Analyse des Marktplatzes, auf dem Bedürfnis nach dem Produkt oder Dienst, dem finanziellen Nutzen, dem Unterschied zur Konkurrenz; aber auch darauf, wie das Managementteam das Unternehmen zum Wachstum führen wird, und dem, was die Marketing- und Verkaufslösung für das Produkt / den Dienst leistet.

Zusammenfassung (Executive Summary)

Die Zusammenfassung wird als letzter Teil des Plans geschrieben wird, weil sie die Resultate und Pläne auf dem höchsten Niveau zusammenfasst. Sie enthält auch einen Überblick über den Cashflow und eine Zusammenfassung des Marktes. Auf nur wenigen Seiten wird eine Zusammenfassung des ganzen Planes vorbereitet.

Schlusswort

Wenn all die Information zusammengestellt ist, machen Sie einige Kopien davon und verteilen Sie sie an Freunde und Kollegen, um den Plan einer Realitätsprüfung zu unterziehen und auch Reaktionen zu erhalten. Unternehmensführer sind leidenschaftlich mit ihrem Unternehmen beschäftigt und müssen deshalb den notwendigen Feedback ausserhalb des Unternehmens suchen, um sicher zu stellen, dass sie auf dem richtigen Weg sind.

Sobald der Plan besteht, existiert eine Menge der Hintergrundinformationen innerhalb des Planes; aber neue Informationen kommen immer während des Verlaufes eines Unternehmens dazu. Während das Unternehmen wächst, macht es durchaus Sinn, den Plan immer wieder zu prüfen. In der Tat, bevor das Produkt oder der Dienst Reife erreicht, wird es Zeit sein, eine weitere Idee zu entwickeln und somit den Planungsprozess zu beginnen, wie die neue Idee zu entwickeln ist. Und das, während Einnahmen vom ersten Produkt oder Dienst erzeugt werden.

Genau wie ein Produkt oder Dienst eine gute Anforderungs-Definition und Design benötigt, ist der Businessplan der erste Schritt, um die Ideen zu klären, welche das Unternehmen anbieten wird. Wie bei jedem Projekt ist es wichtig, über das Konzept im Klaren zu sein. Die frühzeitige Analyse der Bedürfnisse, der Vision und der Mittel, um das Ziel zu erreichen, wird Zeit, Geld und Ressourcen sparen und trägt schliesslich zu Implementierung der Unternehmensziele bei.

Ein Geschäftsplan ist der Kompass, der benutzt wird, die Ziele und die Objektiv des Unternehmens zu erreichen. Er beginnt mit der Vision und einem unerschütterlichen Engagement. Es sind die Struktur sowie das Anpassen an verändernde Bedingungen, welche es einem Unternehmensführer erlauben, den Sieg in einem wettbewerbsstarken Marktumfeld zu erreichen.