

LERNEN EINFACH GEMACHT



6. Auflage

Businessplan

für
dummies[®]



Markt und Kunden
richtig analysieren

Als Existenzgründer
das geeignete Geschäftsmodell
entwickeln

Mit einem vielversprechenden
Zukunftsplan Investoren und
Banken beeindrucken

Paul Tiffany
Steven D. Peterson

Businessplan für Dummies

Schummelseite

DIE WICHTIGSTEN FINANZAUFSTELLUNGEN

- ✓ **Gewinn-und-Verlust-Rechnung:** Ob Sie Gewinn oder Verlust gemacht haben, erfahren Sie, indem Sie von den Einnahmen alle Ausgaben abziehen.
- ✓ **Bilanz:** Dies ist eine Momentaufnahme Ihrer Finanzen, die Ihnen zeigt, was Sie besitzen, was Sie schulden und was Ihr Unternehmen wert ist.
- ✓ **Kapitalflussrechnung:** Hiermit überwachen Sie die flüssigen Mittel, die aus dem Unternehmen heraus- oder in das Unternehmen hineinfließen.
- ✓ **Budget:** In diesem Finanzplan führen Sie auf, wie Sie zu Geld kommen wollen und wofür Sie es ausgeben werden.

KUNDEN, KONKURRENTEN UND SIE

Drei Fragen über den Kunden

- ✓ Wer kauft?
- ✓ Was kauft der Kunde?
- ✓ Warum kauft der Kunde?

Drei Fragen zur Konkurrenz

- ✓ Wie groß ist sie?
- ✓ Welche Kunden wollen sie mir abjagen?
- ✓ Wie sieht ihre Strategie aus?

Drei Wege zum Sieg

- ✓ Drastische Kostenreduzierung
- ✓ Einzigartiges Produktangebot
- ✓ Konzentration auf eine Kundengruppe

WIE FUNKTIONIERT EIN BUSINESSPLAN?

- ✓ **Pläne:** Unternehmensauftrag, Unternehmensphilosophie und Unternehmensziele müssen ineinandergreifen.
- ✓ **Organisationsstruktur:** Nur mit einer Organisationsstruktur, die Sinn macht, funktioniert Ihr Unternehmen.
- ✓ **Abläufe:** Effiziente und effektive Arbeitsabläufe sind die halbe Miete.
- ✓ **Führungsstil:** Sie sollten in der Lage sein, Ihre Mitmenschen zu beeinflussen und zu motivieren.
- ✓ **Fähigkeiten:** Nur mit dem Talent und dem Fachwissen Ihrer Mitarbeiter sind Sie erfolgreich.
- ✓ **Unternehmenskultur:** Mit den richtigen Werten und Einstellungen gelangen Sie ans Ziel.

DIE WICHTIGSTEN BESTANDTEILE DES BUSINESSPLANS

- ✓ Zusammenfassung (Executive Summary)
- ✓ Geschäftsidee
- ✓ Marktübersicht
- ✓ Marketing/Wettbewerb
- ✓ Chancen und Risiken
- ✓ Finanzplanung
- ✓ Unternehmensorganisation

CHECKLISTE FÜR DIE PLANUNG

- ✓ Beziehen Sie alle bei der Festlegung der Zielvorgaben und Zielvereinbarungen ein.
- ✓ Bringen Sie möglichst viel über Ihre Kunden in Erfahrung.
- ✓ Lernen Sie Ihre Wettbewerber kennen.
- ✓ Finden Sie Ihre Stärken und Schwächen, Ihre Chancen und Risiken heraus.
- ✓ Legen Sie fest, welche Fähigkeiten Sie brauchen, um erfolgreich zu sein.
- ✓ Schreiben Sie alles auf, was Ihr Unternehmen tun kann, um dem Kunden mehr Wert zu bieten.
- ✓ Machen Sie unbedingt Ihre Finanzhausaufgaben.
- ✓ Stellen Sie sich mehrere verschiedene Versionen für die Zukunft Ihres Unternehmens vor.

GRÜNDE, WARUM UNTERNEHMEN SCHEITERN

- ✓ Fehlende langfristige Unternehmensphilosophie
- ✓ Nicht klar gesetzte Zielvorgaben und Zielvereinbarungen
- ✓ Mangelndes Verständnis für Kundenwünsche
- ✓ Unterschätzen der Konkurrenz
- ✓ Unangemessene Finanzplanung
- ✓ Unzureichende Führungsqualitäten
- ✓ Ineffektive Abläufe und Systeme
- ✓ Fehlende unternehmerische Fähigkeiten
- ✓ Mangelnde Bereitschaft für Veränderungen
- ✓ Unzureichende Vermittlung der Inhalte des Businessplans



Paul Tiffany und Steven D. Peterson

Businessplan für **dummies**[®]

6. Auflage

Übersetzung aus dem Amerikanischen
von Martine Hesse-Hujber

Überarbeitet von Frederic Breiler

WILEY

WILEY-VCH GmbH

Businessplan für Dummies

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

6. Auflage 2022

© 2022 Wiley-VCH GmbH, Boschstraße 12, 69469 Weinheim, Germany

Original English language edition Businessplan für Dummies 2nd edition © 2004 by Wiley Publishing, Inc. All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form. This translation published by arrangement with John Wiley and Sons, Inc.

Copyright der englischsprachigen Originalausgabe Businessplan für Dummies 2. Auflage © 2004 by Wiley Publishing, Inc.

Alle Rechte vorbehalten inklusive des Rechtes auf Reproduktion im Ganzen oder in Teilen und in jeglicher Form. Diese Übersetzung wird mit Genehmigung von John Wiley and Sons, Inc. publiziert.

Wiley, the Wiley logo, Für Dummies, the Dummies Man logo, and related trademarks and trade dress are trademarks or registered trademarks of John Wiley & Sons, Inc. and/or its affiliates, in the United States and other countries. Used by permission.

Wiley, die Bezeichnung »Für Dummies«, das Dummies-Mann-Logo und darauf bezogene Gestaltungen sind Marken oder eingetragene Marken von John Wiley & Sons, Inc., USA, Deutschland und in anderen Ländern.

Das vorliegende Werk wurde sorgfältig erarbeitet.
Dennoch übernehmen Autoren und Verlag für die
Richtigkeit von Angaben, Hinweisen und Ratschlägen
sowie eventuelle Druckfehler keine Haftung.

Print ISBN: 978-3-527-71889-4

ePub ISBN: 978-3-527-83498-3

Coverfoto: © Konstatin/[stock.adobe.com](https://www.stock.adobe.com)

Korrektur: Johanna Rupp

Über die Autoren

Paul Tiffany ist Managementprofessor in den USA.

Steven D. Peterson ist Gründer der Firma Strategy Play und Experte für Business-Strategie und -Planung.

Über den Fachkorrektor

Frederic Breiler, Jahrgang 1975, ist Gründungsberater mit Leib und Seele und selbst seit 2004 selbstständig.

Durch seinen Hintergrund als Bankkaufmann, Fachkaufmann für Marketing, Kommunikationswirt und zertifizierter Gründungsberater hat er jede Menge Gründungs-Know-how - und mit weit über 1000 Beratungen auch jede Menge Erfahrung. Als Gründungsexperte hat er diverse Interviews gegeben und mehrere Fachartikel veröffentlicht. Seit 2015 leitet er garage startups hamburg (www.garagestartups.de).

Inhaltsverzeichnis

Cover

Titelblatt

Impressum

Über die Autoren

Über den Fachkorrektor

Einführung

Über dieses Buch

Konventionen in diesem Buch

Was Sie nicht lesen müssen

Törichte Annahmen über den Leser

Wie dieses Buch aufgebaut ist

Wie es weitergeht

Teil I: Entscheiden, wohin es gehen soll

Kapitel 1: Der Anfang aller Unternehmensplanung

Herausfinden, wer oder was bei der Planung helfen kann

Das Planungsteam aufbauen

Den Plan zu Papier bringen

Kapitel 2: Warum ein Businessplan so wichtig ist

Die Geschäftsidee auf den Punkt bringen

Die Planung hinter dem Plan

Die verehrte Zielgruppe

Kapitel 3: Klein Gründungen und Co.

Die richtigen Voraussetzungen mitbringen

Staatliche Fördermaßnahmen beanspruchen

Beratungs- und Trainingsmaßnahmen nutzen

Öffentliche Förderprogramme nutzen

Und wenn's nicht klappt?

Kapitel 4: In die richtige Richtung aufbrechen

Warum Werte wichtig sind

Wertmaßstäbe für das eigene Unternehmen aufstellen

Ein Leitbild für Ihr Unternehmen entwickeln

Kapitel 5: Den richtigen Weg abstecken

Einen Unternehmensauftrag für Ihr Unternehmen formulieren

Zielvorgaben und Zielvereinbarungen – eine Einführung

Eigene Zielvorgaben und Zielvereinbarungen festlegen

Teil II: Den eigenen Markt beschreiben

Kapitel 6: Das Geschäftsumfeld unter die Lupe nehmen

Die wirtschaftliche Tätigkeit definieren

Ihre Branche analysieren

Die erfolgsentscheidenden Faktoren erkennen

Auf Chancen und Risiken vorbereitet sein

Kapitel 7: Den Markt in Segmente zerlegen

Marktsegmente definieren

Möglichkeiten, Marktsegmente zu bilden

Nützliche Marktsegmente ausmachen

Herausfinden, wie sich Marktsegmente verhalten

Kapitel 8: Die Kunden unter die Lupe nehmen

Den Überblick nicht verlieren

Herausfinden, wer Ihre Kunden sind

Kundenverhalten näher analysieren

Motive erkennen

Herausfinden, wie die Kunden ihre Wahl treffen

Kunden optimal bedienen

Ein besonderer Fall: Kunden, die selbst Unternehmen sind

Kapitel 9: Die Konkurrenz durchleuchten

Erkennen, welchen Wert Konkurrenz hat

Erkennen, wer Ihre wahren Konkurrenten sind

Die Aktionen Ihrer Konkurrenten verfolgen

Die Schachzüge der Konkurrenten vorhersehen

Erfolgreich im Konkurrenzkampf

Teil III: Die Aussichten Ihres Unternehmens einschätzen

Kapitel 10: Ihre Startposition finden

Situationsanalyse

Stärken und Schwächen erkennen

Chancen und Risiken erkennen

Kapitel 11: Sich auf das konzentrieren, was man am besten kann

Eigene Fähigkeiten ermitteln

Ein Geschäftsmodell basteln

Und so funktioniert das Geschäftsmodell

Ressourcen zuordnen

Kapitel 12: Die Finanzlage ermitteln

Die Einnahmen-Überschuss-Rechnung

Gewinn-und-Verlust-Rechnungen lesen

Bilanzen interpretieren

Kapitalflussrechnungen unter der Lupe

Finanzwirtschaftliche Kennzahlen

Kapitel 13: Finanz- und Budgetplanung

Finanzplanungen aufstellen

Alternative Finanzplanungen

Teil IV: Ein Blick in die Zukunft

Kapitel 14: Bereit für Veränderungen

Dimensionen der Veränderung definieren

Veränderungen vorhersehen

Sich auf Veränderungen in der Zukunft einstellen

Kapitel 15: Wettbewerbsstrategisch denken

Gebrauchsfertige Strategien anwenden

Strategische Alternativen prüfen

Marktführer und Marktfolger

Eine eigene Strategie entwickeln

Kapitel 16: Groß und größer werden

Der Produktlebenszyklus

Wege finden, um zu wachsen

Das Produktportfolio verwalten

Teil V: Ein Werkzeugkasten für Planer

Kapitel 17: Dem Unternehmen ein Gesicht geben

Den Businessplan umsetzen

Effektive Organisationsstrukturen zusammenstellen

Effektive Abläufe entwickeln

Kapitel 18: Den Weg vorgeben

Führungsqualitäten fördern

Fähigkeiten entwickeln

Eine Unternehmenskultur bilden

Der Unternehmensphilosophie treu bleiben

Teil VI: Der Top-Ten-Teil

Kapitel 19: Zehn Anzeichen dafür, dass Ihr Businessplan veraltet ist

Ihre Unternehmensziele ändern sich abrupt

Sie erfüllen die Meilensteine Ihres Plans nicht

Neue Technologien machen Furore

Wichtige Kunden laufen Ihnen davon

Der Wettbewerb nimmt zu

Die Produktnachfrage fällt dramatisch

Einnahmen gehen zurück oder Kosten steigen

Die Moral des Unternehmens lässt nach
Finanzprognosen bewahrheiten sich nicht
Zu viel Wachstum, zu schnelles Wachstum

Kapitel 20: Zehn Fragen zu Ihrem Businessplan

Stehen Ihre Ziele mit Ihrem Unternehmensauftrag im Einklang?

Können Sie auf die wesentlichen Chancen hinweisen?

Sind Sie für Gefahren gerüstet?

Haben Sie Ihre Zielgruppe definiert?

Können Sie sich über Ihre Konkurrenten auf dem Laufenden halten?

Kennen Sie Ihre Stärken und Schwächen?

Sind Ihre strategischen Maßnahmen sinnvoll?

Können Sie hinter den Zahlen stehen?

Sind Sie wirklich bereit für Veränderungen?

Ist Ihr Plan klar, prägnant und aktuell?

Anhang A: Ein Beispiel-Businessplan

Stichwortverzeichnis

End User License Agreement

Tabellenverzeichnis

Kapitel 7

Tabelle 7.1: Persönlichkeitstypen

Kapitel 8

Tabelle 8.1: Die fünf Schritte bis zur Akzeptanz eines Produkts

Tabelle 8.2: Wie Unternehmen sich verhalten, wenn sie einkaufen

Kapitel 12

Tabelle 12.1: Eine Kapitalflussrechnung überwacht die Veränderungen der Liquidität...

Kapitel 13

[Tabelle 13.1: Umsatzschätzungen für Global Krimskrams](#)

Kapitel 15

[Tabelle 15.1: Beispiele für Produktqualität und Qualität von Dienstleistungen](#)

[Tabelle 15.2: Die Vorteile einer vertikalen Integration](#)

[Tabelle 15.3: Die Nachteile einer vertikalen Integration](#)

Kapitel 16

[Tabelle 16.1: Hauptmerkmale der Einführungsphase](#)

[Tabelle 16.2: Hauptmerkmale der Wachstumsphase](#)

[Tabelle 16.3: Hauptmerkmale der Reifephase](#)

[Tabelle 16.4: Hauptmerkmale der Abschwungphase](#)

Illustrationsverzeichnis

Kapitel 4

[Abbildung 4.1: Die im Fragebogen gegebenen Antworten zeigen, welche Grundsätze un...](#)

Kapitel 6

[Abbildung 6.1: Fragebogen zur Branchenanalyse](#)

[Abbildung 6.2: Die vier Hauptkomponenten der Branchenanalyse](#)

Kapitel 7

[Abbildung 7.1: Sie können Marktsegmente definieren, indem Sie die drei Grundfrage...](#)

[Abbildung 7.2: Die Produktakzeptanz erfolgt bei den verschiedenen Persönlichkeits...](#)

[Abbildung 7.3: Prüfen Sie diese Geschäftssituationen einmal sorgfältig.](#)

Kapitel 8

[Abbildung 8.1: Ein grober Überblick über die Bedürfnisse der Menschen, wie er vor...](#)

Kapitel 9

[Abbildung 9.1: Die Kunden treffen ihre Auswahl auf dem Markt, indem sie mithilfe ...](#)

Kapitel 10

[Abbildung 10.1: Füllen Sie den Fragebogen aus, um einen ersten Blick auf die Stär...](#)

[Abbildung 10.2: Vergleichen Sie Ihre Fähigkeiten und Ressourcen mit den Fähigkeit...](#)

[Abbildung 10.3: Bei der SWOT-Analyse werden die in Ihrem Unternehmen vorhandenen ...](#)

Kapitel 11

[Abbildung 11.1: Die Wertkette eines Unternehmens hat zwei Arten von Gliedern: Ker...](#)

[Abbildung 11.2: Grundgerüst einer Wertkette](#)

Kapitel 12

[Abbildung 12.1: Bei einer Gewinn-und-Verlust-Rechnung werden die Aufwendungen aus...](#)

[Abbildung 12.2: Kleine Kapitalgesellschaften können nach § 267 Abs. 1 HGB verkürz...](#)

Kapitel 13

[Abbildung 13.1: So könnte Ihr Liquiditätsplan aussehen.](#)

[Abbildung 13.2: Das Gesamtbudget von Global Krimskrams](#)

Kapitel 14

[Abbildung 14.1: Sie können Ihre strategische Frühaufklärung in vier Trends aufspa...](#)

[Abbildung 14.2: Die Diffusionskurve zeigt, dass eine Technologie normalerweise sc...](#)

[Abbildung 14.3: Die Matrix zu Wahrscheinlichkeit und Auswirkung kategorisiert Ere...](#)

Kapitel 15

[Abbildung 15.1: Bei den generischen Wettbewerbsstrategien müssen Sie sich entsche...](#)

[Abbildung 15.2: Die Kostenerfahrungskurve verfolgt die sinkenden Stückkosten bei ...](#)

Kapitel 16

[Abbildung 16.1: Der Produktlebenszyklus zeigt, wie sich das Umsatzvolumen eines t...](#)

[Abbildung 16.2: Die Produkt-Markt-Matrix beschreibt verschiedene Wachstumsarten a...](#)

[Abbildung 16.3: Die BCG-Portfolio-Matrix unterteilt die Produkte und Dienstleistu...](#)

[Abbildung 16.4: Das Marktattraktivität-Wettbewerbsvorteil-Portfolio ordnet die st...](#)

Kapitel 17

[Abbildung 17.1: Damit Ihr Unternehmen erfolgreich wird, sollten Sie sich auf dies...](#)

Einführung

Sie haben also dieses Buch aus dem Regal gezogen und sich entschieden, es mit uns zu versuchen. Eine gute Wahl. Hier sind Sie richtig. Sie wissen vielleicht noch nicht, wie man einen Businessplan erstellt, aber Sie waren schlau genug zu erkennen, dass so ein Plan ungeheuer wichtig ist. Aus jahrelanger Zusammenarbeit mit großen und kleinen Unternehmen wissen wir, dass ein Businessplan über Erfolg und Misserfolg entscheidet. Nur wenn Sie ihn auch befolgen, werden Sie dorthin gelangen, wohin Sie wollen. Wie so ein Plan auszusehen hat, können Sie im Anhang sehen.

Manche Menschen glauben, dass ein Businessplan etwas ist, was man erstellen muss, um Geldgeber für seine Neugründung zu gewinnen – also bestenfalls eine Formalität und schlimmstenfalls eine nervtötende Arbeit. Einen Businessplan erstellen Sie jedoch nicht nur für irgendwelche Kapitalgeber. Sehen Sie darin ein Werkzeug, das dafür sorgt, dass Ihre Mitarbeiter gerne in Ihrem Unternehmen arbeiten, und Ihrem Unternehmen zum Erfolg verhilft.

Sie meinen, ein Businessplan hätte etwas mit Hellseherei zu tun? Nein, weit gefehlt. Ein Businessplan funktioniert nur, weil er Sie dazu zwingt, innezuhalten und darüber nachzudenken, was Sie eigentlich tun. Er hilft Ihnen herauszufinden, wie die Zukunft Ihres Unternehmens aussehen soll und wie Sie diese Ziele erreichen wollen. Ihr Plan dient Ihnen dabei als Vorlage und führt Sie Schritt für Schritt ans Ziel. Hier ein paar Beispiele:

- ✓ Ein Businessplan erfordert die sorgfältige Betrachtung Ihrer Branche, Ihrer Kunden und Wettbewerber, um zu

erkennen, welche realen Chancen Sie haben und welchen Risiken Sie ausgesetzt sind.

- ✓ Ein Businessplan ist eine objektive Analyse Ihres Unternehmens, sodass Sie damit die Fähigkeiten und Ressourcen, die Stärken und Schwächen sowie die Wettbewerbsvorteile Ihres Unternehmens realistisch einschätzen können.
- ✓ Ein Businessplan enthält eine Bilanz (bei bestehenden Unternehmen), eine Finanzprognose und einen Budgetplan, sodass Sie wissen, wo Sie heute stehen und was die Zukunft für Sie bereithält.
- ✓ Ein Businessplan bereitet Sie auf eine unsichere Zukunft vor, indem er Sie darin bestärkt, Unternehmensstrategien zu entwickeln und Alternativen zu finden, die Ihre Erfolgchancen langfristig erhöhen.

Über dieses Buch

Dieses Buch wird Ihnen bei der schrittweisen Erstellung Ihres Businessplans helfen. Sie werden dabei Dinge über Ihr Unternehmen entdecken, die Sie zuvor noch nicht gewusst haben. Diese Informationen können entscheidend sein, wenn es darum geht, der Konkurrenz die Stirn zu bieten.

Die sechste Auflage von *Businessplan für Dummies* wird Ihnen zu geschäftlichem Erfolg verhelfen, egal wer Sie sind beziehungsweise welchen Job Sie in Ihrem Unternehmen haben, ob Sie in einem großen Unternehmen oder als Einzelkämpfer tätig sind. Je nach Situation werden Sie das Buch jedoch unterschiedlich nutzen.

- ✓ Wenn Businesspläne etwas Neues für Sie sind, werden Sie wahrscheinlich ganz vorne mit dem ersten Kapitel beginnen und sich von uns führen lassen. Wir fangen mit dem Unternehmensauftrag an, hauchen dem Businessplan Leben ein und sorgen dafür, dass Sie das Ziel nicht aus den Augen verlieren. [Kapitel 3](#) enthält wichtige Hinweise für Existenzgründer.
- ✓ Wenn Sie bereits Erfahrung haben, werden Sie vielleicht gleich zu den für Sie interessantesten Stellen springen: wie man beispielsweise die erfolgsentscheidenden Faktoren in einer Branche erkennt oder wie man Stärken und Schwächen ermittelt. Und wenn Sie irgendwo eingetaucht sind, werden Sie wahrscheinlich einen anderen Abschnitt entdecken, der auch noch interessant für Sie sein könnte.

Wo auch immer Sie gerade stehen, es ist nie zu spät, einen Businessplan zu erstellen, und es ist nie zu spät, einen bereits erstellten Plan zu überarbeiten. In beiden Fällen finden Sie die gewünschten Informationen auf den Seiten zwischen diesen strahlend gelben Umschlagdeckeln.

Konventionen in diesem Buch

Damit Sie sich leichter zurechtfinden, gibt es in diesem Buch wie auch in den anderen ... *für-Dummies*-Büchern bestimmte Konventionen:

- ✓ *Kursivdruck* wird verwendet, um neue Wörter oder Begriffe hervorzuheben.

- ✓ **Fettdruck** wird verwendet, um die wichtigen Elemente bei Schrittanleitungen oder Auflistungen hervorzuheben.
- ✓ Die Schriftart `Courier` wird verwendet, um Internetadressen und Formeln darzustellen.

Was Sie nicht lesen müssen

Sie brauchen den Text in den grauen Kästen, die hin und wieder in diesem Buch auftauchen, nicht zu lesen. Auch der Inhalt der Copyright-Seite ist nicht so wahnsinnig interessant. Sie verletzen auch nicht unsere Gefühle, wenn Sie dieses Buch nicht von vorne bis hinten durchlesen. Blättern Sie einfach mal durch, sehen Sie im Stichwortverzeichnis nach und suchen Sie sich eine interessante Stelle raus.

Törichte Annahmen über den Leser

Ob Sie es glauben oder nicht, aber wir brauchen nicht im Kaffeesatz zu lesen, um etwas über Sie, lieber Leser, liebe Leserin, zu wissen. Denn mit hoher Wahrscheinlichkeit trifft nämlich die eine oder andere der folgenden Aussagen auf Sie zu:

- ✓ Sie haben eine großartige, völlig neue Geschäftsidee und können es gar nicht erwarten, Ihr eigenes Unternehmen zu gründen und zu führen.
- ✓ Sie benötigen einen Businessplan, um einen Kredit oder Fördermittel zu beantragen.

- ✓ Ihr Chef schlägt neue Töne an und erwartet, dass Sie in den nächsten drei Wochen einen Businessplan erstellen.
- ✓ Sie haben Ihr Unternehmen immer ohne Businessplan geführt, wollen aber jetzt einen Neuanfang starten.
- ✓ Sie dachten immer, Sie hätten einen Businessplan, aber der ist wohl doch nicht so gut, wie er sein sollte.

Haben wir es erraten? In welcher Situation Sie sich auch immer befinden mögen, Sie brauchen auf keinen Fall im (bereits erwähnten) Kaffeesatz nach einem Businessplan zu suchen. Lesen Sie lieber dieses Buch. Wir können zwar nicht die Zukunft Ihres Unternehmens vorhersagen, aber mit dem Plan, den Sie mit unserer Hilfe zusammenstellen werden, sind Sie für die Zukunft bestens gerüstet. Und wir werden Sie bei jedem Schritt begleiten.

Wie dieses Buch aufgebaut ist

Businessplan für Dummies besteht aus sechs Teilen und einem Anhang. Sie müssen nicht alle Teile lesen und schon gar nicht die angegebene Reihenfolge einhalten. Jedes Kapitel ist einem bestimmten Thema der Unternehmensplanung gewidmet, wobei einige Kapitel für Sie wichtiger sein können als andere.

Teil I: Entscheiden, wohin es gehen soll

Bevor Sie einen Businessplan zusammenstellen können, müssen Sie wissen, wo Sie in Zukunft stehen wollen. Dieser Teil will Sie davon überzeugen, wie wichtig die richtige Planung ist, damit Sie auch dort ankommen, wo

Sie hinwollen. Auch wer sich eine Existenz mit staatlichen Mitteln (Gründungszuschuss) aufbauen will, muss seinem Antrag einen Businessplan beilegen. Wir helfen Ihnen herauszufinden, für welche Zielgruppe Sie den Plan erstellen und wie Ihnen ein solcher Plan helfen kann, Ihre großartigen Geschäftsideen in einem klareren Licht zu sehen. Wir zeigen Ihnen Planungshilfen, diskutieren mit Ihnen Planungsprozesse und fassen die wichtigsten Teile des Businessplans zusammen. Dann werden wir Sie dabei unterstützen, Ihre Unternehmensleitwerte und Unternehmensphilosophie genauer unter die Lupe zu nehmen. Schließlich helfen wir Ihnen bei der Formulierung des Unternehmensauftrags und bei der Definition Ihrer Unternehmensziele.

Teil II: Den eigenen Markt beschreiben

Damit Ihr Businessplan von Nutzen ist, müssen Sie den Markt, in dem Sie sich befinden, genau kennen. In diesem Teil werden Sie Ihre Branche genauer untersuchen und herausfinden, wo Ihre Erfolgchancen liegen, indem Sie Ihre Chancen und Risiken analysieren. Sie werden Ihre Kunden unter die Lupe nehmen, sodass Sie wissen, wer Ihre Kunden sind, was sie benötigen und wie man sie in Gruppen unterteilen kann, um sie noch besser bedienen zu können. Schließlich werden Sie Ihre Wettbewerber genau analysieren, um gegen sie gewinnen zu können.

Teil III: Die Aussichten Ihres Unternehmens einschätzen

In diesem Teil lenken wir die Aufmerksamkeit voll und ganz auf Ihr Unternehmen. Sie werden sich so objektiv wie möglich die Fähigkeiten und Ressourcen Ihres

Unternehmens ansehen, ermitteln, auf welche Stärken Sie sich wirklich verlassen können und mit welchen Schwächen Sie zurechtkommen müssen. Sie werden langsam einkreisen, was Sie am besten können, und so ermitteln, welchen tatsächlichen Wert Sie Ihren Kunden bieten und welchen Vorteil Sie gegenüber den Wettbewerbern haben. Schließlich werden Sie zusammen mit uns ein Geschäftsmodell entwickeln, Ihre Finanzlage klären und eine Finanzprognose sowie ein Budget aufstellen.

Teil IV: Ein Blick in die Zukunft

Einen Businessplan erstellt man hauptsächlich deshalb, weil man auf die Zukunft vorbereitet sein will. In [Teil IV](#) werfen Sie einen Blick in die Zukunft und wappnen sich für Änderungen. Es werden verschiedene Strategien vorgestellt und es wird gezeigt, wie man sie verwendet, um eigene Strategien zu entwickeln. Außerdem werden die verschiedenen Richtungen gezeigt, in die Sie gehen können, wenn Ihr Unternehmen sich vergrößert.

Teil V: Ein Werkzeugkasten für Planer

Ihr Businessplan taugt nichts, wenn er nicht in die Realität umgesetzt werden kann. In diesem Teil lernen Sie, Ihr Unternehmen so zu gestalten, dass es so effizient wie möglich arbeitet. Sie werden die Menschen in Ihrem Unternehmen so vorbereiten, dass sie die nötigen Fähigkeiten zur Erfüllung der im Businessplan festgesetzten Ziele haben.

Teil VI: Der Top-Ten-Teil

Hier sind Hinweise, Beobachtungen und Warnungen zusammengestellt, die Sie bei der Erstellung eines Plans beachten sollten. In diesem Teil geht es um das Gesamtbild, lesen Sie ihn also, wenn Sie den Überblick

verloren haben und wieder wissen wollen, wo es langgeht.

Anhang

Und dann stellen wir im Anhang noch einen Businessplan vor, damit Sie auch wissen, wonach Sie streben. Einen amerikanischen Businessplan finden Sie im Internet unter: www.downloads.fuer-dummies.de

Symbole, die in diesem Buch verwendet werden

Links neben dem Text finden Sie hin und wieder Symbole, die Folgendes bedeuten:



Dieses Symbol kennzeichnet Tipps, mit denen Sie die Konkurrenz abhängen.



Dieses Symbol soll Ihre Aufmerksamkeit auf bemerkenswerte Beispiele aus der Unternehmenswelt lenken.



Dieses Symbol findet sich, wenn das Gesagte vor allem Großunternehmen betrifft (kleinere Unternehmen können aber auch davon profitieren).



Vorsicht: Sie könnten sich die Finger verbrennen, wenn Sie die Warnungen nicht beachten.



Diese Tipps sollten Sie immer in Erinnerung behalten.

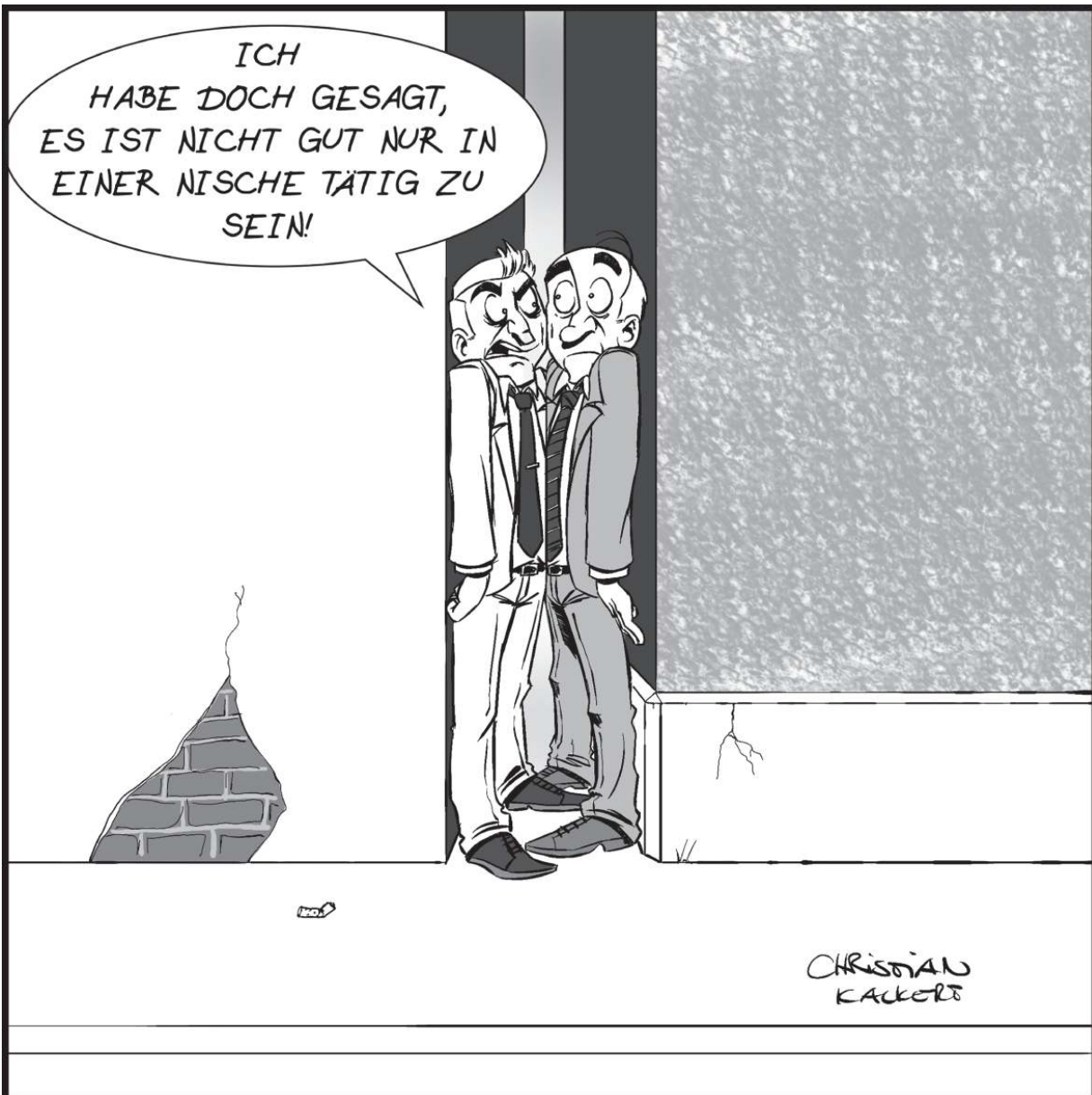
Wie es weitergeht

Nehmen Sie sich Zeit und blättern Sie durch das Buch, um sich mit dem Inhalt vertraut zu machen. Dann lesen Sie ein oder zwei Kapitel, die Sie besonders interessieren. Oder noch besser: Lesen Sie ein Kapitel zu einem Thema, über das Sie bereits etwas wissen. Wenn Sie ganz wagemutig sind, dann fangen Sie am Anfang an.

Vergessen Sie das Inhaltsverzeichnis nicht, in dem Sie sich jeweils die für Sie interessantesten Kapitel herausuchen können. Auch der Index ist gut geeignet, um schnell bestimmte Themen zu finden.

Teil I

Entscheiden, wohin es gehen soll



IN DIESEM TEIL ...

Egal was man machen möchte, ob nun das Schlafzimmer tapezieren oder ein Software-Update installieren, es passiert ziemlich leicht, dass man sich keine Zeit für wichtige Vorarbeiten lässt und sich gleich in die Arbeit stürzt. Die vorbereitenden Tätigkeiten sind einfach ein bisschen langweilig. Aber für die wirklich wichtigen Dinge im Leben – und im Geschäftsleben – ist eine gute Vorbereitung entscheidend. Auch bei der Unternehmensplanung sind daher die vorbereitenden Arbeiten genauso wichtig wie die einzelnen Schritte zur Erstellung des Plans.

In diesem Teil erklären wir, was ein Businessplan überhaupt ist. Falls Ihnen die Wichtigkeit der Angelegenheit noch nicht einleuchtet, werden wir Sie zunächst von der Bedeutung dieses Plans überzeugen – auch wenn Sie nur ein kleines Ein-Mann- oder Ein-Frau-Unternehmen gründen wollen. Sobald uns das gelungen ist, informieren wir Sie über einige Hilfsmittel, die Ihnen bei der Planung nützlich sein können. Wir helfen Ihnen dann bei der Erstellung Ihres Businessplans, indem wir den Planungsablauf und die wichtigsten Bestandteile eines Geschäftsplans unter die Lupe nehmen. Wir werden auch deutlich machen, warum es für ein Unternehmen so wichtig ist, eigene Werte zu haben, und wir zeigen Ihnen, wie Sie diese nutzen können. Außerdem stellen wir dar, wie Sie mit einer Strategie Ihrem Unternehmen Ziel und Richtung geben. Schließlich sehen wir uns noch an, wie Sie einen Unternehmensauftrag formulieren und effektive Ideen entwickeln, mit denen Sie Ihre Unternehmensziele realisieren können.

Kapitel 1

Der Anfang aller Unternehmensplanung

IN DIESEM KAPITEL

Welche Hilfsmittel es gibt und wo sie zu finden sind
Wer bei der Erstellung mithelfen sollte
Wie der fertige Businessplan aussehen soll

Eine gute Planung ist das A und O. Bei vielen Unternehmen entscheidet ein solider Businessplan über Erfolg oder Misserfolg. Viele, die zum ersten Mal ein Unternehmen gründen, stürzen sich einfach in das Abenteuer, lassen Visitenkarten drucken, hängen ein Firmenschild auf und fangen einfach an, Geld zu verdienen. Das ist alles ganz verständlich, wenn man von seiner Geschäftsidee so begeistert ist, dass man gleich loslegen will. Wenn man sich jedoch etwas Zeit nimmt und zunächst ein paar Vorbereitungen trifft, kann sich dies letztendlich auszahlen. Vor allem, wenn es um die Erstellung eines Businessplans geht. Sobald Ihr Unternehmen nämlich läuft, werden Sie kaum noch Zeit haben, sich den wichtigen Teilen Ihres Businessplans zu widmen.

Herausfinden, wer oder was bei der Planung helfen

kann

Wenn Sie zur richtigen Zeit die richtigen Hilfsmittel zur Hand haben, dann wird das Erstellen des Businessplans schneller von der Hand gehen und sicherlich mehr Erfolg haben. Zum Glück gibt es heutzutage sehr viel nützlichere und praktischere Hilfsmittel als früher - angefangen von Büchern und Software bis hin zu Internetseiten und Beratern aus Fleisch und Blut. Sicherlich werden Sie auch auf sehr viele Hilfsmittel stoßen, die weder das Geld noch die Zeit wert sind, die man in sie investiert. Auch der Inhalt eines Buches (oder einer Software) lässt sich mitunter nur schwer von außen beurteilen.

Wenn Sie anfangen, einen Businessplan zu erstellen, werden Sie bald merken, dass Sie noch das eine oder andere weitere Hilfsmittel benötigen - vielleicht ein Buch über Marketing oder eine bestimmte Software, mit der Sie den Businessplan erstellen und bearbeiten können.

Ein Besuch beim Buchhändler

Sie halten natürlich bereits eines der besten Bücher zu diesem Thema in den Händen. Aber zugegebenermaßen gibt es noch andere nützliche Bücher über Businessplanungen, insbesondere wenn Sie speziell etwas über Marketing oder Finanzplanung oder bestimmte Unternehmensformen suchen.

Wenn Sie wissen wollen, was in einem Buch steht, dann sehen Sie sich zuerst das Inhaltsverzeichnis an. Vielleicht werfen Sie auch einen Blick in das erste Kapitel. Wenn Sie das Internet nach geeigneten Büchern durchsuchen, können Sie auf den Websites mancher Anbieter ebenfalls das Inhaltsverzeichnis oder sogar das