3.2 Anwendung innovativer Geschäftsmodelle Unternehmensgründung: benötigte Unterlagen, rechtliche Fragen, Erstellung eines Businessplans

3.2.2 Leitfaden für die Erstellung Ihres Businessplans

e-Modul 3: (Soziales) Unternehmertum – Implementierung kooperativer Start-ups
Februar 2021

Was ist ein Businessplan?

Vereinfacht ausgedrückt, ist ein **Businessplan:**

- Ein Fahrplan, der detailliert beschreibt, wie ein Unternehmen – insbesondere ein Start-up-Unternehmen – seine Ziele definiert und wie es seine Ziele erreichen will.
- Er umfasst die **Marketing-, Finanz- und Betriebsaspekte** eines Unternehmens.
- Er ist besonders nützlich für neue Unternehmen, weil es sie auf dem richtigen Weg hält.
- Er hält fest, was geschehen muss, warum, wann und wie viel die Investition kosten wird.
- Ein gut strukturierter Businessplan ist der beste Weg, um Banken und Investoren zu zeigen, dass Sie ihre finanzielle Unterstützung verdienen.

Was ist der Unterschied zwischen einem allgemeinen Businessplan und einem sozialen Businessplan?

- Der soziale Businessplan hat viele Ähnlichkeiten, aber auch Unterschiede zu dem eines jeden anderen Unternehmens. Ein sozialer Businessplan sollte auf Folgendes achten:

  - Klarer Hinweis auf den **sozialen Nutzen**, d. h. den sozialen Bedarf, den der/die Unternehmer*in festgestellt hat, sowie die Art und Weise, wie er/sie ihn durch die angebotenen Produkte und/oder Dienstleistungen des sozialen Unternehmens decken wird.

  - Erfassung der **sozialen** und **ökologischen Auswirkungen** des Sozialunternehmens.

  - Angabe der **Zusammensetzung** des Unternehmensteams und der spezifischen Positionen, die die Mitarbeiter*innen innehaben.

  - Festlegung der Gewinnverteilung gemäß der nationalen Gesetzgebung (Bargeldreserven, Löhne und Produktivitätsanreize für die Beschäftigten, Geschäftsaktivitäten und Schaffung von Arbeitsplätzen).

Wie man einen Social Business Plan erstellt (1)

TRADITIONELLER BUSINESSPLAN

- Länge 10-20 Seiten
- Sehr detailorientiert
- Umfassend
- Besser geeignet, wenn Sie eine Finanzierung aus traditionellen Quellen beantragen.

KOMPAKTER BUSINESSPLAN

- In der Regel 1 Seite
- Besser geeignet, wenn Sie eine Finanzierung aus alternativen Quellen, wie z. B. Crowdfunding, beantragen.
- Er hat das Format einer Tabelle, in der die wichtigsten Teile eines Unternehmens dargestellt werden, die bei seiner Gründung organisiert werden müssen.
- Diese Teile sind die Blöcke der Tabelle, in denen Sie kurze Notizen zu jedem Geschäftsteil machen können.

Wie man einen Social Business Plan erstellt (2)

- Die bei weitem wichtigste Einheit eines detaillierten und umfangreichen Businessplans ist die **Zusammenfassung** (executive summary).
- Wenn der Businessplan Investoren und Banken vorgelegt werden soll, ist der Art und Weise, wie er verfasst ist, besondere Aufmerksamkeit zu widmen.
- Die Kurzfassung wird zunächst an potenzielle Investoren geschickt. Wenn sie an dem, was sie lesen, interessiert sind, wird der/die Unternehmer*in dann zu einer ausführlichen Präsentation seines/ihres Businessplans eingeladen.

WICHTIG

- ✓ Die Zusammenfassung wird immer am Ende geschrieben.
- ✓ Bestehend aus max. 2 Seiten
- ✓ Bezieht Informationen aus den anderen Abschnitten ein.

Die 12 Schritte eines starken Social Business Plans

Die 12 Schritte eines starken Social Business Plans (1)

1

Mission: Bericht über die Vision, die Mission und das Wertversprechen.

2

Struktur der Organisation: Definieren Sie die Rechtspersönlichkeit des sozialen Unternehmens, die Leitung, seine Programme und seine Position.

3

Führung (Team und Vorstand): Ermittlung des beteiligten Humankapitals und des künftigen Personalplans (Mitarbeiter, Berater, Freiwillige usw.)

4

Marktanalyse: Erfassung des aktuellen Status des Marktes/Zielmarktes, der Kundenmerkmale, ihrer Bedürfnisse und der Gründe, warum sie ein Produkt/eine Dienstleistung konsumieren.

5

Analyse des Wettbewerbs: Direkter – Indirekter Wettbewerb und Alternativen oder Optionen.

6

Produkte/Dienstleistungen: Bieten Sie Informationen und kurze Beschreibungen zu den wichtigsten Produkten und Dienstleistungen.

Die 12 Schritte eines starken Social Business Plans (2)

7

Hauptaufgaben: Entwicklung des Lieferprozesses für Produkte oder Dienstleistungen, einschließlich Zeitplänen und Meilensteinen.

8

Marketingplanung: Beschreiben Sie den strategischen Ansatz Ihres Zielmarktes und definieren Sie die Marketingaktivitäten, die eingesetzt werden sollen.

9

Folgenabschätzung: Bereitstellung von qualitativen und quantitativen Informationen und Bewertungskriterien zur Überwachung des sozialen und ökologischen Nutzens.

10

Risikomanagement. Bewertung möglicher (interner und externer) Risiken und Suche nach Alternativen/Wegen, um mit ihnen umzugehen.

11

Finanzanalyse. Erstellen Sie eine Finanzanalyse, um den Bedarf für die nächsten 3 bis 5 Jahre zu klären, Finanzprognosen zu erstellen und Einnahmen, Ausgaben und Cashflows zu verwalten.

12

Executive Summary. Eine kurze Zusammenfassung mit den wichtigsten Details des Unternehmens.

KURZFASSUNG (EXECUTIVE SUMMARY)

Zusammenfassung: Geben Sie kurz an, was Ihr Unternehmen ist

- Warum wird es erfolgreich sein?
- Wie lautet Ihr Leitbild?
- Was ist Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung?
- Grundlegende Informationen über: Führungsteam, Beschäftigte und Standort.
- Fügen Sie Finanzinformationen und hochrangige Wachstumspläne bei, wenn Sie eine Finanzierung beantragen wollen.

UNTERNEHMENSBESCHREIBUNG

Beschreibung des Unternehmens: Detaillierte Informationen über Ihr Unternehmen

- ❑ Welche Probleme löst Ihr Unternehmen?
- ❑ Welche Verbraucher und/oder Unternehmen werden von Ihrem Unternehmen bedient?
- ❑ Was ist Ihr Wettbewerbsvorteil?
- ❑ Gibt es Experten in Ihrem Team?
- ❑ Haben Sie den perfekten Standort für Ihr Geschäft gefunden?
- ❑ Was sind Ihre Stärken?

MARKTANALYSE

Marktanalyse: Erstellen Sie eine Wettbewerbsanalyse

- ❑ Was ist Ihr Zielmarkt?
- ❑ Was sind die aktuellen Trends und Themen auf Ihrem Markt?
- ❑ Wer sind Ihre Konkurrenten?
- ❑ Was machen die erfolgreichen Mitbewerber? Können Sie es besser machen?

ORGANISATION UND MANAGEMENT

Organisation und Management

- ❑ Wie wird Ihr Unternehmen strukturiert sein?
- ❑ Wer wird das Unternehmen leiten?
- ❑ Wie ist die Rechtsform Ihres Unternehmens?
- ❑ Haben Sie ein Organigramm?
- ❑ Zeigen Sie, wie die einzigartigen Erfahrungen jedes Einzelnen zum Erfolg Ihres Unternehmens beitragen werden.
- ❑ Haben Sie die Lebensläufe der wichtigsten Mitglieder gesammelt?

DIENSTLEISTUNG ODER PRODUKTLINIE

Dienstleistung oder Produktlinie

- ❑ Welche(s) Produkt(e) verkaufen Sie? Welche Dienstleistung bieten Sie an?
- ❑ Welchen Nutzen haben Ihre Kund*innen von Ihrem Produkt/Ihrer Dienstleistung?
- ❑ Wie sieht der Produktlebenszyklus aus?
- ❑ Benötigen Sie Pläne für geistiges Eigentum, z. B. Urheberrechts- oder Patentanmeldungen?
- ❑ Haben Sie Forschung und Entwicklung für Ihre Dienstleistung oder Ihr Produkt betrieben?
- ❑ Wenn ja, erläutern Sie dies.

MARKETING UND VERTRIEB

Marketing und Vertrieb

- ❑ Was sind Ihre besonderen Bedürfnisse?
- ❑ Haben Sie eine Marketingstrategie?
- ❑ Wie werden Sie Kund*innen anziehen und binden?
- ❑ Wie werden die Verkäufe abgewickelt?
- ❑ Beschreiben Sie Ihre kompletten Marketing- und Verkaufsstrategien.

FINANZIERUNGSANTRAG

Antrag auf Finanzierung: Skizzieren Sie Ihren Finanzierungsbedarf

- ❑ Wie viele Mittel werden Sie in den nächsten fünf Jahren benötigen?
- ❑ Wofür werden Sie sie verwenden?
- ❑ Wollen Sie Fremd- oder Eigenkapital?
- ❑ Welche Bedingungen würden Sie gerne anwenden?
- ❑ Auf welchen Zeitraum bezieht sich Ihr Antrag?
- ❑ Benötigen Sie Mittel für den Kauf von Geräten oder Materialien, für die Bezahlung von Gehältern oder für bestimmte Rechnungen?
- ❑ Fügen Sie eine Beschreibung Ihrer zukünftigen strategischen Finanzpläne hinzu, wie z. B. die Tilgung von Schulden oder den Verkauf Ihres Unternehmens.

FINANZPROGNOSEN

Finanzielle Projektionen: Legen Sie Finanzprognosen vor, die zeigen, dass Ihr Unternehmen stabil ist und finanziell erfolgreich sein wird.

- ❑ Fügen Sie, falls vorhanden, Gewinn- und Verlustrechnungen, Bilanzen und Cashflow-Rechnungen für die letzten drei bis fünf Jahre bei.
- ❑ Führen Sie alle anderen Sicherheiten auf, die Sie haben.
- ❑ Legen Sie eine vorausschauende Finanzplanung für die nächsten fünf Jahre vor, einschließlich prognostizierter Gewinn- und Verlustrechnungen, Bilanzen, Kapitalflussrechnungen und Investitionsbudgets.
- ❑ Für das erste Jahr sollten Sie noch konkreter werden und vierteljährliche oder sogar monatliche Projektionen verwenden.
- ❑ Wie lauten die Prognosen für Ihre Finanzierungsanträge?
- ❑ Verwenden Sie Schaubilder und Diagramme, um die finanzielle Situation Ihres Unternehmens darzustellen.

PRAKTISCHE AKTIVITÄT

60 Minuten

Was Sie benötigen

- ✓ Gedrucktes Formular: Stift, Textmarker und Marker (optional)
- ✓ Digitale Form: mit dem Internet verbundenes Gerät (PC, Laptop, Tablet usw.), Software zur Bearbeitung von Dokumenten (z. B. Microsoft Word)

TIPPS

- Stellen Sie sich Ihr Unternehmen so klar wie möglich vor.
- Beziehen Sie Ihr Team/Ihre Mitarbeiter*innen in den Prozess ein.
- Fassen Sie sich kurz. Dies ist der erste Entwurf Ihrer Idee. Achten Sie also darauf, dass Ihre Antworten kurz, aber prägnant sind.
- Haben Sie keine Angst, Fehler zu machen. Dies ist Ihre Chance zum Brainstorming, zum Experimentieren und zum Lernen aus Ihren Erfahrungen.
- Evaluieren Sie! Überprüfen, ändern und verbessern Sie Ihren Businessplan ständig.

Was ist eine Marke?

- Der Begriff Marke bezieht sich auf ein Geschäfts- und Marketingkonzept, das den Menschen hilft, ein bestimmtes Unternehmen, ein Produkt oder eine Person zu identifizieren. Wenn ein Unternehmen erfolgreich ist, wird häufig auf seine Marke verwiesen, so dass die Kund*innen Ihr Unternehmen auf diese Weise identifizieren können.

Eine Marke kann sein:

- ✓ Ein identifizierendes Symbol
- ✓ Eine Markierung
- ✓ Ein Logo
- ✓ Ein Name
- ✓ Ein Wort
- ✓ Ein ganzer Satz
- ✓ Eine Kombination der oben genannten Punkte

Welche Art von Unternehmensmarke brauche ich?

Verschiedene Marken passen zu verschiedenen Produkten und Dienstleistungen und sprechen unterschiedliche Kund*innen an:

- **Konzeptmarken:** entwickelt, um eine Idee zu unterstützen und zu fördern
- **Commodity-Marken:** mit einem Produkt oder einer Dienstleistung verbunden

<u>Entwicklung einer Unternehmensmarke</u>

Eine erfolgreiche Marke hilft Ihrem Unternehmen, neue Kund*innen zu gewinnen und bestehende Kund*innen zu binden. Sie sollte vollständig entwickelt sein, bevor sie in der Werbung oder auf Marketingmaterial eingesetzt wird.

Welche sind die Schritte zur Entwicklung einer Unternehmensmarke? (1)

1 **Führen Sie Marktforschung durch:** Informieren Sie sich über Ihre Konkurrenten, die Größe des Marktes, den Sie ansprechen, Ihre potenziellen Kund*innen und suchen Sie nach finanziellen, demografischen und statistischen Informationen über Ihre Branche. Wodurch wird sich Ihr Unternehmen abheben (Wettbewerbsvorteil)?

2 **Denken Sie über erfolgreiche Marken nach:** Welches sind die bekanntesten Marken für Produkte oder Dienstleistungen und warum werden sie als erfolgreich angesehen? Finden Sie Informationsmaterial zum Thema Markenbildung von Wirtschaftsexpert*innen.

3 **Betrachten Sie Ihr gesamtes Unternehmen:** Das Branding sollte alle Aspekte Ihres Unternehmens umfassen, d. h. es muss sich im Firmennamen, in den Visitenkarten, in den Geschäftsräumen, in den Marketingmaterialien, in der Werbung usw. widerspiegeln.

Welches sind die Schritte zur Entwicklung einer Unternehmensmarke? (2)

4 **Seien Sie authentisch:** Beschreiben Sie die Persönlichkeit Ihres Unternehmens in wenigen Worten: Werte, Kund*innen, Angebot, etc. Seien Sie ehrlich!

5 **Erzählen Sie die Geschichte Ihres Unternehmens:** Wie hat Ihr Unternehmen begonnen? Wie machen Sie Fortschritte? Was hoffen Sie zu erreichen?

6 **Holen Sie sich professionellen Rat:** Unabhängig davon, ob Sie Ihr Branding selbst entwickeln oder einen professionellen Branding-Berater oder Designer beauftragen, muss die Marke auf der Vision Ihres Unternehmens basieren. Wenn Sie professionelle Hilfe in Anspruch nehmen, wäre es eine gute Idee, nachzufragen und sich das Portfolio der Arbeit anzusehen.

EXTRA TIPP!

Wenn Sie nur ein kleines Budget zur Verfügung haben, nutzen Sie einen Designwettbewerb: Auf einer Website für Designwettbewerbe können Sie Ihre Designvorgaben und Ihr Budget festlegen, und ein Netzwerk von Designern kann diese einsehen und Entwürfe einreichen. Sie können Änderungen an den Entwürfen, die Ihnen gefallen, verlangen, bevor Sie einen Gewinner auswählen. Dies kann billiger sein als die Beauftragung eines professionellen Designers, da viele der Designer Studierende sind, aber es kann immer noch zu einem besseren Ergebnis führen, als wenn Sie es selbst machen würden. Vergessen Sie nicht, sich bei Fragen zum geistigen Eigentum, zu Patenten und Marken rechtlich beraten zu lassen.

Bedenken Sie auch...

...wie man einen Firmennamen auswählt und registriert.

...wie Sie eine Website für Ihr Unternehmen erstellen.

...wie Sie Ihre Marke in Ihren Marketingplan einbinden können.

...wie Sie Kundenforschung betreiben, um sicherzustellen, dass Ihre Marke für Ihr Zielpublikum geeignet ist.

Arbeitsblatt Businessplan

Marketing Planung:_____

Wirkungsabschätzung:_____

Risiko Management:_____

Finanzanalyse:_____

Executive Summary:_____

Projekt TRAIN-CE-FOOD

https://traincefood.si/en/home-deutsch

Autorin: Maria Dalakoura (Institut für die Entwicklung des Unternehmertums, IED)

mdalakoura@ied.eu

Dieses Projekt wurde von der Europäischen Kommission, Generaldirektion Binnenmarkt, Industrie, Unternehmertum und KMU, kofinanziert. GA: SI2.823699.

Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung tragen allein die Verfasser und Autoren; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.