Arbeitsmittel «Businessplan»

**Sichtweise:**

[ ] Verkäufer:in / [ ] Käufer:in / [ ] Gemeinsame Sicht von Verkäufer-/Nachfolger:in

**Vorgehen**

Dieses Arbeitsmittel soll bei der Vorbereitung auf ein Gespräch mit der Bank unterstützen.

Anforderungen an einen Businessplan

* Gibt klar und prägnant Auskunft über alle relevanten Aspekte eines Unternehmens.
* Dient als wirkungsvolle Präsentation einer Geschäftsidee / eines Geschäftsmodells.
* Ist nicht nur für Neugründunge oder Nachfolgeregelungen hilfreich, sondern dient auch als Hilfsmittel des Strategischen Managements.
* Steigert nachweislich den Unternehmenserfolg, insbesondere bei etablierten und kleinen Unternehmen.

Aufbau eines Businessplans

Für Kapitalgeber ist es wichtig gut strukturierte Informationen für die Entscheidung zu bekommen. Der Businessplan bietet üblicherweise diese Struktur und beinhaltet folgende Punkte:

|  |
| --- |
| Management Summary |
| Gleich zu Beginn werden die wichtigsten Fakten aus dem Businessplan auf ½ bis max. 1 Seite zusammengefasst.  Muss Geschäftsidee, Ertragsmechanismus, Wachstumspotential und Finanzbedarf beinhalten. |

|  |
| --- |
| Unternehmung, Eigentümer & Management |
| Wie kann man das Unternehmen und die darin handelnden Personen beschreiben? (Idealerweise ergänzt man im Anhang direkt die Lebensläufe der handelnden Personen)  Wie ist das Eigentum des Unternehmens?  Wie ist die Governance im Unternehmen? |

|  |
| --- |
| Produkte & Dienstleistungen |
| Kernaussagen zur Geschäftsidee und zum Leistungssystem.  Womit verdient das Unternehmen Geld?  Was bietet das Unternehmen an?  Welche Kundenbedürfnisse, Nutzen für Kunden und Einzigartigkeiten (USP) müssen dargestellt werden?  Wie sieht die Kalkulation und der Umsatz zu den verschiedenen Produkten & Services aus? |

|  |
| --- |
| Vision & Strategie |
| Wofür steht das Unternehmen langfristig?  Warum braucht es dieses Unternehmen?  Wo will das Unternehmen langfristig hin?  Wie sieht der Weg zur Verwirklichung der Vision aus? |

|  |
| --- |
| Markt & Konkurrenz |
| Auf welchen Märkten sollen die Produkte & Services angeboten werden und warum dort?  Welche Risiken gibt es dabei zu beachten und wie wird mit diesen Risiken umgegangen?  Wer ist sonst noch auf diesen Märkten tätig?  Wie unterscheiden sich die Angebote?  Was sind die wichtigsten Alleinstellungsmerkmale (USP)? |

|  |
| --- |
| Marketingplan & Massnahmen |
| Wie sollen die Produkte & Services vermarktet werden?  Was braucht es dafür an Massnahmen?  Was kosten diese Massnahmen? |

|  |
| --- |
| Risiken und Gegenmassnahmen |
| Selbstkritische und realistische (!) Einschätzung der internen und externen Risiken (z.B. mit SWOT).  Was sind mögliche Gegenmassnahmen, um den Risiken zu begegnen? |

|  |
| --- |
| Planrechnungen & Liquiditätsplan |
| Wie sollen sich die wichtigsten Kennzahlen in den nächsten 3 bis 5 Jahren entwickeln?  Wie sieht der Liquiditätsplan für die nächsten 12 Monate aus? |

«Do’s and Don’ts» eines Business Plans

**Do’s eine Business Plans:**

* Involvieren Sie das Management Team in die Erstellung des Business Plans.
* Richten Sie den Plan individuell auf einzelne Zielgruppen aus (Banken / Beteiligungskapital vs. interne Verwendung etc.).
* Halten Sie den Business Plan einfach (d.h. auch für Fachfremde) verständlich, umfassend aber so kurz wie möglich.
* Bleiben Sie realistisch (in Ihren Annahmen).
* Stellen Sie die zentralen Risiken und potentiellen Probleme sachgerecht und aufschlussreich dar.
* Stellen Sie Ihre konkreten Anforderungen dar (was wollen Sie? Wie viel Geld wird benötigt).
* Seien Sie kreativ, wenn es darum geht, die Aufmerksamkeit der Leser zu wecken.
* Erinnern Sie sich daran, dass ein guter Business Plan keinen selbstverständlichen Geschäftserfolg darstellt.

**Don’ts eines Business Plans:**

* Nutzen Sie keine Pseudonyme / Anonymisierungen (Herr T., etc.) in Ihrem Business Plan, wenn Sie sich auf Schlüsselpersonen beziehen.
* Machen Sie keine doppeldeutige oder vage Aussage zum Geschäftsmodell / Zukunftsaussichten / Risiken.
* Beschreiben Sie technische Details in hinreichend allgemeingültiger Sprache, d.h. keine übertriebene Fachsprache.
* Investieren Sie nicht viel Geld und Zeit in schöne Prospekte, sondern sorgen Sie primär für «Fleisch am Knochen».

Dieses Arbeitsmittel steht in Verbindung mit der Schrift «KMU Nachfolge und die Finanzierung»:

|  |  |
| --- | --- |
|  | [Schrift Nr. 09: KMU Nachfolge und die Finanzierung](https://www.sgnafo-praxis.ch/nr-09-finanzierung/)  Möglichkeiten und Grenzen der Finanzierung. |