

Businessplan

Beschreibung des Gründungsvorhabens



Steckbrief

Gründer/in:

Branche:

Firma / Geschäftsbezeichnung:

Anschrift:

Logo (nur falls vorhanden)

Bitte hier klicken
und Bild einfügen

Rechtsform:

Website:

Datum:

Telefonnummer / Mobil:

Inhaltsverzeichnis

1 Zusammenfassung	3
1.1 Geschäftsidee	3
1.2. Gründer/in und Unternehmen	3
1.3 Motivation	3
1.4 Finanzbedarf	4
1.5 Chancen und Risiken	4
2 Geschäftsidee	5
2.1 Produkt/Dienstleistung	5
2.2 Kunden und Markt	6
2.3 Wettbewerb	7
2.4 Standort	8
2.5 Preispolitik	9
2.6 Vertrieb	10
3 Unternehmen	11
3.1 Gründer/in und Führung	11
3.2 Rechtliche Grundlagen	13
3.3 Organisation und Mitarbeiter	14
4 Finanzen	15

1 Zusammenfassung

1.1 Geschäftsidee / Zusammenfassung

1.2 Motivation



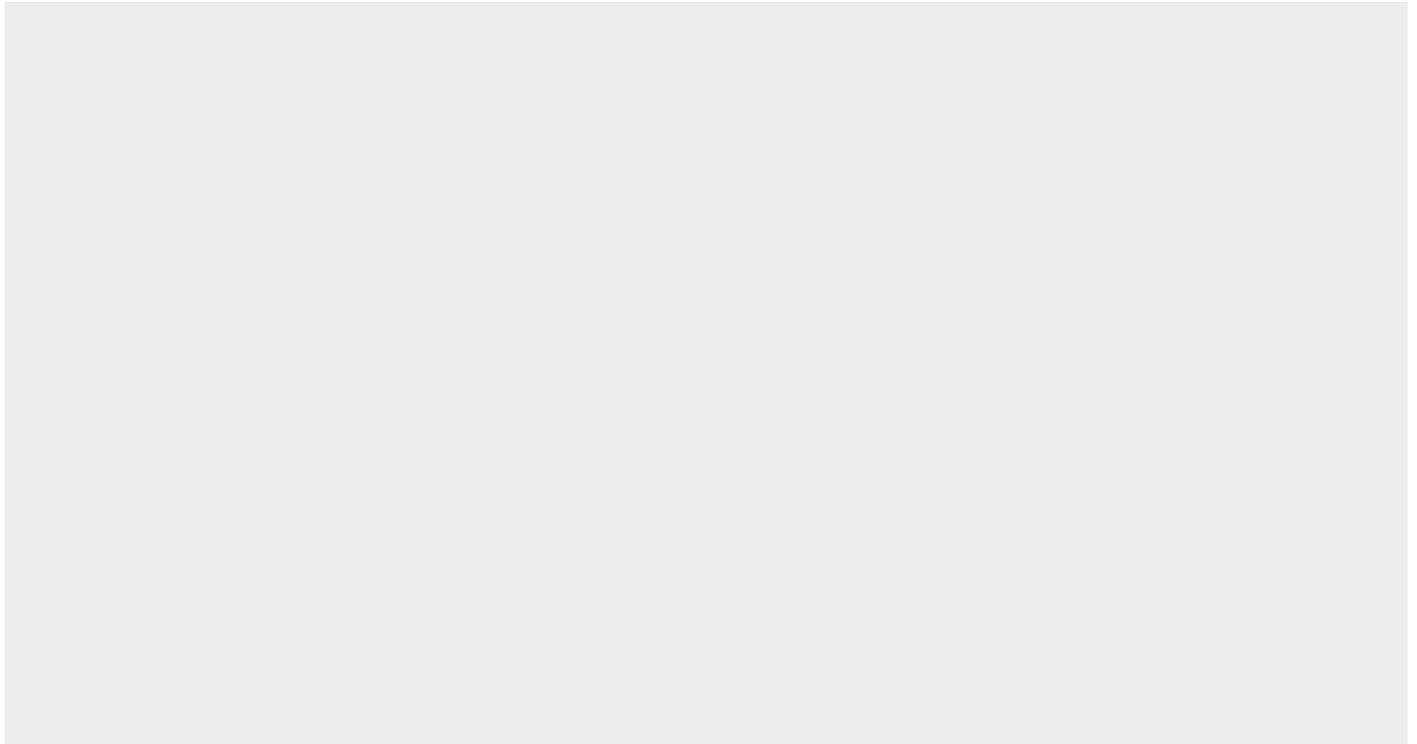
1.3 Chancen und Risiken



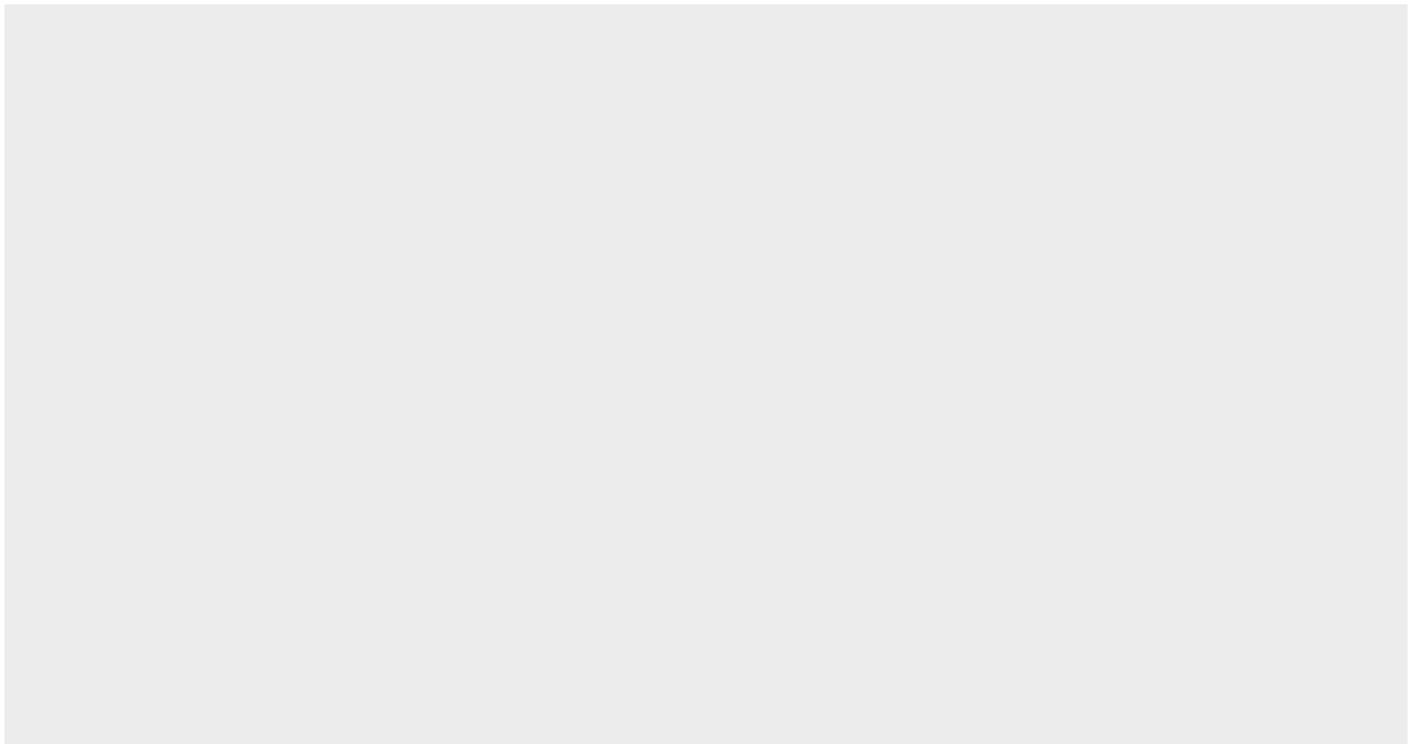
2 Geschäftsidee

2.1 Produkt/Dienstleistung

Beschreibung des Produkts / der Dienstleistung

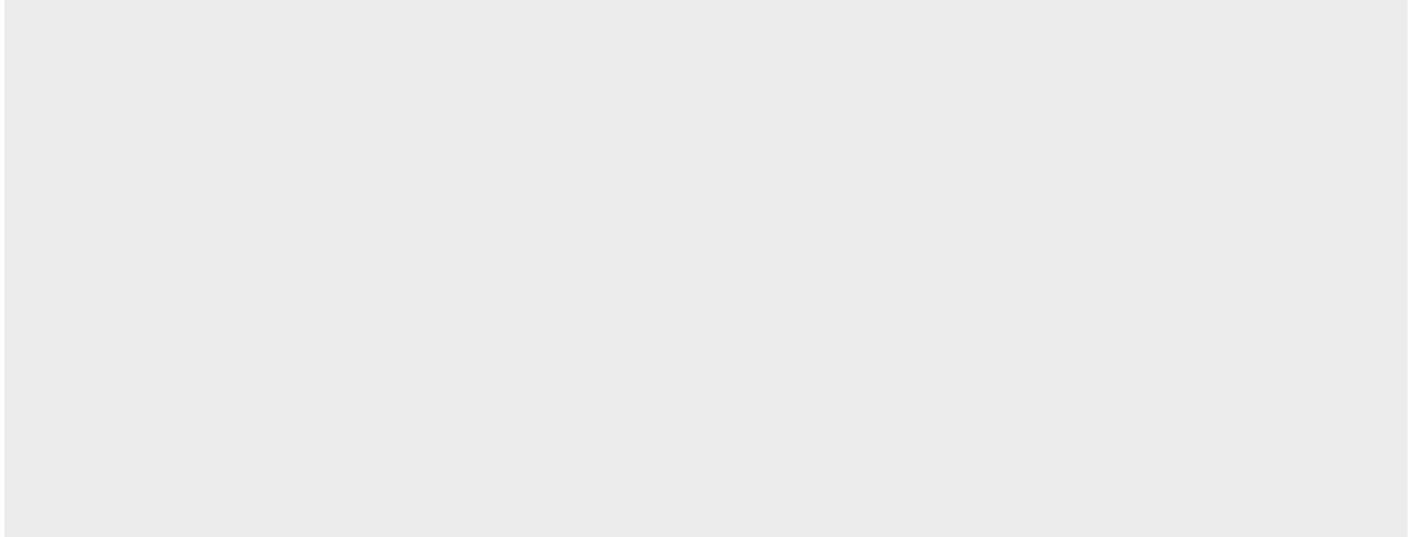
A large, empty rectangular area with a light gray gradient background, intended for the user to describe the product or service.

Beschreibung des Kundennutzens

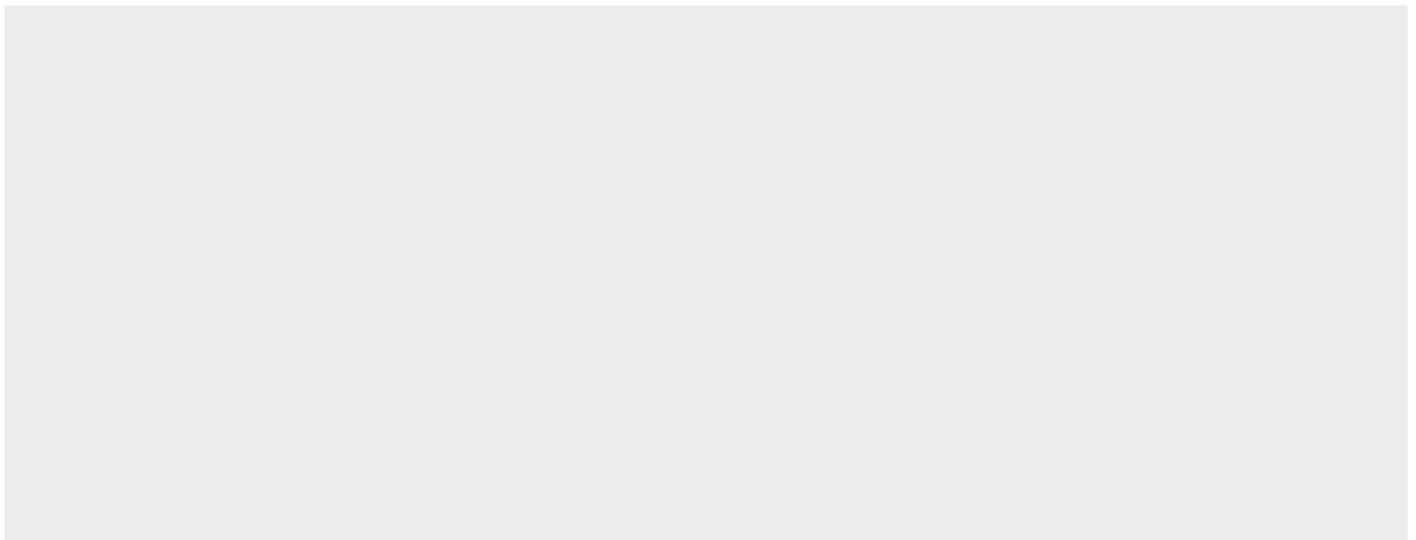
A large, empty rectangular area with a light gray gradient background, intended for the user to describe the benefits for the customer.

2.2 Kunden und Markt

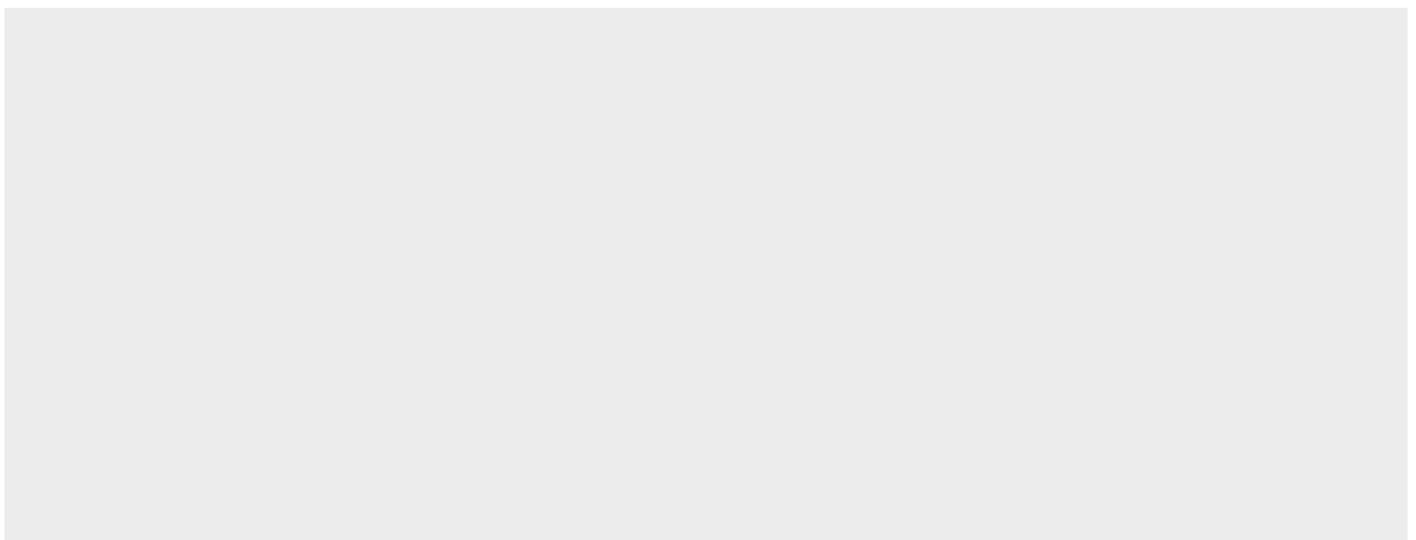
Wer und wo ist die Zielgruppe?



Bedarf und Kaufverhalten der Kunden

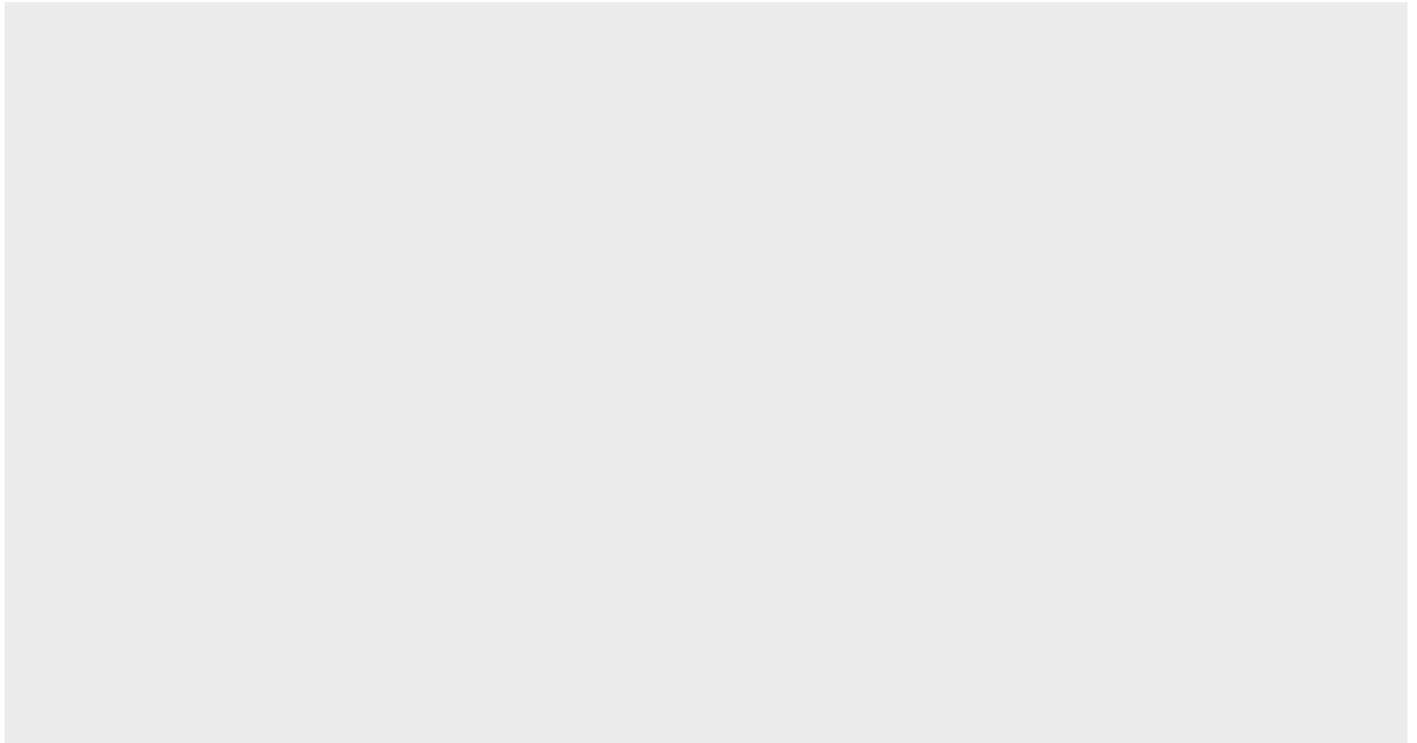


Markt-/Branchenentwicklung und eigenes Potenzial darin

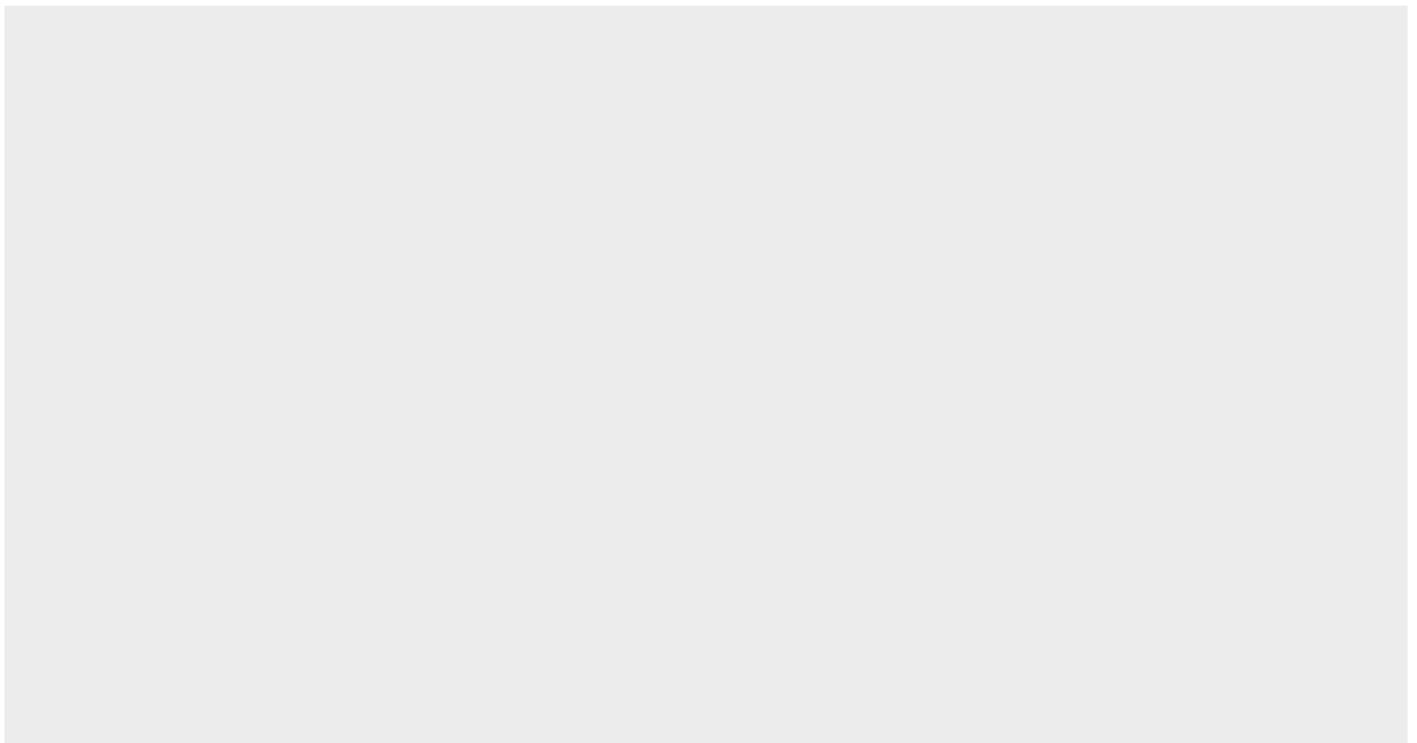


2.3 Wettbewerb

Konkurrenzanalyse

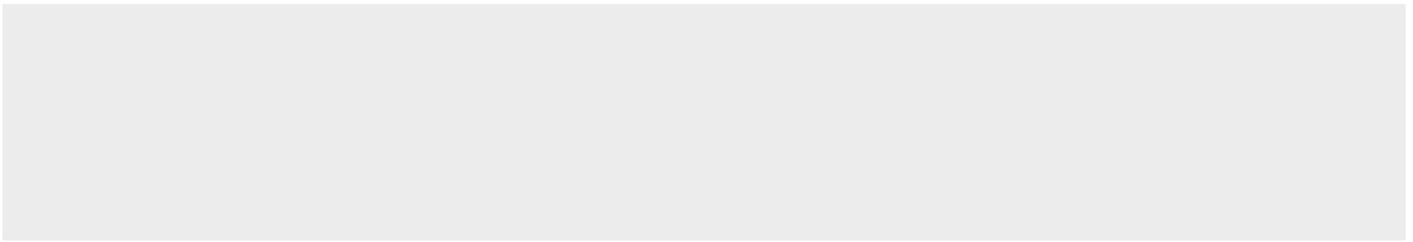


Abgrenzung zu Wettbewerbern (Wettbewerbsvorteile)

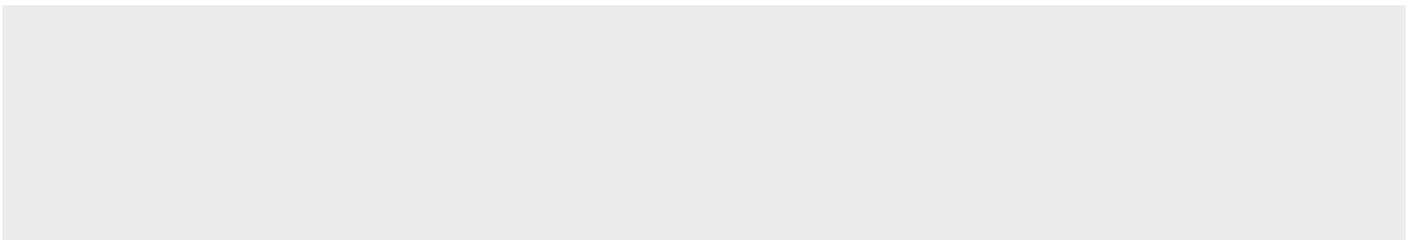


2.4 Standort

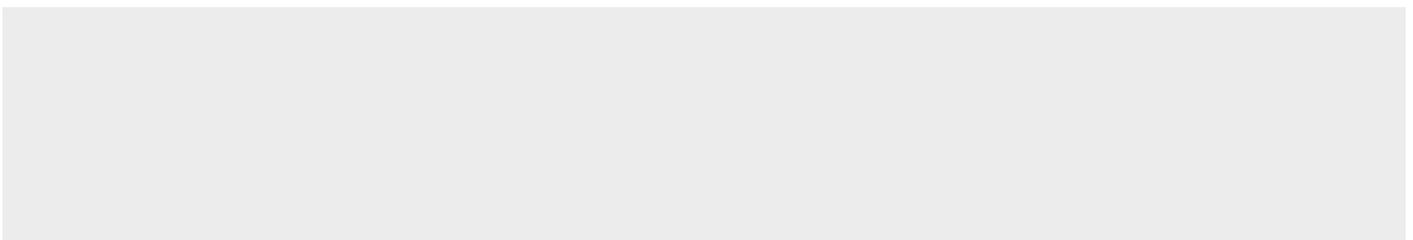
Adresse



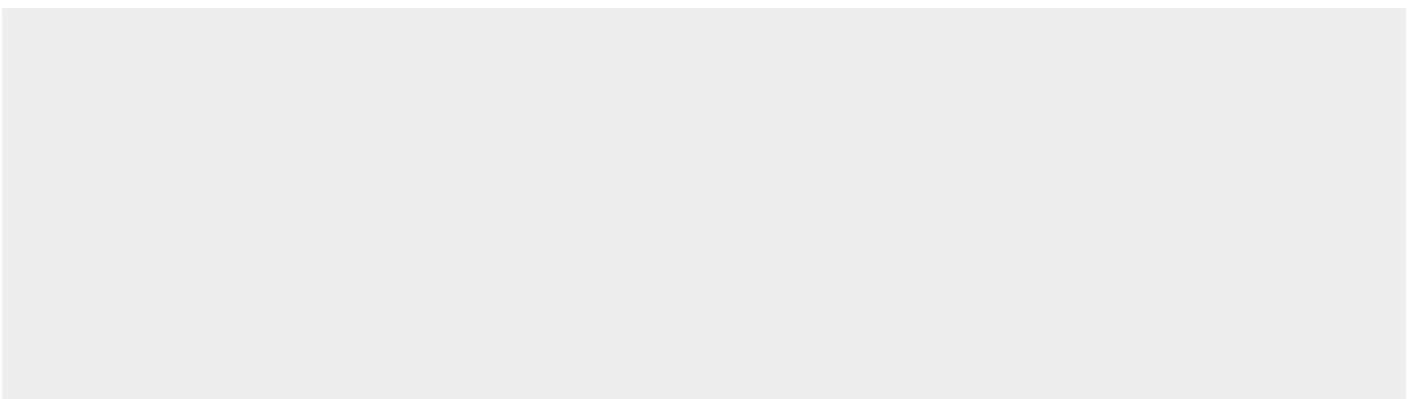
Örtliches Umfeld



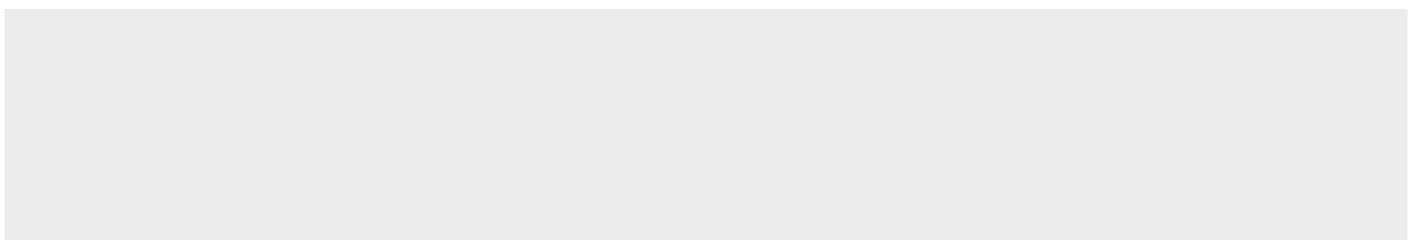
Zustand Betriebsräume



Lageplan / Bilder der Räumlichkeiten

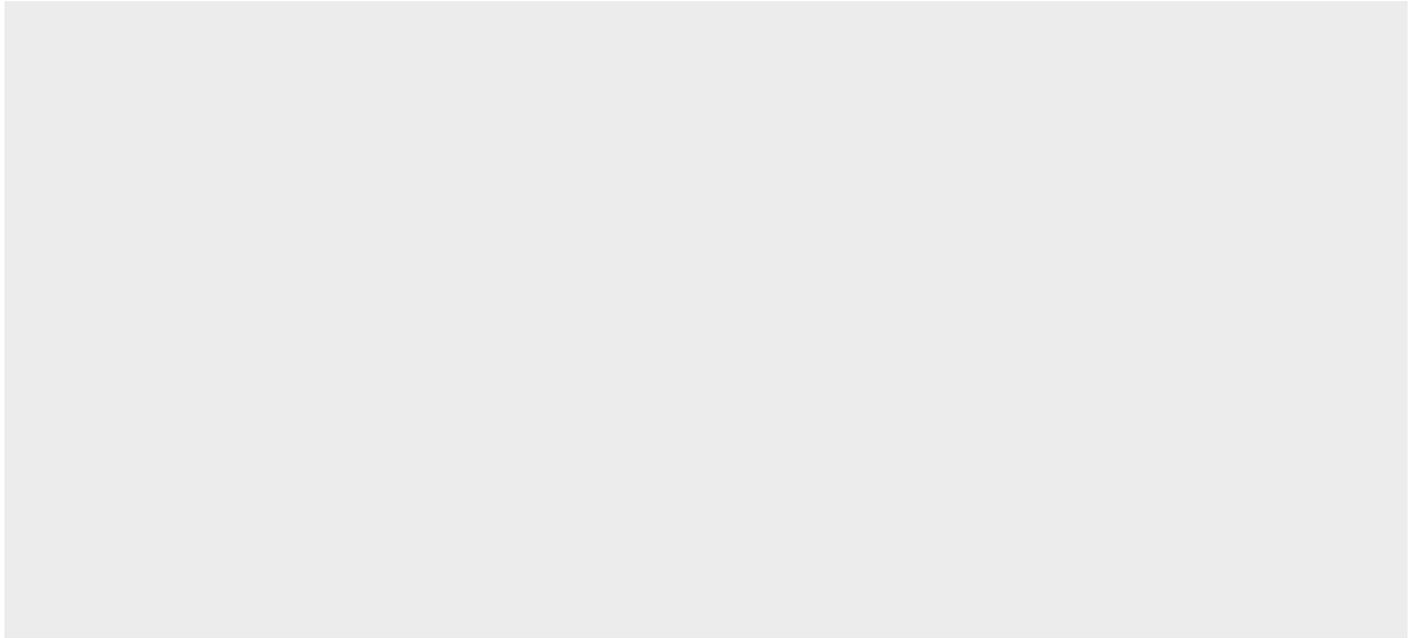


Kosten

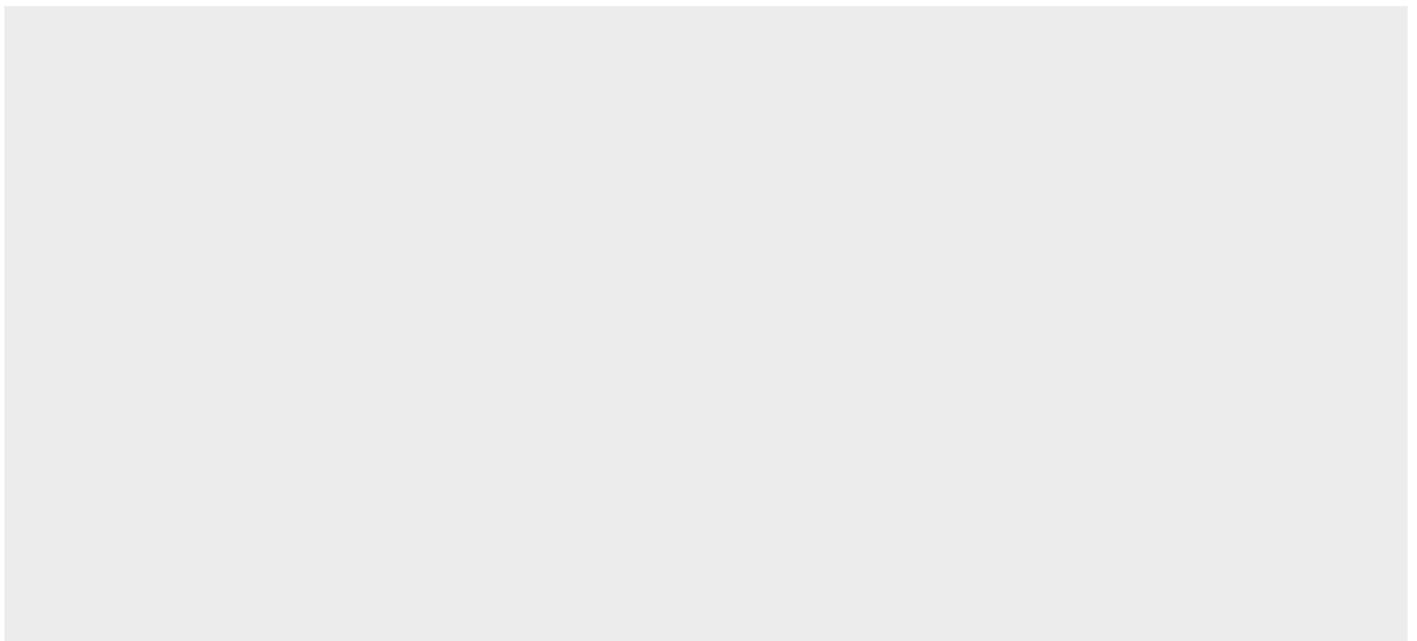


2.5 Preispolitik

Preiskalkulation

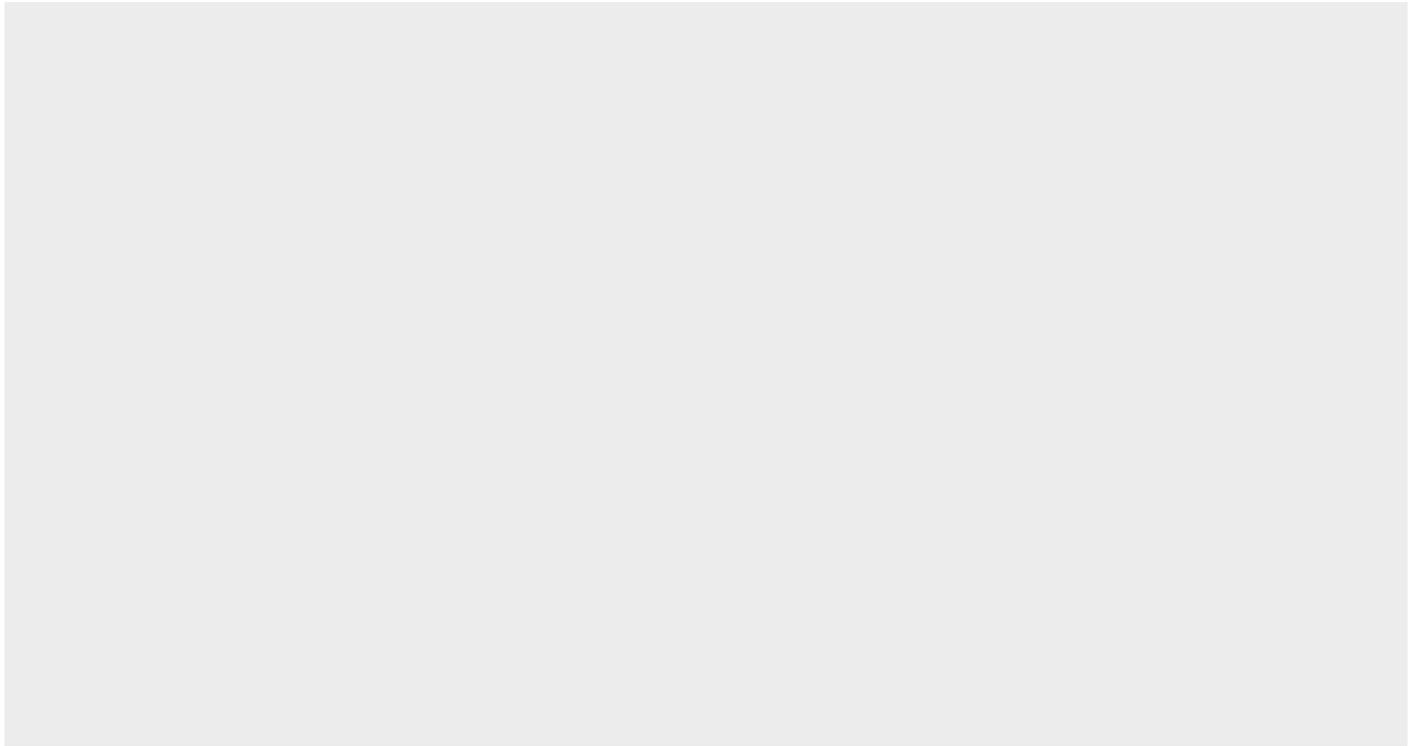


Preisstrategie

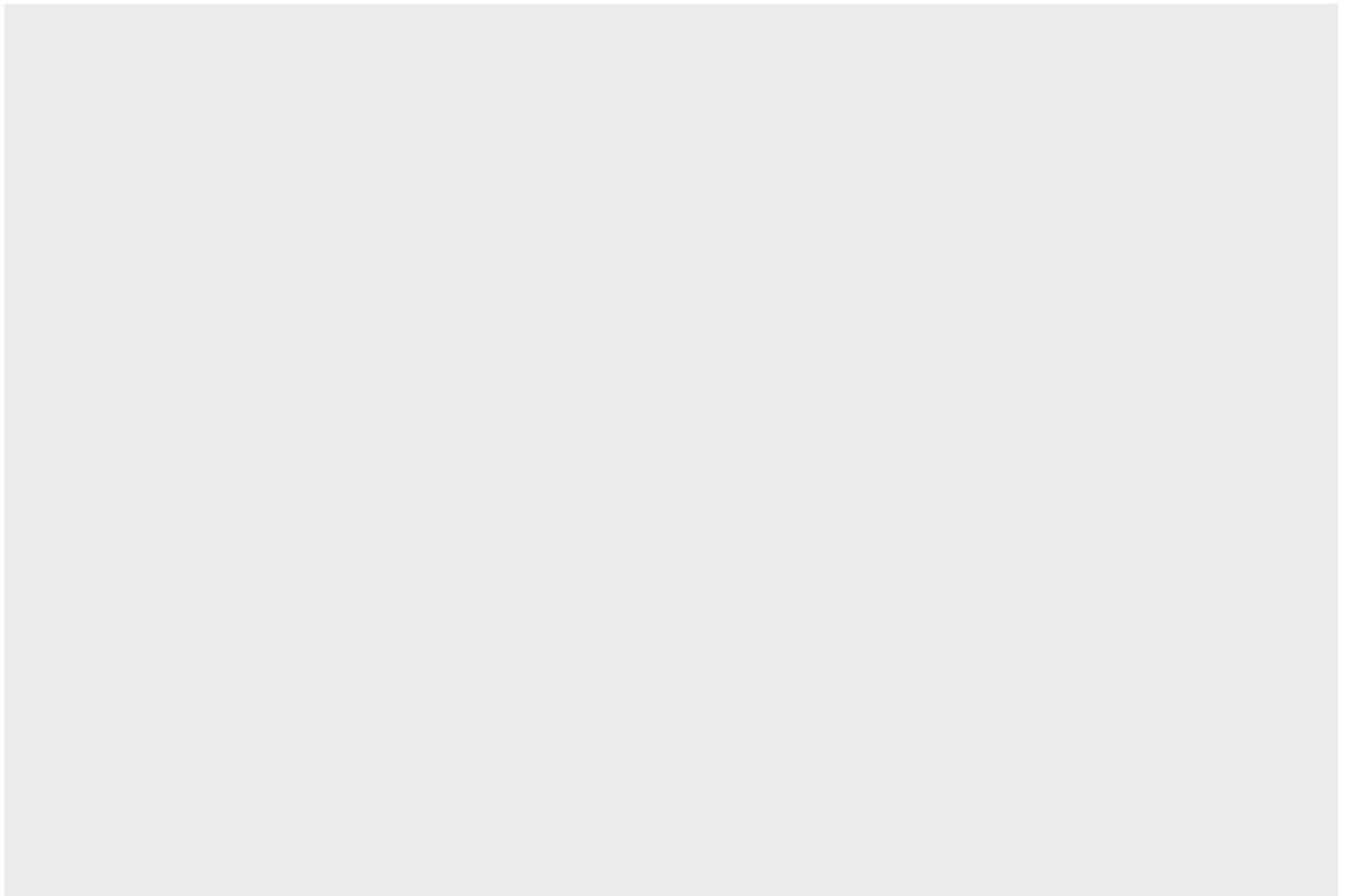


2.6 Vertrieb

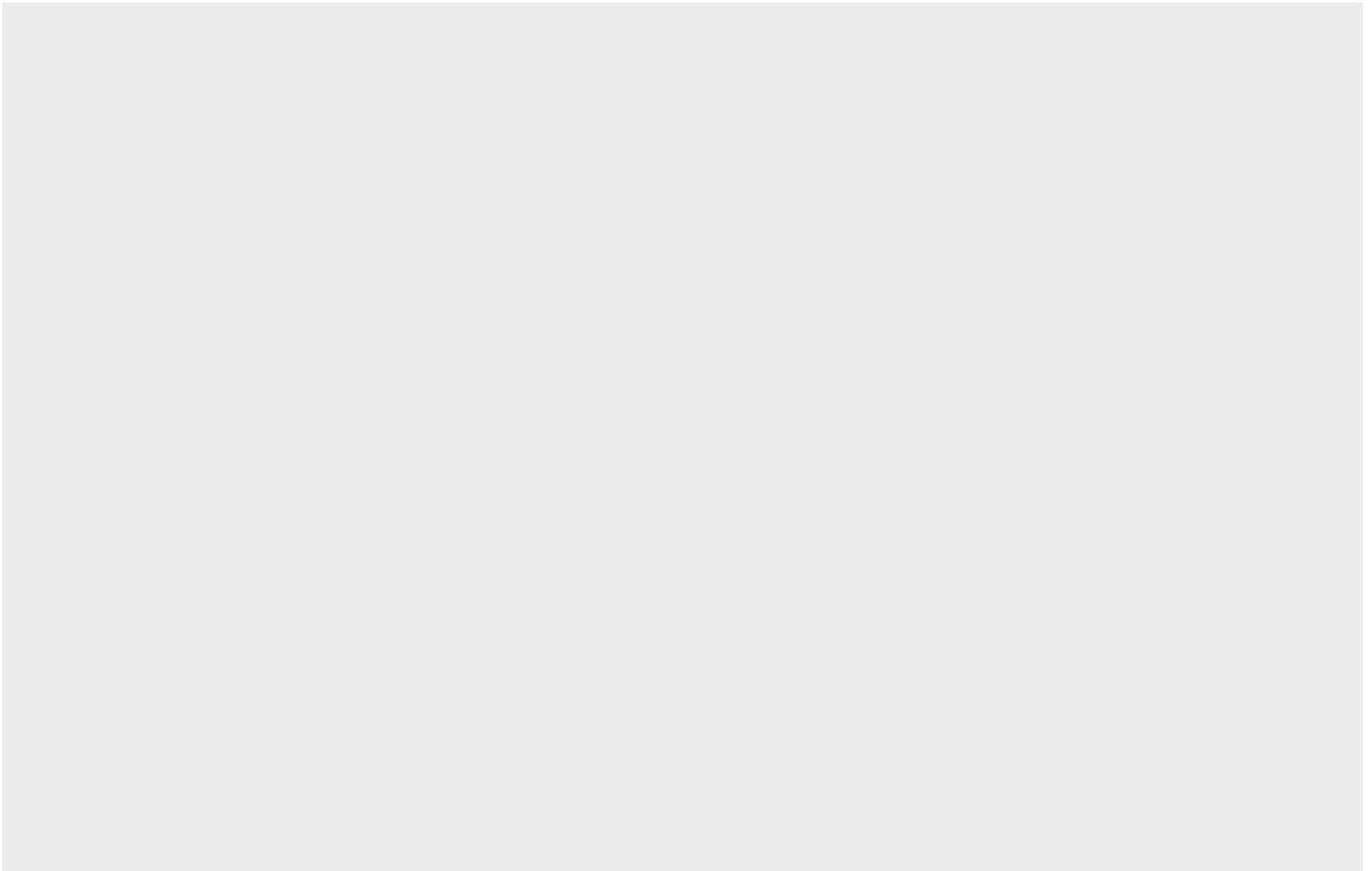
Kommunikationspolitik (Außenauftritt)



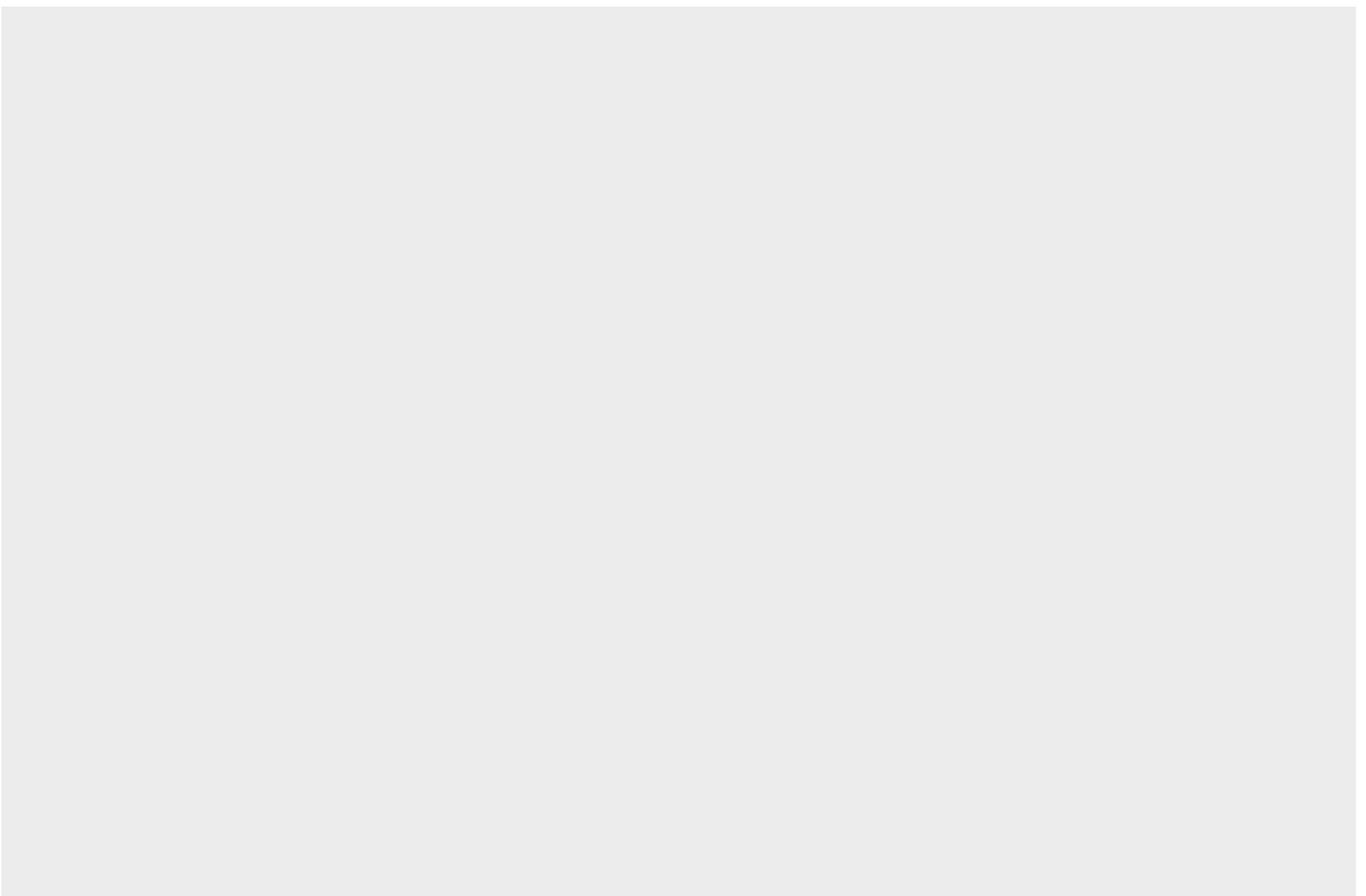
Werbung



Vertriebsorganisation



Akquisition



3 Unternehmen

3.1 Gründer/in und Führung

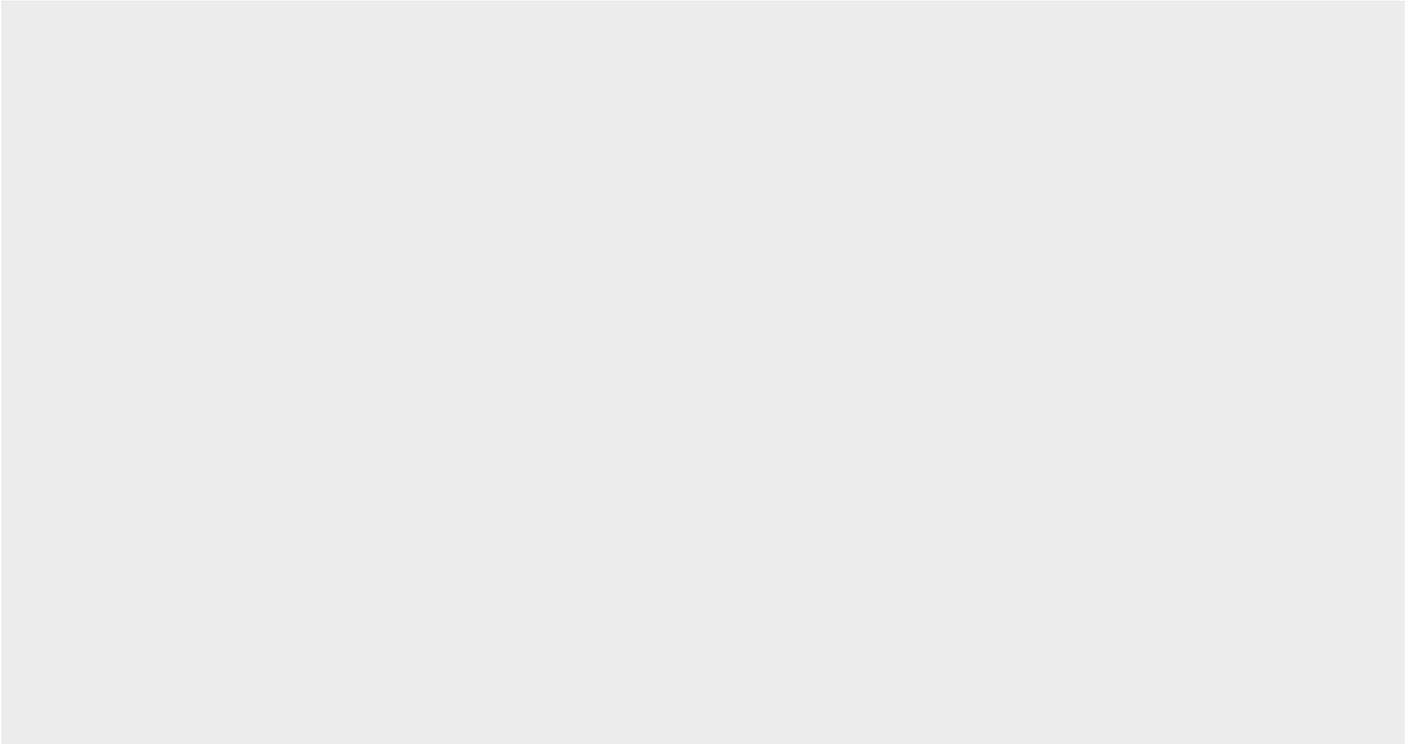
Gründer/in und Führungsteam

A large, empty rectangular area with a light grey gradient background, intended for the user to input information about the founder and leadership team.

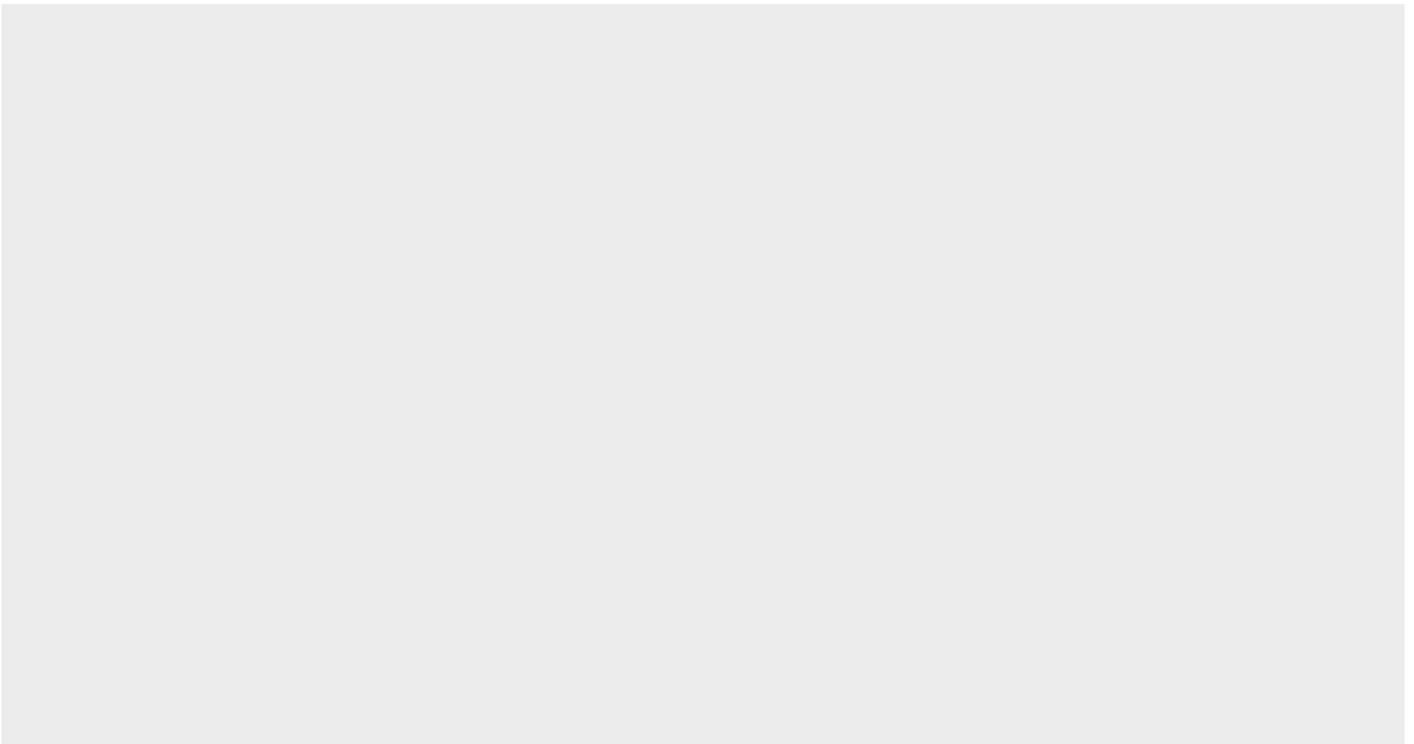
Persönliche und unternehmerische Voraussetzungen

A large, empty rectangular area with a light grey gradient background, intended for the user to input information about personal and entrepreneurial prerequisites.

Fachliche Vorerfahrungen und Kontakte

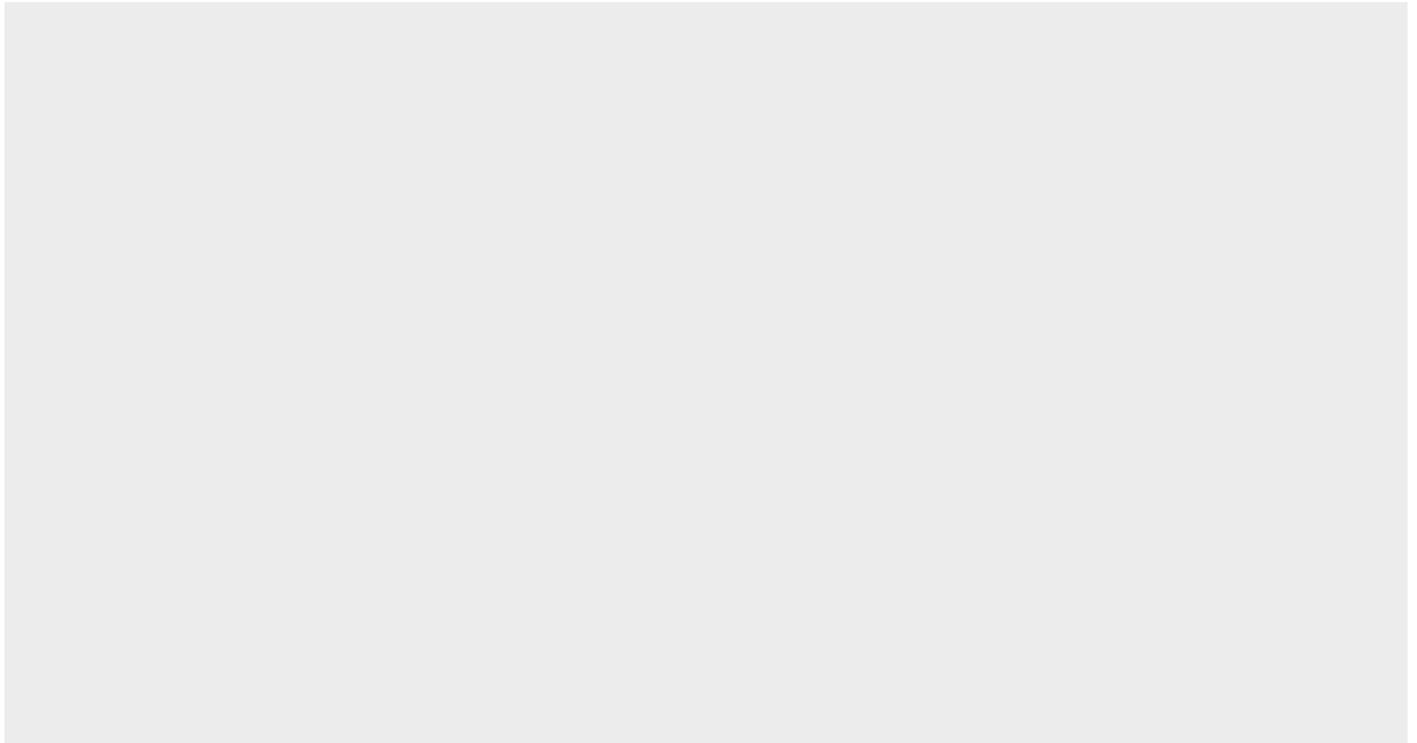


Prinzipien der Unternehmensführung

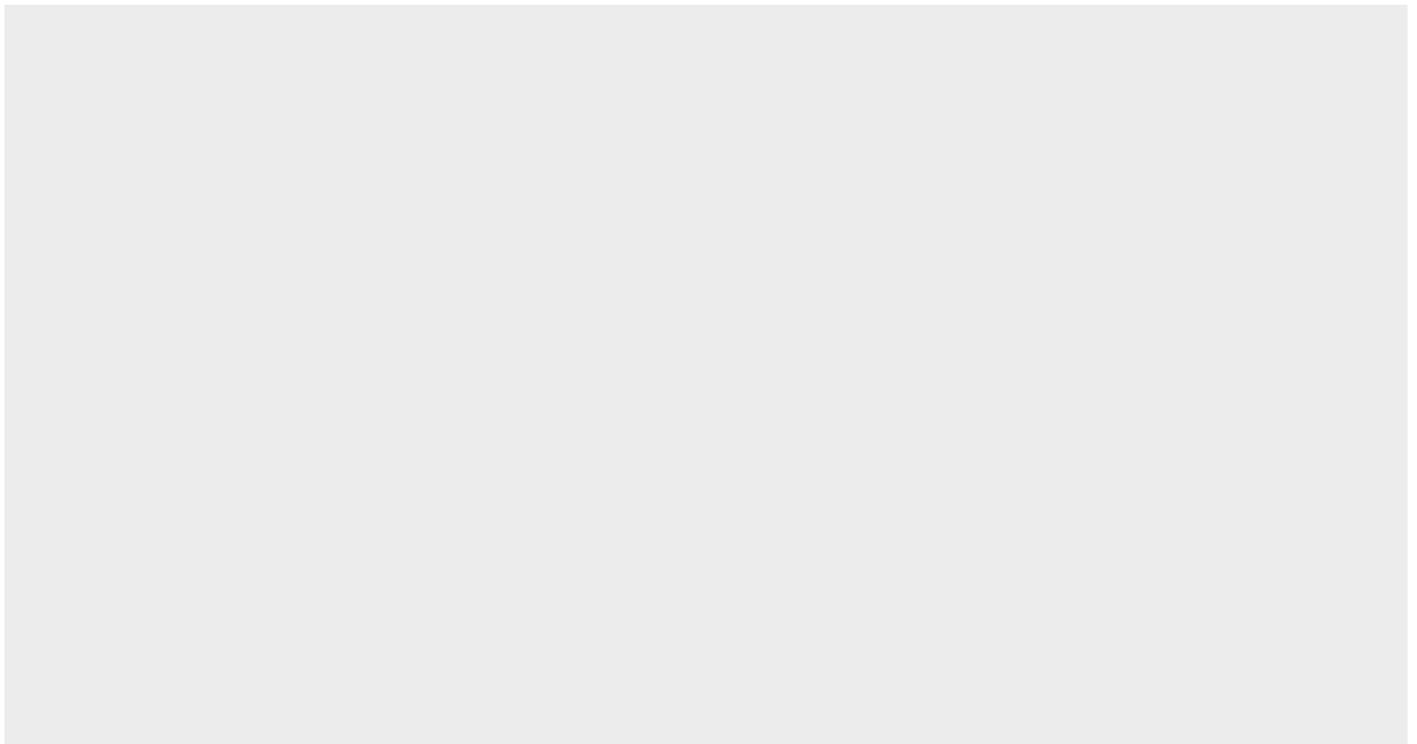


3.2 Rechtliche Grundlagen

Rechtsform

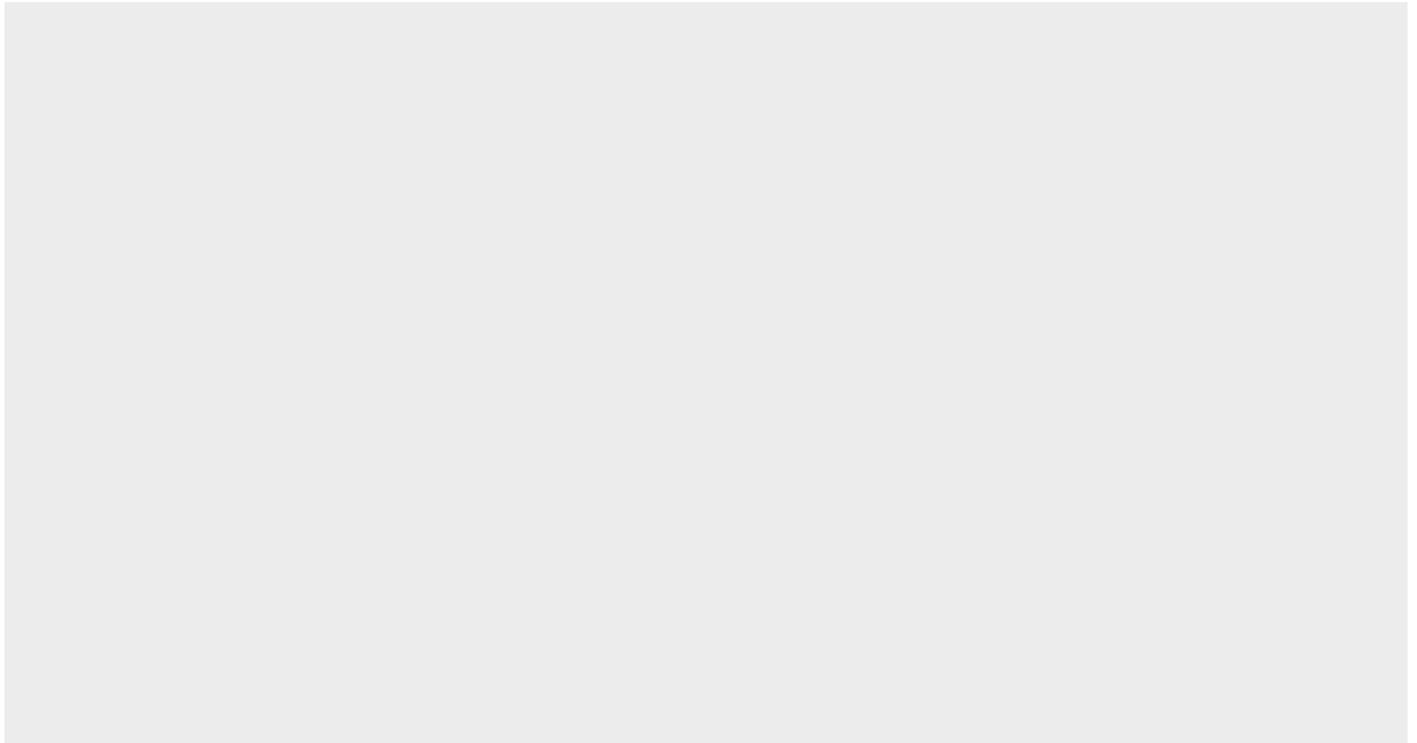
A large, empty, light grey rectangular area intended for the user to input information regarding the legal form of the business.

Sonstige Rechtsfragen

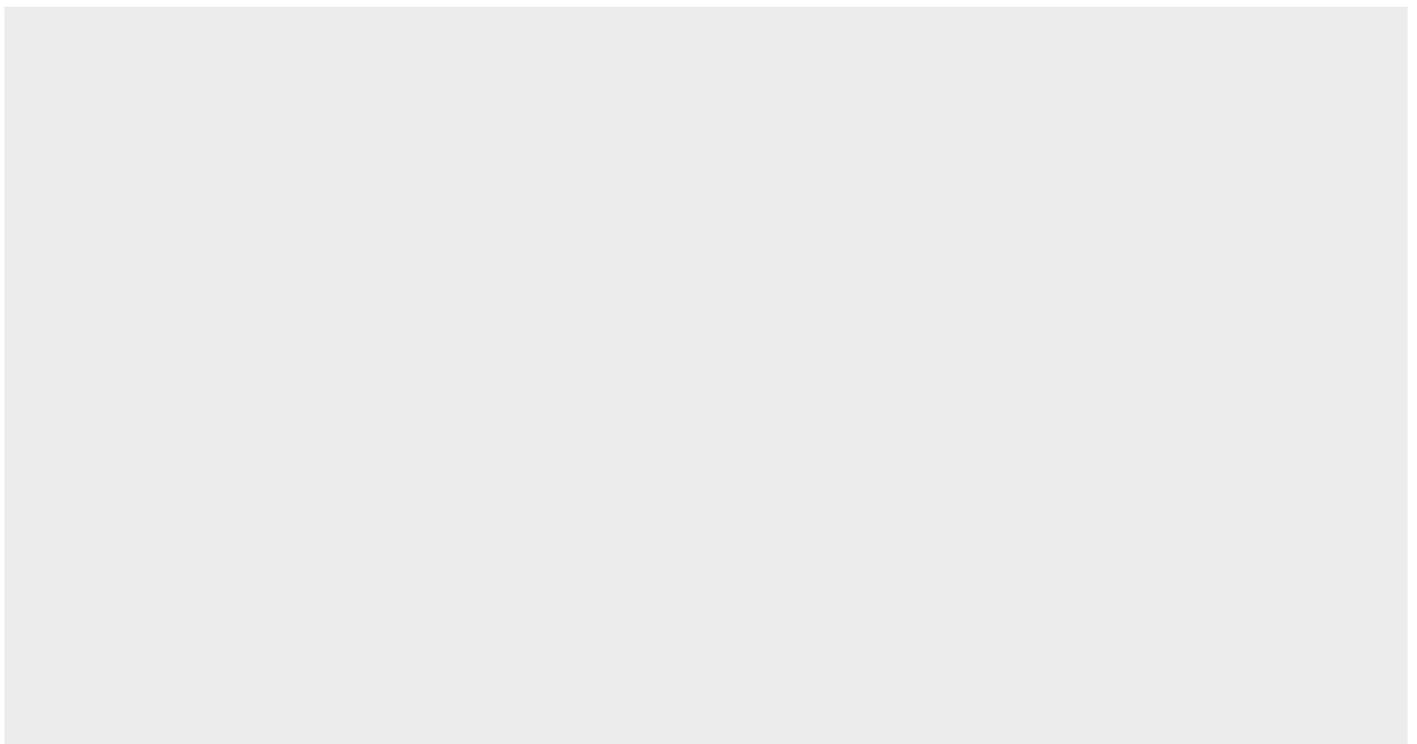
A large, empty, light grey rectangular area intended for the user to input any other legal questions or concerns.

3.3 Organisation und Mitarbeiter

Betriebsorganisation



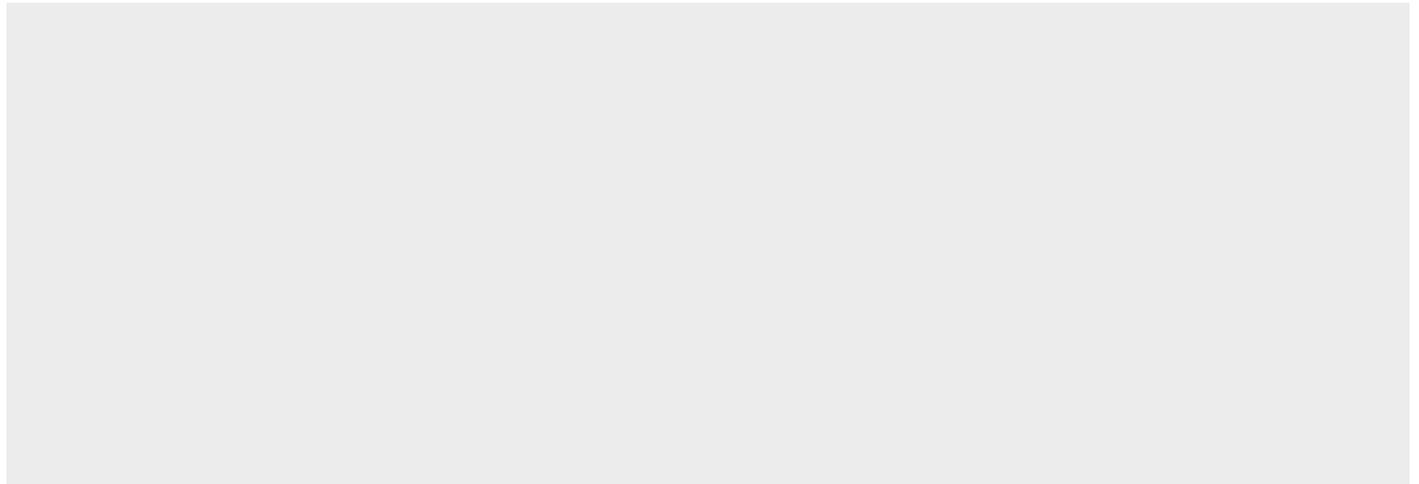
Personalmanagement



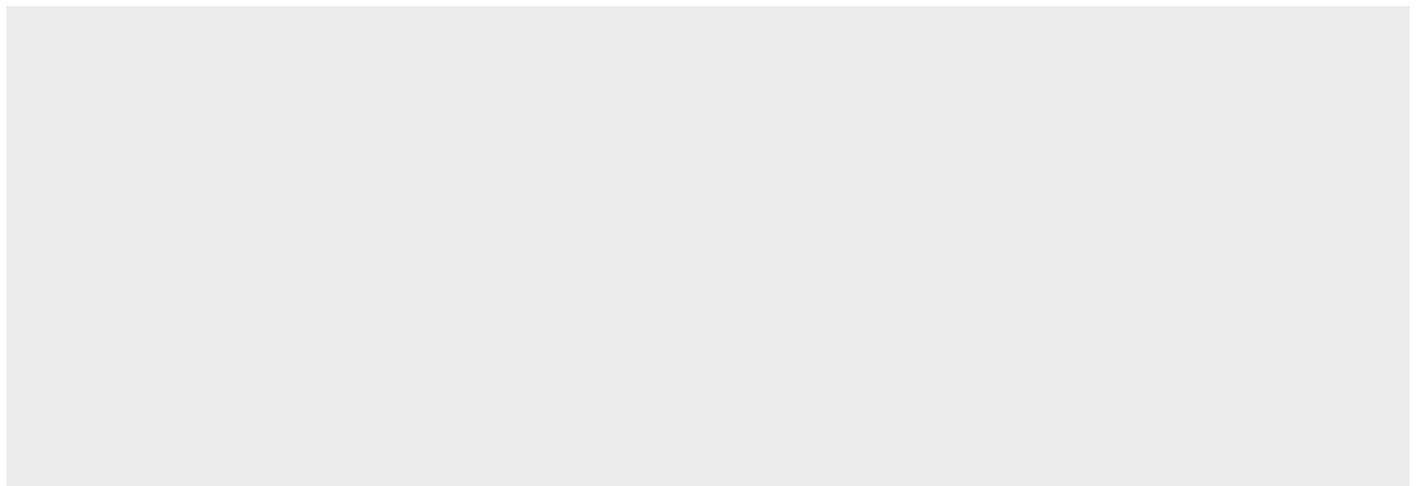
4 Finanzen

Erläuterungen zum Finanzteil

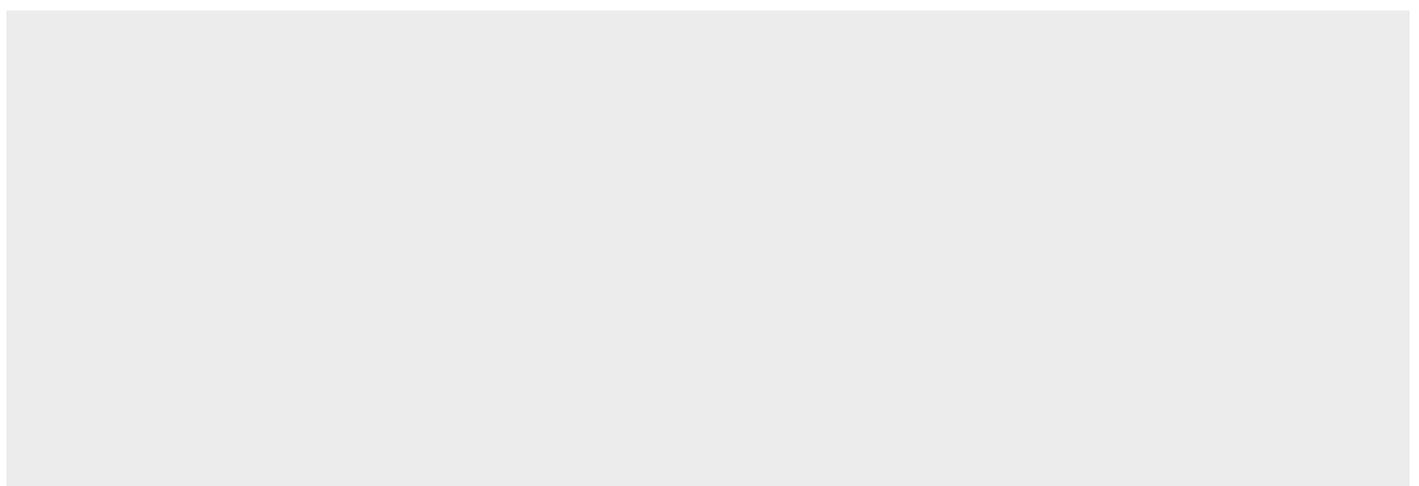
Privater Finanzbedarf



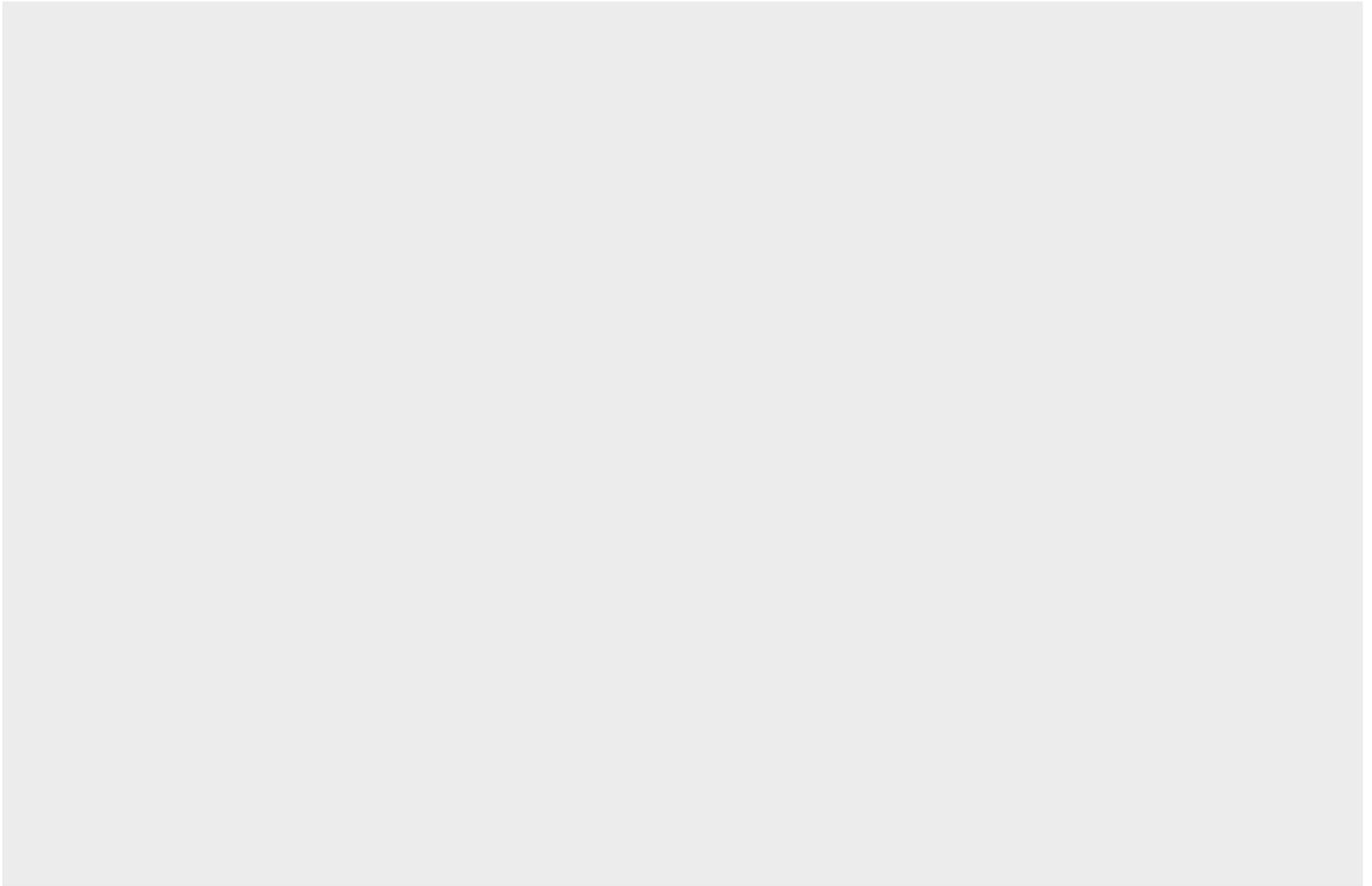
Liquiditätsplanung



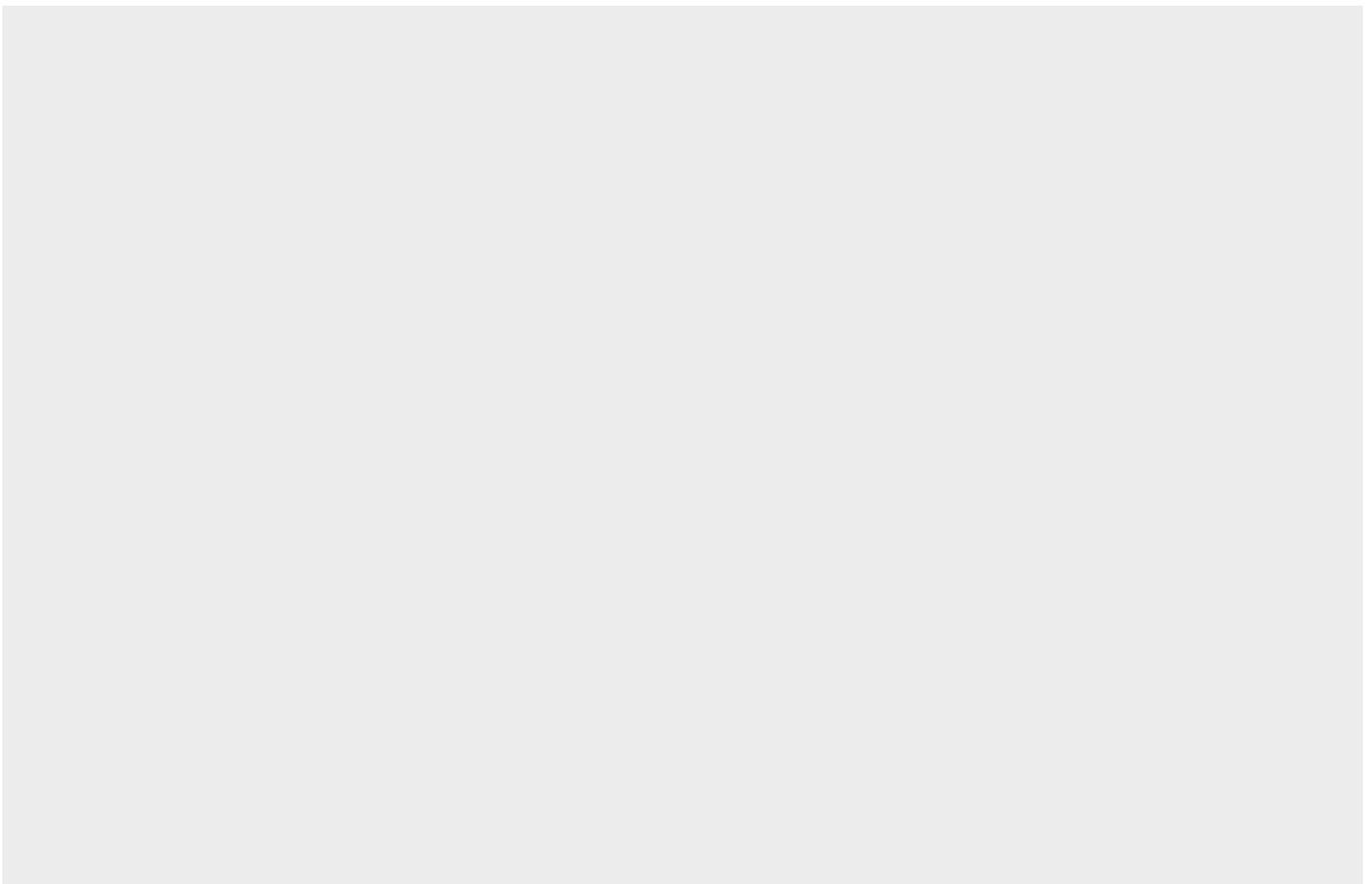
Umsatz- und Ertragsvorschau (Rentabilität)



Investitionen und Kapitalbedarf



Finanzierung



4 Raum für erste Beispiele

Diesen Raum können Sie nutzen, um Ihre Gründungsidee zu visualisieren.

z.Bsp.: Foto des Produkts, Marketingmaßnahmen wie Flyer, Screenshot der Website, etc.

Bitte hier klicken
und Bild einfügen

Bitte hier klicken
und Bild einfügen

Bitte hier klicken
und Bild einfügen

Business Model Canvas: Vorlage

Das Business Model Canvas hilft bei komplexeren innovativen Geschäftsideen, sich einen Überblick über die wichtigsten Schlüsselfaktoren eines Geschäftsmodells zu verschaffen. Es handelt sich um eine Methode, die bei der Entwicklung und Überarbeitung innovativer und komplexer Geschäftsmodelle unterstützt. Die ursprüngliche Idee stammt von dem Schweizer Unternehmer, Dozent und Autor Alexander Osterwalder. Inzwischen gibt es eine Reihe verschiedener Varianten des Canvas. Weitere Informationen finden sich unter <https://www.existenzgruender.de/DE/Gruendung-vorbereiten/Businessplan/Business-Model-Canvas/inhalt.html>



Business Model Canvas: Vorlage

Musterbeispiel

<p>Schlüssel-Partner</p> <p>Wer sind unsere Schlüsselpartner? Wer sind unsere Schlüssellieferanten? Welche Schlüsselressourcen kommen von Partnern? Welche Schlüsselaktivitäten kommen von Partnern?</p> <p>Vorteile von Partnerschaften:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verbesserung der Leistung, Einsparung von Aufwand und Kosten • Verringerung von Risiken und Unsicherheiten • Zugang zu Ressourcen und Leistungen 	<p>Schlüssel-Aktivitäten</p> <p>Welche Schlüssel-Aktivitäten erfordern unsere</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nutzen-Versprechen? • Vertriebs- und Kommunikations-Kanäle • Kunden-Beziehungen? • Einnahme-Quellen? <p>Kategorien</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produktion • Problemlösung • Plattform/Netzwerk <p>Schlüssel-Ressourcen</p> <p>Welche Schlüssel-Ressourcen benötigen wir für unsere</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nutzen-Versprechen? • Vertriebs- und Kommunikations-Kanäle • Kunden-Beziehungen? • Einnahmequellen? <p>Ressourcen-Arten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produktionsmittel • Wissen (Patente, Markenschutz, Urheberrechte, Daten) • Personal • Finanzen 	<p>Nutzen-Versprechen</p> <p>Welchen Nutzen bieten wir dem Kunden an? Welches Kunden-Problem helfen wir zu lösen? Welches Produkt- bzw. Leistungspaket bieten wir welcher Kunden-Art an? Welche Kunden-Bedürfnisse befriedigen wir?</p> <p>Eigenschaften</p> <ul style="list-style-type: none"> • Neu • Leistungsstark • Kundengerecht • Arbeitserleichterung • Design • Marke/Status • Preis • Kostengünstig • Risikoarm • Verfügbar • Nutzerfreundlich 	<p>Kunden-Beziehungen</p> <p>Welche Art von Kunden-Beziehung erwarten die verschiedenen Kunden-Arten von uns? Welche haben wir bereits geschaffen? Wie passen sie zum Rest des Geschäftsmodells? Welche Kosten verursachen sie?</p> <p>Beispiele</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persönliche Unterstützung • Spezielle persönliche Unterstützung • Hilfe zur Selbsthilfe • Automatisierte Dienstleistungen • Communities • Kreative Partnerschaft <p>Vertriebs- und Kommunikations-Kanäle</p> <p>Über welche Kanäle wollen unsere Kunden-Arten erreicht werden? Wie erreichen wir sie jetzt? Wie funktionieren diese Kanäle gemeinsam? Welche funktionieren am besten? Welche sind besonders kostengünstig? Wie können wir sie mit typischen Kundenaktivitäten in Berührung bringen?</p> <p>Kanal-Phasen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aufmerksamkeit: Wie können wir Aufmerksamkeit für unser Unternehmen und seine Angebote erzeugen? 2. Bewertung: Wie helfen wir unseren Kunden dabei, die Nutzen-Versprechen unseres Unternehmens zu bewerten? 3. Kauf: Wie ermöglichen wir es Kunden, bestimmte Produkte und Leistungen zu kaufen? 4. Vertrieb: Wie liefern wir unser Nutzen-Versprechen an den Kunden? 5. Nach dem Kauf: Wie betreuen wir die Kunden nach dem Kauf? 	<p>Kunden-Arten</p> <p>Wem bieten wir einen Nutzen an? Wer sind unsere wichtigsten Kunden?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Massenmarkt • Nischenmarkt • Ein Marktsegment • Verschiedene Marktsegmente • Vielseitige Plattformen 			
<p>Kosten</p> <p>Welches sind die wichtigsten Kosten in unserem Geschäftsmodell? Welche Schlüsselressourcen sind besonders kostenintensiv? Welche Schlüsselaktivitäten sind besonders kostenintensiv?</p> <p>Ist unser Geschäftsmodell eher</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kostenorientiert (geringe Kosten, geringes Preis-Leistungs-Versprechen, maximale Automatisierung, extensives Outsourcing) • Nutzenorientiert (Nutzen-Angebot im Vordergrund, Premium-Nutzen-Versprechen) <p>Beispiele für Kosten-Arten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fixkosten (Löhne, Mieten, Betriebsmittel) • Variable Kosten • Kostenersparnis durch Masse (z. B. Einkauf, Produktion) • Kostenersparnis durch Synergieeffekte 		<p>Einnahmequellen</p> <p>Für welchen Nutzen sind unsere Kunden bereit, Geld auszugeben? Wofür geben sie es derzeit aus? Wie bezahlen sie derzeit? Wie würden sie lieber bezahlen? Welchen Anteil haben die jeweiligen Einnahmequellen an den gesamten Einnahmen?</p> <table border="0"> <tr> <td data-bbox="804 1680 963 1823"> <p>Arten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verkauf • Nutzungsgebühr • Abonnement • Verleih/Vermietung/Leasing • Lizenzen • Vermittlungsgebühr • Werbung </td> <td data-bbox="971 1680 1131 1823"> <p>Feste Preise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Listenpreis • Abhängig von den Produktionskosten • Anhängig vom Kunden-Segment • Abhängig von der Menge </td> <td data-bbox="1139 1680 1267 1823"> <p>Variable Preise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verhandlungssache • Ertragsabhängig • Marktabhängig </td> </tr> </table>			<p>Arten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verkauf • Nutzungsgebühr • Abonnement • Verleih/Vermietung/Leasing • Lizenzen • Vermittlungsgebühr • Werbung 	<p>Feste Preise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Listenpreis • Abhängig von den Produktionskosten • Anhängig vom Kunden-Segment • Abhängig von der Menge 	<p>Variable Preise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verhandlungssache • Ertragsabhängig • Marktabhängig
<p>Arten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verkauf • Nutzungsgebühr • Abonnement • Verleih/Vermietung/Leasing • Lizenzen • Vermittlungsgebühr • Werbung 	<p>Feste Preise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Listenpreis • Abhängig von den Produktionskosten • Anhängig vom Kunden-Segment • Abhängig von der Menge 	<p>Variable Preise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verhandlungssache • Ertragsabhängig • Marktabhängig 					
<p>Team</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wer sollte in unserem Team sein und warum? • Welche fachlichen Qualifikationen braucht unser Unternehmen? • Welche sozialen Kompetenzen braucht unser Unternehmen? 		<p>Werte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Welche Werte lebt unser Unternehmen? • Was ist uns wichtig, was unwichtig? • Wofür soll unser Unternehmen stehen? • Wollen wir unsere Werte nach außen kommunizieren? Wenn ja, wie? 					

Quelle: <https://strategyzer.com>. Übersetzung und Ergänzungen: BMWi und www.gruenderplattform.de

Impressum

Herausgeber:

IHK Hochrhein-Bodensee

Prof. Dr. Claudius Marx

Thomas Conrady

Reichenastr. 21

78467 Konstanz

☎ +49 7531 2860 100

@ info@konstanz.ihk.de

🌐 konstanz.ihk.de

Ansprechpartner:

Alexander Vatovac

Leiter Geschäftsfeld Existenzgründung und Unternehmensförderung

☎ +49 7531 2860135

@ alexander.vatovac@konstanz.ihk.de

Bildnachweis:

S.1, S. 6: ©Alexandr Vasilyev - stock.adobe.com

Alle Rechte liegen beim Herausgeber. Ein Nachdruck – auch auszugsweise – ist nur mit ausdrücklicher schriftlicher Genehmigung des Herausgebers gestattet.