

# Checkliste – direkter Weg zum eigenen Businessplan

## Hinweis

Diese Checkliste dient zur Orientierung bei der Erstellung eines Businessplans. Der Aufbau und die Inhalte richten sich in erster Linie an Einzel- und Kleinstunternehmen. Bitte passen Sie die einzelnen Abschnitte auf Ihre persönliche und unternehmerische Situation an und/oder lassen Sie Ihren Plan von einem Berater abschließend prüfen. Je nach Tätigkeit (Dienstleistung, Handel, Produktion, Handwerk) sind die Schwerpunkte sehr unterschiedlich. Es wird kein Anspruch auf Vollständigkeit erhoben. Die Formatierung ist beispielhaft.

[DECKBLATT]

**Name des Unternehmens** (evtl. mit Logo)  
**Zweck des Unternehmens**

**Businessplan von**  
**Vorname Name**

## Kontakt:

Strasse  
PLZ Ort

Tel.:  
Mobil:

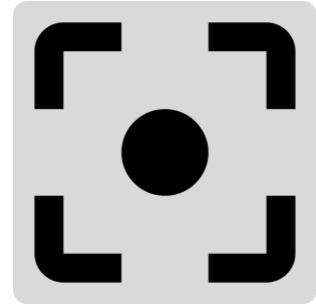
E-Mail:  
Web:

## Inhaltsverzeichnis

1. Zusammenfassung/Executive Summary
2. Die Geschäftsidee/Beschreibung des Vorhabens
3. Das Gründerprofil/fachliche und persönliche Voraussetzungen
4. Marketing
  - a) Umfeldanalyse
  - b) Zielgruppen-/Kundenanalyse
  - c) Wettbewerbsanalyse
  - d) Marketingplanung und Marketing-Mix
5. Organisation/organisatorische Rahmenbedingungen
  - a. Rechtsform
  - b. Standort
  - c. Personal
  - d. Lieferanten/Partner
  - e. Genehmigungen
6. SWOT-Analyse: Entwicklungsmöglichkeiten und Risiken
7. Finanzplanung
  - a. Private Kosten/Kosten für Lebenshaltung
  - b. Kapitalbedarf und Finanzierung (Gründung, Investitionen, Reserven)
  - c. Betriebliche Kosten
  - d. Umsatzplanung
  - e. Rentabilitätsplanung/Gewinnvorschau
  - f. Liquiditätsplanung
8. Anlagen
  - a. Lebenslauf
  - b. Relevante Arbeitszeugnisse
  - c. Relevante Abschlüsse (Meister, Techniker, Diplom etc.)
  - d. Genehmigungen
  - e. Relevante Fort- und Weiterbildungen
  - f. Sonstige relevante Bescheinigungen (Gründungskurs etc.)
  - g. Kostenvoranschläge, Pläne, Fotos ...
  - h. ...

## 1. Zusammenfassung/Executive Summary

Beschreiben Sie hier Ihr **Vorhaben kurz und knapp**. Der Umfang sollte bei einer halben bis zwei Seite liegen. Je nachdem, wie erklärungsbedürftig Ihre Idee ist. Nennen Sie nur die wichtigsten Aspekte des Angebots/der Dienstleistung. Schreiben Sie so, als würden Sie einem Dritten, also bspw. einem Bankberater, einem Investor, einem Mitarbeiter der Agentur für Arbeit oder einem Bekannten, Ihre Geschäftsidee präsentieren.



Der Inhalt vermittelt den ersten Eindruck über Ihr Projekt und **soll Interesse wecken**. Achten Sie daher auf gute Lesbarkeit und vermeiden Sie wo möglich Fremdwörter und Fachbegriffe. Der Text sollte in wenigen Minuten lesbar sein und inhaltlich verstanden werden können. Schreiben Sie aber zunächst Ihren Businessplan und **zum Schluss die Zusammenfassung**. In der Zusammenfassung/Executive Summary sollten Sie folgende Aspekte einfließen lassen:

- Welchen Nutzen bringt das Produkt? Welches Problem lösen Sie? Welches Bedürfnis wird befriedigt?
- An wen richtet sich das Angebot?
- Was sind Ihre Ziele/Visionen?
- Die Besonderheit an Ihrem Angebot, bzw. das Alleinstellungsmerkmal?
- Welche Märkte wollen Sie bedienen? Marktentwicklung/Potenzial/Branche
- Welche Strategie und Marketingmaßnahmen wollen Sie einsetzen?
- Wie generieren Sie Ihren Umsatz?
- Wie schätzen Sie die Finanzentwicklung und den Kapitalbedarf ein?
- Qualifikationen und Eigenschaften des/der Gründer.
- Positive Geschäftsentwicklung darstellen/Chancen/Interesse wecken.

Nutzen Sie **Absätze, Überschriften, evtl. ein Diagramm oder eine Aufzählung**, um die Zusammenfassung übersichtlich und locker zu halten. Prüfen Sie Grammatik und Rechtschreibung. Kopieren Sie nicht einfach den Text aus den einzelnen Kapiteln des Businessplans zusammen.

## 2. Die Geschäftsidee/Beschreibung des Vorhabens

Beschreiben Sie hier nun Ihre Geschäftsidee und Geschäftsmodell ausführlicher. Die folgenden Fragen können Ihnen dabei helfen:

- Was sind die Beweggründe für die Selbstständigkeit?
- Wann wollen Sie gründen?
- Wie ist die Idee entstanden?
- Welches Problem lösen Sie für Ihre Zielgruppe?
- Welchen Vorteil/Nutzen haben Kunden von Ihrem Angebot?
- Welche Leistungen bieten Sie genau an? Variationen? Leistungsstufen?
- Gibt es Innovationen/Neuerungen/Besonderheiten?
- Sind Patente vorhanden?
- Sind Lizenzen zu vergeben bzw. zu erwerben?
- Wie generieren Sie Ihren Umsatz?
- Was sind Ihre Ziele?
- Welche Faktoren unterstützen die Geschäftsidee?
- Gibt es mehrere Geschäftsbereiche? Firmenkunden oder Privatkunden?
- Werden aktuelle Trends berücksichtigt?
- Positionieren Sie sich in einer Marktlücke?

Gehen Sie hier im Einzelnen auf die **jeweiligen Produkte, Angebote, Services oder Zusatzleistungen** ein. Zur Veranschaulichung können Sie ein Anwendungsbeispiel beschreiben. Bei technisch orientierten Vorhaben nehmen Sie Bezug auf:

- Produktions- und Absatzplanung
- Produktionskosten
- Technische Besonderheiten, Innovationen, Stand der Technik
- Entwicklungsstadium, Schritte bis zur Marktreife
- Prototyp vorhanden
- Geplante Kooperationen;

### 3. Gründerprofil/persönliche und fachliche Voraussetzungen

Eine zentrale Bedeutung kommt natürlich dem Gründer selbst zu. Unter diesem Punkt müssen Sie etwas über sich erzählen und dem Leser vermitteln, dass Sie auch die Voraussetzungen für den Schritt in die Selbstständigkeit mitbringen. Hier sollten Sie zumindest auf die nachstehenden Punkte eingehen:



- Fachliche Qualifikationen
- Berufserfahrung
- Ausbildung/Studium
- Fort- und Weiterbildungen
- Kaufmännische Kenntnisse
- Motivation
- Bisherige Erfolge
- Spezielle (unternehmerische) Eigenschaften/Stärken
- Private Situation/Unterstützung durch das private Umfeld
- Wo gibt es noch Lücken im Know-how und wie wollen Sie diese ausgleichen?
- Wer unterstützt Sie außerhalb des privaten Umfelds? (Steuerberater? Geschäftspartner? ...),
- Gründen Sie in einem Team, sollten Sie die einzelnen Teammitglieder vorstellen und die Rollen- bzw. Aufgabenverteilung im Team beschreiben. Wie sind die Verantwortlichkeiten vergeben? Sind bestimmte Positionen noch offen oder unklar?

## 4. Marketing

Marketing beschäftigt sich mit der **Unternehmensumwelt, den Märkten, den Zielgruppen und dem Wettbewerb**. In Ihrem Marketingplan stellen Sie dar, mit welcher Strategie Sie Ihr Angebot vermarkten wollen. Ihr geplanten Marketingmaßnahmen kombinieren Sie in Ihrem individuellen **Marketing-Mix**. Sie klären also die Frage,



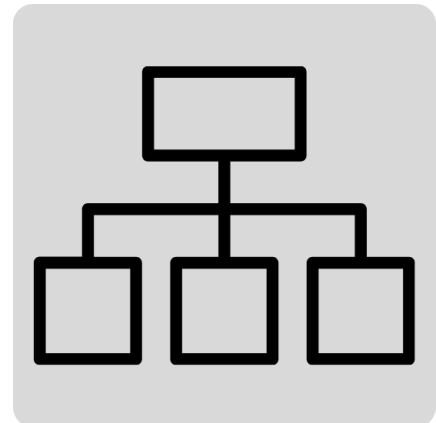
wen wollen Sie wo und womit auf Ihr Angebot aufmerksam machen. Die Analyse der Zielgruppe, des Marktes und des Wettbewerbs/Branche sind kritische Erfolgsfaktoren. Sie sollten diese unbedingt durchführen.

- Was unterscheidet Sie von Ihren Wettbewerben? Was machen Sie anders? Besser? Warum sollten Kunden ausgerechnet bei Ihnen kaufen? Welches Alleinstellungsmerkmal bieten Sie und wie differenzieren (abgrenzen) Sie sich von Ihrer Konkurrenz?
- Welche Positionierung wählen Sie?
- Wer genau ist Ihre Zielgruppe?
- Wo finden Sie die Zielgruppe?
- Wer braucht Ihr Angebot? Welches Problem lösen Sie für die Zielgruppe?
- Auf welchem Markt (regional) wollen Sie aktiv werden?
- Welche anderen Anbieter gibt es bereits und wie haben sich diese positioniert?
- Preisvergleich? Angebotsvergleich? Servicevergleich? Mit was wirbt der Wettbewerber? Welche Ziele hat der Wettbewerb?
- Welche Marketingmaßnahmen planen Sie? Zur Einführung und im laufenden Betrieb? Wie gestaltet sich Ihr Marketing-Mix?
- Welches Image wollen Sie vermitteln?
- Welche Trends können Einfluss auf Ihr Angebot nehmen?
- Sind schon potenzielle Kunden vorhanden? Gibt es Vertriebspartner?

Sie müssen sich mit dem Thema Marketing auseinandersetzen. Das beste Angebot nutzt nichts, wenn es keine Käufer findet.

## 5. Organisation/organisatorische Rahmenbedingungen

Dieser Abschnitt enthält Informationen zur **Rechtsform** des Unternehmens, zum **Standort**, zur **Personalplanung**, möglichen **Partnern** und **Lieferanten** und zu eventuell notwendigen **Genehmigungen**. Bei größeren Vorhaben kann auch ein Organigramm des geplanten Firmenaufbaus dargestellt werden.



- In welcher Rechtsform gründen Sie und warum?
- Wer übernimmt welche Aufgaben und Positionen?
- Welche Strukturen sind notwendig?
- Sind Mitarbeiter geplant?
- Sind Gebäude zu mieten?
- Wo ist der Standort? Welche Vor- und Nachteile hat der Standort?
- Ist entsprechende Ausstattung (Büro, Lager, Produktion) vorhanden?
- Welche Formalitäten sind zu beachten? (Zulassungen, Genehmigungen...)
- Gibt es Kooperationen, Partner?

## 6. SWOT-Analyse: Entwicklungsmöglichkeiten und Risiken

Welche **Chancen** sehen Sie für sich und die Entwicklung des Unternehmens? Wo wollen Sie hin, was sind Ihre Ziele und Chancen für das Angebot? Sind schon konkrete Schritte zum Ausbau geplant? Welche **Risiken** bestehen? Wie gehen Sie mit den Risiken um?

Wie **sichern Sie sich gegen Risiken ab**?

- Krankheit, Arbeitsausfall, mangelnde Nachfrage, Schäden, Gewährleistung? Probleme in der Familie, Überlastung, Streit zwischen den Gründern, Abhängigkeit von einem Kunden, zusätzlicher Kapitalbedarf
- Bedenken Sie auch die konjunkturelle Entwicklung, sowie Entwicklungen innerhalb der Branche oder im Wettbewerb
- Was könnte im schlimmsten Fall passieren und wie sorgen Sie vor?

Welche **Chancen könnten Sie nutzen**?

- Kommende Trends und Nachfragen bedienen
- Erweiterung des Unternehmens (Wachstumsstrategien)
- Personal anstellen
- Zusätzliche Produkte anbieten
- Wie können Sie Ihre Stärken nutzen, um Chancen wahrzunehmen?





## 7. Finanzplanung

Spätestens im Rahmen der Finanzplanung müssen Sie sich auch Gedanken über die **Preisfindung** und die **Absatzmöglichkeiten** machen.

- Welchen Preis muss das Produkt erzielen, um alle Kosten zu decken und einen ausreichenden Gewinn erzielen zu können?
- Kann der Preis am Markt erzielt werden? Ist die Absatzmenge realistisch?
- Bei welcher Preis-/Mengen-Kombination liegt Ihre Gewinnschwelle?
- Was ist ein marktüblicher Preis?
- Woher bekommen Sie das notwendige Kapital? Wie finanzieren Sie Ihr Vorhaben?
- Bleiben Sie in den ersten Monaten auch bei geringeren Umsätzen noch zahlungsfähig (liquide)? Planen Sie Reserven mit ein.
- Wie hoch sind Ihre privaten Kosten? Wie hoch die Fixkosten des Betriebs?
- Wie hoch sind die variablen Kosten für die Herstellung/Produktion?
- Welche betrieblichen Steuern fallen an?
- Wie hoch sind die betrieblichen Versicherungsbeiträge?
- Wie stellen Sie die Kontrolle sicher (Soll-Ist-Analyse)?
- Erläutern Sie Ihre Annahmen und Berechnungen.

Bestandteile der Finanzplanung:

- Notwendige monatliche Privatentnahmen (Unternehmerlohn) für den Lebensunterhalt.
- Kapitalbedarf: Gründungskosten, Investitions- und Reservebedarf
- Finanzierung: Eigenkapital, Fremdkapital, Fördermöglichkeiten
- Monatliche betriebliche Kosten (Fixkosten und variable Kosten)
- Umsatz- und Gewinnplanung monatlich für die ersten 3 Jahre
- Liquiditätsvorschau monatlich für das erste Jahr

Beachten Sie bei der **Umsatzplanung** auch saisonale Schwankungen bspw. Ferienzeiten. In der Regel können Sie den Nettoumsatz nur schätzen. Versuchen Sie – je nach Unternehmensart – branchenübliche Durchschnittssätze zu verwenden.

Berücksichtigen Sie auch eventuelle **Kapazitätsgrenzen** z.B. Ihre Arbeitszeit. Denken Sie auch an **Kostensteigerungen** im Lauf der Jahre. Die ungefähre Höhe der Einkommen- und Gewerbesteuer als Anhaltspunkt und erste Schätzung können Sie im Internet recherchieren, sofern Sie keinen Steuerberater haben (Einkommensteuergrundtabelle, Gewerbesteuer berechnen).

Bei der **Liquiditätsplanung** muss sichergestellt sein, dass Sie jederzeit zahlungsfähig sind und bleiben. Ist dies nicht der Fall sind Sie „pleite“ und Ihr Unternehmen wäre nicht weiter tragfähig. Bei der Liquidität geht es nicht in erster Linie um Gewinn und Verlust, sondern um die Verfügbarkeit von flüssigen Mitteln. Daher ist es nicht schlimm, wenn ein Monat mit Verlust geplant werden muss, aber die Vormonate genügend Finanzmittel eingebracht haben. Achten Sie auch auf die in der Regel quartalsmäßigen Steuervorauszahlungen. Bildlich können Sie sich eine Geldkasse vorstellen, in der immer ausreichend Geld drin sein muss, um alle Ausgaben begleichen zu können. Nehmen Sie zu wenig ein, müssen Sie Geld nachlegen. Entweder aus eigenen Reserven oder mittels Kredite.

Arbeiten Sie mit Hilfe einer Software bspw. MS-Excel oder ähnlichen Anwendungen.

## 8. Anlagen

Sollten bereits Kommunikationsmittel (Logo, Flyer, Homepage, Produktfotos...) vorhanden sein, können diese ebenfalls als Anlage beigefügt werden. Auch Kostenvoranschläge, Pläne, Entwürfe oder andere Nachweise wie bspw. Statistiken, Presseartikel oder Absichtserklärungen von Partnern oder Kunden, finden im Anhang ihren Platz.

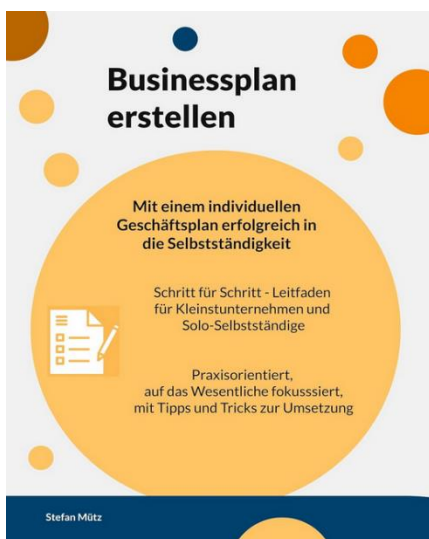
- a. Lebenslauf
- b. Relevante Arbeitszeugnisse
- c. Abschlüsse (Meister, Techniker, Diplom etc.)
- d. Relevante Fort- und Weiterbildungen
- e. Sonstige relevante Bescheinigungen (Existenzgründungs-Kurs etc.)
- f. ...

Möchten Sie einen Antrag auf **Gründungszuschuss** durch die Agentur für Arbeit stellen, beachten Sie die zusätzlich notwendigen Unterlagen!

---

### Hinweis:

Diesen Leitfaden ist ein Teil des Buches „Businessplan erstellen“. Im Buch selbst finden Sie viele weitere Informationen und Hintergrundwissen, die Ihnen bei der Erstellung Ihres individuellen Businessplans helfen.



### Businessplan erstellen

Mit einem individuellen Geschäftsplan erfolgreich in die Selbstständigkeit. Schritt für Schritt – Leitfaden für Kleinunternehmen und Solo-Selbstständige:

Praxisorientiert, auf das Wesentliche fokussiert, mit Tipps und Tricks zur Umsetzung.

Herausgeber: Books on Demand, 1. Edition, 10. April 2024

Sprache: Deutsch

Taschenbuch: 120 Seiten

ISBN: 978-3759712370

Maße: 17 x 0,8 x 22 cm

Preis 11,50 Euro inkl. MwSt. , zzgl. etwaiger Versandkosten

Erhältlich im stationären und Online-Buchhandel.

**Auch als E-Book verfügbar.**