

Checkliste – Businessplan EPU (Ein-Personen-Unternehmen)

Was gehört in den Businessplan? Die Antwort liegt bereits im Namen: Business & Plan.

Damit ist fast alles gesagt. Die Schwierigkeit liegt in der objektiven Ist-Stand Erfassung, Analyse der Fakten, sinnvollen Zielsetzung, und Ableitung richtiger Maßnahmen daraus.

Ihr Geschäft (Business) bestehend aus: Produkt/Dienstleistung, Kunden, Tauschwert, vorhandene und erforderliche Ressourcen.
Ihr Plan, das ist der Weg vom Ist-Stand zu Ihrem Ziel.

Fassen Sie sich kurz, kommen Sie auf den Punkt und behalten Sie den Zweck des Businessplans im Fokus. Im Bedarfsfall machen Sie unterschiedliche Versionen z.B. für die eigene Planung und für einen Geldgeber.

Diese Checkliste ist ein Vorschlag und daher unverbindlich in Bezug auf Inhalt als auch Struktur - eine Hilfe wenn Sie die Elemente des Businessplans Punkt für Punkt erarbeiten, bevor Sie diese in einem Dokument zusammenfassen.

Eine ebenfalls kostenlose Businessplan Vorlage finden Sie auf unserer Homepage www.eccomp.biz im Download Bereich.

Deckblatt

Deckblatt

Titel, Name des Erstellers, Erstellungsdatum, Betrachtungszeitraum, Vertraulichkeitshinweis, Versionsnummer, Firmenname, Adresse

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis

Wenn Ihr Businessplan mehrere Seiten umfasst machen Sie ein Inhaltsverzeichnis. Fehlende Punkte oder ein unlogischer Aufbau lassen sich so leichter erkennen.

Executive Summary - Zusammenfassung für Entscheidungsträger

Executive Summary

Führen Sie hier alle relevanten Angaben Ihres EPU an, damit klar ist für welchen Betrieb der Businessplan ist: Name, Adresse, Postanschrift, Kontaktdaten (Tel., Fax, Mail), Inhaber, UID Nr., Firmenbuch Nr., Gründungsjahr, Gewerbeberechtigung(en). Geben Sie dem Leser bereits hier eine Idee welche Informationen er im Dokument erwarten kann. Dadurch lenken Sie die Aufmerksamkeit vorab auf gewisse Aspekte oder Zusammenhänge die sich sonst erst nach dem Lesen des vollständigen Dokuments erschließen.

Ihr EPU - IST-Situation und Standortbestimmung

Geschichte/kurzer Rückblick

Zusammenfassende Beschreibung der letzten Jahre, einschneidende Ereignisse in der Unternehmensgeschichte, Beschreibung der Geschäftstätigkeit d.h. womit Sie Ihr Geld verdienen.

Vision und/oder langfristige Ziele

Beschreibung übergeordneter Unternehmensziele oder wichtiger Leitsätze mit Relevanz für den Businessplan.

USP – Alleinstellungsmerkmale

Wodurch unterscheiden sich Ihre Produkte, Dienstleistungen oder Vertriebskanäle von Ihren Mitbewerbern. Was ist Ihre Stärke und wie verhilft Ihnen das zu mehr Umsatz, Gewinn oder weniger Konkurrenz.

Lage

Wo liegt Ihr Unternehmen und welchen Bezug oder Einfluss hat das auf Ihren geschäftlichen Erfolg. Wo sind Ihre Kunden?

Gebäude/Lokal/Büro

Egal ob Homeoffice oder Blumengeschäft. Hierher gehört eine Beschreibung der räumlichen Situation, der Einfluss auf die Geschäftstätigkeit (Vor-/Nachteile und Potentiale), Zustand, erforderliche Investitionen oder geplante räumliche Veränderungen (Umzug, Erweiterung).

IT - Telefonie

Dieser Punkt wird oft unterschätzt. Beschreiben Sie Ihre EDV/Netzwerk, Internetzugang, Datensicherung, Datensicherheit, welche Software sie besitzen (Version), wer Ihre EDV wartet, laufenden Kosten, Investitionen (Hardware, Software laufende Wartung). Müssen Sie von extern auf Ihre Mails/Daten zugreifen können ... Überlegen Sie wie wichtig Ihr System für Ihr Geschäft ist, was ein Ausfall für Sie bedeutet und ob Sie dafür ausreichend gerüstet sind. Auch die Informationen zu Ihrer Webseite gehören dazu, welche Domains Ihnen gehören, wer Ihre Webseite betreut und welche Bedeutung der Webauftritt für Ihr Geschäft hat oder haben soll.

Maschinenpark

Maschinen, (Mess-)Geräte etc. alles von Wert und/oder von besonderer Bedeutung für Ihr Geschäft – was, Type, Alter, wozu, Eigentümer.

Fuhrpark

Kurze Auflistung Ihrer Fahrzeuge vom Firmenwagen bis zum Gabelstapler. Zu der Auflistung gehören Fabrikat, Type, Baujahr, Laufleistung/Betriebsstunden und Eigentumsverhältnis (z.B. Leasing).

Produkte/Dienstleistungen

Beschreiben Sie was Sie anbieten und wodurch sich Ihr Angebot von Mitbewerbern unterscheidet. Abgesehen vom Produkt, gibt es Leistungen die Sie vom Wettbewerb unterscheidet (Service, Schnelligkeit, Zusatzleistungen, Online-Shop ...)

Hauptlieferanten und Subunternehmer (General-)Vertretungen, Lizenzen

Eine Liste relevanter Lieferanten und Partner gehört hier hin. Geben Sie an wie viel Prozent vom Umsatz dem Lieferanten direkt zugeordnet werden kann, ebenso Partner die wenig Umsatz bringen aber eine Schlüsselfunktion haben.

Hauptkunden und/oder Zielgruppe (im Zeitraum ...)

Nennen Sie Schlüsselkunden mit dem Anteil am Gesamtumsatz. Wenn Ihr Geschäft aus Laufkundschaft oder stark wechselndem Kundenkreis besteht, beschreiben Sie die Zielgruppe nach Alter, Einkommen, Kundenanforderungen. Ziel dieses Abschnitts ist Potentiale, Gefahren und den Wert Ihres Kundenstamms realistisch zu beschreiben

Aktuelle organisatorische Situation

Beschreiben Sie hier wie Sie sich organisiert haben, ob Sie bei der Abwicklung von Aufträgen Aufgaben auslagern oder eine spezielle Software benötigen, wer Ihre Buchhaltung macht usf.

Bisherige wirtschaftliche Entwicklung

Eine Umsatzliste ist dann sinnvoll wenn es in den letzten Jahren Sprünge in der Entwicklung gegeben hat die erklärt werden müssen. Bei konstanten Umsätzen reichen die Umsätze/Deckungsbeiträge der letzten 3 Jahre völlig aus. Eine Beschreibung der Entwicklung mit Worten darf natürlich nicht fehlen.

Aktuelle wirtschaftliche Situation

Sind Sie mit den Umsätzen/Deckungsbeiträgen zufrieden, haben Sie Rücklagen um geplante Investitionen durchzuführen, drückt wo der Schuh, Betrachtung der Fixkosten etc. Insbesondere wenn die aktuelle Situation unbefriedigend ist sollte man sich hier mit den Ursachen auseinandersetzen. Nur wenn man die Ursachen richtig erkannt hat, kann man daraus die Maßnahmen ableiten. Eine gründliche Analyse der wirtschaftlichen Situation und deren Ursachen ist die Basis für die Planung von kurz und mittelfristigen Maßnahmen. Oft ergeben sich diese bereits aus der Analyse fast von selbst.

Markt Analyse

Markt in Ihrer Region

Stellen Sie sich vor, Sie erklären jemand der Ihre Branche nicht kennt mit wenigen Worten wie der Markt in Ihrer Region aufgebaut ist und worauf es dabei ankommt. Welche unterschiedlichen Produkt-, Preis- und Vertriebsstrategien es gibt. Einfach einen Überblick für jemand der kein Insider ist. Auch neue Markttrends (nicht Produktrends) sollten beschrieben werden wie z.B. steigender Wettbewerb durch Online Geschäft etc. Die Analyse sollte Ihre Position im Markt verifizieren. Erklären Sie Abhängigkeiten der Branche von Ölpreis, Saison, Gesetzen/Normen oder spezielle Gepflogenheiten wie Vertragsbedingungen, Zahlungsvereinbarungen, Käufer-/Anbietermarkt, Personalbedingte Faktoren, Stellenwert von Kompetenz, Qualität oder Preis.

Marktanalyse Produkte/Dienstleistungen

Überblick der erhältlichen Produkte, einordnen Ihres Angebots in Bezug auf diese (Preis, Lieferzeit, Qualität, Mehrwert ...). Welche Produkt-/Preisstrategie fahren Sie, welche Änderungen verlangt der Markt oder planen Sie?

Trends bei den Produkten

Die Überschrift erklärt bereits was hier gefragt ist, samt einer Einschätzung was das für Ihr Geschäft bedeutet.

Direkte Mitbewerber im Markt und Differenzierung

Hier geht es darum welche Marktanteile Sie haben, gewinnen oder verlieren können.

Künftige Geschäftsentwicklung

Übersicht der geplanten Entwicklung

Die Vorherigen Abschnitte beschreibenden den IST-Zustand und sollten eine Standortbestimmung enthalten. Darauf aufbauend sind Ihre Ziele zu formulieren. Ihr Plan wie und wann Sie vom Ist- zum Sollzustand gelangen wollen, eben Ihr BusinessPLAN, den Sie nachfolgend detailliert ausformen und mit Zahlen belegen.

Investitionen, Risiken, geplante Veränderungen

Viele Investitionen wie ein Firmenfahrzeug, EDV, Renovierung, Software ... können recht gut geplant werden. Manche Risiken sind bekannt, somit kann man sie im Vorfeld benennen und versuchen zu minimieren (z.B. Rücklagen). Geplante Veränderung sind z.B. der Wechsel von Hauptlieferanten oder eine Standortverlegung.

Geplante kurz & mittelfristige Maßnahmen

Beschreiben Sie Maßnahmen die getroffen werden müssen oder die Sie umsetzen wollen. Eine Planung die über 3 Jahre hinausgeht, ist selten sinnvoll. Wenn Sie sehr langfristige Ziele haben sollten Sie diese bei den Visionen unterbringen. Sagen Sie nicht nur was Sie vor haben, sondern auch wie Sie es erreichen wollen samt Dauer, Kosten, Termine, Risiken und messbarer Ziele. Einfach nur „Umsatz steigern mit Werbung“ ist zu wenig. Werbung passt auch hier hin, wenn diese zielgerichtet auf einen bestimmten Zweck ausgerichtet ist (sollte sie).

Zahlenmaterial – Diagramme

Ein Muss ist ein Forecast mit Umsätzen & Deckungsbeiträgen für den Betrachtungszeitraum. Gibt es starke Unterschiede bei Produkten oder Erlösarten gehören diese aufgeschlüsselt (Handelsware, Dienstleistung, Provision, Miete). Weiteres Zahlenmaterial wie Investitionsplanung, Rücklagen, Liquiditätsplan nach Bedarf da die Gesamtsituation bei einem EPU in der Regel überschaubar ist.

Nachwort

Hier können Sie bei Bedarf noch Informationen anhängen die im Executive Summary stören oder Verwirrung stiften.

eccomp e.U.

+43 664 8788817 | office@eccomp.biz | www.eccomp.biz

Unternehmensberatung – Wien, St. Pölten Wr. Neustadt – Ihr regionaler Unternehmensberater.

eccomp e.U. übernimmt keine Haftung für Planungsfehler und Schäden die aus der Verwendung dieser Vorlage entstehen.