

Anna Nagl

Der Businessplan

Geschäftspläne professionell
erstellen

Mit Checklisten und Fallbeispielen

6., überarbeitete Auflage



GABLER

Inhaltsverzeichnis

| | |
|------------------|----|
| Geleitwort | 5 |
| Vorwort | 7 |
| Einleitung | 13 |

Teil I

Module eines Business-/Geschäftsplans

| | |
|--|-----------|
| 1. Executive Summary. | 19 |
| 2. Geschäftsmodell/Unternehmenskonzept. | 21 |
| 3. Zielmarkt | 23 |
| 3.1 Informationsgewinnung | 24 |
| 3.2 Marktentwicklung/-prognose | 24 |
| 3.3 Wettbewerbsanalyse | 25 |
| 3.4 SWOT-Analyse | 29 |
| 4. Ziele und Strategie | 33 |
| 4.1 Wettbewerbsstrategie | 34 |
| 4.2 Marktfeld-/Zielgruppenstrategie | 37 |
| 5. Leistungs- und Produktportfolio | 40 |
| 5.1 Portfolio | 40 |
| 5.2 Serviceleistungen | 42 |
| 5.3 Rechtliche Voraussetzungen | 43 |
| 5.4 Schutzrechte | 43 |
| 5.5 Entwicklung und Qualitätssicherung | 45 |
| 6. Marketing und Vertrieb | 47 |
| 6.1 Marktsegmentierung und Positionierung | 49 |
| 6.2 Produkt- und Leistungspolitik | 50 |
| 6.3 Preispolitik | 52 |
| 6.4 Vertriebspolitik | 54 |

| | |
|---|-----------|
| 6.5 Kommunikationspolitik | 57 |
| 6.6 Kundenzufriedenheit und Kundenbindung | 59 |
| 7. Management, Personal und Organisation | 62 |
| 7.1 Management und Personal | 62 |
| 7.2 Organisation | 63 |
| 8. Chancen und Risiken | 68 |
| 9. Finanzplanung | 71 |
| 9.1 Bedeutung der Finanzplanung | 71 |
| 9.2 Bestandteile und Aufbau der Finanzplanung | 72 |
| 9.3 Darstellung der Finanzplanung | 88 |
| 10. Hilfreiche Hinweise | 89 |

Teil II

Fallstudie AeroLas GmbH: State of the Art

| | |
|--|------------|
| Vertraulichkeitserklärung | 95 |
| 1. Executive Summary | 97 |
| 2. Die AeroLas GmbH | 100 |
| 2.1 Profil und Meilensteine | 100 |
| 2.2 Vorteile für strategische Investoren | 103 |
| 2.3 Unternehmensvision | 104 |
| 3. Der Zielmarkt | 106 |
| 3.1 Der Markt für Lager- und Führungskomponenten | 106 |
| 3.2 Der Markt für luftgelagerte Antriebssysteme | 108 |
| 3.3 Potenzielle Zielbranchen | 109 |
| 3.4 Die Marktsegmentierung | 111 |
| 3.5 Die Zielkunden | 112 |
| 3.6 Business Cases | 116 |
| 3.7 Das Marktpotenzial | 117 |
| 3.8 Der Wettbewerb | 118 |
| 3.9 Die Marktposition von AeroLas | 119 |

| | |
|---|-----|
| 4. Ziele und Strategie | 121 |
| 4.1 Unternehmensziele | 121 |
| 4.2 Strategie | 122 |
| 5. Das Leistungs- und Produktportfolio | 124 |
| 5.1 Konventionelle Luftlager | 124 |
| 5.2 Die Luftlagertechnologie von AeroLas | 126 |
| 5.3 Luftgelagerte Antriebssysteme | 128 |
| 5.4 Sicherung des Technologievorsprungs | 130 |
| 5.5 Entwicklung und Qualitätssicherung | 131 |
| 6. Marketing und Vertrieb | 134 |
| 6.1 Marketingstrategie und Positionierung | 134 |
| 6.2 Produktstrategie | 135 |
| 6.3 Vertriebsstrategie | 137 |
| 6.4 Preisstrategie | 139 |
| 6.5 Kommunikationspolitik | 140 |
| 7. Management, Personal und Organisation | 142 |
| 7.1 Führungsgrundsätze | 142 |
| 7.2 Geschäftsführung und Schlüsselpersonen | 143 |
| 7.3 Organisationsstruktur | 144 |
| 7.4 Personalplanung | 144 |
| 7.5 Controlling und Berichtswesen | 145 |
| 8. Chancen und Risiken | 146 |
| 8.1 Chancen | 146 |
| 8.2 Risiken | 147 |
| 9. Finanzplanung | 148 |
| 9.1 Umsatz- und Ergebnisplanung | 148 |
| 9.2 Personalkostenplanung | 149 |
| 9.3 Investitionsplanung | 149 |
| 9.4 Cash-flow-Planung | 150 |
| 9.5 Fortschreibung Cash-flow-Planung | 150 |
| 10. Anhang | 151 |
| 10.1 Schutzrechte | 151 |
| 10.2 Presseartikel | 151 |

Teil III

Erfolgsfaktoren

| | |
|--|-----|
| 1. Erfolgskriterien aus Sicht der Bank | 155 |
| 1.1 Begriffsklurung Basel III und Rating | 155 |
| 1.2 Typische Fehler kreditsuchender Unternehmen | 157 |
| 1.3 Falldarstellung | 159 |
| 1.4 Konsequenzen | 181 |
| 2. Erfolgskriterien eines Business-/Geschäftsplans aus Sicht des Risikomanagements | 183 |
| 2.1 Markt und Wettbewerb | 184 |
| 2.2 Kunden | 184 |
| 2.3 Lieferanten | 185 |
| 2.4 Bestandsmanagement | 186 |
| 2.5 Finanzierung | 187 |
| 2.6 Versicherung/Absicherung | 190 |
| 2.7 Planung und Controlling | 190 |
| 2.8 Management und Mitarbeiter | 191 |
| 3. Erfolgsfaktoren aus Sicht des Gründers und Unternehmers | 192 |
| 3.1 Fehleinschätzungen | 192 |
| 3.2 Wichtige Erfolgsfaktoren | 198 |
| 3.3 Business-/Geschäftspläne nach der Gründungsphase | 202 |
| 3.4 Planungsmethoden in späteren Unternehmensphasen | 206 |
| 3.5 Bedeutung des Businessplans bei Eigentümerwechsel | 223 |
| 3.6 Fallbeispiel PepperconAGZwickau | 230 |
| Zusammenfassung | 235 |
| Glossar | 236 |
| Abbildungsverzeichnis | 241 |
| Tabellenverzeichnis | 243 |
| Literaturverzeichnis | 245 |
| Die Autorin | 246 |
| Stimmen zum Buch | 247 |