

# Leitfragen zur Businessplanerstellung bzw. zum Experten-Feedback

## 1. Executive Summary

*Wir empfehlen diese Zusammenfassung erst dann zu verfassen, wenn Sie den gesamten Businessplan erstellt haben. Es sollen die wichtigsten Inhalte aus den jeweiligen Kapiteln komprimiert dargestellt werden.*

## 2. Produkt / Dienstleistung

### 2.1. Produkt / Dienstleistungsbeschreibung & Entwicklungsstand

*Beschreiben Sie detailliert Ihr Produkt- / Dienstleistungsangebot. Wie ist der aktuelle Entwicklungsstand? Liegt bereits ein Prototyp oder Proof of Concept vor? Muss dieser erst entwickelt werden? Oder haben Sie bereits die erste Kleinserie produziert? Gibt es erste Kunden?*

### 2.2. Kundennutzen

*Beschreiben Sie den Mehrwert, den Sie für Ihre KundInnen generieren. Nehmen Sie Ihren KundInnen Arbeit ab? Sparen Sie ihnen Zeit oder Kosten? Liefern Sie bessere Qualität? Oder überhaupt etwas Neues? Betrachten Sie Ihr Produkt / Ihre Dienstleistung aus der Sicht der KundInnen.*

### 2.3. USP, Stärken & Schwächen

*Beschreiben Sie den „Unique Selling Point“ (USP) Ihres Produktes / Ihrer Dienstleistung. Welche Stärken und Schwächen haben Ihre Produkte und/oder Dienstleistung im Vergleich zum Wettbewerb? Warum sollten KundInnen bei Ihnen kaufen? Was hebt Sie von der Konkurrenz ab?*

### 2.4. Innovationsgrad

*Falls Sie ein innovatives Produkt oder eine innovative Dienstleistung anbieten, beschreiben Sie bitte den Innovationsgrad. Um welche Art der Innovation handelt es sich: technisch, kreativwirtschaftliche, soziale, Verfahrens- oder Prozessinnovationen? Wie hoch ist der Innovationsgrad im Vergleich zu den am Markt angebotenen Produkten/Dienstleistungen in Österreich oder auch weltweit?*

### 2.5. Markenschutz und Patente

*In vielen Branchen sind Markenschutz und Patente von zentraler Wichtigkeit. Trifft dies auch auf Ihr Unternehmen zu? Falls ja, sollten Sie hier die geplante Schutzrechtsstrategie erläutern und den aktuellen Status der Umsetzung (z.B. Patente, Gebrauchsmuster oder Markenrechte eingereicht oder erteilt?) nennen.*

### 2.6. Leistungserstellung

*Welche Arbeiten führen Sie selbst durch? Welche Arbeiten werden durch Partner durchgeführt? Stellen Sie die Prozesse der Leistungserstellung dar.*

## 3. Unternehmen & Management

### 3.1. Management und (Gründungs)-Team

*Welche Personen sind Teil des Gründungsteams und über welche Vorerfahrung verfügen diese Personen? Welche Rolle haben die Personen im Unternehmen? Gibt es „Know How“ das Sie nicht im Team haben? Wenn ja, wie schließen Sie diese Lücke? Durch Vergabe an Externe? Durch Aufnahme von Personal oder zusätzlichen Gesellschaftern?*

### 3.2. Informationen zum Unternehmen

*Wie ist der Firmenwortlaut und ggf. das Datum der Unternehmensgründung? Welche Rechtsform planen Sie? Firmensitz: Welchen Standort haben Sie vorgesehen und welche Vorteile bzw. Herausforderungen ergeben sich daraus? Wie sind die geplanten Eigentumsverhältnisse (wer hält welche Anteile am Unternehmen)? Gibt es schon entsprechende Verträge (Gesellschaftsvertrag etc.)? Gibt es externe Kooperationspartner und welche Vor- und Nachteile sind diesbezüglich denkbar? Status der Unternehmensgründung: Welche wesentlichen Schritte der Unternehmensgründung wurden bereits gesetzt (Registrierung der Marke, Firmenbucheintrag, Beantragung der Gewerbeberechtigung, evtl. Zusagen vorab etc.)?*

### 3.3. Organisationsstruktur

Stellen Sie mittels eines Organigramms die (geplante) Organisationsstruktur inkl. eventuell ausgelagerter Tätigkeitsbereiche (z.B. Buchhaltung) dar. Sind Funktionen bereits besetzt sollte dies klar erkennbar sein.

### 3.4. Unternehmensanalyse / SWOT-Analyse

Was sind die Kernaufgaben Ihres Unternehmens? Welches Geschäftsmodell haben Sie vorgesehen? SWOT-Analyse: Identifizieren Sie Stärken und Schwächen im Verhältnis zu Ihren Konkurrenten. Setzen Sie diese Stärken und Schwächen den Trends gegenüber, so ergeben sich Chancen und Risiken für Ihr Geschäftsmodell und leiten Sie gegebenenfalls Maßnahmen ab.

### 3.5. Ziele

Setzen Sie sich Ziele (kurz-, mittel- und langfristig), an denen Sie Ihren Fortschritt messen können. Die gesetzten Ziele sollen SMART (spezifisch, messbar, realistisch, relevant und zeitlich festgelegt). Nützliches Modell: Balanced Scorecard.

### 3.6. Umsetzungsplanung

Welche einzelnen Schritte haben Sie innerhalb der nächsten Jahre zur erfolgreichen Etablierung Ihres Unternehmens geplant (Personal, Standort, ...)? Welche Meilensteine haben Sie festgelegt? Bis zu welchen Terminen möchten Sie Ihre Planungsmaßnahmen konkret umgesetzt haben (Fertigstellung des Produktes, Finanzierungen abgeschlossen, Gewerbeberechtigung erhalten, ...)? Welche Aufgaben und Meilensteine hängen direkt voneinander ab? Welcher ist der kritische Pfad bei der Umsetzung bzw. Start-up Phase? Welche Meilensteine haben Sie für die Nachgründungsphase geplant?

## 4. Branche, Markt & Wettbewerb

### 4.1. Branche

Beschreiben Sie die Branche, in der Sie tätig werden wollen: Die Größe der Branche (Anzahl der Unternehmen), die Struktur der Branche (Betriebsgröße, kleinteilige Strukturen oder wenige Platzhirsche), Besonderheiten und Spielregeln (z.B. Öffnungszeiten, Gratis-Serviceleistungen, Anzahlungen, Stammkundenrabatt, Trends in Bezug auf Preise, Nachfrage. Nützliches Modell: Branchenstrukturanalyse nach Porter (Five Forces)

### 4.2. Markt & Absatzpotential

Mit dem Markt ist im Unterschied zur Branche nicht die Summe der Anbieter gemeint, sondern jene der Nachfrager. Wichtige Kenngrößen sind Volumen, Preis, Umsatz und Wachstum. Basierend auf den Marktzahlen leiten Sie das Absatzpotential Ihres Unternehmens ab. Versuchen Sie plausible Einschätzungen für die Zukunft nieder zu schreiben und setzen Sie Ihr Absatzziel für die Einstiegsphase niedriger an, da die Markteroberung schrittweise erfolgen wird.

### 4.3. Zielgruppen

Welche Zielgruppe sprechen Sie mit Ihrem Angebot an? Über welche Merkmale sowie kaufentscheidende Faktoren wie Altersgruppe, Interesse, Vorlieben, Werte, Verhaltensweise etc. verfügt Ihre Zielgruppe? Richtet sich Ihr Angebot an Privatkunden (B2C) oder an Unternehmen (B2B)?

### 4.4. Trends

Beschreiben Sie aktuelle Trends. Besonders interessant sind Technologie-getriebene Veränderungen sowie Trends im KundInnenverhalten. Auf welche Art und Weise berücksichtigen Sie diese Trends und nützen diese sogar für Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung?

### 4.5. Konkurrenzanalyse

Vergleichen Sie Ihr Produkt / Ihre Dienstleistung mit dem Angebot der wichtigsten Mitbewerber. Nutzen Sie die Übersichtstabelle Konkurrenzanalyse auf unserer Website (unter Downloads). Eine umfassende Konkurrenzanalyse hilft Ihnen ihre Stärken und Schwächen im Vergleich zu anderen Unternehmen zu identifizieren und Ihr Angebot zu optimieren.

### 4.6. Markteintrittsbarrieren & Abhängigkeiten

Gibt es rechtliche, wirtschaftliche oder regionale etc. Markteintrittsbarrieren und wie wollen Sie damit umgehen? Bestehen Abhängigkeiten zu Lieferanten, Kunden oder Mitbewerbern wie z.B., dass nur ein Produktionsunternehmen Ihr Produkt erstellen kann?

## 5. Marketing & Vertrieb

### 5.1. Marketingstrategie & Kommunikationskanäle

*Stellen Sie Ihre Marketingstrategie mit den daraus abgeleiteten Marketingmaßen (inkl. Markteintrittsstrategie dar. Welche Kommunikationskanäle und Werbemittel wollen Sie nutzen?*

### 5.2. Vertriebsstrategie & Vertriebskanäle

*Stellen Sie Ihre Vertriebsstrategie mit den daraus abgeleiteten vertrieblichen Maßnahmen dar. Wie wollen Sie Ihr Produkt / Ihre Dienstleistung verkaufen (Online Shop, Geschäftslokal, über Dritte, ....)?*

### 5.3. Preisgestaltung

*Welchen Endverkaufspreis wollen/können Sie erzielen? Zum einen muss der Verkaufspreis kostendeckend sein, zum anderen marktauglich. Für innovative Produkte/Dienstleistungen ist es einfacher einen höheren Preis zu verlangen, für traditionelle Produkte/Dienstleistungen muss man sich tendenziell an vorherrschenden Preisen orientieren, außer Sie können plausibel argumentieren, warum bei Ihnen ein höherer Preis gerechtfertigt ist (z.B. durch eine höhere Qualität).*

### 5.4. Zahlungskonditionen & Kundenservice

*Welche Zahlungskonditionen legen Sie fest (Zahlfristen, Rabatte, Mahnspesen ...)? Wie gehen Sie mit Service und Beschwerdeanfragen Ihrer Kunden um?*

## 6. Erfolgs- und Finanzplanung

### 6.1. Gründungskosten & Investitionskosten

*Neben den Gründungskosten wie z.B. Anwalts- und Steuerkosten fallen Investitionen an um Ihr Unternehmen überhaupt in Betrieb zu setzen. Welche Investitionen sind notwendig, um erste Umsätze zu erzielen? Gäbe es auch Alternativen wie z.B. Mietung, geteilte Nutzung? Müssen Sie mittelfristig (innerhalb der nächsten 3-5 Geschäftsjahre) weitere Investitionen tätigen?*

### 6.2. Kostenplanung

*Mit welchen Produktionskosten bzw. Wareneinsatz rechnen Sie? Mit welchen sonstigen laufenden Kosten rechnen Sie? Welchen Personalbedarf und welche Personalkosten erwarten Sie? Wie hoch ist Ihr Unternehmerlohn? (Kosten innerhalb der nächsten 3-5 Geschäftsjahre.) Beachten Sie auch die Sozialversicherungsbeiträge und die Abgaben ans Finanzamt.*

### 6.3. Absatz- / Umsatzplanung

*Anhand Ihres ermittelten Absatzpotential in Kapitel 3.2. Markt und Absatzpotential können Sie die Ihren Absatz/Umsatz planen. Die Planung muss realistisch und nachvollziehbar sein.*

### 6.4. Plan-Gewinn- und Verlustrechnung & Planbilanz

*Stellen Sie den Umsatz den Kosten gegenüber.*

### 6.5. Kapitalbedarf- und Finanzierungsquellen

*Wie hoch ist Ihr Gesamtkapitalbedarf aufgrund der zuvor durchgeführten Berechnungen? Welche Finanzierungsquellen können Sie zur Deckung des Finanzbedarfs verwenden?*

### 6.6. Ausführliche Planung Plan4You

*Bearbeiten Sie das Planungstool Plan4You mit Ihren eigenen Zahlen.*

## Anhang

Lebensläufe, Marktanalysen, Studien, Werbebroschüren, Folder, Grafiken und Zahlenmaterial