

Visitenkarte für Gründer

Das Strategiepapier Businessplan / Von Monika Thiel

Wer ein Unternehmen gründet oder ein neues Geschäftsfeld aufbaut, benötigt nicht nur eine gute Produkt- oder Dienstleistungsidee. Ausschlaggebend für den Erfolg oder Misserfolg des Geschäftsvorhabens ist die klare und eindeutige Zieldefinition: Was soll in welchen Zeiträumen mit welchen Mitteln erreicht werden?

Kein Instrument eignet sich dafür besser als der Businessplan. Dieser ist – richtig erstellt und eingesetzt – das Schlüsseldokument für die Beurteilung und Steuerung eines Geschäftsvorhabens. Der Businessplan beschreibt detailliert das unternehmerische Gesamtkonzept, erfasst das wirtschaftliche Umfeld, die gesetzten Ziele und die aufzuwendenden finanziellen und personellen Mittel. Dadurch lassen sich nicht nur die Chancen systematisch ermitteln, sondern es können auch Alternativen und Risiken bedacht und bereits im Vorfeld Lösungswege erarbeitet werden.

Intern dient der Businessplan dem Management als Planungs- und Kontrollwerkzeug. Extern ist er Kommunikationsmittel – und gleichzeitig die Visitenkarte -, um Geldgeber für eine Finanzierung zu gewinnen oder gegenüber Geschäftspartnern Kompetenz und Seriosität zu demonstrieren.

Zwei wesentliche Faktoren bestimmen die Gestaltung des Businessplans: die Art des Geschäftsvorhabens und der damit verbundene Zweck. So sind zum Beispiel für den Aufbau eines neuen Geschäftsfeldes andere Akzente zu setzen als für die Gründung eines Unternehmens. Dennoch gibt es unabhängig davon einige grundlegende Gemeinsamkeiten für die Struktur und den Inhalt eines Businessplans:

- **Kontinuität:** Damit der Businessplan stets aktuell ist, müssen neue Erkenntnisse und Entwicklungen kontinuierlich eingearbeitet werden. Ebenso wichtig ist es, getroffene Entscheidungen regelmäßig zu überprüfen und aufeinander abzustimmen, um inhaltliche Fehler zu vermeiden.
- **Klarheit:** Ausschlaggebend für einen guten Businessplan ist nicht die Fülle von Analyse- und Datenmaterial, sondern die Konzentration auf das Wesentliche. Aus diesem Grunde sollte sich auch der Umfang auf maximal 35 Seiten (ohne Anhang) beschränken.
- **Sachlichkeit:** Die aufgeführten Argumente müssen sachlich richtig, inhaltlich nachvollziehbar und faktisch überprüfbar sein. Zwar sollten in der Beschreibung das Engagement und die Begeisterung für die Geschäftsidee zum Ausdruck kommen, doch eine zu euphorische Darstellung ist unbedingt zu vermeiden. Ebenso sollten (noch) vorhandene Mängel und Schwachstellen zwar genannt, aber nicht überbetont werden. Vor allem jedoch müssen diese stets mit Vorschlägen zu geplanten oder bereits eingeleiteten Verbesserungsmaßnahmen verknüpft werden.
- **Verständlichkeit:** Vor allem wenn ein Businessplan als externes Instrument zur Kapitalbeschaffung eingesetzt werden soll, müssen die technischen Sachverhalte klar und verständlich formuliert sein. Konstruktionspläne und Auswertungsbögen – sofern sie erforderlich sind – gehören in den Anhang, da sie für technische Laien keine Aussagekraft besitzen.

Für Investoren ist ein Businessplan das ausschlaggebende Instrument zur Beurteilung eines Geschäftsvorhabens. Nur wenn ein Unternehmensgründer in der Lage ist, die vielfältigen Aspekte der Unternehmensgründung und –führung aufzuarbeiten und klar darzustellen, hat er auch eine Chance, entsprechende Erfolge und hohe Renditen zu erzielen. Deshalb legen Finanziere besonders auf folgende Punkte großen Wert:

1. Die Geschäftsidee muss einen klar faßbaren Kundennutzen haben.
2. Das Unternehmen muss sich auf einen Wachstumsmarkt konzentrieren und mittelfristig auch international ausgerichtet sein.
3. Das Produkt oder die Dienstleistung muss innovativ sein, um sich deutlich von Mitbewerbern zu unterscheiden.
4. Das Konzept zur Markterschließung muss schlüssig sein und auf überzeugenden Annahmen sowie belegbaren Fakten basieren.
5. Das Management des Unternehmens muss nicht nur engagiert und kompetent sein, sondern sich hinsichtlich der einzelnen Fähigkeiten optimal ergänzen.