



Sirius Venture Partners

Check-Liste
Businessplan

Check-Liste zur Erstellung eines Business-Plan

Die folgend genannten Inhalte eines Business-Plans stellen eine Auflistung aller grundsätzlich relevanten Sachverhalte und Fragenstellungen eines Unternehmens dar. Im konkreten Fall sind natürlich nur die Sachverhalte in den Business-Plan aufzunehmen, die für die Gesellschaft, das Verständnis des operativen Geschäftes und der Strategie von Bedeutung sind.

A. Executive Summary

1. Zweck und Zielsetzung des Business-Plans	
2. Kurze Beschreibung der Gesellschaft und des relevanten Marktes	
3. Darstellung der Unternehmensstrategie	
4. Ableitung der sich daraus ergebenden wesentlichen Eckpunkte der Finanzplanung (z.B. Umsatz, Jahresergebnis und insbesondere Kapitalbedarf) für die nächsten 3 bis 5 Jahre	
5. Anforderungen an die Finanzierung, d.h. wann wird Kapital für was benötigt	

B. Das Unternehmen (Kurz und prägnant)

1. Unternehmensprofil / Firmengeschichte Firmenname, Adresse, Gründungsdatum, Gründer, Handelsregistereintragung, Anzahl der Mitarbeiter (bei mehreren Unternehmen bzw. einer Unternehmensgruppe für jede Gesellschaft) Kurze Beschreibung der Entwicklung des Unternehmens seit der Gründung (tabellarische Aufzählung wesentlicher Eckdaten) Aufbauorganisation, Führungsstruktur und Zuständigkeiten (Geschäftsführer, Führungsebenen; Organigramm)	
2. Besitzverhältnisse / Gesellschafterstruktur Weitere Mitsprache- und Informationsrechte	
3. Produkte / Dienstleistungen Produktgruppen, Abnehmerkreis, Haupterfolgsfaktoren	
4. Strategie & Ziele (Planung 5 Jahre) Künftige Positionierung, Langfristigen Ziele, Strategie zur Erreichung der Ziele, Maßnahmen und Konzepte (Meilensteine und Etappen: Umsatzzahlen, Mitarbeiter, Investitionen, Gewinn und EK für nächsten 3-5 Jahre)	

C. Equity Story

1. Vision	
2. Mission	
3. Strategie	
4. Ziele	

D. Produktpalette, Produktion & Beschaffung, Qualität, F&E

1. Technologien Beschreibung Basistechnologien und –verfahren Technologie(n) und Verfahren der Gesellschaft Funktionen, Features etc....	
2. Produktpalette Detaillierte Beschreibung der wichtigsten Produkte / Dienstleistungen des Unternehmens (Anwendung / Nutzen, Umsatzanteile, Exportquote etc) Deckungsbeiträge der Produkte / Dienstleistungen (Umsatz ./ direkt er Aufwand) Abgrenzungsmerkmale der Produkte/Dienstleistungen zu den wichtigsten Wettbewerbern (Alleinstellungsmerkmale, Wettbewerbsvorteile, bestehende Patente, Schutzrechte etc.) Erweiterung des Produkt/Dienstleistungsspektrums mit derzeitigem Entwicklungsstand und erforderlichen Ressourcen Angreifbarkeit der gewerblichen Schutzrechte des Unternehmens durch Dritte	
3. Qualitätssicherung & -management ISO-Normen ? Weiter als in den bereits vorhandenen Unterlagen? Wie ist die Qualitätssicherung organisiert? Zertifikate ?	
4. Forschung & Entwicklung Technologische Entwicklungen & Ausblick sowie marktreife Produkte aus F&E (Product-Roadmap)	

E. Markt und Konkurrenzanalyse

<p>1. Markt- / Branchenanalyse</p> <p>Allgemeine Beschreibung der Branche des Unternehmens inkl. Wertschöpfungskette</p> <p>Allgemeine Beschreibung des/der relevanten Marktes/Märkte inkl. momentaner und zukünftiger Marktsituation/-entwicklung (wichtigste Trends und Entwicklungstendenzen)</p> <p>Marktvolumen, Marktanteil des Unternehmens und Wachstumspotentiale (möglichst nach Produkten / Dienstleistungen)</p> <p>Kunden- und Lieferantenstruktur</p> <p>Kooperationspartner des Unternehmens nach Produkten/ Dienstleistungen</p>	
<p>2. Wettbewerbsanalyse</p> <p>wichtigste Wettbewerber (Sitz, Größe etc.) sowie deren Stärken / Schwächen, Marktanteile</p> <p>Angebote und Arbeitsweise, Wettbewerbsvorteile der wichtigsten Mitwettbewerber</p> <p>Umsatz der einzelnen Marktsegmente</p> <p>Zahl der MA</p> <p>Image, Sortimenttiefe, Service</p> <p>Stärken-Schwächen-Profile Vergleich der Wettbewerber mit Unternehmen hinsichtlich Entwicklung, Produktangebot, Vertrieb, Marketing und Standort (Wettbewerbsanalyse)</p>	
<p>3. Benchmark Unternehmen / Wettbewerb</p> <p>Darstellung des spezifischen Know-hows des Unternehmens inkl. Unterscheidungskriterien gegenüber den Wettbewerbern (Spezialisierung, Nischenpolitik, Preispolitik, Know-how etc.)</p> <p>Darstellung der künftigen Strategie des Unternehmens im Vergleich zur gegenwärtigen Markt- und Wettbewerbsposition vor dem Hintergrund der angestrebten Veränderungen des Produkt / Dienstleistungsangebotes und/oder der möglicherweise beabsichtigten Erschließung neuer Märkte / Kunden</p>	

F. Marketing & Vertrieb

<p>1. Absatzfördernde Faktoren bzgl. Produkt: Nutzen, Image, Service, Preis, Marke etc. Welche Faktoren sind für den Erfolg auf dem Markt wichtig? Welche Faktoren davon hat DIE GESELLSCHAFT als Eigenschaften, um den Erfolg seiner Produkte zu garantieren?</p>	
<p>2. Markteintritts-Strategie Wie sieht die Markteintrittsstrategie aus bzgl.: Kunden -segmente, -potenziale (-bedürfnisse), -akquise und -bindung</p>	
<p>3. Marketingmix Produktpolitik: Variationen, Differenzierung Anpassung auf Kundengruppen Kommunikationspolitik: Medien, Methoden; momentan, zukünftig Distributionspolitik: Distributionskanäle, Distributionsmethoden Preispolitik: Preisbildung, -gestaltung</p>	

G. Management & Organisation

<p>1. Management Team Mitglieder, Lebensläufe, Erfahrungen, Schlüsselpersonen?</p>	
<p>2. Aufbau-Organisation Struktur momentan, zukünftig (Organigramm, (Tochter-) Gesellschaften etc.)</p>	
<p>3. Personalplanung Anzahl Beschäftigte, Qualifikationen, Alterstruktur, Entlohnung momentan, zukünftig</p>	
<p>4. Personalkosten: zurzeit und in Zukunft?</p>	

H. Investition & Finanzierung

1. Finanzanalyse und Planung

<p>1. Ausgangslage der Kapitalausstattung</p> <p>Bilanz & G+V & Cashflow (operativ, investiv, finanz.) der letzten 2-3 Jahre?</p> <p>Beteiligungsstruktur?</p> <p>Kreditlinien und Garantien?</p> <p>Förderprogramme?</p>	
<p>2. Finanzplanung für die nächsten 3-5 Jahre</p> <p>Planbilanz & G+V & Cashflow (operativ, investiv, finanz.)</p> <p>Einzelplanung bzgl. Material, Produktion, Investitionsentwicklung, Gemeinkosten, etc.</p> <p>Absatzplan</p> <p>Investitionsplanung</p>	
<p>3. Kapital- und Finanzierungsbedarf</p> <p>Wie viel Geld benötigt das Unternehmen über welchen Zeitraum?</p> <p>Welcher Gewinn wird voraussichtlich erwirtschaftet?</p>	
<p>4. Kommentar zu den Annahmen</p> <p>Warum, weshalb und wieso solche Schätzungen?</p> <p>Wie fundiert?</p>	

2. Finanzierungskonzept der verschiedenen Posten

3. Exit-Möglichkeiten für die Investoren

I. SWOT-Analyse

<p>1. Strengths</p>	
<p>2. Weaknesses</p>	
<p>3. Opportunities</p>	
<p>4. Threats</p>	

Sirius Venture Partners

Ernst G. Mayer

Viktoriastr. 3

65189 Wiesbaden

Fon +49 (0) 611 - 69 6699-88

Fax +49 (0) 611 - 69 6699-99

Büro Düsseldorf

Merowinger Platz 1

40225 Düsseldorf

Fon +49 (0) 211 - 54 21 53-0

Fax +49 (0) 211 - 54 21 53-90

info@sirius-venture.com

www.sirius-venture.com