

Anna Nagl

# Der Businessplan

Geschäftspläne professionell erstellen

Mit Checklisten und Fallbeispielen

2., überarbeitete und erweiterte Auflage



# Inhaltsverzeichnis

---

Geleitwort	5
Vorwort	7
Einleitung	13

## Teil I

### Module eines Business-/Geschäftsplanes

1. Executive Summary	19
2. Geschäftsmodell/Unternehmenskonzept	21
3. Zielmarkt	23
3.1 Informationsgewinnung	23
3.2 Marktentwicklung/-prognose	25
3.3 Wettbewerbsanalyse	25
3.4 SWOT-Analyse	29
4. Ziele und Strategie	32
4.1 Wettbewerbsstrategie	33
4.2 Marktfeld-/Zielgruppenstrategie	36
5. Leistungs- und Produktportfolio	39
5.1 Portfolio	39
5.2 Serviceleistungen	41
5.3 Rechtliche Voraussetzungen	41
5.4 Schutzrechte	41
5.5 Entwicklung und Qualitätssicherung	43
6. Marketing und Vertrieb	45
6.1 Marktsegmentierung und Positionierung	47
6.2 Produkt- und Leistungspolitik	48
6.3 Preispolitik	50
6.4 Vertriebspolitik	53

6.5 Kommunikationspolitik . . . . .	55
6.6 Kundenzufriedenheit und Kundenbindung . . . . .	57
<b>7. Management, Personal und Organisation . . . . .</b>	<b>60</b>
7.1 Management und Personal . . . . .	60
7.2 Organisation . . . . .	61
<b>8. Chancen und Risiken . . . . .</b>	<b>65</b>
<b>9. Finanzplanung . . . . .</b>	<b>67</b>
9.1 Bedeutung der Finanzplanung . . . . .	67
9.2 Bestandteile und Aufbau der Finanzplanung . . . . .	68
9.3 Darstellung der Finanzplanung . . . . .	84
<b>10. Hilfreiche Hinweise . . . . .</b>	<b>85</b>

## Teil II

### Fallstudie AeroLas GmbH: State of the Art

<b>Vertraulichkeitserklärung . . . . .</b>	<b>91</b>
<b>1. Executive Summary . . . . .</b>	<b>93</b>
<b>2. Die AeroLas GmbH . . . . .</b>	<b>97</b>
2.1 Profil und Meilensteine . . . . .	97
2.2 Vorteile für strategische Investoren . . . . .	99
2.3 Unternehmensvision . . . . .	100
<b>3. Der Zielmarkt . . . . .</b>	<b>102</b>
3.1 Der Markt für Lager- und Führungskomponenten . . . . .	102
3.2 Der Markt für luftgelagerte Antriebssysteme . . . . .	104
3.3 Potenzielle Zielbranchen . . . . .	105
3.4 Die Marktsegmentierung . . . . .	107
3.5 Die Zielkunden . . . . .	108
3.6 Business Cases . . . . .	112
3.7 Das Marktpotenzial . . . . .	113
3.8 Der Wettbewerb . . . . .	114
3.9 Die Marktposition von AeroLas . . . . .	115

<b>4. Ziele und Strategie</b>	117
4.1 Unternehmensziele	117
4.2 Strategie	118
<b>5. Das Leistungs- und Produktportfolio</b>	120
5.1 Konventionelle Luftlager	120
5.2 Die Luftlagertechnologie von AeroLas	122
5.3 Luftgelagerte Antriebssysteme	124
5.4 Sicherung des Technologievorsprungs	126
5.5 Entwicklung und Qualitätssicherung	127
<b>6. Marketing und Vertrieb</b>	130
6.1 Marketingstrategie und Positionierung	130
6.2 Produktstrategie	131
6.3 Vertriebsstrategie	133
6.4 Preisstrategie	135
6.5 Kommunikationspolitik	136
<b>7. Management, Personal und Organisation</b>	138
7.1 Führungsgrundsätze	138
7.2 Geschäftsführung und Schlüsselpersonen	139
7.3 Organisationsstruktur	140
7.4 Personalplanung	140
7.5 Controlling und Berichtswesen	141
<b>8. Chancen und Risiken</b>	142
8.1 Chancen	142
8.2 Risiken	143
<b>9. Finanzplanung</b>	144
9.1 Umsatz- und Ergebnisplanung	144
9.2 Personalkostenplanung	145
9.3 Investitionsplanung	145
9.4 Cash-flow-Planung	146
9.5 Fortschreibung Cash-flow-Planung bis 2008	146
<b>10. Anhang</b>	147
10.1 Schutzrechte	147
10.2 Presseartikel	147

## Teil III

### Erfolgsfaktoren

<b>1. Erfolgskriterien aus Sicht der Bank</b>	151
1.1 Begriffsklärung Basel II und Rating	151
1.2 Typische Fehler kreditstuchender Unternehmen	155
1.3 Falldarstellung	157
1.4 Konsequenzen	175
<b>2. Erfolgskriterien eines Business-/Geschäftsplanes aus Sicht des Risikomanagements</b>	177
2.1 Markt und Wettbewerb	177
2.2 Kunden	178
2.3 Lieferanten	179
2.4 Bestandsmanagement	180
2.5 Finanzierung	181
2.6 Versicherung/Absicherung	184
2.7 Planung und Controlling	184
2.8 Management und Mitarbeiter	185
<b>3. Erfolgsfaktoren aus Sicht des Gründers und Unternehmers</b>	186
3.1 Fehleinschätzungen	186
3.2 Wichtige Erfolgsfaktoren	192
3.3 Business-/Geschäftspläne nach der Gründungsphase	195
3.4 Bedeutung des Businessplanes bei Eigentümerwechsel	199
3.5 Fallbeispiel Peppercon AG Zwickau	207
<b>Zusammenfassung</b>	210
<b>Nachwort</b>	211
<b>Glossar</b>	212
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	217
<b>Tabellenverzeichnis</b>	219
<b>Literaturverzeichnis</b>	221
<b>Die Autorin</b>	222
<b>Stimmen zum Buch</b>	223