

11

PURSUING YOUR DREAM

TIPPS

BOOST YOUR BUSINESS

FÜR DEINEN

EMBRACE YOUR POSSIBILITIES

BUSINESSPLAN

BERNHARD-STEFAN MÜLLER

Über den Autor

Bernhard-Stefan Müller ist Geschäftsführender Gesellschafter der Tantum GmbH in Innsbruck und beschäftigt sich seit knapp 10 Jahren mit Startups und Unternehmensgründung im DACH-Raum.

Seine Leidenschaft ist es, Unternehmen in der Gründung und im Wachstum zu begleiten und erfolgreich zu machen.

Er war bereits mehrfach Mitglied verschiedener Jurys und berät mit seinem Team unter anderem Investoren in der Investmentsuche, der due Diligence sowie in der Betreuung der Startups.

Seit 2018 ist Bernhard-Stefan Müller gelisteter Unternehmensberater für die Tiroler Beraterförderung.

Vorwort

Herzliche Gratulation zu deiner Entscheidung dein eigenes Business zu gründen und aufzubauen.

Mein EBook – **11 Tipps für deinen Businessplan**, soll dir in der Konzeption deines Businessplans helfen.

Ich habe die wertvollsten Tipps aus meinem Berateralltag zusammengefasst – damit dein Businessplan ein voller Erfolg wird!

Ich wünsche dir viel Freude beim Ausformulieren deiner Idee. Wenn du Hilfe brauchst, empfehle ich dir mein Webinar „Businessplan leicht gemacht“. Sichere dir einen €20,00 Rabatt mit dem Code auf der letzten Seite!

Natürlich helfe ich dir gerne auch individuell bei der Gestaltung deiner Geschäftsidee.

Viel Erfolg!

Dein

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Bernhard-Stefan Müller', written in a cursive style.

Bernhard-Stefan Müller

Empfängerprinzip

Sei dir bewusst, wer die Empfänger deines Businessplans sind. Auf der einen Seite soll dein Businessplan Handlungsanleitung für dein Team und dich sein, ein Dokument, in dem Visionen und Ideen auf knallharte Fakten (Zahlen) treffen.

Der tatsächliche Adressat ist aber nicht dein Team, oder du. Der tatsächliche Adressat sind Förderstellen, Banken und Investoren. Häufig sind Gründer/innen so in ihrem Film, da sie sich täglich acht und mehr Stunden mit ihrer Idee beschäftigen, dass sie ein Expertenwissen des Lesers voraussetzen.

Dabei sollte genau das Gegenteil der Fall sein. Wende bei der Erstellung deines Businessplans unbedingt das **KISS-Modell** an:

 **Keep It Short & Simple**

Keiner benötigt 60-80-seitige Businesspläne, in denen jeder Tag detailliert beschrieben ist. Dafür gibt es zusätzliche Projektpläne, Pflichtenhefte und Co. Ein Businessplan muss leicht lesbar, kurz, prägnant, verständlich und nachvollziehbar sein.

Besonders Banker lieben Infos, die ihnen auf dem Silbertablett serviert werden.



Mein Tipp

Schreibe nicht in der ICH-Form über dein Unternehmen, sondern in einer neutralen Beobachterperspektive. Das gibt dem Businessplan mehr Seriosität.

Das Geschäftsmodell

Wie soll das Unternehmen Geld verdienen?

Die Frage klingt trivial, dennoch stecken hinter vielen Startup-Ideen leider nicht zu Ende gedachte Geschäftsmodelle.

Ein Unternehmen ist dazu da, Geld zu verdienen. Das ist auch der gesetzlich definierte Eigenzweck einer Unternehmung.

Jetzt ist die Frage aber, wie du mit deiner Idee Geld verdienen möchtest. *WER, zahlt WANN, WIEVIEL für WELCHE Leistung?*

Hast du ein Lizenzmodell, oder ist es jeweils ein Einmalkauf? Gibt es für den Kunden beim Einmalkauf einen Grund, wieder bei dir zu kaufen? Was sind diese Gründe und wie oft wird im Durchschnitt ein Wiederkauf passieren?

Bei einer Flasche Wein ist dies recht einfach. Ich kaufe eine Flasche, trinke diese mit meinen Freunden und wenn mir der Wein geschmeckt hat, kaufe ich möglicherweise wieder eine. Anhand von Kundenverhalten kannst du so berechnen, wie oft ein Kunde in etwa eine Flasche Wein bei dir kaufen könnte.

Bei Handyhüllen ist das System ein völlig anderes. Wie oft kaufst du dir eine neue Handyhülle? Vermutlich nur dann, wenn du dir ein neues Handy kaufst, was im Durchschnitt alle 2,5 Jahre der Fall sein dürfte.

Bist du Produzent und Händler, nur Produzent oder Zwischenhändler? Was sind deine Kosten, bevor du ein Produkt überhaupt zum Verkauf anbieten kannst?

Denken wir an ein Autohaus:

Das Autohaus muss das Auto zuvor vom Produzenten, möglicherweise auch von einem Großhändler einkaufen, in das Land einführen, Steuern bezahlen und kann erst dann das Fahrzeug zum Verkauf anbieten. Damit er das machen kann, benötigt er Lagerfläche, vermutlich eine, zumindest kleine Werkstätte und einen Verkaufsbereich.

Das Autohaus muss sich jetzt noch überlegen, ob es B2B, also Business to Business, oder auch B2C, also für den ganz normalen Endkunden, Fahrzeuge anbietet. Möglicherweise ist das Geschäftsmodell auch nur an die Polizei zu verkaufen, also B2G – also Business 2 Gouvernante.

Daneben könnte man das Auto neben dem Kauf vielleicht auch leasen oder mieten?

Wie definierst du dein Geschäftsmodell?

Mein Tipp

Besonders wenn ihr mehrere Gründer seid, macht es Sinn mit dem CANVAS Modell gemeinsames Brainstorming für eurer Geschäftsmodell zu betreiben. Alle können ohnedies nicht Businessplan



Markt und Wettbewerb

In Deutschland gibt es 80 Millionen Menschen, davon sind 60% in einer kaufkräftigen Zielgruppe. Wenn wir davon nur 1% jährlich erreichen können, gehen wir von einer Firmenbewertung von 5 Millionen Euro aus. Umsatz? Nein, Umsatz haben wir derzeit noch keinen.

Dieses Bullshit-Bingo kennst du vermutlich bereits aus den bekannten Gründershow im TV.

Es ist völlig realitätsfremd sich so einem potenziellen Markt zu nähern.

a) Der Markt

Natürlich benötigst du, um einen Markt prinzipiell einschätzen zu können, statistische Vergleichszahlen. Nähere dich also besser über folgende Kennzahlen deiner Problemstellung:

Wer ist deine Zielgruppe? Was kostet dein Produkt? Ist es lebensnotwendig, ein schnelles Mitnehmprodukt bei der Wartezeit an der Kasse oder eher ein Luxusprodukt, das vermutlich hauptsächlich Menschen mit einem Einkommen von 100k oder mehr anspricht?

Wie viele der Menschen in meiner Zielgruppe kann ich mit meinem Produkt in etwa erreichen und wie viele von diesen werden realistisch geschätzt mein Produkt kaufen?

Wenn du Vergleichszahlen zu deinen Überlegungen haben möchtest, frag nicht deine Freunde. Stell dich mit einem Prototypen 5 Tage in Folge an einen Ort, von dem du glaubst, dass sich dort möglichst viele Menschen aus deiner Zielgruppe aufhalten und hol dir echtes, unverblühtes Feedback ein.

b) Wettbewerb

Nun hast du den Markt beschrieben und bereits eine erste Ahnung deiner Marktposition. Spannend ist nun aber noch die Position deiner Mitbewerber am Markt, um eine realistische Einschätzung deines Marktpotentials zu bekommen.

Dazu unterscheidet man in:

Direkte Mitbewerber

Welche Unternehmen sind bereits im selben Geschäftsfeld tätig? Wie sieht deren Marktanteil aus? Vertreiben diese dieselben Produkte/Leistungen? Sind sie in derselben Stadt oder nur im selben Bundesland?

Indirekte Mitbewerber

Gibt es in deinem Markt Mitbewerber mit komplementären Produkten? Wenn du beispielsweise Holzdielen als Boden verkaufen möchtest, wären PVC und Fliesen komplementäre Produkte. Diese musst du in deine Marktüberlegungen natürlich mit einbeziehen. Was sind die Nachteile deines Produktes, dass sich ein Kunde bewusst für das Komplementärprodukt entscheiden würde? Kutschen sind ein umweltschonendes Transportmittel – dennoch werden weit häufiger Flugzeuge eingesetzt – der Vorteil liegt denke ich auf der Hand 😊.

Newcomer

Was könnte sich in den nächsten Jahren in deinem Sektor verändern? Welche Technologien von Startups/Newcomer könnten deinem Unternehmen/deinem Produkt den Stellenwert ablaufen? Natürlich ist dieser Umstand besonders schwierig einzuschätzen. Wer hätte sich vor ein paar Jahren gedacht, dass Amazon bald ins Bankgeschäft (Amazon Pay) oder Apple in die Medizintechnik einsteigen würden.

Wie verkauft dein Mitbewerber? Was macht er besonders gut?

Am besten kaufst du seine Produkte und testest diese ausgiebig. Was findest du großartig an seinen Produkten, was sind die Nachteile seiner Produkte, wo bietet er also Angriffspunkte, wenn du eine bessere Lösung anbietest? Was ist sein Geschäftsmodell?

Mein Tipp



Am allerwichtigsten nach deiner Analyse ist es, deinen USP – deine Einzigartigkeit am Markt zu definieren. Warum soll ein Kunde jedenfalls dein Produkt kaufen? Und USP definiert sich nicht nur über den Preis.

Produkt

Dein Produkt ist sehr wichtig – aber bei weitem nicht am wichtigsten. Von Investoren hört man sehr oft, sie würden nicht in das Produkt, sondern in das Team investieren.

Stell dir doch einmal die Frage ob IKEA die besten Möbel, McDonalds die besten Burger oder My Müsli, um auch ein Startup zu nennen, das beste Müsli hat?

Nein, definitiv nicht. Aber die genannten haben es geschafft, sich zu positionieren. Gerade bei McDonalds, IKEA oder auch Starbucks sprechen wir von Milliardenkonzernen, die mit dem richtigen Geschäftsmodell und dem richtigen Business skalierbar sind.

Deshalb ist es sehr wohl wichtig, ein gutes Produkt zu haben, aber noch viel wichtiger, das Produkt genau zu definieren und zu definieren, was man mit dem Produkt und dem Unternehmen erreichen möchte.

Das Produkt kann dabei durchaus komplex sein – viele Gründer versäumen es aber, diese Komplexität für den Kunden zu übersetzen.

Die Beschreibung deines Produktes muss so banal sein, so leicht zu verstehen und so klar formuliert, dass es dein 7-jähriger Neffe ebenso, wie deine 93-jährige Omi versteht.

Ebenso leicht muss übrigens der Verkaufsprozess aufgebaut sein – je komplexer dieser ist, je mehr Hürden es gibt, je mehr Klicks benötigt werden, desto mehr Kunden werden den Prozess abbrechen und dein Produkt **NICHT** kaufen!



Mein Tipp

Wie oft würdest du dein eigenes Produkt nutzen und wie häufig würdest du es nachkaufen und zu welchem Preis?

Marketing

Wie baust du deine Marke und dein Marketing auf?

Möchtest du eine Personenmarke oder eine Produktmarke aufbauen? Wie soll die Marke aussehen? Im Businessplan solltest du bereits nicht mehr mit irgendwelchen Arbeitstiteln arbeiten. Besonders anhand der Marke und einer schönen Corporate

Identity (kurz: CI) bekommt der Leser/die Leserin des Businessplans bereits ein Gefühl für dein Unternehmen.

Neben der Marke ist aber vor allem das Marketing spannend. Wie möchtest du dein Produkt/deine Dienstleistung bewerben. Nutzt du Online- oder Offlinekanäle, oder beides? Ist es ein Produkt, das im Influencer-Marketing funktioniert? Oder lässt du die Bewerbung den Händlern oder Plattformen übernehmen? Wie generierst du Leads, die dein Vertriebsteam dann bearbeiten kann?



Mein Tipp

Kreiere eine Marke, hinter der du voll und ganz stehen kannst. Such dir einen Namen, der auch in 10 Jahren noch zu dir passt und ein Logo, das dir auch gefallen würde, wenn du es am Unterarm tätowiert hättest.

Vertrieb

Um ein Produkt vertreiben zu können, benötigt es Vertriebsnetzwerke, Transportwege und Marketing.

Bist du ein guter Verkäufer, oder gibt es einen guten Verkäufer in deinem Team?

Und bitte glaub nicht an den Mythos, dass es nur ein gutes Produkt benötigt und sich das dann schon von selbst verkauft.

Das ist Bullshit.

Stehst du hinter dem Produkt, das du verkaufen möchtest?

Würdest du es selbst auch kaufen – auch zu dem Preis?

Wenn du diese beiden Fragen mit **JA** beantwortest, bist du deinem Vertriebserfolg definitiv schon mal einen Schritt weiter.

Aber zurück zum Geschäftsmodell: *Wie möchtest du denn vertreiben?*

Bist du nur der Produzent – dann brauchst du einen Vertrieb, der dein Produkt in den Handel bringt. Wenn du auch Endkunden beliefern möchtest, oder im Dienstleistungsbereich, geht es um Leads. Diese Leads musst du dir durch gutes Marketing beschaffen – aber der Vertrieb muss diese dann nachbearbeiten und zu einem Abschluss bringen. Wo kann der Kunde das Produkt/die Dienstleistung kaufen? Wie bringst du dein Produkt dorthin? Gibt es Herausforderungen wie Kühlketten oder Import/Exportthemen?

Im Vertrieb ist es auch notwendig die Zahlen zu deinem Produkt/deiner Dienstleistung zu kennen. Das wird im Kapitel Finanzen noch einmal konkreter behandelt.

Im Vertrieb ist es wichtig seinen CPA Wert, also die Costs per Acquisition, zu kennen. Was kostet dich ein Neukunde? Diesen Wert musst du in deine Kostenstruktur einbeziehen.



Mein Tipp

Jeder von uns kann verkaufen. Immer wenn du mit einem Mann oder einer Frau flirtest, machst du nichts anderes als dich zu verkaufen. Nutze die Zeit und verkaufe künftig Dein Produkt.

Gründerteam und Personal

TOLL, EIN ANDERER MACHTS!

Genau dieser Gedanke sollte in deinem Team nicht vorhanden sein!

Von Banken und Investoren wird gerne ein möglichst diverses Gründerteam gesehen. Prinzipiell solltest du jedenfalls folgende Fachbereiche in deinem Unternehmen vertreten wissen:



Finanzen



IT



Verkauf/Marketing/Vertrieb

Natürlich kannst du dein Unternehmen auch allein gründen – wenn ihr allerdings fünf Gründer seid und alle Entwickler oder, was meist weiterverbreitet ist, alles BWLer, dann solltet ihr, auch wenn ihr alle gut befreundet sein, nochmals überdenken ob es klug ist, gemeinsam ein Unternehmen zu gründen.

Wenn du Bereiche in deinem Unternehmen mit deinem Team nicht abbilden kannst, macht es Sinn, sich Hilfe durch externe Experten zu holen. Gerade im Fall der Businessplanerstellung ist diese Hilfe, in diesem Fall durch einen Unternehmensberater wie mich, oftmals sogar staatlich gefördert.

In den Bereich Personal gehören aber auch Dinge wie Firmenkultur und gesellschaftliche Verantwortung. Wie planst du/ihr, mit diesen Themen umzugehen? Werden Initiativen im Bereich Mitarbeitergesundheit angedacht oder bietet ihr ein gesundes Mittagessen, statt der üblichen Schokoladensnackbar an?



Mein Tipp

Bitte vergiss dabei nicht, dass du nicht das Incentive Budget von Google hast und zu viel Incentives sich sogar eher negativ auf die Mitarbeitermotivation auswirken können.

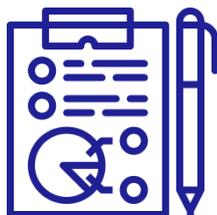
Finanzen

Der wohl schwierigste Teil deines Businessplans...! Erst hier erkennst du, wenn du mit den richtigen Zahlen und korrekt rechnest, ob deine Idee ein **TOP** oder eher ein **FLOP** wird.

In diesem Punkt kann nochmals alles scheitern – und nein...du spielst bitte nicht so lange mit den Zahlen bis sie positiv sind.

Wenn du in der Forecast-Rechnung ein negatives Ergebnis erhältst, bedeutet dies noch lange nicht, dass du deine Idee vergessen kannst. Die wenigsten Startups und schon gar keine technologiegetriebenen, die mir bekannt wären, machen in den ersten Jahren fette Gewinne. Rote Zahlen sind also normal. Du musst dir nur darüber bewusst sein und eine Strategie haben, wie du deine sogenannte „Burn-Rate“ finanzieren, beeinflussen und steuern kannst.

Die wichtigsten Berechnungen in deinem Businessplan sind:



- **F**orecast-Rechnung auf 3 Jahre (Plan GuV)
- **L**iquiditätsberechnung
- **I**nvestitions- und AfA Berechnung
- **P**ersonalrechnung
- **B**reak-Even Analyse
- **P**reiskalkulation



Mein Tipp

Im Finanzbereich würde ich mir, wenn du nicht selbst BWLER mit jahrelanger Erfahrung bist, definitiv Hilfe eines Experten holen. Bei Investoren und Banken sind deine Zahlen dein wichtigster Trumpf.

Rechtliche Struktur

In welcher Gesellschaftsform soll dein Unternehmen gegründet werden?

Bist du allein und brauchst keine Kapitalgeber?

Dann kann eine Personengesellschaft Sinn machen. Üblich, wenn ihr daran denkt zügig Investoren mit an Bord zu nehmen, ist in Österreich eine GmbH. Diese ist eine haftungsbeschränkte juristische Person, aber deutlich kostenintensiver. Das musst du bei der Finanzplanung bedenken.

Wer von den Gründern soll denn wieviel Prozente erhalten?

Ein oftmals leidiges Thema. Nur weil ihr 3 Gründer seid, muss die faire Aufteilung nicht zwangsläufig 33,33% lauten. Es kommt darauf an, wer was an Arbeitsleistung und Geld mit einbringt und auch darauf, wie schnell Prozente für einen Finanzierungsrunde freigemacht werden müssen.

Welche anderen rechtlichen Vertragswerke werden benötigt?

AGB's, behördliche Genehmigungen wie Betriebsanlagengenehmigung, Gewerbeschein, ECommerce, Arbeitsverträge, Datenschutz.

Woran muss besonders gedacht werden? Müssen Lizenzgebühren bezahlt werden? Wurde der geplante Firmenname auf bestehende Markenrechte überprüft? Wurden sonstige Patente und Schutzrechte geprüft?

Mein Tipp



Wer schreibt der bleibt! Mach mit deinen Lieferanten, Kunden und Partnern immer Verträge. Hier lohnt es sich ein bisschen Geld in einen wirklich guten Rechtsanwalt zu investieren. Wenn du viel Geld in eine Plattform investierst, dir der Code am Ende aber nicht gehört, ist es zu spät.

Intellectual Property

Geistiges Eigentum ist nach den Finanzen wohl der 2. wichtigste Teil deines Businessplans. Einerseits, weil dich eine Verletzung des geistigen Eigentums anderer richtig Geld kosten kann, andererseits, weil eine nicht geschützte Idee deine wirtschaftliche Existenz bedrohen kann.

Gibt es eine Möglichkeit deine Idee in irgendeiner Weise, zum Beispiel durch ein oder mehrere Patente oder zumindest einen Gebrauchsmusterschutz schützen zu lassen?

Dieses Investment rentiert sich definitiv. Es geht darüber hinaus aber auch um Nutzungsrechte, Softwarecodes und Urheberrechte.



Mein Tipp

Achte auf ein ausgeklügeltes und lückenloses Vertragswerk und lass dich besonders im Bereich der Schutzrechte von Experten beraten. Besonders Deutschland ist ein sehr abmahnfreudiges Land – hier kannst du richtig Geld versenken.

Finanzierung

a) Gründer

Für die Finanzierung deiner Idee stehen unterschiedliche Möglichkeiten zur Verfügung.

Du solltest dir zuallererst überlegen, wieviel du als Gründer/ihr als Team bereit seid, in euer Unternehmen zu investieren. Daran werden euch auch Banken und potenzielle Investoren messen. Wenn ihr selbst nicht bereit seid, eure Ersparnisse und Reserven in den Topf zu legen, werden viele daran zweifeln, dass ihr tatsächlich hinter eurer Idee steht. Das Geld anderer auszugeben ist immer relativ einfach.

b) Family & Friends

Anschließend an das eigene Kapital sind dann Family & Friends dran. Hier ist der Zugang oftmals leichter und die Konditionen einfacher zu verhandeln. Vergiss aber nicht: Genaue Rechnung – gute Freunde. Halte gleich zu Beginn fest, wann dein Gönner das Geld wieder zurück bekommt - in wie vielen Raten und mit welcher Verzinsung. Dann ist das für beide Seiten klar und es gibt kein böses Erwachen.

c) Förderungen

Besonders in Österreich stehen Gründern verschiedene Förderungen/nicht rückzahlbare Einmalzuschüsse, aber auch staatlich unterstützte Gründerdarlehen zur Verfügung. Hol dir Hilfe bei einem Förderexperten. Bei Förderungen ist es wichtig, im Antrag den passenden Wortlaut zu finden, um das größte Potential ausschöpfen zu können. Förderexperten arbeiten meist auf Provisionsbasis – mehr Infos dazu findest du unter www.tantum.at.

d) Crowdfunding/Crowdinvesting

Eine immer beliebter werdende Methode der Finanzierung ist das Crowdfunding und das Crowdinvesting. Es gibt's bereits zahlreiche Plattformen, die dir in der Umsetzung derartiger Kampagnen behilflich sein können. Zu beachten ist, dass ein nicht unwesentlicher Teil des so eingesammelten Geldes für die Kampagne selbst eingerechnet werden muss, da es gilt, besonders viele Menschen mit deinem Anliegen zu erreichen.

Besonders das Crowdfunding eignet sich auch als Marketingtool, um erste Produktrezensionen zu erzielen.

e) Kredite

Fremdkapitalfinanzierung durch Banken ist besonders für Jungunternehmen sehr schwierig geworden. Banken verlangen neben einem hervorragenden Businessplan oftmals 3 Jahresabschlüsse, was für Jungunternehmer kaum erbringbar ist. Einfacher sind Finanzierungen als Zwischenfinanzierung, wenn bereits Förderzusagen bestehen.

f) Venture Capital, Business Angels und Co.

Neben den bisher beschriebenen Finanzierungsarten gibt es noch eine Vielzahl von Privatinvestoren. Diese beteiligen sich an deinem Unternehmen oder stellen Wandeldarlehen zur Verfügung. Ein Investor wird sehr oft gesucht, da dieser im Normalfall auch Know-How in das Unternehmen mit einbringt.

Mein Tipp



Achte auf einen Mix aus Finanzierungsformen und geh mit dem Geld so sparsam wie möglich um. Außerdem solltest du nicht zu früh Anteile deines Unternehmens abgeben. Diese könnten dir in späteren Runden fehlen oder dich bei einem Exit viel Geld kosten.

TANTUM

Noch mehr Tipps und gezielte Hilfe bei der Umsetzung DEINES
Businessplans?

Sichere dir jetzt exklusiv €20,00 Rabatt auf mein **Webinar „Businessplan
leicht gemacht“** mit dem Code

businessplan20

gehe einfach auf folgenden Link und hole starte deinen professionellen
Businessplan!

<https://bit.ly/webinar-tantum>



Tantum GmbH
Grabenweg 72
6020 Innsbruck

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an
office@tantum.at.

Autor: Bernhard-Stefan Müller