

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
7. Management, Personal und Organisation	60
7.1 Management und Personal	60
7.2 Organisation	61
8. Chancen und Risiken	65
9. Finanzplanung	67
9.1 Bedeutung der Finanzplanung	67
9.2 Bestandteile und Aufbau der Finanzplanung	68
9.3 Darstellung der Finanzplanung	84
10. Hilfreiche Hinweise	85

Teil II

Fallstudie AeroLas GmbH: State of the Art

Vertraulichkeitserklärung	91
1. Executive Summary	93
2. Die AeroLas GmbH	97
2.1 Profil und Meilensteine	97
2.2 Vorteile für strategische Investoren	99
2.3 Unternehmensvision	100
3. Der Zielmarkt	102
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

4. Ziele und Strategie	117
4.1 Unternehmensziele	117
4.2 Strategie	118
5. Das Leistungs- und Produktportfolio	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
6. Marketing und Vertrieb	130
6.1 Marketingstrategie und Positionierung	130
6.2 Produktstrategie	131
6.3 Vertriebsstrategie	133
6.4 Preisstrategie	135
6.5 Kommunikationspolitik	136
7. Management, Personal und Organisation	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
8. Chancen und Risiken	142
8.1 Chancen	142
8.2 Risiken	143
9. Finanzplanung	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
10. Anhang	147
10.1 Schutzrechte	147
10.2 Presseartikel	147

Teil III Erfolgsfaktoren

1. Erfolgskriterien aus Sicht der Bank	151
1.1 Begriffsklärung Basel II und Rating	151
1.2 Typische Fehler kreditSuchender Unternehmen	155
1.3 Falldarstellung	157
1.4 Konsequenzen	175
2. Erfolgskriterien eines Business-/Geschäftsplanes aus Sicht des Risikomanagements	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
3. Erfolgsfaktoren aus Sicht des Gründers und Unternehmers	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
Zusammenfassung	210
Nachwort	211
Glossar	212
Abbildungsverzeichnis	217
Tabellenverzeichnis	219
Literaturverzeichnis	221
Die Autorin	222
Stimmen zum Buch	223