

Anna Nagl

Der Businessplan

Geschäftspläne professionell erstellen

Mit Checklisten und Fallbeispielen

3., überarbeitete und erweiterte Auflage



Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	5
Vorwort	7
Einleitung	13

Teill

Module eines Business-/Geschäftsplanes

1. Executive Summary.	19
2. Geschäftsmodell/Unternehmenskonzept.	21
3. Zielmarkt	23
3.1 Informationsgewinnung	23
3.2 Marktentwicklung/-prognose	24
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 Leistungs politik	48
6.3 Preispolitik	50
6.4 Vertriebspolitik.	52

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	66
9. Finanzplanung	69
9.1 Bedeutung der Finanzplanung	69
9.2 Bestandteile und Aufbau der Finanzplanung	70
9.3 Darstellung der Finanzplanung	86
10. Hilfreiche Hinweise	87

Teil II

Fallstudie AeroLas GmbH: State of the Art

Vertraulichkeitserklärung	92
1. Executive Summary	95
2. Die AeroLas GmbH	98
2.1 Profil und Meilensteine	98
2.2 Vorteile für strategische Investoren	101
2.3 Unternehmensvision	102
3. Der Zielmarkt	104
3.1 Der Markt für Lager-und Führungskomponenten	104
3.2 Der Markt für luftgelagerte Antriebssysteme	106
3.3 Potenzielle Zielbranchen	107
3.4 Die Marktsegmentierung	109
3.5 Die Zielkunden	110
3.6 Business Cases	114
3.7 Das Marktpotenzial	115
3.8 Der Wettbewerb	116
3.9 Die Marktposition von AeroLas	117

4. Ziele und Strategie119
4.1 Unternehmensziele119
4.2 Strategie120
5. Das Leistungs- und Produktportfolio122
5.1 Konventionelle Luftlager122
5.2 Die Luftlagertechnologie von AeroLas124
5.3 Luftgelagerte Antriebssysteme126
5.4 Sicherung des Technologievorsprungs128
5.5 Entwicklung und Qualitätssicherung129
6. Marketing und Vertrieb132
6.1 Marketingstrategie und Positionierung132
6.2 Produktstrategie133
6.3 Vertriebsstrategie135
6.4 Preisstrategie137
6.5 Kommunikationspolitik138
7. Management, Personal und Organisation140
7.1 Führungsgrundsätze140
7.2 Geschäftsführung und Schlüsselpersonen141
7.3 Organisationsstruktur142
7.4 Personalplanung142
7.5 Controlling und Berichtswesen143
8. Chancen und Risiken144
8.1 Chancen144
8.2 Risiken145
9. Finanzplanung146
9.1 Umsatz- und Ergebnisplanung146
9.2 Personalkostenplanung147
9.3 Investitionsplanung147
9.4 Cash-flow-Planung148
9.5 Fortschreibung Cash-flow-Planung bis 2008148
10. Anhang149
10.1 Schutzrechte149
10.2 Presseartikel149

Teil III

Erfolgsfaktoren

1. Erfolgskriterien aus Sicht der Bank	153
1.1 Begriffsklärung Basel II und Rating	153
1.2 Typische Fehler kreditsuchender Unternehmen	157
1.3 Falldarstellung	159
1.4 Konsequenzen	181
2. Erfolgskriterien eines Business-/Geschäftesplanes aus Sicht des Risikomanagements.	183
2.1 Markt und Wettbewerb	183
2.2 Kunden	183
2.3 Lieferanten	185
2.4 Bestandsmanagement	186
2.5 Finanzierung	187
2.6 Versicherung/Absicherung	190
2.7 Planung und Controlling	190
2.8 Management und Mitarbeiter	191
3. Erfolgsfaktoren aus Sicht des Gründers und Unternehmers	192
3.1 Fehleinschätzungen	192
3.2 Wichtige Erfolgsfaktoren	198
3.3 Business-/Geschäftspläne nach der Gründungsphase	202
3.4 Planungsmethoden in späteren Unternehmensphasen	206
3.5 Bedeutung des Businessplanes bei Eigentümerwechsel	223
3.6 Fallbeispiel Peppercon AG Zwickau	230
Zusammenfassung	235
Nachwort	236
Glossar	237
Abbildungsverzeichnis	242
Tabellenverzeichnis	244
Literaturverzeichnis	246
Die Autorin	247
Stimmen zum Buch	248