

Richard Stutely

Der professionelle Businessplan

Ein Praxisleitfaden für Manager
und Unternehmensgründer

2., aktualisierte Auflage

Übersetzung aus dem Englischen
von Isabella Bruckmaier, Beate Darius und Wolfgang Rhiel



Inhaltsübersicht

Vorwort	13
Einführung in die erste Auflage	19
Einführung in die zweite Auflage	23
1 Worum geht es?	27
2 Eine überzeugende Präsentation	49
3 Kommen wir zur Sache	65
4 Selbsterkenntnis	81
5 Die Welt erkennen .. / ..	107
6 <u>Der Kern Ihres Plans ..</u>	133
7 Zahlen, Zahlen, Zahlen	163
8 Den Bruttogewinn bestimmen	185
9 Den Nettogewinn bestimmen	213
10 Die Finanzierung der Unternehmung	243
11 Der Umgang mit Risiken	275
12 Die Zusage bekommen	311
13 Setzen Sie Ihren Plan in die Tat um	347
Danksagung	371
Register..)	•!• 373

Inhalt

Vorwort	13
Erklärung der Symbole	18
Einführung in die erste Auflage	19
Einführung in die zweite Auflage	23
Der Business-Plan war lückenhaft	23
Wenn Sie mehr wissen wollen	25
1 Worum geht es?...	27
Kennen Sie den schon?	28
Wer soll dieses Buch lesen?	30
Eine schnelle Lösung oder ein längerfristiges Instrument?	33
Was ist überhaupt ein Plan?	34
Warum sich verrückt machen?	34
Die Hauptziele Ihres Plans	36
Ihr Zielpublikum	38
Zehn Schritte zum Unternehmensplan	39
Trauen Sie keinem Berater	43
Wer erstellt den Unternehmensplan?	44
Über den Umgang mit diesem Buch	45
2 Eine überzeugende Präsentation	49
Präzise Kommunikation	50
Software	51
Ein gutes Gefühl erwecken	52
Einige Gedanken zum Layout	53
Einen Entwurf für das Dokument erstellen	56
3 Kommen wir zur Sache	65
Warum der Plan?	66
Wenn Sie nicht zu den Großen gehören wollen	67
Was macht man, wenn man mehrere Firmen hat?	69
Ihr Inhaltsverzeichnis	70
Das Führungsdossier	72
Die Schlussfolgerung	75

Verantwortlichkeiten und Terminplan	75
Die SWOT-Analyse.	77
Wohin nun?.	79
4 Selbsterkenntnis	81
Bestandsaufnahme.	82
Die Grundlagen zuerst	82
Das Hauptziel.	84
Sind Sie ein Visionär?.	85
Ihr Weg hierher.	89
Schöne Zahlen für die Banken.	90
Wertsteigerung.	92
Das überaus wichtige Führungsteam.	95
Unternehmensorganisation.	96
Direktoren.	97
Infrastruktur des Unternehmens.	101
Produkte und Dienstleistungen.	101
Kernkompetenzen.	103
Der nächste Schritt	105
5 Die Welt erkennen	107
Für oder gegen Sie?.	108
Die nächsten Schritte.	109
Informationen sammeln.	110
Die ganze Welt verstehen.	114
Geschäftspartner.	119
Der Markt - wofür Sie kämpfen.	121
Die Branche - was Sie vor sich haben.	125
Wettbewerbsvorteile.	128
Bringen Sie es zu Papier	131
Es geht weiter.	131
6 Der Kern Ihres Plans	133
Eine Strategie und ein Arbeitsplan.	134
Portfoliostrategie.	137
Unternehmensstrategien, die Ihre Wünsche erfüllen.	140
Strategien für Abteilungsleiter.	145
Betriebsmittelbedarf.	153
Strategische Ziele.	154
Die Strategie dokumentieren.	154
Einen Arbeitsplan erstellen.	156
Arbeitspläne allgemein.	157

Inhalt

Den Arbeitsplan dokumentieren.161
Weiter geht's.162
7 Zahlen, Zahlen, Zahlen.163
Umsichtig nachdenken und einschätzen.164
Unterschiedliche Auslegung derselben Zahlen.165
Wie Erbsenzähler denken.169
Der Planungshorizont.174
Blick zurück.177
Die Gegenwart abschätzen.178
Der Blick in die Kristallkugel.178
Softwaretools.180
Gut anwenden.183
8 Den Bruttogewinn bestimmen.185
Atmen Sie tief durch.186
Prognose des Umsatzvolumens.188
Das Gesamtbild - die Wirtschaft.191
Branchen- und Produktnachfrage.196
Führen Sie alles zusammen.200
Umsatzaufwendungen.201
Bruttogewinn.209
Schreiben Sie es nieder.210
9 Den Nettogewinn bestimmen.213
Wohin das Geld geht.214
Investitionen.216
Anlagevermögen, das Sie bereits besitzen.217
Anlagevermögen, das Sie brauchen.219
Berechnung des Anlagevermögens.	^ 223
Betriebliche Aufwendungen.226
Nettogewinn.235
Sonstige Erträge und Aufwendungen.240
So geht's weiter.242
10 Die Finanzierung der Unternehmung.243
Saldieren Sie Ihr Scheckbuch.	: 244
Bilanz und Cashflowmechanismen.245
Hauptüberschriften der Bilanz.251
Erstellen der Dokumente.256
Beobachtung des Cashflow.258
Verwendung eines Überschusses.261

Fundierung	263
Kredite oder Eigenkapital?	263
Worum geht es?	271
Setzen Sie einen Preis auf den Erfolg.	272
Wird das alles greifen?	273
11 Der Umgang mit Risiken.	275
Risiken identifizieren und die Planung optimieren.	276
So sieht's normalerweise aus.	280
Wie viele Kokosnüsse müssen verkauft werden?	288
Grenzwertiges Risiko eines Konkurses?	293
Was brauchen Sie, und wann brauchen Sie es?	296
Rechnet es sich?	298
Was wäre, wenn ...?	306
Die Wirtschaftslage.	307
Im schlimmsten Fall	308
Das große Finale.	309
12 Die Zusage bekommen.	311
Alles bündeln.	312
Fokus.	313
Worauf die Leser des Plans achten.	316
Schon wieder diese Finanzfragen.	321
Die Endkorrektur	331
Sie wissen nicht, was auf ihrem Tisch landet	332
Vorbereitung auf das erste Treffen.	336
Endlich - das erste Treffen.	337
Manöverkritik nach dem Meeting.	340
Follow-up.	340
Zurück ans Zeichenbrett	341
Sorgfältige Überprüfung.	342
• Der Vertrag	344
Das Geld ist auf der Bank.	345
13 Setzen Sie Ihren Plan in die Tat um.	347
Zeit für eine Pause?	348
Von der Planung zur Realität	349
Verlagerung des Fokus	350
Den Plan anderen vermitteln.	352
Wo ziehen Sie die Grenze?	353
Strategie, Regeln und Abläufe.	355
Wer macht was?	357

Inhalt

Unternehmensziele auf Mitarbeiterebene.	357
Wie viel Freiheit ist möglich?	360
Finanzielle Ziele.	360
Andere Ziele im Fokus behalten.	366
Die Welt im Fokus behalten.	367
Strategien und Plänen bestätigen und überarbeiten.	368
Die Mohrrüben nicht vergessen.	368
Und auf zum nächsten Unternehmensplan.	369
Ziele verändern sich ständig, also auch Pläne.	369
Danksagung.	371
Register.	373