



# **Erstellung eines erfolgreichen Geschäftsplans**

**29.11.2003**

Dipl.Wirt.Ing. Olaf Meyer, Lübeck  
e-mail: [marketing@me-y-er.de](mailto:marketing@me-y-er.de)



# Agenda

1. Von der Idee zum Produkt
2. Vom Markt zum Marketing
3. Vom Unternehmer zum Unternehmen
4. Vom Entwurf zum Geschäftsplan
5. *Von der Grundausstattung zum 3-Jahresplan*
6. *Vom Kapitalbedarf zur Gründung*



# 1. Von der Idee zum Produkt

## PRODUKT / DIENSTLEISTUNG

erfüllt

### NUTZEN

- schützen
- bewegen
- sparen
- erhalten
- etc..

### BEDÜRFNISSE

- Sicherheit
- Anerkennung
- Mobilität
- Vitalität
- etc..

### VORTEILE

- schneller
- günstiger
- besser
- kleiner
- etc..

# 1. Von der Idee zum Produkt

## PRODUKTSCHUTZ

### Patent

- technische Erfindungen (Gegenstand oder Prozesse)
- Voraussetzung: Neuigkeit (unveröffentlicht), gewerbliche Nutzbarkeit, **erfinderische Tätigkeit**
- Schutz: max. 20 Jahre, regional
- Wird nach 18 Monaten nach Anmeldung veröffentlicht
- Prüfung dauert – kein Schutz

### Gebrauchsmuster

- technische Erfindungen (Gegenstand)
- Voraussetzung: Neuigkeit, gewerbliche Nutzbarkeit, **erfinderischer Schritt**
- Schutz: max. 10 Jahre
- Schutz ohne Gewähr, da ohne Prüfung
- Vorteil: schnell

### Marke

- Produktmarken
  - Jedes Produkt einzeln
  - z.B. Duplo, Hanuta von Ferrero
- Dachmarken
  - Alle Produkte unter einer Marke
  - z.B. BMW
- Familienmarken
  - gleichartige Produkte unter einer Gruppenmarke
  - z.B. Nivea, Tesa von Beiersdorf



## 2. Vom Markt zum Marketing

Auf einem Markt treffen Angebot und Nachfrage zusammen.

- Kunden / Nachfrager
  - z.B. Privatpersonen, Unternehmen, Behörden
  - Bedürfnisse + Budget
- Wettbewerber / Anbieter
  - Stärken / Schwächen
- Eigenes Unternehmen / Anbieter
  - Stärken / Schwächen



## 2. Vom Markt zum Marketing

Wie bekommt man die  
Informationen über den Markt?

### Primärdaten

Daten werden neu erhoben

- **Beobachtung**
  - Messe, Baustellen, Labore, Publikationen, ..
- **Befragung**
  - Wettbewerber, Kunden, Meinungsführer, ...

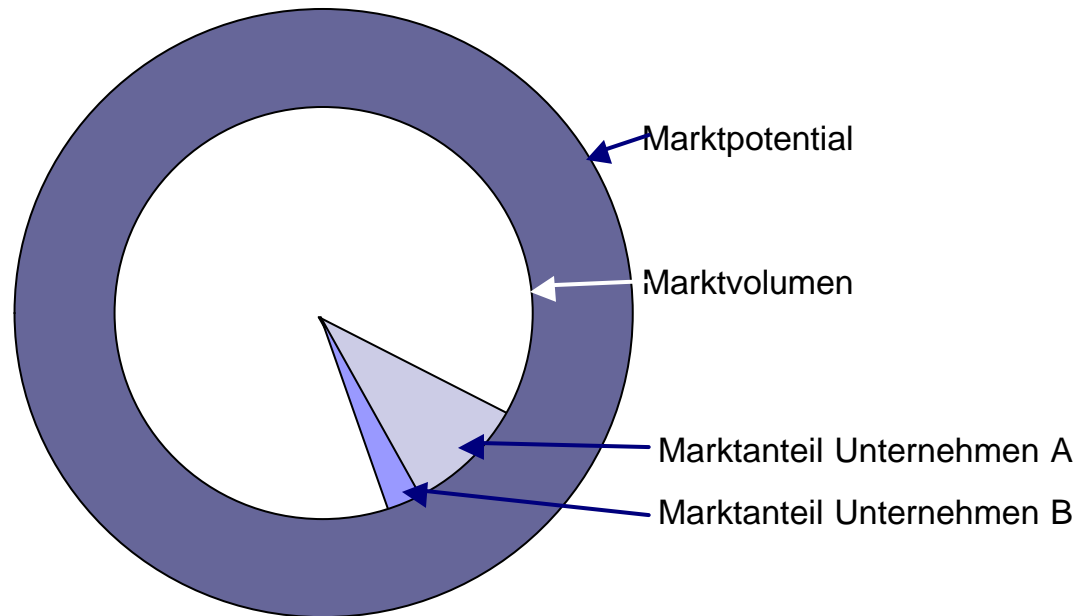
### Sekundärdaten

Daten sind bereits vorhanden

- Internet z.B. [gbi.de](http://gbi.de)
- Verbände
- Publikationen
- Behörden
- Banken

## 2. Vom Markt zum Marketing

Lohnt sich der Markt?





## 2. Vom Markt zum Marketing

### Markteintrittsstrategie

oberer  
Markt

**QUALITÄTSKÄUFER**

mittlerer  
Markt

---

unterer  
Markt

**PREISKÄUFER**



## 2. Vom Markt zum Marketing

### Distribution / Vertrieb

#### Direkter Absatz

- Ausschreibungsdatenbanken
- Innen- und Außendienst
- E-Commerce, Internet
- Ladenverkauf
- Mobiler Stand
- Automat

#### Indirekter Absatz

- Call-Center
- Handelsvertreter
- Multi-Level-Marketing (MLM)
- Jack-Robbing (Regalverkauf)
- Shop-in-Shop-System
- Franchise



## 2. Vom Markt zum Marketing

### Preisbildung

- Grundlagen
  - Angebot und Nachfrage
  - Unternehmenspositionierung gegenüber Zielgruppe / Wettbewerb
  - Psychologisches Preisempfinden der Zielgruppe
  - Deckungsbeitrag = Absatzmenge x (Verkaufspreis – variable Kosten)
  
- Preisbildung
  - kostenorientiert (Material-, Lohn-, Wareneinsatzkosten)
    - Aufschlag auf variable Kosten
  - zielorientiert (Kundengruppe, Wettbewerb)
    - Abschlag vom Verkaufspreis
  - Bündelung (z.B. Produkt und Dienstleistung)
  - Differenzierung (nach Zeit, Ort, Käufergruppe oder Kaufkraft)



## 2. Vom Markt zum Marketing

### Kommunikation

#### ■ Ziele

- Image aufbauen
- Bekanntheitsgrad steigern
- Bekanntmachung
  - Produkt / Leistung
  - Veranstaltung
  - etc.
- ca. 2-5% v. Umsatz
- zielgruppengerecht

#### ■ Mittel

- Werbung
- Corporate Identity
- Öffentlichkeitsarbeit (PR)
- Verkaufsförderung
- Messe
- Internet
- Empfehlungsmarketing
- Mailings
- u.v.a.m



### 3. Vom Unternehmer zum Unternehmen

#### Unternehmer

##### ■ Können

- Fachliche Qualifikation
  - Wirtschaft
  - Recht
  - Personalführung
  - ...
- Flexibilität
- Kreativität
- Branchenerfahrung
- Zeitmanagement
- Finanzielle Rücklagen
- Fitness

##### ■ Wollen

- Motivation
- Unterstützung
  - Familie
  - Freunde
  - Geschäftspartner
- Ausdauer
- Stressresistenz

# 3. Vom Unternehmer zum Unternehmen

## Unternehmen

### ■ Geschäftsform

#### Personengesellschaften

Persönliche Haftung mindestens eines Gesellschafters

- Einzelunternehmen
- GbR

#### Kapitalgesellschaften

Kapital steht im Vordergrund. Die Gesellschafter haften nur mit der Kapitaleinlage

- GmbH
- AG

### ■ Management

- Vision / Mission
- Werte / Leitsätze
- Gründerperson
- Gründerteam
- Externe / Berater
  - Steuerberater
  - Rechtsberater
  - Unternehmensberater
  - Finanzberater
- Mitarbeiter



## 4. Vom Entwurf zum Geschäftsplan

### Ziel eines Geschäftsplan

#### ■ Leserinformation

- Finanzgeber
  - Gesellschafter
  - Banken
  - Risikokapitalgeber
  - Öffentliche Hand
- Geschäftsführung
- Potentielle Partner
- Lieferanten
- Kunden
- Medien

#### ■ Controlling

- Ist-Situation - Gegenwart
- Soll-Situation - Zukunft
- Überprüfung von Abweichungen
- Reaktionsmöglichkeit
- Orientierung für Erfolgsbereiche



## 4. Vom Entwurf zum Geschäftsplan

### Aufbau eines Geschäftsplan

#### ■ Gliederung

- Unternehmenskonzept
- Management / Team
- Absatzplan
  - Marktnachfrage
  - Konkurrenz
  - Marketing
  - Chancen / Risiken
- Produktionsplanung
  - Kapazitäten
  - Anlagen, Material, Arbeit
- Zeitplan
  - Aktivitäten, Meilensteine

#### ■ Anforderung

- zielgruppenorientiert
- verständlich
- ansprechende Form
- fehlerfrei
- Nummerierung von
  - Seiten
  - Grafiken
  - Tabellen
  - Fußnoten
- glaubwürdig, realistisch
- flexibel