



BERG CONSULTING FACTORY  
UG (HAFTUNGSBESCHRÄNKT)

## 12-Punkte-Checkliste eines professionellen Businessplans

### So erstellen Sie einen professionellen Businessplan

Überzeugen Sie Ihre Bank  
und nutzen Sie Ihre Chancen  
auf maximale staatliche Förderung!



BERG CONSULTING FACTORY  
UG (HAFTUNGSBESCHRÄNKT)

Brunnengasse 3/1  
74211 Leingarten

Telefon: 0 71 31 – 9 73 55 89

E-Mail: [office@bcf-dgfu.de](mailto:office@bcf-dgfu.de)  
Web: [www.bcf-dgfu.de](http://www.bcf-dgfu.de)

# So erstellen Sie einen professioneller Businessplan

## Warum Businessplan?

Für die Gründung eines Unternehmens und/oder die Beantragung von staatlichen Fördermitteln ist ein professioneller, aussagekräftiger Businessplan Grundvoraussetzung. Er dient Banken, Investoren und Fördermittelgeber als wichtige Entscheidungsgrundlage dafür, ob und in welcher Höhe Ihnen Unternehmens-Kredite oder Fördergelder zur Verfügung gestellt werden. Schon allein aus diesem Grund ist Ihr Businessplan ein wichtiger – wenn nicht sogar DER wichtigste – Bestandteil Ihrer Finanzstrategie.

Für die Erstellung eines solchen Businessplans gibt es keine verbindlichen Regeln, da jeder Plan individuell auf die Belange des jeweiligen Unternehmens abgestimmt sein muss. Für Banken, Investoren oder Fördermittelstellen dient der Businessplan als Entscheidungsgrundlage zur Bewilligung von finanziellen Mitteln. Diese Checkliste fasst deshalb für Sie die 12 wichtigsten Punkte zusammen, die ein professioneller Businessplan unbedingt erfüllen muss. Sie erhalten wertvolle Tipps zur Umsetzung, damit Sie Ihre Bank überzeugen und alle Chancen auf maximale staatliche Förderung nutzen können.

## Aufbau & Struktur eines Businessplans

### **Aufbau und Struktur:**

Ein professioneller Businessplan besticht durch ein ansprechendes Design und einen klaren, systematischen Aufbau. Er muss in sich schlüssig, die Themen nachvollziehbar und die Zahlen realistisch sein. Schreiben Sie in kurzen Sätzen und in verständlicher Sprache.

## Die Zusammenfassung

### **Zusammenfassung: Executive Summary**

Sobald Ihr Businessplan fertig ist, fassen Sie auf maximal 2 Seiten Ihre Geschäftsidee zusammen. Diese Zusammenfassung, auch Executive Summary genannt, dient dem jeweiligen Leser als Einstieg in die Thematik, und sollte deshalb spannend und schlüssig die wichtigsten Schlüsselfaktoren Ihres Businessplans auf den Punkt bringen. Sorgen Sie dafür, dass Sie dem Leser die Möglichkeit eines schnellen Gesamtüberblicks und einer klaren Orientierung verschaffen.

### **Folgende Leitfragen sollten Sie in diesem Punkt kurz und prägnant beantworten:**

- Ihre Geschäftsidee,
- die wesentlichen Erfolgs- und Risikofaktoren,
- Ihre Ziele für die nächsten 3-5 Jahre.



# 12-Punkte-Checkliste

eines förderfähigen Businessplan:

1

Ihre Geschäftsidee

2

Das Gründerprofil/ Gründerteam

3

Ihr spezifisches Angebot

4

Ihre ideale Zielgruppe

5

Markt und Wettbewerb

6

Vertrieb und Marketing

7

Chancen und Risiken

8

Ihre Kapitalbedarfsplanung

9

Ihre Finanzierungsplanung

10

Ihre Rentabilitätsplanung

11

Ihre Szenariorechnung

12

Ihre Liquiditätsberechnung

# 12-Punkte-Checkliste

## eines förderfähigen Businessplan:

**1**

### Ihre Geschäftsidee

Ihre Geschäftsidee bzw. der Geschäftszweck Ihres Unternehmens, ist der wichtigste Bestandteil Ihres Businessplans. Die richtige Präsentation ihrer Idee entscheidet in hohem Maße über den gesamten Erfolg ihres Businessplans. Für die potenziellen Kapitalgeber wird bereits hier ersichtlich, ob sich eine Investition lohnt oder Sie eine Chance auf die staatliche Förderung bekommen.

**Achten Sie deshalb auf folgende Punkte:**

Beginnen Sie mit der groben Darstellung Ihrer Geschäftsidee und gehen Sie nicht zu sehr ins Detail. Der jeweilige Leser Ihres Businessplans erwartet an dieser Stelle einen Überblick über Ihre Leistungen und möchte ein Grundverständnis für Ihr Geschäftsmodell entwickeln. Achten Sie darauf, dass dem Leser klar wird, womit Sie Umsätze generieren bzw. wie und womit Sie mit Ihrer Idee Geld verdient werden. Fügen Sie hier auch alle Eckdaten ein, wie zum Beispiel das Datum der Gründung, der Unternehmenstyp, die Rechtsform, die Betriebsstätte, etc.

**Umfang des Kapitels:** Maximal 2-3 Seiten.

**Folgende Leitfragen sollten Sie in diesem Punkt beantworten:**

- Eine kurze, knappe Darstellung des Existenzgründers.
- Nennen Sie den genauen Gegenstand Ihrer Selbstständigkeit.
- Nennen Sie Ihren Firmennamen.
- Nennen Sie die Rechtsform, mit der Sie gründen möchten.
- Datum der Unternehmensgründung/Übernahme.
- Beschreiben Sie Ihr Angebot in Stichworten.
- Erläutern Sie, wie und womit Sie Ihre Umsätze generieren.
- Beschreiben Sie den Kundennutzen ihres Angebots.

**2**

### Das Gründerprofil/ Gründerteam

In diesem Kapitel geht es darum, dass Sie die Leser Ihres Businessplans davon überzeugen, dass Sie für die Gründung Ihres Unternehmens geradezu prädestiniert sind. Machen Sie deutlich, wer die Verantwortung für das Geschäftskonzept trägt und wie die einzelnen Geschäftsbereiche aufgeteilt sind. Achten Sie darauf, dass Sie sowohl ihre fachlichen als auch Ihre kaufmännischen Kenntnisse klar herausstellen. Zählen Sie Ihre einzelnen Berufserfahrungen auf und ordnen Sie diese Ihren fachlichen Qualifikationen zu. Zeigen Sie auch auf, wie Sie durch Hinzunahme von Spezialisten mögliche Lücken in ihrer Qualifikation gezielt ausgleichen werden. Der Umfang dieses Kapitels sollte maximal 1,5 Seiten ausmachen.

**Umfang des Kapitels:** Maximal 1,5 Seiten.

**Folgende Leitfragen sollten Sie in diesem Punkt beantworten:**

- Welche konkreten Erfahrungen, Qualifikationen und ggf. Zulassungen haben Sie generell und in der relevanten Branche?
- Über welche kaufmännischen Kenntnisse verfügen Sie?
- Was sind Ihre besonderen Stärken?
- Gibt es Defizite und wie werden Sie diese ausgleichen?
- Welche relevanten Weiterbildungen, Seminare etc. haben Sie besucht.

- Gibt es formale Zugangsvoraussetzungen und erfüllen Sie diese?
- Verfügen Sie über spezifischen Unternehmereigenschaften, die Sie auszeichnen?

## 3

## Ihr spezifisches Angebot

In diesem Punkt geht es darum, im Detail auf Ihr Angebot und die spezifischen Vorteile gegenüber des Wettbewerbs einzugehen. Achten Sie bei der Beschreibung Ihres Angebots darauf, dass Sie den konkreten Kundennutzen Ihrer Produkte bzw. Dienstleistungen herausarbeiten und ein klares Alleinstellungsmerkmal aufzeigen, welches für ihre Zielgruppe einen starken Anreiz für den Kauf bietet.

**Umfang des Kapitels:** Maximal 2-3 Seiten.

**Folgende Leitfragen sollten Sie in diesem Punkt beantworten:**

- Was ist der konkrete Zweck Ihrer Unternehmensgründung?
- Was zeichnet Ihre Geschäftsidee aus und durch was heben Sie sich von Ihren Mitbewerbern ab?
- Welche konkreten Produkte/Dienstleistungen wollen Sie herstellen bzw. verkaufen?
- Wie ist der genaue Entwicklungsstand Ihres Produktes/Ihrer Dienstleistung?
- Welche Voraussetzungen müssen bis zum Start noch erfüllt werden?
- Welche Vermarktungskanäle wollen Sie nutzen?
- Gibt es gesetzliche Vorschriften, die Sie beachten müssen und noch zu erledigen sind?

## 4

## Ihre ideale Zielgruppe

Wer seine Produkte und Dienstleistungen verkaufen möchte, muss seine Zielgruppe genau kennen. Aus diesem Grund ist die Kenntnis Ihres potenziellen Kundenkreises und deren Bedürfnisse ein entscheidender Erfolgsfaktor. Unterscheiden Sie deshalb in diesem Kapitel zunächst zwischen privaten oder gewerblichen Kunden. Definieren Sie dann Ihre spezifische Zielgruppe anhand soziodemografischer Merkmale. Definieren Sie im privaten Bereich zum Beispiel das Geschlecht, das Alter, den Beruf, das verfügbare Einkommen und besondere Merkmalen und Eigenschaften. Bei gewerblichen Kunden sind die Branche und die Unternehmensgröße entscheidende Faktoren. Segmentieren Sie, indem Sie jede relevante Zielgruppe gesondert darstellen.

**Umfang des Kapitels:** Maximal 2 Seiten.

**Folgende Leitfragen sollten Sie in diesem Punkt beantworten:**

- In welchem Gebiet/Bereich werden Sie mit Ihrem Angebot aktiv?
- Wer sind ihre potenziellen Kunden?
- Sprechen Sie private oder gewerbliche Kunden an?
- Wie setzen sich Ihre einzelnen Kundensegmente zusammen (z.B. Alter, Geschlecht, Einkommen, Beruf, Verhaltensweisen, etc.)
- Welche Zielgruppe ist die wichtigste für Sie und aus welchem Grund?
- Wenn Sie mehrere Zielgruppen ansprechen, priorisieren Sie diese und begründen sie die Reihenfolge.

Um die eigene Unternehmensstrategie richtig zu beurteilen und erfolgreich aufzustellen, brauchen Sie fundierte Kenntnisse über Ihre Branche, den Markt und den Wettbewerb. Die exakte Analyse ihres Marktes und des Wettbewerbs bildet die Grundlage für Ihre Finanzplanung und ist ein wichtiger Bestandteil ihres Businessplans. In diesem Kapitel geht es darum, die aktuelle Markt-Situation Ihrer Branche zu beschreiben und die Entwicklungschancen und Wachstumspotenziale für Ihr Unternehmen klar herauszustellen.

Für viele Existenzgründer stellt dieser Punkt eine große Hürde dar, da es für Laien auf dem Gebiet Businessplan-Erstellung relativ schwer ist, an aussagekräftige und verlässliche Zahlen und Daten zu kommen. **Sollten Sie Hilfe oder Unterstützung bei der Erstellung ihres Businessplans brauchen, nehmen Sie direkt Kontakt zu uns auf. Gerne stehen wir Ihnen mit unserem Know-How zur Verfügung. Kontaktieren Sie uns kostenlos unter: [office@bcf-dgfu.de](mailto:office@bcf-dgfu.de)**

Im Folgenden finden Sie eine Liste von qualifizierten Herausgebern, über die Sie Zugang zu verlässlichen Marktdaten und Brancheninformationen erhalten.

- **IHK:** Die Kammerbezirke der IHK führen regelmäßig Markt- und Branchenuntersuchungen durch.
- **HWK:** Bieten sowohl Betriebsvergleiche als auch Marktuntersuchungen an.
- **BIS:** Das Beratungs- und Informationssystem im Handwerk stellt umfangreiche Branchen und Fachinformationen zur Verfügung.
- **Zentralverband des deutschen Handwerks:** Bietet ein Markt- und Standort-Informationssystem an (MausSI). Sie erhalten Informationen zu Einwohnerzahlen, Wettbewerbsdichte, Kaufkraft und einiges mehr.
- **Deutscher Sparkassen- und Giroverband:** Hier erhalten Sie einen jährlich aktualisierten Branchenreport zur Entwicklung von mehr als 70 Branchen in Deutschland. Der Report bietet einen ganzheitlichen Einblick in die jeweilige Branche und liefert Ihnen auch datenbasierte Prognosen.
- **Volks- und Raiffeisenbanken:** Sie bieten Ihnen das „Branchen special“ sowie die „Branchen-Briefe“.
- **Gtai:** Die German Trade and Invest GmbH versorgt Sie mit Daten und Branchenentwicklungen zu etwa 50 Handelspartnerländern.
- **Institut für Handelsforschung:** Interessant für alle Handelsunternehmen. Das Institut bietet Jahresbetriebsvergleiche mit einer Vielzahl von Durchschnittswerten an.

In diesem Kapitel ist es entscheidend, dass Sie nicht nur Zahlen aneinander reihen, sondern dass Sie Ihre persönlichen Schlussfolgerungen in Bezug auf Ihr Unternehmen ziehen. Beachten Sie dabei, dass Sie zu jeder Information eine Quelle angeben und die aktuellen Zahlen wenn möglich, mit aussagekräftigen Grafiken untermauern.

**Umfang des Kapitels:** Maximal 1-2 Seiten.

**Folgende Leitfragen sollten Sie in diesem Punkt beantworten:**

- In welcher Branche werden Sie tätig?
- Wie lässt sich Ihr Markt eingrenzen und welchen Einflussfaktoren ist er unterworfen?
- Wie groß ist das Marktvolumen für Ihr Produkt bzw. Ihre Dienstleistung?
- Wie hat sich der Markt bisher entwickelt?
- Mit welcher Entwicklung ist in Zukunft zu rechnen?
- Wie hoch schätzen Sie Ihren künftigen Marktanteil ein?

## Vertrieb und Marketing

In diesem Kapitel Ihres Businessplans geht es darum, wie Sie Ihr Unternehmen, Ihre Produkte/Dienstleistungen am Markt bewerben und ihre identifizierte Zielgruppe erreichen. An dieser Stelle empfiehlt es sich, auf die Unterstützung eines Profis zu bauen, denn Ihr Marketingplan sichert Ihnen den Zugang zum Markt und schafft die Basis für kontinuierlich wachsende Umsätze. Der häufigste Grund für das Scheitern junger Unternehmen, ist eine zu geringe Auslastung. Um sich am Markt zu etablieren und langfristige gesicherte Gewinne zu erwirtschaften brauchen Sie deshalb ein funktionierendes Marketing. Wir erarbeiten für unsere Kunden ein individuelles Konzept, und entwickeln aus den unzähligen Möglichkeiten eine für das Unternehmen sinnvolle Marketingstrategie.

Verdeutlichen Sie in diesem Kapitel, wer im Unternehmen für das Thema Marketing verantwortlich ist und welche Marketing-Maßnahmen Sie in Zukunft regelmäßig durchführen möchten. Erstellen Sie dazu einen Fahrplan, der über die Kommunikationskanäle Auskunft gibt, über die Sie Kontakt zu Ihren potenziellen Kunden aufnehmen und welche Kosten dabei entstehen. Klären Sie an dieser Stelle auch Ihre künftigen Vertriebswege und begründen Sie diese.

**Umfang des Kapitels:** Bis zu 3 Seiten.

**Folgende Leitfragen sollten Sie in diesem Punkt beantworten:**

- Wie präsentieren Sie Ihr Unternehmen nach außen?
- Wie erfahren Ihre potenziellen Kunden von Ihren Produkten/Dienstleistungen?
- Wer ist im Unternehmen für den Vertrieb verantwortlich?
- Welche Vertriebswege werden Sie nutzen (Online-Vertrieb, Ladengeschäft, etc.)?
- Welche Kosten entstehen durch den Vertrieb?
- Welche Kontakte haben Sie bereits zu potenziellen Kunden oder Multiplikatoren?
- Erläutern Sie ihre gesamte Marketing-Strategie und beschreiben Sie die Umsetzungsschritte.
- Welche Preisstrategie verfolgen Sie und warum?
- Zu welchen Preisen bieten Sie ihre Produkte/Dienstleistungen an?
- Welche Kalkulation liegt diesem Preis zugrunde?

Brauchen Sie Tipps oder Hilfe bei der Erstellung und Umsetzung einer funktionierenden Marketing-Strategie? Sehr gern stehen wir Ihnen für ein kostenloses Strategie-Gespräch zur Verfügung. Kontaktieren Sie uns unter folgender E-Mail-Adresse: [office@bcf-dgfu.de](mailto:office@bcf-dgfu.de)

## Chancen und Risiken

In diesem Kapitel geht es um die Chancen und Risiken, aber auch um die Stärken und Schwächen. Erstellen Sie deshalb eine sogenannte SWOT-Analyse: engl. für Strengths (Stärken), Weakness (Schwächen), Opportunities (Chancen) und Treats (Bedrohungen, Risiken).

Als Unternehmer müssen Sie neben Ihren Stärken auch die Risiken und Herausforderungen kennen, mit denen Sie in Zukunft konfrontiert werden. Beschreiben Sie in diesem Kapitel, wo genau Ihre persönlichen, marktbedingten, wirtschaftlichen, finanziellen, fachlichen oder potenziellen Stärken und Schwächen liegen, aber auch Ihre Chancen und Risiken. Kompensieren Sie Ihre Schwächen und Risiken, indem Sie mögliche Lösungswege aufzeigen.

Die Leser Ihres Businessplans sind in aller Regel Fachleute, die sehen möchten, ob Sie sich mit einem „Worst-Case-Szenario“ beschäftigt haben und in der Lage sind, Lösungen zu finden.

**Umfang des Kapitels:** Maximal 1 Seite.

**Folgende Leitfragen sollten Sie in diesem Punkt beantworten:**

Was sind Ihre Stärken – was Ihre Schwächen (Stärken sollten in einem Verhältnis von mindestens 3:1 überwiegen)?

Welche Chancen können sie nutzen – welche Risiken müssen Sie beachten?

Welche gravierenden Probleme könnten auftreten und welche konkreten Lösungen haben Sie?

## 8

### Ihre Kapitalbedarfsplanung

Dieses Kapitel Ihres Businessplans zeigt den gesamten Investitionsbedarf Ihres Vorhabens auf und gibt Aufschluss über die Mittelherkunft, also woher das Geld kommt. Wenn Sie ein staatliches Förderprogramm für Existenzgründer nutzen möchten, hat es sich bewährt, das jeweilige Programm in Ihrem Businessplan genau darzustellen.

Wenn Sie sich für ein individuelles Finanzierungsmodell entscheiden, zeigen Sie hier genau auf, welche Finanzierungen Sie zu welchen Konditionen anstreben. Da diese Zahlen als Grundlage für alle weiteren Berechnungen wie beispielsweise Zins- und Tilgungsplan, für die Rentabilitätsberechnung und die Kosten und Liquiditätsplanung dienen, empfiehlt es sich, vorher ein konkretes Angebot einzuholen.

Das Thema Fördermittel bzw. die Auswahl des richtigen Finanzierungsmodells sowie die Darstellung im Businessplan ist eine Hürde, an der viele scheitern. Holen Sie sich deshalb die Hilfe von Profis und nehmen Sie Kontakt mit uns auf. Wir haben nicht nur den Zugang zu sämtlichen staatlichen Fördertöpfen, wir helfen Ihnen auch bei der Auswahl der optimalen Finanzierung für Ihr Vorhaben.

**Umfang des Kapitels:** Je nach Umfang der jeweiligen Informationen 1 – 4 Seiten.

**Folgende Leitfragen sollten Sie in diesem Punkt beantworten:**

Wie hoch ist Ihr Eigenkapital?

Wie hoch ist Ihr Fremdkapital?

Haben Sie Beteiligungsgeber, wenn ja in welchem Umfang?

Welche Förderprogramme kommen für Ihr Vorhaben in Frage?

Was können Sie leasen und zu welchen Konditionen?

## 9

### Ihre Finanzierungsplanung

In diesem Kapitel Ihres Businessplans geht es um die Planung der Anfangs-Investitionen Ihres Unternehmens sowie alle weiteren einmaligen Ausgaben. Die Summe gibt darüber Aufschluss, wie viel Kapital Sie benötigen, um mit Ihrem Vorhaben zu starten.

Achten Sie unbedingt darauf, Ihre Zahlen so fundiert wie möglich zu planen. Es hat sich bewährt, für die Berechnung der einzelnen Investitionen konkrete Angebote einzuholen und Sie in den Businessplan zu integrieren. Im Folgenden einige Beispiele für Investitionen und Kosten, die Sie in diesem Kapitel berücksichtigen können:

- Die Gründungskosten
- Fahrzeuge



- Beraterkosten (Steuerberater, Businessplan-Kosten, Gründungsberatung, etc.)
- Maschinen und Werkzeuge
- Material- und Warenausstattung
- Büroausstattung
- Lager
- PC/Drucker/Fax
- Software
- Einmalige Raumkosten (Kautions, Kaufkosten, Provisionen, Gebühren)
- Werbemittel (Webseite, Prospekte, Briefpapier, etc.)
- Werbung und Werbemaßnahmen zur Eröffnung
- Betriebsmittel in der Startphase

**Umfang des Kapitels:** Je nach Umfang der jeweiligen Informationen 1 – 4 Seiten.

**Folgende Leitfragen sollten Sie in diesem Punkt beantworten:**

- Wie hoch ist der Gesamtkapitalbedarf für Anschaffungen und Vorlaufkosten für Ihren Unternehmensstart incl. einer Liquiditätsreserve und einer Anlaufphase von 6 Monaten?
- Wie hoch sind die Kosten für langfristige Investitionen?
- Wie hoch sind die Kosten für mittel- und kurzfristige Investitionen?
- Wie hoch sind die Gesamtkosten aller Betriebsmittel?
- Wie hoch sind die Gründungskosten?

## 10

## Ihre Rentabilitätsplanung

Dieses Kapitel Ihres Businessplans ist das Kontrollinstrument, ob ihr Vorhaben langfristig rentabel ist und Gewinn (in welcher Höhe) erwirtschaften kann. Um diese Ertragsvorschau realistisch zu erstellen, wird zunächst eine konkrete **Kostenplanung** erstellt. Ermitteln Sie dazu alle laufenden Kosten pro Monat bzw. Jahr. Achten Sie darauf, dass Sie nicht nur die jeweiligen Summen aufführen, sondern auch genau darlegen, wie sie sich errechnet haben. Holen Sie dazu im Vorfeld die entsprechenden Angebote ein, damit die Zahlen so realistisch wie möglich sind. Achten Sie darauf, Ihre Fixkosten gerade in der Startphase so niedrig wie möglich zu halten. Erstellen Sie daraus eine Planung für die nächsten 3 Jahre.

**Hier einige Beispiele wichtiger Betriebskosten:**

- Betriebliche Versicherungen
- Abschreibungskosten
- Werbekosten
- Raumkosten
- Personalkosten
- Büromaterial/Porto
- KFZ Kosten
- Reparaturen/Instandhaltung
- Gebühren und Beiträge
- Buchhaltungskosten
- Steuerberatungskosten
- Rechts- und Beratungskosten
- Telefon/Internet/ Mobiltelefon
- Reisekosten
- Weiterbildungsmaßnahmen, Seminare

Im zweiten Schritte geht es dann darum, anhand der Daten aus der Markt- und Wettbewerbsanalyse eine realitätsnahe **Umsatz-Prognose** zu erstellen. An dieser Stelle tun sich viele Existenzgründer schwer, weil sie in der Regel über keine Erfahrungswerte verfügen. Hier sollten Sie jedoch nichts dem Zufall überlassen, denn die Umsatz-Planung ist ein entscheidender Punkt Ihres Businessplans. **Empfehlenswert ist an dieser Stelle, auf die Hilfe von Profis zurückzugreifen. Gerne unterbreiten wir Ihnen ein individuelles Angebot.**

Um eine realistische Umsatzplanung zu erstellen, sind fundierte betriebswirtschaftliche Kenntnisse nötig, ein Geschick im Umgang mit Branchenzahlen sowie eine realistische Einschätzung Ihres Marktes in Punkt 5. Achten Sie bei der Planung unbedingt darauf, die Umsätze eher vorsichtig statt zu optimistisch zu planen.

Wenn Sie Ihre Kosten und die Umsatzzahlen kennen, können Sie nun daraus die Rentabilität errechnen. Ziehen Sie dazu die Kosten von den Umsätzen ab und errechnen daraus den Gewinn vor Steuern. Diese Ertragsvorschau zeigt ihnen nun, ob sich Ihr Vorhaben lohnt.

**Umfang des Kapitels:** Maximal 1-2 Seiten.

**Folgende Leitfragen sollten Sie in diesem Punkt beantworten:**

- Wie hoch schätzen Sie die Kosten für die nächsten 3 Jahre?
- Wie hoch schätzen Sie den Umsatz für die nächsten 3 Jahre?

## 11

### Ihre Szenarioplanung

Dieses wichtige Kapitel fehlt in vielen Businessplänen, obwohl es ein wichtiger Bestandteil ist. In der Szenarioplanung werden verschiedene Szenarien gegeneinander durchgespielt, um zu sehen wie viel finanzieller Spielraum tatsächlich vorhanden ist. Gerade für Investoren, Banken und Fördermittelstellen ist dieser Punkt des Businessplans entscheidend. Rechnen Sie dazu folgende 3 Szenarien durch:

**Der Normalfall** (normal case): Wenn alles so läuft, wie geplant (die Zahlen ihres Businessplans)

**Der Optimalfall** (best case): Wenn alles um 10 % besser läuft.

**Der schlechteste Fall** (worst case): Wenn alles um 20 % schlechter läuft.

## 12

### Ihre Liquiditätsberechnung

In diesem Kapitel Ihres Businessplans geht es darum, die Liquidität Ihres Unternehmens zu jedem Zeitpunkt zu sichern. Dazu erfassen Sie alle Geld Ab- und Zuflüsse mit dem jeweils genauen Zahlungszeitpunkt und stellen Sie einander gegenüber. Gerade in der Startphase eines Unternehmens kommt es oft vor, dass die Auszahlungen größer sind als die zu erwartenden Einnahmen. Diese Differenz muss mit entsprechenden Krediten abgedeckt werden.

Der Sinn einer Liquiditätsplanung ist, dass Sie zu keinem Zeitpunkt Ihrer Tätigkeit in Zahlungsschwierigkeiten kommen. Um frühzeitige Lücken zu erkennen und entsprechend reagieren zu können, müssen Sie diese Zahlen permanent im Blick haben. Deshalb wird die Liquiditätsplanung in der Regel monatlich für mindestens 2 Jahre geplant. Dadurch erhalten Sie einen monatlichen Liquiditätssaldo, der die monatliche Differenz zwischen Einnahmen und Ausgaben beziffert.

## Ihre Liquiditätsberechnung

Um einen Aufschluss über die Entwicklung der Liquidität ihres gesamten Vorhabens zu erhalten, sollten Sie auch einen kumulierten Liquiditätssaldo errechnen.

**Umfang des Kapitels:** Maximal 2 Seiten.

**Folgende Leitfragen sollten Sie in diesem Punkt beantworten:**

- Wie hoch schätzen Sie die monatlichen Einnahmen?
- Wie hoch schätzen Sie die monatlichen Kosten?
- Wie hoch schätzen Sie die Investitionskosten?
- Wie hoch schätzen Sie den monatlichen Kapitaldienst (Zins und Tilgungszahlungen)?
- Wie hoch sind Ihre Liquiditätsreserven?