

Von der Geschäftsidee zum Businessplan

A white lighthouse stands on a grassy hill under a clear blue sky. The lighthouse is a tall, cylindrical tower with a red lantern room at the top. The foreground is filled with dry, golden-brown grasses and low-lying shrubs. The overall scene is bright and clear.

XING Oberen Zürichsee 26. Januar 2012

IFJ Institut für Jungunternehmen AG Simon May +41 (71) 242 98 98
St. Gallen Zürich Lausanne betr. oec. FH, Exec. MBAinfo@ifj.ch
Mitglied der Geschäftsleitung www.ifj.ch

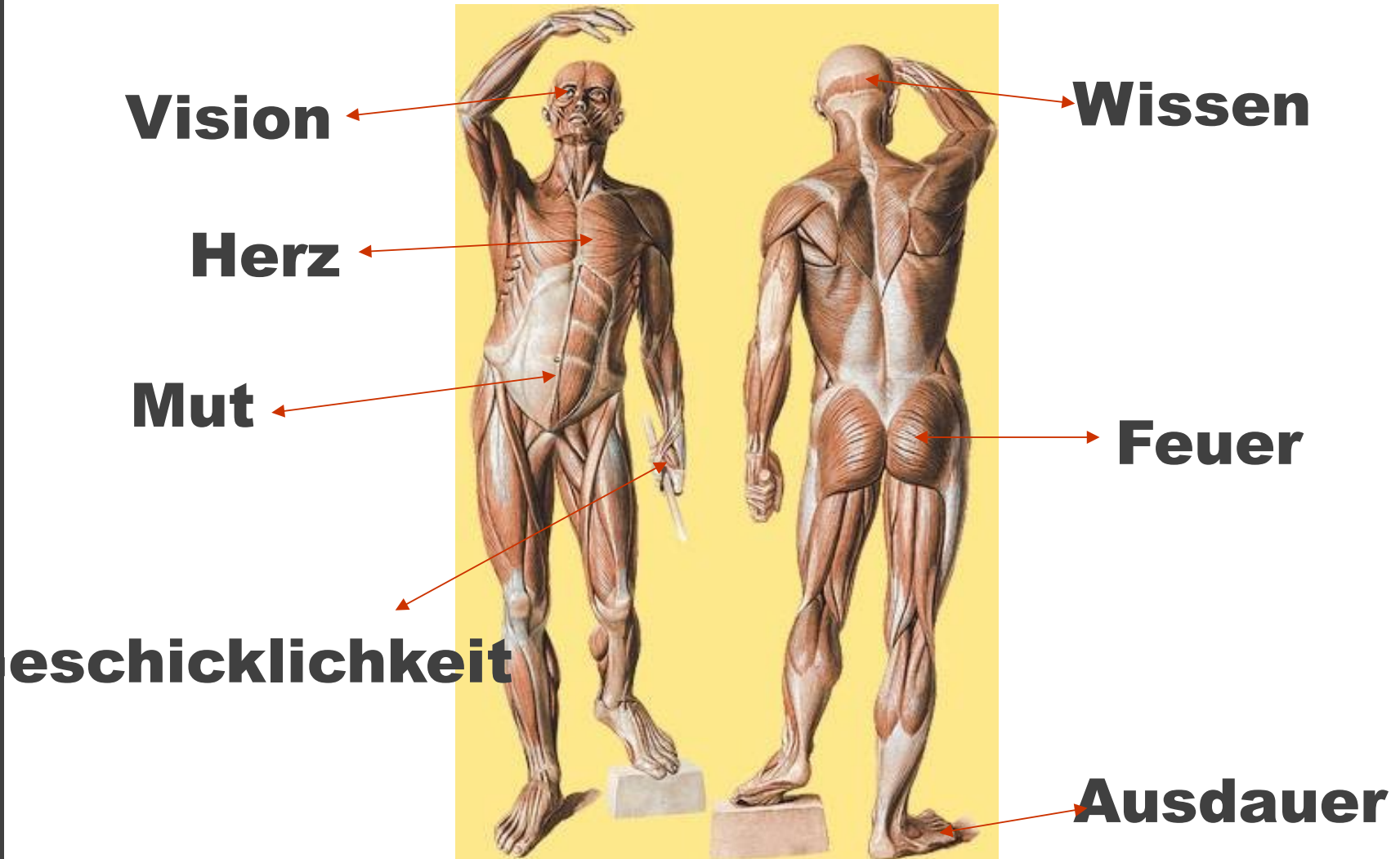
Euer Referent: Simon May

- Studium an der FHS Fachhochschule für Wirtschaft St. Gallen (ehem. HWV) mit den Vertiefungen Controlling und International Management zum **Betriebsökonom**.
- Weiterbildung zum **Exec. MBA** an der FH und Universität St. Gallen mit Spezialisierung Dienstleistungsmanagement bei Prof. Dr. Urs Füglistaller (Institut KMU HSG).
- **Seit 2002** in der Startup-Szene tätig.
- Als Mitglied der Geschäftsleitung beim IFJ verantwortlich für **Key Accounts, Partnerschaften**, das **Startup Supportcenter**, **Firmengründungen** und **Startimpuls**, die grösste Referats- und Networking Plattform der Schweiz, (121 Events, 8'500 Teilnehmende p.a.).
- **Aus- und Weiterbildungen** von Unternehmern sowie **Referate** im In- und Ausland.
- Freizeit: **Familie** und **Regatta-Segeln** in einem Sportboot-Team.

Auswahl aktueller Schweizer top Startups



Anatomie eines Gründers



Was ist ein Businessplan?

ein Dokument, das in der **Planungsphase** Ausgangslage, Strategie und Umsetzung der Strategie strukturiert und nachvollziehbar erläutert

▪

•ein Dokument, das in der **Umsetzungsphase** als «Richtschnur» oder als «Leitplanke» für die unternehmerische Tätigkeit dient

▪

•ein Dokument, das die **finanziellen Konsequenzen** des Vorhabens aufzeigt und einen Anhaltspunkt zur **Realisierbarkeit** bietet

▪

•hebt die **Stärken und Chancen** eines Vorhabens heraus, weist auf **Schwächen und Risiken** hin

Anforderungen an den Businessplan

Der Businessplan zeigt das Projekt im Überblick:

- **präzise Darstellung, hoher Konkretisierungsgrad**
- **knappe** Darstellung: ca. 8 bis 30 Seiten + Anhang
- **Fokussierung, Stringenz**
- **aussagekräftig** und **schlüssig**
- Entwicklungen sind **begründet** (z.B. Planzahlen)
- **Empfängerorientierung**

Empfängergruppen und Anforderungen

Strategische Partner

- Exklusivität
- Synergien
- Wachstumspotential

GL / VR

- hohe Erfolgchancen
- Profilierungspotential
- Synergien / Fit Gesamtstrategie

Investoren (BA, VC)

- IPR
- Exit über Trade Sale
▪ oder IPO
- geschütztes und skalierbares Business
- Modell

Bank / Kreditgeber

- Sicherheiten
- Kreditwürdigkeit
- Kreditfähigkeit

Wirtschafts- förderung / Behörden

- Schaffung Arbeitsplätze
- Profilierungspotential
- geringe Konkurrenz

Merksatz zum Businessplan

Businessplan-Adressaten stellen folgende Fragen:

Was soll es?

▪

▪ Was bringt es?

▪

▪ Was kostet es?

Fazit:

**Ein Businessplan ist so gut,
wie Sie diese Fragen
beantworten und belegen
können!**

Robert Heller (amerik. Autor)

All good management is
teh expression of one
great idea.

Die Geschäftsidee

GELD

Geld verdienen
Geld sparen

SICHERHEIT

Kein Risiko
Kein Ausfall
Schlüsseltermine einhalten

BEQUEMLICHKEIT

Belastungen und tägliche
Arbeiten vermeiden
Konzentration auf
Kernkompetenzen

STATUS

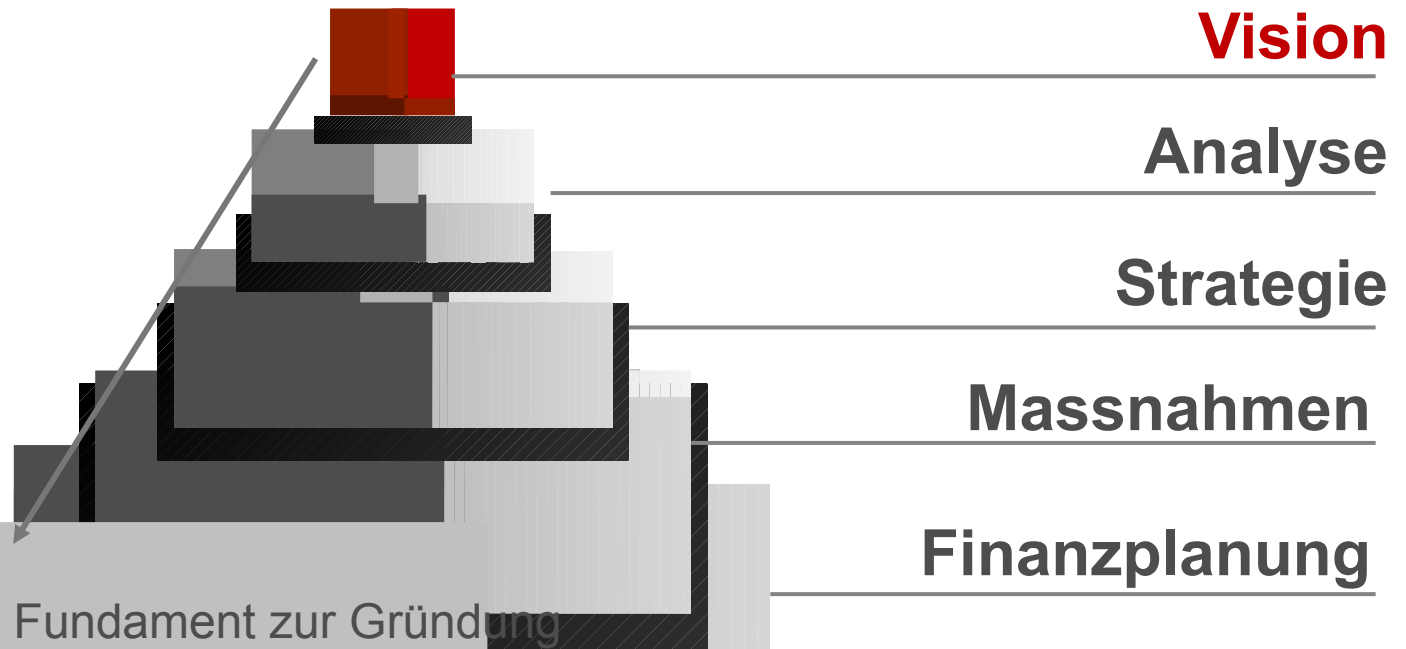
Image
Macht
Anerkennung

Wayne Gretzky

(erfolgreichster Hockeyspieler aller Zeiten)

Because I go where the puck will be – and not where it actually is.

Die Vision



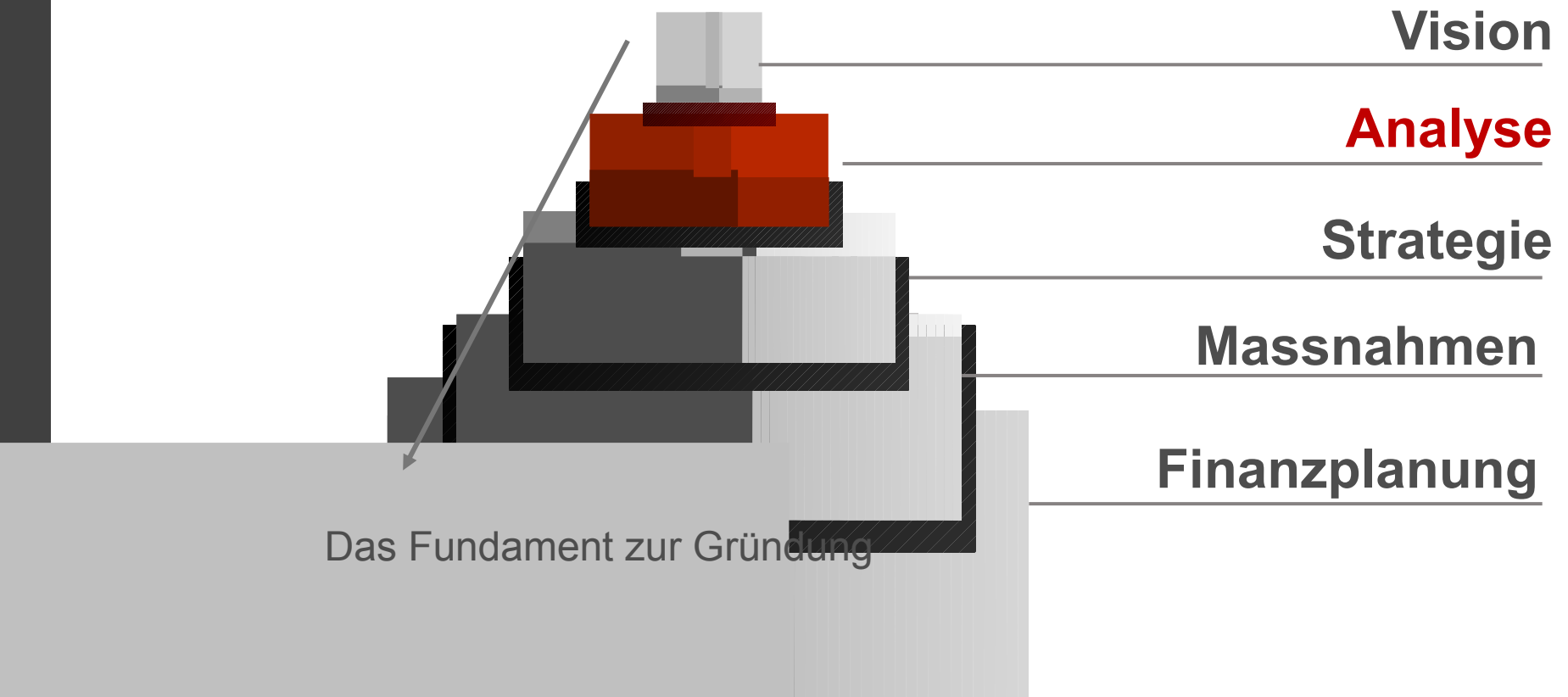
Die Vision: kurz und knapp

«Im Jahr 2020 sind wir mit unserem
(**Schlüsselangebot**) für unseren
(**Traumkunden**)
im (**geographischen Markt**) mit (**Anzahl**)
Mitarbeitern der klare Weltmeister, weil wir
gegenüber (**unserem direktesten**
Mitbewerber) absolut einzigartig sind mit
(**unseren Vorteilen**
1., 2., 3.).»

Anton Bruckner (österr. Komponist)

Wer hohe Türme bauen
will, muss lange beim
Fundament verweilen.

Die Analyse



Marktanalyse

**Kundengruppe
n und deren
Bedürfnisse**

Marktpotential

Markttrends

Arbeitsmarkt

SWOT

-

Konkurrenz

Chancen und Gefahren

**Lieferanten /
Kapitalgeber**

**Technische,
ökologische,
rechtliche und
politische
Trends**

**Wirtschaftlich
e Trends**

Analyse eigener Ressourcen

**Leistung und
Angebot**

Marktbearbeitung

Marktkennntnis

**Organisation /
Führung**

SWOT

-

Fertigung

Stärken und Schwächen

Einkauf

Infrastruktur

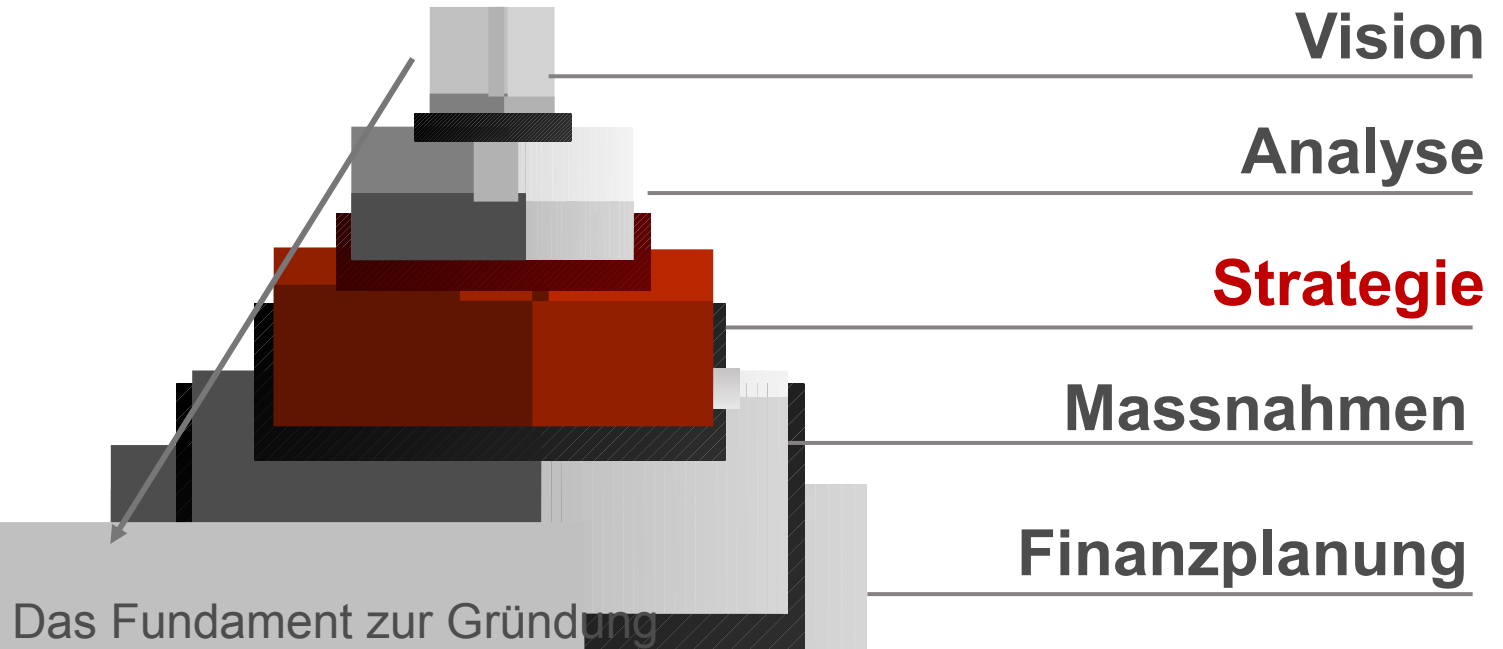
Finanzen

Peter Drucker

(amerik. Wirtschaftswissenschaftler & Autor)

The greatest danger in times of turbulence is not the turbulence; it is to act with yesterday's logic.

Die Strategie



Strategie

Strategie die; -,...ein <gr.-lat. (fr.)>: **genauer Plan** des eigenen **Vorgehens**, der dazu dient, ein militärisches, politisches, psychologisches o.ä. **Ziel** zu erreichen, in dem man diejenigen **Faktoren**, die in die eigene Aktion hineinspielen können, von **vornherein einzukalkulieren** versucht.

© Duden 5, Das Fremdwörterbuch. 7. Aufl. Mannheim 2001

Business Modell

Das Business Modell setzt sich aus folgenden Elementen zusammen:

Nutzenversprechen: Welchen Nutzen stiftet das Unternehmen/Produkt?

·

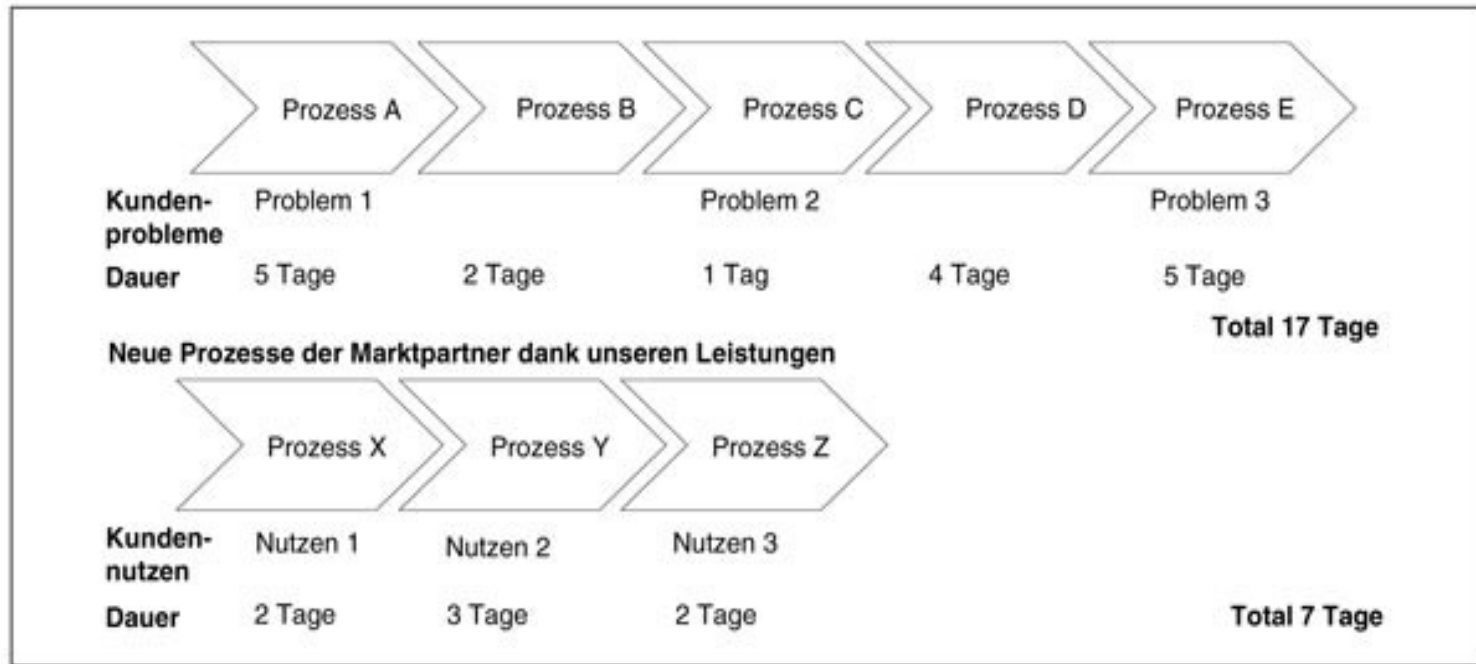
· **Architektur der Wertschöpfung:** Wie wird Leistung in welcher Konfiguration generiert? Welche Leistungen auf welchen Märkten?

·

· **Ertragsmodell:** Wodurch wird Geld verdient? Wer bezahlt wann und für was?

Business Modell: Beispiel

Business Modell: Vergleich



Auf welchen Gewässern segelst Du?



os oder KMU haben meistens nur **ein bis maximal zwei strategische Geschäftsfelder**. Anzeichen, dass es mit unterschiedlichen **SGF** zu tun hast:

- Du sprichst völlig **unterschiedliche Zielgruppen** mit grundverschiedenen Bedürfnissen an.
- Für die einzelnen Teilmärkte oder Produkte-Verwender-Segmente werden **heterogene Produkte/Leistungen** angeboten.
- Für die Bearbeitung müssen **unterschiedliche Ressourcen** (Personal, Maschinen, Know-how etc.) zur Verfügung gestellt werden.

In den Strategischen Erfolgspositionen (SEP) liegt das Erfolgsgeheimnis

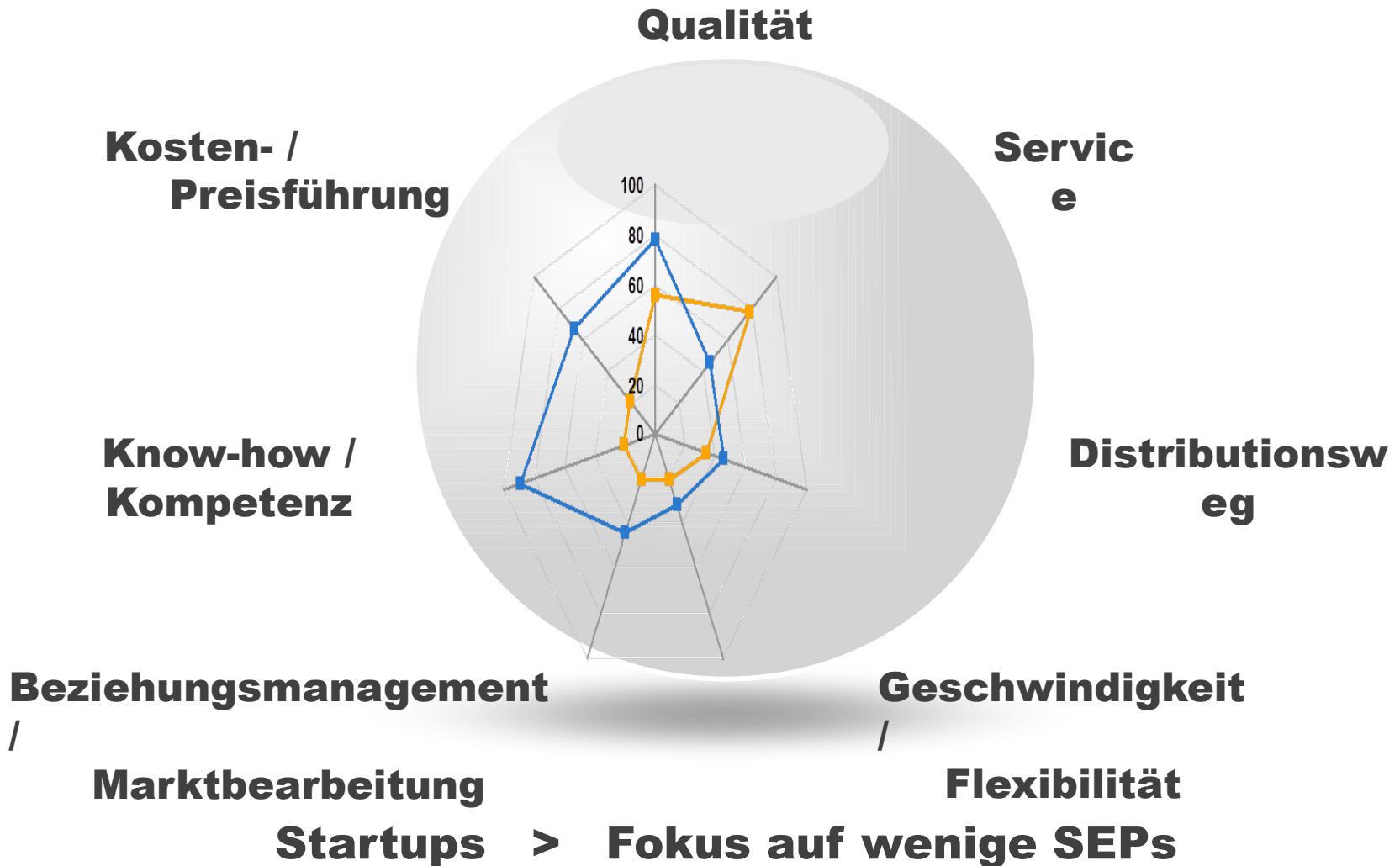
SEP:

Eine in einem Unternehmen durch den Aufbau von wichtigen und **dominierenden Fähigkeiten** bewusst geschaffene **Voraussetzung**, die es diesem Unternehmen erlaubt, im **Vergleich zu den Mitbewerbern langfristig überdurchschnittliche Ergebnisse** zu erzielen.

(Definition nach Cuno Pümpin)

Synonyme: Komparative Konkurrenzvorteile – Strategische Wettbewerbsvorteile – Kernkompetenzen – etc.

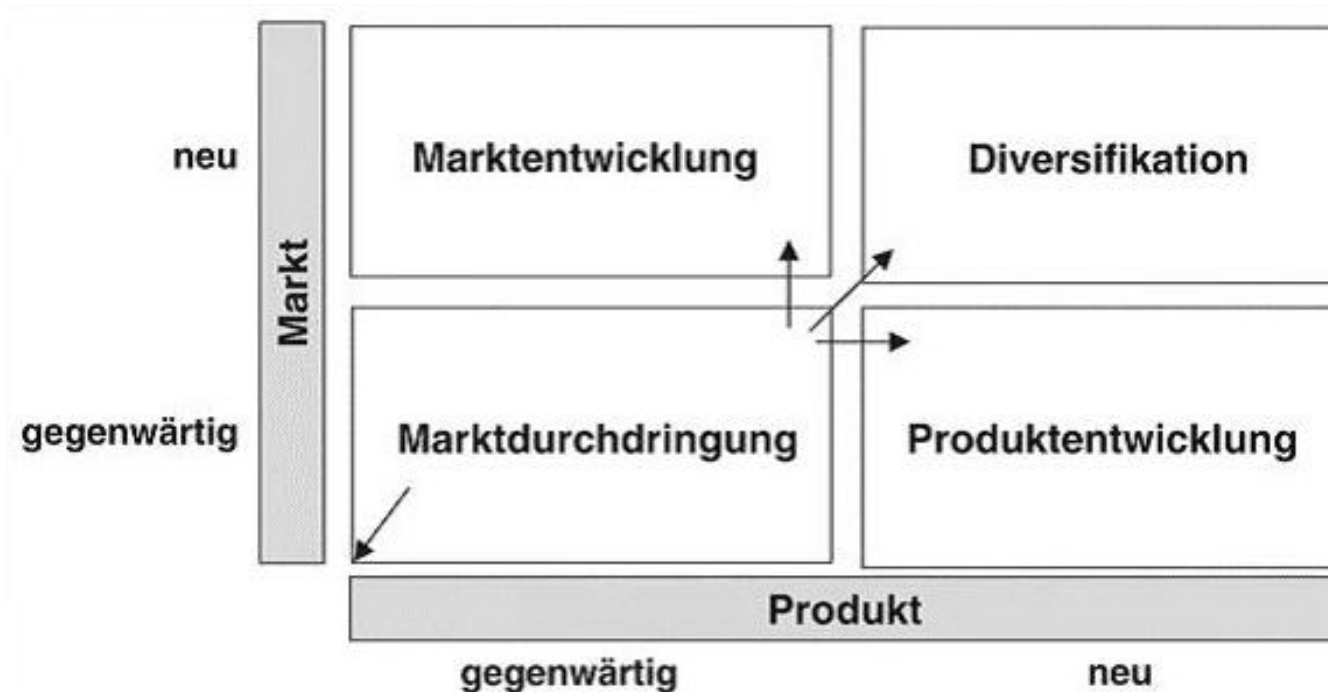
SEP-Bereiche



Strategieentwicklung 1/3

Produkt-/Markt-Strategien

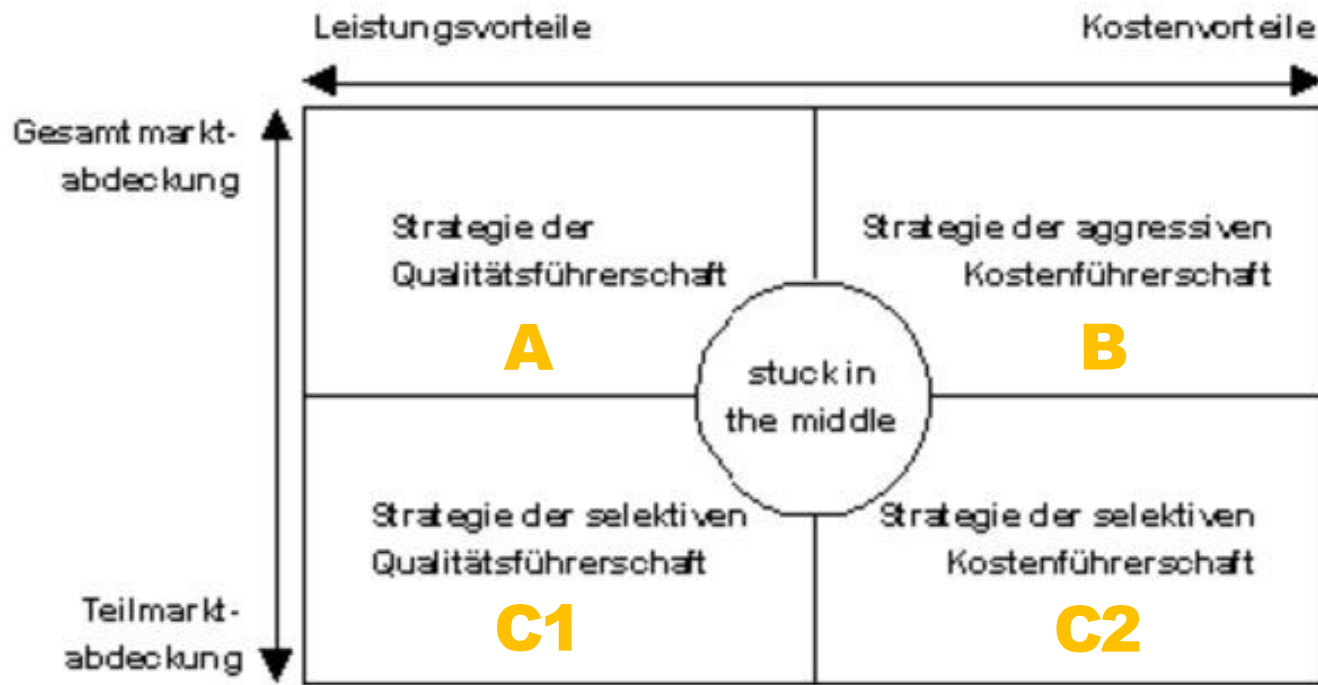
Systematisierte Wachstumsstrategien nach Ansoff.



Strategieentwicklung 2/3

Wettbewerbsstrategien

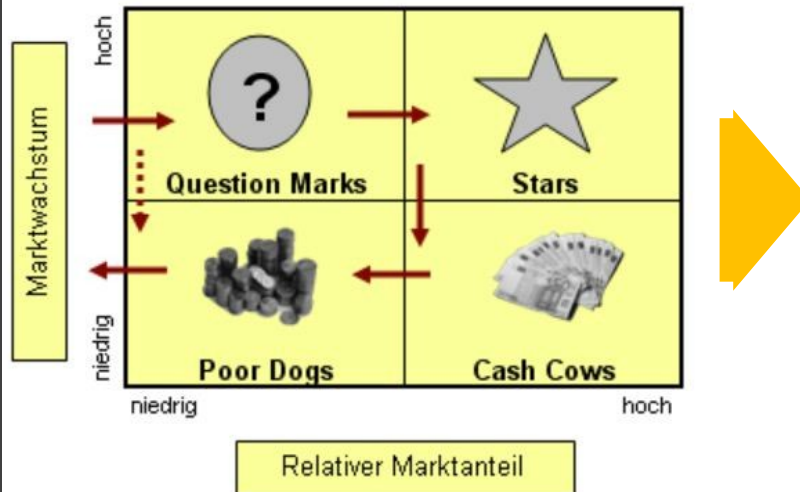
Drei in sich geschlossene Strategiegruppen welche die Bedingungen einer Branche widerspiegeln nach Porter



Strategieentwicklung 3/3

Normstrategien

Aufgrund der Marktwachstums-/Marktanteils-Matrix können vier Normstrategien abgeleitet werden.



	Zielvorstellung (rel. Marktanteil)	Ressourceneinsatz	Risiko
Stars	halten / leicher Ausbau	hoch, Reinvestition des Cash-Flows	akzeptieren
Cash Cows	halten / leicher Ausbau	gering, nur Rationalisierungs- und Ersatzinvestitionen	einschränken
Dogs	Abbau	minimal, Verkauf bei Gelegenheit, evt. Stilllegung	stark reduzieren
Question Marks	selektiver Ausbau	hoch, Erweiterungsinvestitionen	akzeptieren
	Abbau	Verkauf	einschränken

Top-down vs. Bottom-up

Top-down

Handymarkt ist 50 Mia. \$

Wir haben 1 %
Anteil

500
Mio.

2 Mio.

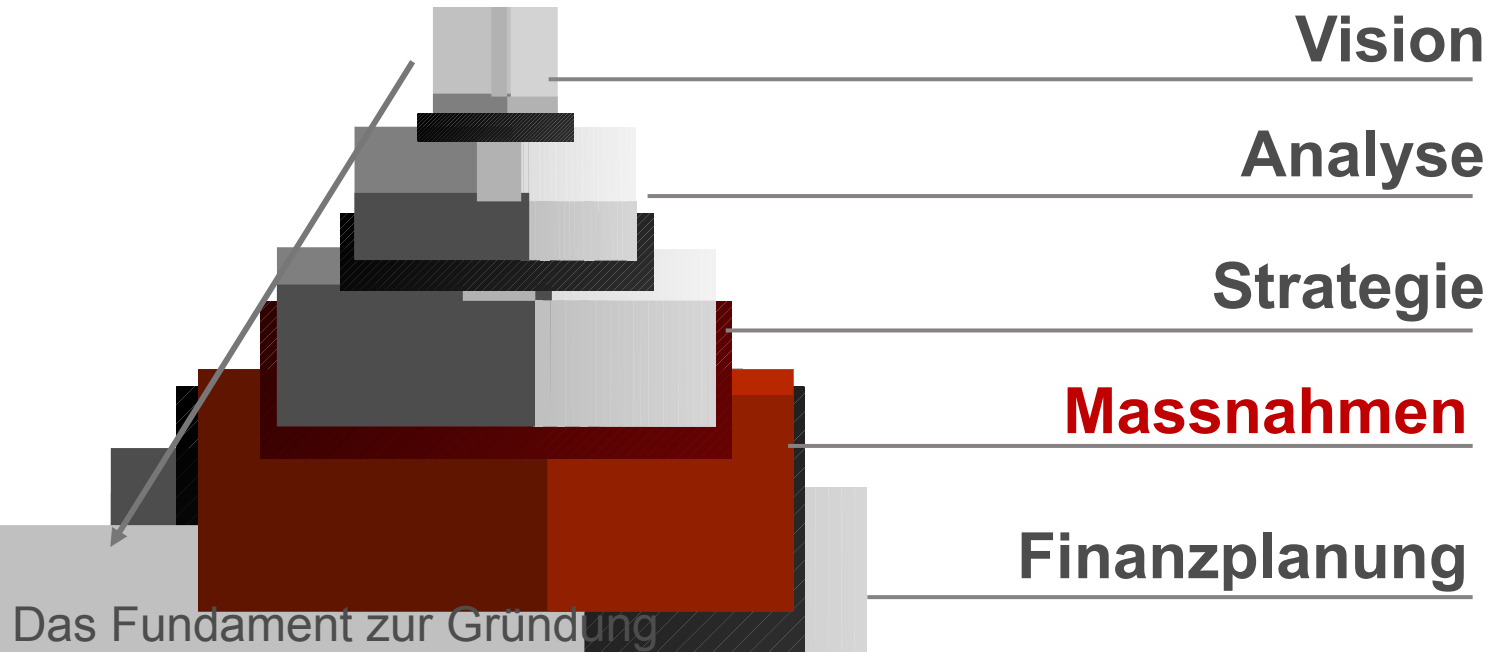
Marktkäufer

Bottom-up

Gerhard R. Wolf (deutsch. Manager)

Visionen ohne Aktionen
sind Halluzinationen.

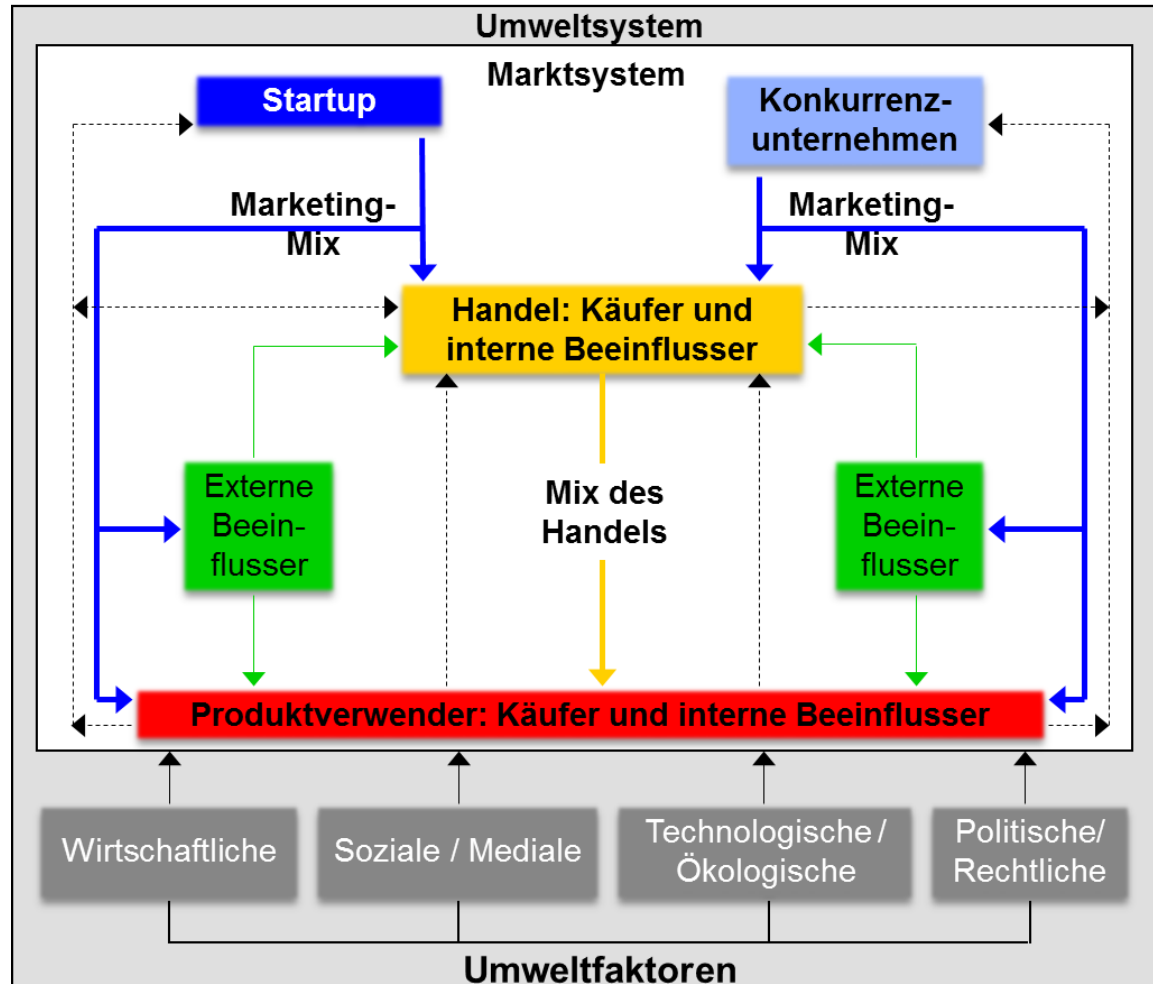
Die Massnahmen



Das Marktgeschehen als System

Wer ist unsere Zielgruppe?

- Nachfrage
- Marketing-Massnahmen der Unternehmen und des Handels
- Wirkung der externen Beeinflusser



Auswahl an Massnahmen

Interne Instrumente:

Infrastruktur (z. B. Swisscom Sorglos-Paket),
Anlagevermögen (Mobilien, Immobilien), **Personal**
und **Projekte** (Innovation, Zertifizierung etc.)

·

·**Externe Instrumente:**

·**Verkauf** (Verkaufsförderung, Key Accounting, Kundenbindung, CRM etc.) und **Marketing** (Pricing, Konditionen, Werbung, PR, Messen, Events, DM, Distribution, Zusatzleistungen, Multichannel etc.)

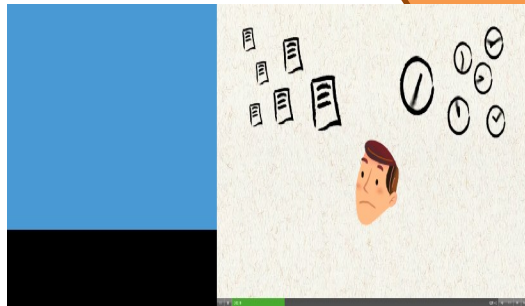
·

Genial einfache Firmengründung mit dem IFJ

- Online-Firmengründung **GmbH** und **AG**
- **Kompetentes Notariat** mit Juristen und Notaren
- **Bonuspaket** mit Spar-Angeboten engagierter Partner
- **100 % Sicherheit**

Aus welchen Gründen Du entscheidest, hier gründest Du richtig: www.firmen-gruendung.ch

Buchhaltungs- und Business Software: AbaWeb von ABACUS für Startups



Onlineshop

Kundendaten (CRM)

Offerten und Rechnungen

Kundenzahlungen

Vorteile:

- Automatisierung
- tiefere Treuhandkosten
- Zugriff von überall
- ausbaubar
- ab CHF 50 / Mt.

Weitere Bereiche:

- Lieferanten
- Lohnbuchhaltung
- Bankverkehr

(Finanz-)Buchhaltung

Die 4P des Marketing

Doodle®



Product

Price

Promotion

Place



DELL™

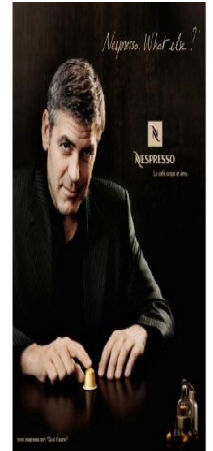
Die 4P des Marketing



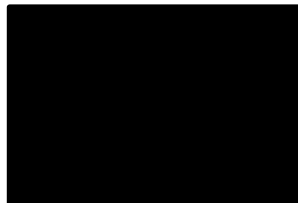
Product



Place



Promotion

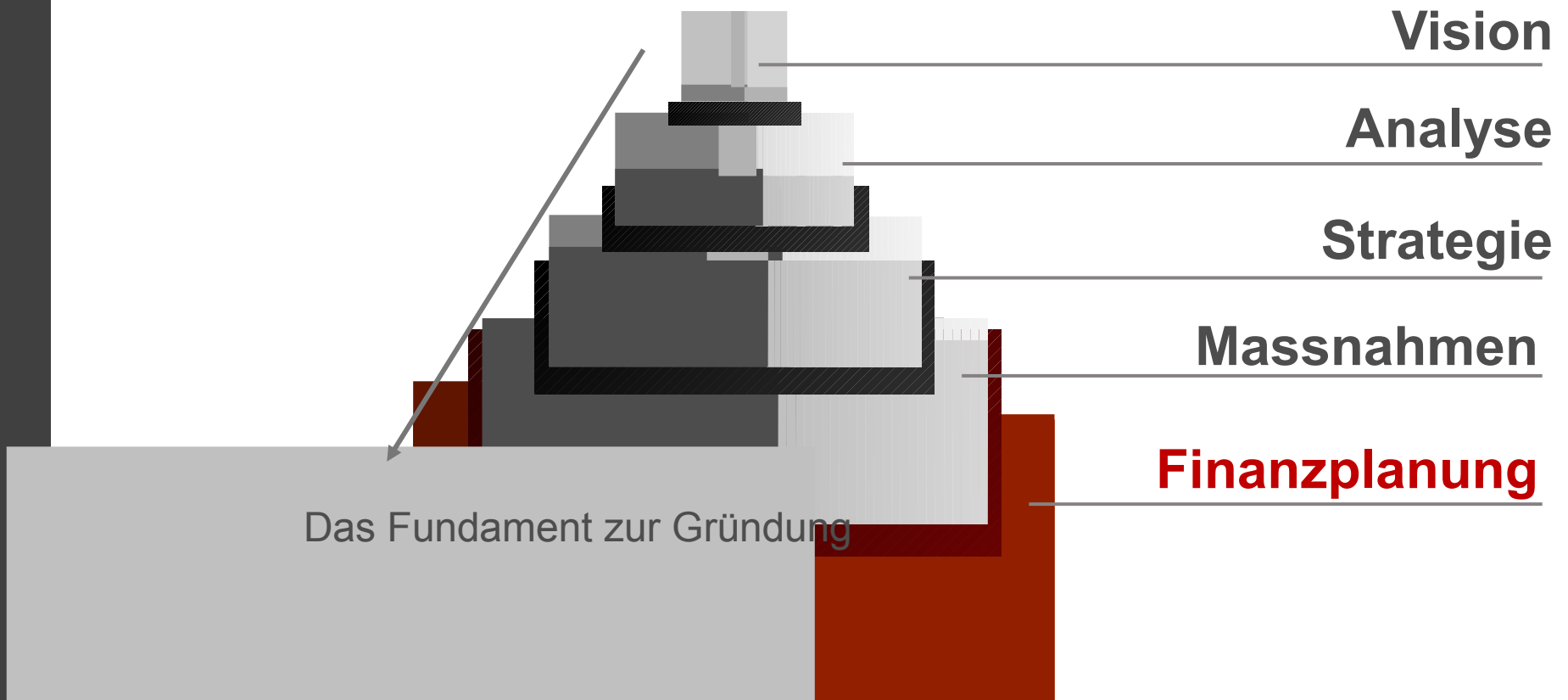


**Nachfrage
trotz/wegen
hohem Preis**

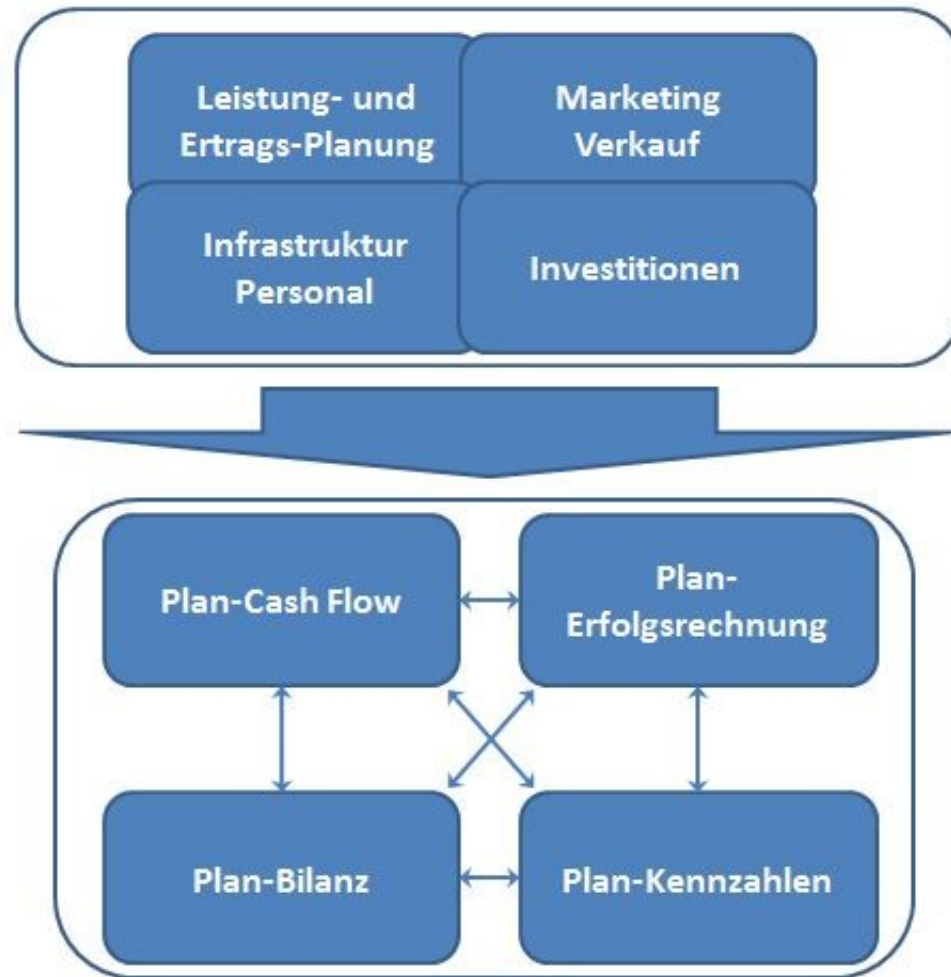
Emil Gött (deutsch. Schriftsteller)

Man kann erst steuern,
wenn man Fahrt hat.

Die Finanzplanung



Zusammenspiel im Businessplan



Die Bilanz

Mittelverwendung (A)

Bilanz per ...

Mittelherkunft (P)

- | |
|--|
| Umlaufvermögen
Liquide Mittel
- (Kasse, Post, Bank)
- Debitoren
- Vorräte, Patente |
|--|

Total Umlaufvermögen

- | |
|---|
| Anlagevermögen
- Mob. Sachanlagen
- Finanzanlagen
- Immaterielles AV
- Aktivierte Kosten, n. einb. AK |
|---|

Total Anlagevermögen

> **Momentbetrachtung**

Kurzfristiges Fremdkapital

- Kreditoren, Rückstellungen
- Bankschulden

Langfristiges Fremdkapital

- Darlehen
- Obligationenanleihen
- Hypotheken

Total Fremdkapital

- Aktienkapital (einbezahltes)
- Reserven
- Gewinn / Gewinnvortrag

Total Eigenkapital

Die Erfolgsrechnung

Aufwand

(Vom ... bis ...)

Ertrag

Aufwand	Ertrag
Material- und Warenaufwand	Erlöse aus Lieferungen und Leistungen
Allgemeine sonstige Betriebsaufwände <ul style="list-style-type: none">- Löhne- Miete, Zinsen- Abschreibungen- etc.	Sonstige betriebliche Erlöse
Jahresergebnis (Gewinn)	Betriebsfremde Erträge
Total x	Ausserordentliche Erträge
	Total x

> **Betrachtung über eine bestimmte Periode**

Cash Flow-Statement

«Champagner wird erst bei Zahlungseingang geöffnet und nicht schon bei der Bestellung!»

Liquiditätswirksamer Ertrag (Warenertrag)

- Liquiditätswirksamer Aufwand (z. B. Material, Personal, Zinsen, Steuern)

= **Cash Flow Europa (Kerngeschäft; direkte Berechnungsmethode)**

> buy low – sell high

Cash Flow Europa

-/+ Zu- oder Abnahme Debitoren

-/+ Zu- oder Abnahme Lager

+/- Zu- oder Abnahme Kreditoren

= **Cash Flow USA (operative Tätigkeit > Selbstfinanzierungspotential)**

> collect early – pay late

- Investitionen ins Anlagevermögen

+ Desinvestitionen ins Anlagevermögen

= **Cash Flow aus Investitionstätigkeit**

Cash Flow USA

+ Cash Flow aus Investitionstätigkeit

= **Free Cash Flow**

+ Finanzierung

- Definanzierung

= **Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit**

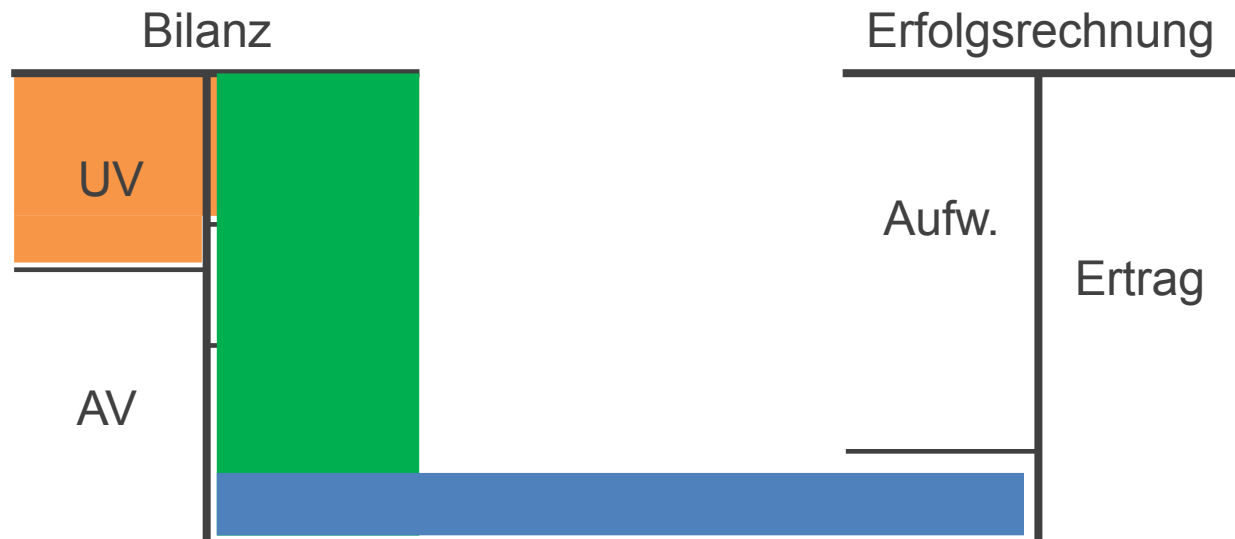
Cash Flow USA

+ Cash Flow aus Investitionstätigkeit

+ Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit

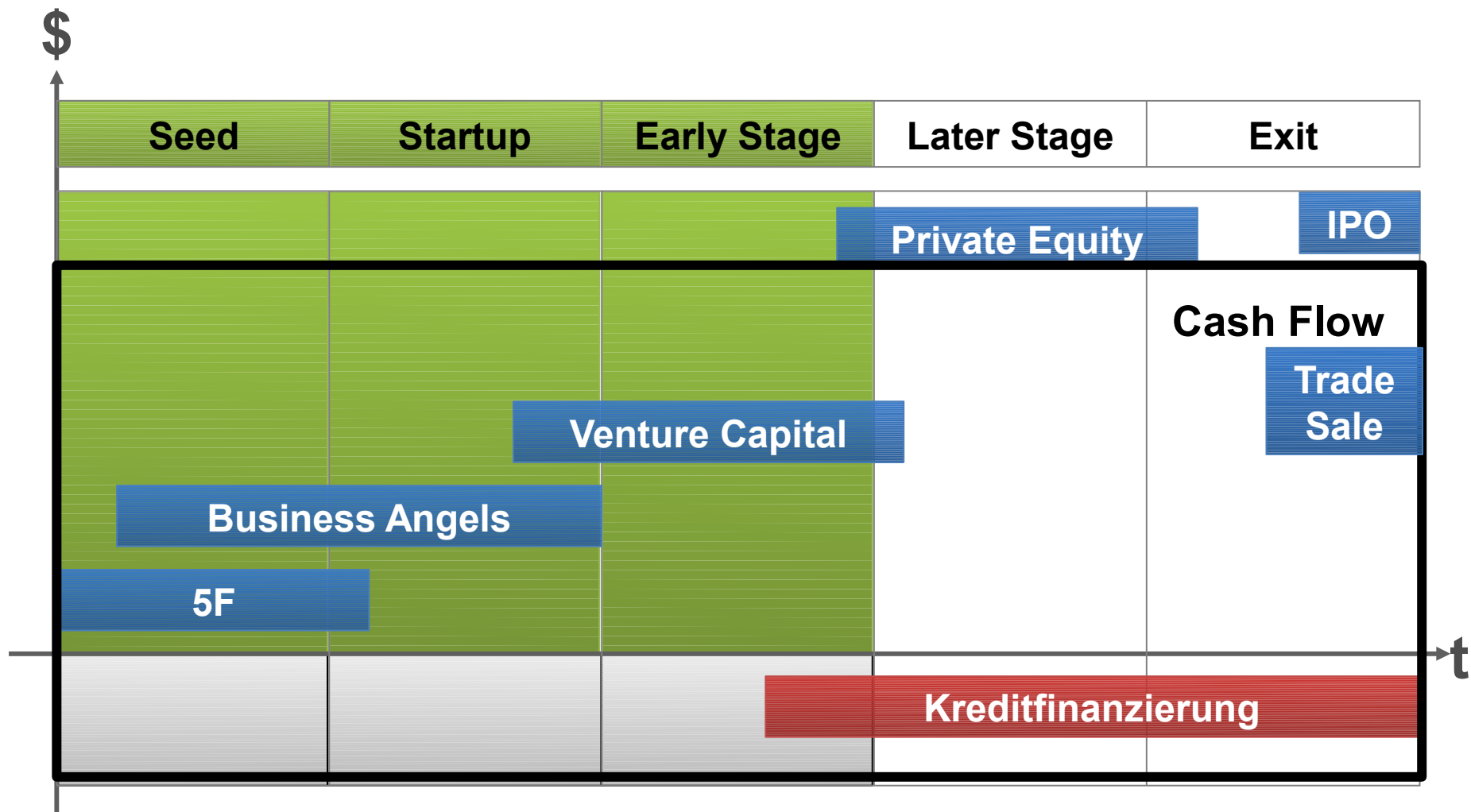
= **Veränderung der flüssigen Mittel (Fonds)**

Kennzahlen: Weniger ist mehr



- > Liquidität (z.B. Liqu.grad II $[Geld+Deb./k.FK]$ 100 %; NUV)
- > Stabilität (z.B. Eigenfinanzierungsgrad $[EK/GK]$ 35 %, Anlagedeckungsgrad II = Goldene Bilanzregel $[EK+I.FK/AV] > 100 \%$)
- > Rentabilität (z.B. ROI $[EBIT/GK]$; ROE $[EBIT/EK]$)

Finanzierungsarten



Verlust Gewinn

Meine 3 Tipps für Dich

Business Navigator: Get your Businessplan
> www.business-navigator.ch

Online Firmengründung: Get your
Company
> www.firmen-gruendung.ch

Startimpuls: Get know-how and contacts
> www.ifj.ch/startimpuls

René Descartes

(franz. Philosoph & Mathematiker)

Fragen sind der
Weisheit Anfang



**Ideen sind wie Kinder –
die eigenen sind die besten**



Viele Erfolge beim Startup!



IFJ Institut für
Jungunternehmen
St. Gallen Zürich
Lausanne

