

Businessplan

Name der Firma

**Strasse
PLZ, Ort**

Autor(en)

Version

Datum

Diese Mustervorlage wurde von der Zürcher Kantonalbank mit geschäftsüblicher Sorgfalt erstellt und ist für eine Verwendung im Zusammenhang mit der Zürcher Kantonalbank vorgesehen. Die Zürcher Kantonalbank bietet jedoch keine Gewähr für deren Richtigkeit und Vollständigkeit und lehnt jede Haftung für Schäden ab, die sich aus der Verwendung dieser Vorlage gegenüber Dritten ergeben.

Inhaltsverzeichnis

1.	ZUSAMMENFASSUNG	3
1.1.	Geschäftsidee / Hintergrund	3
1.2.	Vision / Marktposition	3
1.3.	Produkt / Dienstleistung	3
2.	ANALYSE	3
2.1.	Konkurrenzanalyse	3
2.1.1	Wichtigste Konkurrenten	3
2.1.2	Konkurrenzprodukte	3
2.1.3	Verhandlungsmacht der Lieferanten	3
2.1.4	Verhandlungsmacht der Kunden	3
2.2.	SWOT und Erkenntnisse	3
3.	STRATEGIE	3
3.1.	Marktprioritäten / Zukunftsmärkte	3
3.2.	Kunde	3
3.3.	Partner	3
3.4.	Wirtschaftliche Ziele	3
4.	MASSNAHMEN	4
4.1.	Marketing-Massnahmen	4
4.1.1	Marktsegmentierung	4
4.1.2	Produktstrategie	4
4.1.3	Preisstrategie	4
4.1.4	Verkauf/Vertrieb	4
4.1.5	Werbung/PR	4
4.2.	Personalstrategie	4
4.3.	Infrastruktur	4
4.4.	Produktion und Prozesse	4
5.	ANHANG	4
5.1.	Planbilanz	4
5.2.	Plan-Erfolgsrechnung	4
5.3.	Liquiditätsplan	4
5.4.	Weiteres	4

1. Zusammenfassung

1.1. Geschäftsidee / Hintergrund

Was macht mein Geschäft aus (Nutzenversprechen), Grundidee, Gründungsdatum, Struktur, Team/MA, Schlüsselpersonen, Rechtsform und Beteiligungsstruktur, Branche, Schlüsselkennzahlen

1.2. Vision / Marktposition

Woher komme ich – wo will ich hin (nächste 5-10 Jahre), Unternehmensphase (Gründung, Wachstum, Reife, Nachfolgeregelung), aktuelle Marktposition

1.3 Produkt / Dienstleistung

Was ist die Marktleistung, was das Produkt? Was ist der Kundennutzen? Wo stehen die Produkte im Markt? Sind sie geschützt oder gibt es Lizenz- oder Markenrechte? Was macht mich resp. mein Angebot einzigartig?

2. Analyse

2.1. Konkurrenzanalyse

Märkte, Unternehmen und Produkte, Stärken und Schwächen, eigene Positionierung

2.1.1 Wichtigste Konkurrenten

Namen, Marktstellung, Stärken und Schwächen

2.1.2 Konkurrenzprodukte

Sortiment, Eigenschaften, Wettbewerbsvorteile (Qualität, Preis, Technologie etc.)

2.1.3 Verhandlungsmacht der Lieferanten

Namen, Anteil am Gesamteinkaufsvolumen, Qualitätssicherung, Abhängigkeiten

2.1.4 Verhandlungsmacht der Kunden

Abhängigkeiten, Kooperationen

2.2. SWOT und Erkenntnisse

Eigene Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken im Markt, Eintrittsbarrieren

3. Strategie

3.1. Marktprioritäten / Zukunftsmärkte

Was ist der Weg zum Ziel, wie soll die Vision (aus 1.2) erreicht werden?

3.2. Kunde

Wie sieht der typische Kunde resp. die typische Kundengruppe aus (z.B. Bedürfnisse) – was sind seine Eigenschaften, warum kauft er Ihre Dienstleistung/Ihr Produkt? Wie sieht die optimale Kundenstruktur aus?

3.3. Partner

Wer sind meine wichtigsten Vertriebs- oder Kooperationspartner? Wer sind meine Schlüssellieferanten?

3.4. Wirtschaftliche Ziele

Kurz-, mittel- und langfristige Entwicklung / Welche Meilensteine sollen per wann erreicht werden? Was sind die wichtigsten Ausgaben? Was sind die wichtigsten Einnahmequellen?

4. *Massnahmen*

4.1. Marketing-Massnahmen

Welche Vermarktungs-Aktivitäten sind bereits eingeleitet? Welche konkreten Schritte sind für die nahe Zukunft angedacht?

4.1.1 Marktsegmentierung

Welche Zielmärkte sollen abgedeckt werden? Welche Kundengruppen mit welchem Kaufverhalten sind in den unterschiedlichen Zielmärkten im Fokus?

4.1.2 Produktstrategie

Sortiment, Service, Produktpolitik, Phasen, kommende Innovationen

4.1.3 Preisstrategie

Warum wird welche Preispolitik verfolgt (Preisfindung, Psychologie)? Rabatte und Margen?

4.1.4 Verkauf/Vertrieb

Kanäle und Verkaufsförderung und -unterstützung (digitale und/oder physische Absatzkanäle), Wie akquiriere ich meine Kundinnen und Kunden? Wie binde ich bestehende Kunden?

4.1.5 Werbung/PR

Übersicht der Werbemittel, Werbekosten und Ziele

4.2. Personalstrategie

Personalentwicklung, optimale Struktur, Rekrutierung und Entwicklung; Führungswerte

4.3. Infrastruktur

Standorte heute und geplant, Vor- und Nachteile, Verwaltung, Einrichtung

4.4. Produktion und Prozesse

eigene Produktion, Lieferketten, Energie, Qualitätskontrolle

5. *Anhang*

5.1. Planbilanz

Aufstellung Mittelherkunft und Mittelverwendung

5.2. Plan-Erfolgsrechnung

Aufstellung geplanter Einkünfte und Kosten

5.3. Liquiditätsplan

Mittelbedarf über den Zeitraum der ersten Geschäftsjahre

5.4. Weiteres

Je nach Verfügbarkeit: HR-Auszug, Betriebsauszüge, Firmen- und Produktbroschüren, Marktanalysen, Terminpläne, Verträge usw.