

Business Pläne

Vortrag an der TU-München
am 05. Februar 2002
von Jochen Oelert

Business Pläne

- 1. „Planung ersetzt den Zufall durch den Irrtum“**
- 2. Perspektive des Gründers: Der Business Plan als Orientierungshilfe**
 - Herausforderungen an den Gründer
 - Logik von Geschäftsmodellen
 - Bausteine eines Business Plans
- 3. Perspektive des Investors: Der Business Plan als Türöffner**
 - „deal flow“, „due dilligence“ und „exit“
 - Beurteilungskriterien von Investoren
 - Typen von Investoren
- 4. „Dress for Success“**

„Planung ersetzt den Zufall durch den Irrtum“

- **Planung ist antizipatives Handeln**
- **Planung bwahrt nicht vor Irrtümern**
- **Aber: aus Fehlern kann man Lernen**

Herausforderungen an den Gründer

- **hoher Zeitdruck im Wettbewerb**
 - die „Schumpeter-Rente“
 - der „First-Mover“
 - das „Windows of Opportunity“

- **außerordentliche Komplexität des Geschäftsmodells**

Vielzahl von Teilaufgaben: F&E, Produktion, Distribution, Marketing/PR, Personalverwaltung, Finanzierung,

- **kurzfristiger Finanzbedarf**
 - der „Hockey Stick“

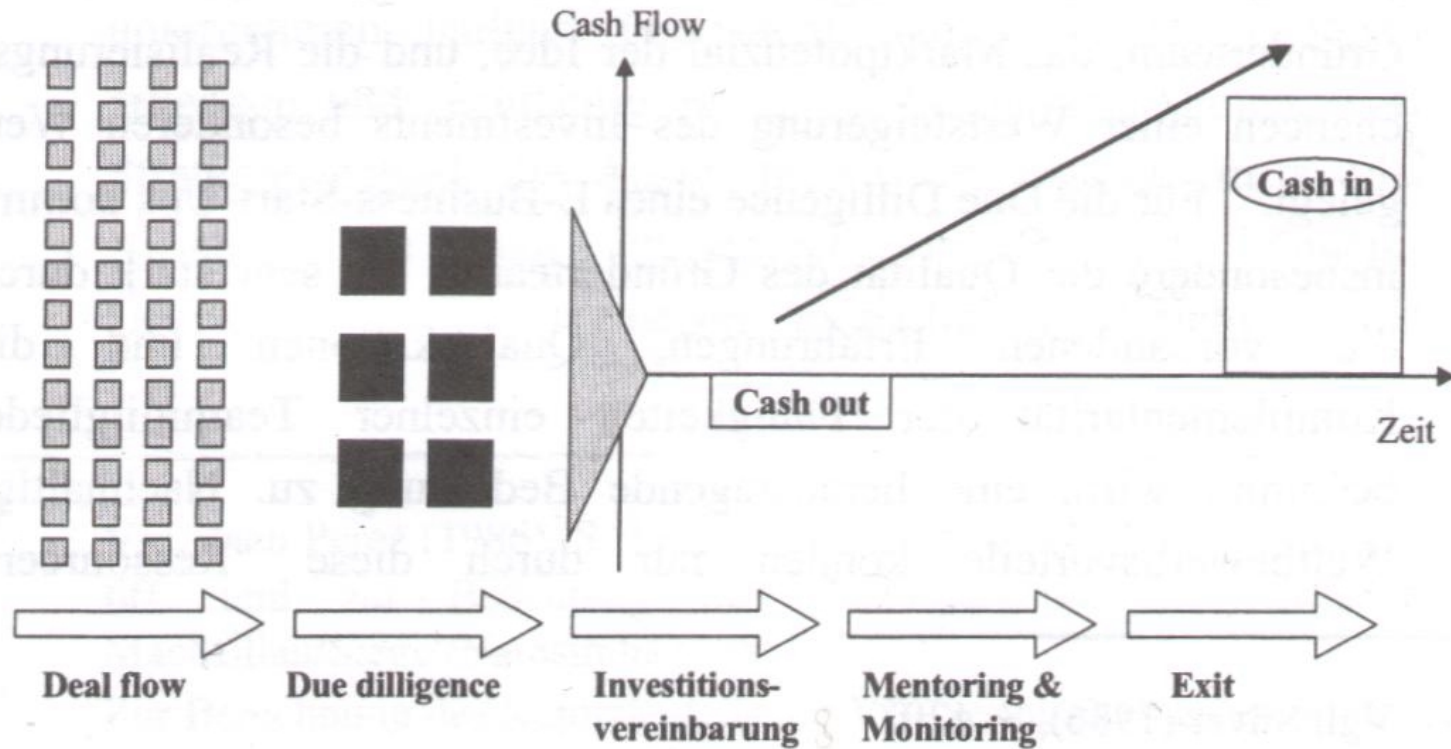
Logik von Geschäftsmodellen

- **„Situation & Complication“**
Welches Problem wird mit der Geschäftsidee gelöst?
- **„Solution“**
Welches Konzept steckt hinter der Geschäftsidee?
- **„Earnings“**
Welches sind die wesentlichen Erlösquellen und Kostentreiber?
Wie hoch ist der Deckungsbeitrag? (Erlöse - direkt zurechenbare/variable Kosten)
- **„Target Groups“**
An wen richtet sich das Geschäftskonzept?
- **„Value Added“**
Welche besonderen Mehrwerte entstehen durch die Produkte aus Kundensicht?
- **„Potential“**
Wieviele Kunden sind bereit dafür zu bezahlen?
- **„Zahlungsbereitschaft“**
Wieso ist der Kunde bereit, für die Produkte oder die Dienstleistung etwas zu bezahlen?

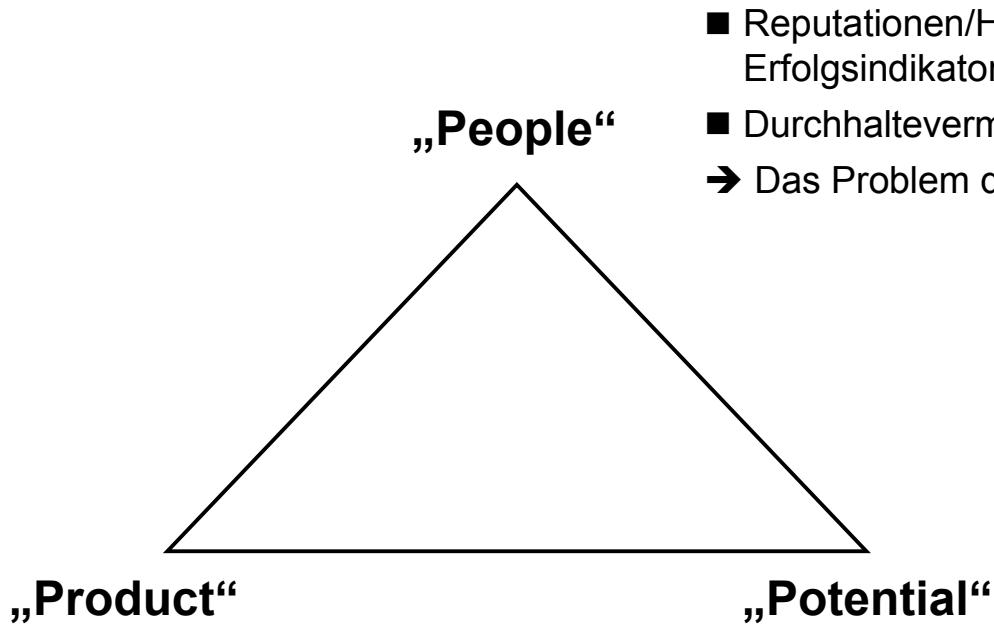
Bausteine eines Business Plans

- **Executive Summary**
- **Geschäftskonzept**
 - Ausgangssituation und Grundidee
 - Produkte, Dienstleistungen, Verfahren
 - Erlösmodell
 - Zielgruppen
 - Value Added
- **Geschäftsumfeld**
 - Marktpotential
 - Wettbewerber
- **Geschäftsumsetzung**
 - Managementteam
 - Gesellschaft
 - Technik / F&E
 - Vertrieb / Distribution
 - Marketing
 - Kooperationspartner / Strategische Partner
 - Zeitplan
- **Entwicklungspotentiale**
- **Finanzplan**
 - Übersicht
 - Cash-Flow-Rechnung (Erlöse - lfd. Kosten - Entwicklungskosten/Investitionen)
 - evtl. Plan-GuV
 - evtl. Planbilanzen
 - Auswertungen (z.B. Stückdeckungsbeiträge oder, Szenarien)
 - Finanzierungskonzept
- Hinweise zu Chancen und Risiken

„deal Flow“, „due dilligence“ und „exit“



Beurteilungskriterien eines Investors



- Reputationen/Historie des Teams als Erfolgsindikator für das Konzept
- Durchhaltevermögen/Biss des Teams
- ➔ Das Problem der „One-Man-Company“

- Marktreife
- „USP“; Einzigartigkeit; Nicht-Kopierbarkeit
- ➔ Das Problem der „One-Product-Company“

- Wachstum des Kern-Marktes
- Entwicklungspotentiale für das Geschäftskonzept
- ➔ Das Problem der „Emerging Markets“

Typen von Investoren

1.

- **Business Angels und Privatiers**

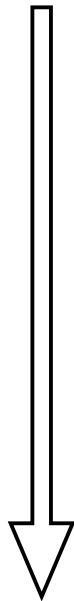
2.

- **Venture Capitalisten und Incubatoren**

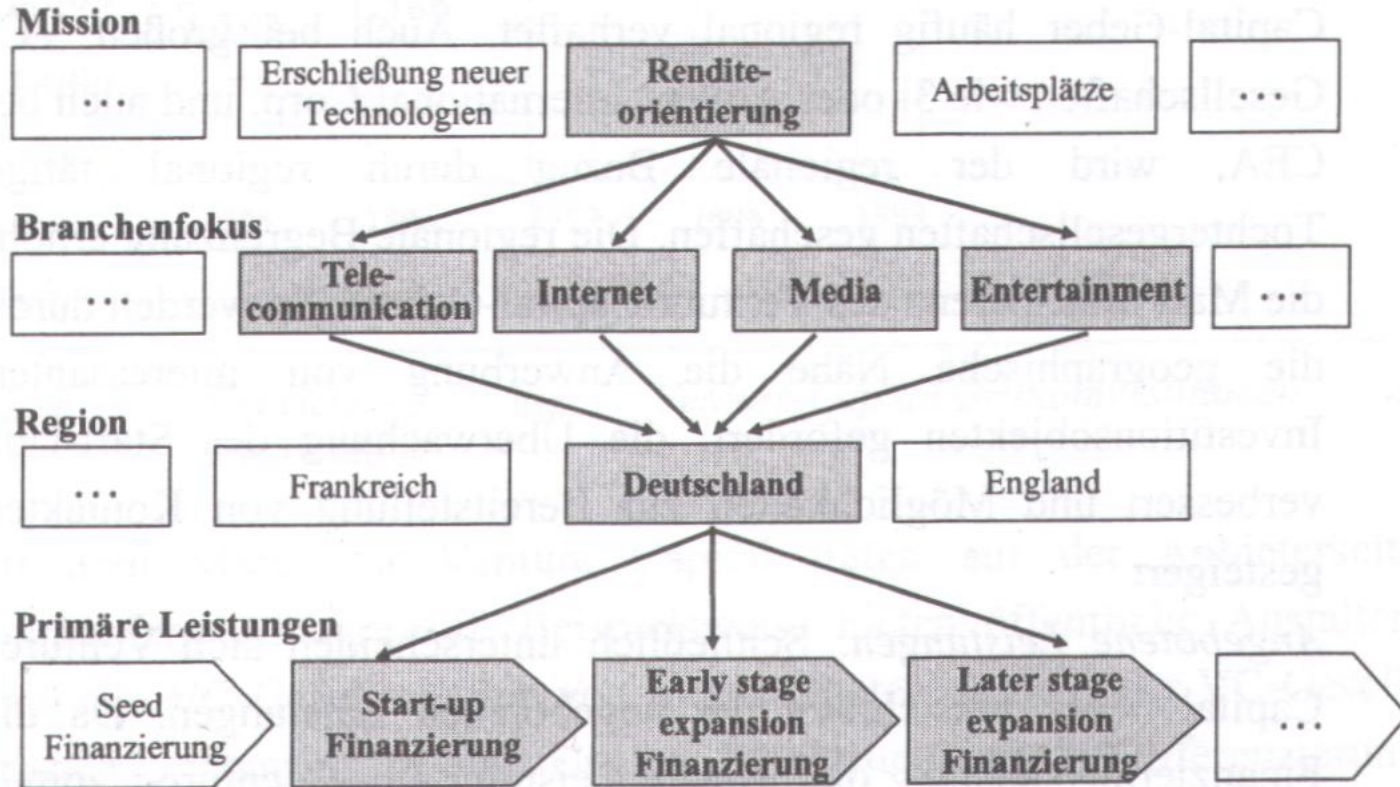
3.

- **Öffentliche Förderanstalten (meist nach/mit „Leadinvestor“)**

- KfW: Kreditanstalt für Wiederaufbau
- Tbg: Technologiebeteiligungsgesellschaft
- BKR: Bayern Kapital Risikokapitalbeteiligungs GmbH
- ...



Typen von VC-Gesellschaften



„Dress for Success“

- **„How-to“-Leitfaden: Buch von McKinsey „Business Planning“**
- **Bestellen von Informationsmaterial beim Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Verkehr und Technologie**
- **Beteiligung an Business Plan Wettbewerben**
- **Einbeziehung von Freunden und Bekannten mit (betriebswirtschaftlicher) Erfahrung und hilfreichen Kontakten**
- **Aufbau eines Teams (frühzeitig)**
- **Suche eines Business Angels**
- **Gründung einer Gesellschaft?**