Businessplan

Firmenname

Version0.0

Autor Max Mustermann

Telefon 0000

E-Mail max.mustermann@tkb.ch

Bestimmt für Empfängergruppe 1

Zur Kenntnis an Empfängergruppe 2

Ort, Datum Weinfelden, September 2018

|  |  |
| --- | --- |
| **Inhalt** | [1 Management Summary 2](#_Toc406682010)[2 Geschäftsidee 3](#_Toc406682012)[3 Geschäftsmodell 3](#_Toc406682013)[4 Vision 3](#_Toc406682014)[5 Unternehmerpersönlichkeit(en) 3](#_Toc406682015)[6 Analyse 4](#_Toc406682016)[7 Wettbewerbsvorteile 9](#_Toc406682017)[8 Strategie 10](#_Toc406682018)[9 Organisation 11](#_Toc406682019)[10 Ressourcen 13](#_Toc406682020)[11 Aktionsplanung 21](#_Toc406682021)[12 Anhang 22](#_Toc406682022) |

# Management Summary

# Geschäftsidee

# Geschäftsmodell

# Vision

# Analyse

## Branchen-Analyse

### Mein Unternehmen

|  |  |
| --- | --- |
| Thema | Inhalt |
| Firmenname |  |
| Rechtsform |  |
| Firmensitz und Firmenstandort |  |
| Firmenzweck |  |
| Eigentümer und Besitzverhältnisse |  |
| Gründungsdatum |  |
| Marktleistung(Produkte/Dienste) |  |
| Marktbeurteilung |  |
| Patente, Rechte |  |

### Konkurrenten

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Konkurrent | Stärken | Schwächen |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

### Zwischenhandel

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Zwischenhändler | Produkte, Dienste | Preise | Promotion | Logistik, Menge |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

### Endkunden

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Zielgruppe | Produkt,Dienste | Preise | Promotion | Logistik,Menge |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

### Lieferanten

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Lieferant | Bezug von welchen Waren/Dienste | Einkaufspreise/-konditionen | Ansprechpartner |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

### Externe Beeinflusser (Bsp. Physiotherapie: Ein Arzt, der mich als Physiotherapeut weiterempfiehlt, kann ein externer Beeinflusser sein)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Externer Beeinflusser | Einfluss auf das eigene Unternehmen | Geplanter Umgang mit dem externen Beeinflusser |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

### Mögliche Einflüsse auf mein Unternehmen (Bei den unten aufgeführten fünf Rahmenbedingungen gibt es verschiedene Entwicklungstendenzen (Trends), die unterschiedliche Einflüsse auf Ihr Unternehmen haben können und entsprechend beobachtet werden müssen, damit zum richtigen Zeitpunkt geeignete Massnahmen ergriffen werden können)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Rahmenbedingungen | Instrument/ Hilfsmittel zur Beobachtung/ Analyse | Entwicklungstendenz | Einfluss auf das eigene Unternehmen | Massnahmen  |
| Natur/ Ökologie |  |  |  |  |
| Wirtschaft |  |  |  |  |
| Gesellschaft |  |  |  |  |
| Gesetze/ Vorschriften |  |  |  |  |
| Technologie |  |  |  |  |

## SWOT-/ TOWS-Analyse

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| UMWELTFAKTORENUNTERNEHMENSFAKTOREN | CHANCEN (OPPORTUNITIES)* ...
* …
* ...
 | GEFAHREN (THREATS)* …
* …
* ...
 |
| STÄRKEN (STRENGTHS)* …
* …
* …
 | SO-StrategienEinsatz von Stärken zur Nutzung von Gelegenheiten | ST-StrategienNutzung der eigenen Stärken zur Abwehr von Bedrohungen |
| SCHWÄCHEN (WEAKNESSES)* …
* …
* …
 | WO-StrategienÜberwindung der eigenen Schwächen durch Nutzung von Gelegenheiten | WT-StrategienEinschränkungen der eigenen Schwächen und Vermeidung von Bedrohungen |

# Wettbewerbsvorteile

# Strategie

|  |  |
| --- | --- |
| Wettbewerbsstrategie | Wachstumsstrategie |
| Gegenüber unseren Mitbewerbern positionieren wir uns als🞏 Qualitätsführer🞏 KostenführerDiese Position erlangen wir durch:* …
* …
* …
 | In der bevorstehenden Strategieperiode erzielen wir Wachstum durch:🞏 Marktdurchdringung🞏 Produktentwicklung🞏 Marktentwicklung🞏 DiversifikationDas angestrebte Wachstum erzielen wir durch:* …
* …
* …
 |

# Organisation

## Ablauforganisation (Wie sehen die wichtigsten Prozesse in meinem Unternehmen aus?)

## Aufbauorganisation

### Organigramm

### Stellenbeschreibung

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Stelle | Aufgaben, Verantwortung | Kompetenzen |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

# Ressourcen

## Personal

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Stelle | Stelleninhaber | Stelleneintritt | Bruttolohn/Mte. |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

## Fahrzeuge

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Fahrzeug | Verwendungszweck | Kaufpreis | Leasingrate/Mte. | Betriebskosten/Mte. |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

## Maschinen

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Maschine | Verwendungszweck | Kaufpreis | Leasingrate/Mte. | Betriebskosten/Mte. |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

## Informations- und Kommunikationstechnologie (ICT)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ICT | Verwendungszweck | Kaufpreis | Leasingrate/Mte. | Betriebskosten/Mte. |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

## Risk Management

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Risiko | Eintretens-wahrscheinlichkeit(tief – mittel – hoch) | Schadenausmass(tief – mittel – hoch) | Massnahme1 = versichern2 = selber tragen |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

## Finanzen

### Finanzplanung

Siehe Anhang

### Finanzierungskonzept

Kapitalbedarf gemäss Finanzplanung:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Finanzierungsquelle | Betrag | In % |
| Eigenmittel |  |  |
| Private Fremdkapitalgeber |  |  |
| Bank |  |  |
|  |  |  |

|  |
| --- |
| Hiermit wird beantragt: |
|  |

# Aktionsplanung

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| N° | WER | macht WAS | bis WANN | zu welchen Kosten? |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

# Anhang

* Lebensläufe der Unternehmerpersönlichkeit(en)
* Mietvertrag
* Finanzplanung
* Akquisitionsplanung
* Medienplanung
* etc.