

Michael Mohr

DER PERFEKTE BUSINESSPLAN

Praxisbuch für Existenzgründer,
Manager und Unternehmer

Mit vielen Beispielen,
Checklisten und Tipps



Inhaltsverzeichnis

Vorwort	12
1. Management Summary	16
2. Geschäftsmodell	18
2.1 Entwicklung von Geschäftsideen.....	18
2.1.1 Brainstorming.....	19
2.1.2 635-Methode.....	19
2.1.3 6-Hut-Denken.....	20
2.1.4 Osborn-Checkliste.....	21
2.1.5 Morphologischer Kasten.....	22
2.1.6 Mindmapping.....	23
2.2 Prüfung von Geschäftsideen.....	24
2.3 Schutz von Geschäftsideen.....	26
2.3.1 Patent.....	27
2.3.2 Gebrauchsmuster.....	28
2.3.3 Geschmacksmuster.....	29
2.3.4 Marke.....	30
2.4 Produkt- und Dienstleistungsprogramm.....	31
2.4.1 Produkte und Dienstleistungen.....	32
2.4.2 Kundennutzen und Wettbewerbsvorteile.....	33
2.4.3 Erfolgsfaktoren und Alleinstellungsmerkmale.....	34
2.5 Zielgruppensegmentierung.....	36
2.5.1 Geografisch.....	37
2.5.2 Demografisch.....	37
2.5.3 Psychografisch.....	37
2.5.4 Verhaltensorientiert.....	38
3. Unternehmen	40
3.1 Management-Team.....	40
3.2 Kompetenzen.....	41
3.2.1 Fachliche Kompetenzen.....	41
3.2.2 Persönliche Kompetenzen.....	43
3.2.3 Soziale Kompetenzen.....	45
3.2.4 Kompetenzprofil.....	47
3.2.5 Unternehmertest.....	47
3.3 Unternehmensziele.....	51
3.4 Rechtsform.....	54

3.4.1 Genehmigungspflichtige Tätigkeiten	55
3.4.2 Freier Beruf vs. Gewerbebetrieb.....	57
3.4.3 Gründungsformalitäten	58
3.4.4 Personengesellschaften	62
3.4.4.1 Einzelunternehmen/Einzelkaufmann (e. K.)	62
3.4.4.2 Offene Handelsgesellschaft (OHG).....	63
3.4.4.3 Kommanditgesellschaft (KG)	66
3.4.4.4 Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR).....	68
3.4.4.5 GmbH & Co. KG	69
3.4.4.6 Limited & Co. KG	70
3.4.5 Kapitalgesellschaften.....	72
3.4.5.1 Genossenschaft (e.G.)	72
3.4.5.2 Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH).....	74
3.4.5.3 Unternehmergesellschaft (UG) / Mini GmbH.....	76
3.4.5.4 Gemeinnützige GmbH (gGmbH)	77
3.4.5.5 Limited (Ltd.).....	78
3.4.5.6 Aktiengesellschaft (AG)	80
3.4.5.7 Kleine Aktiengesellschaft (AG).....	82
3.4.6 Buchführung.....	84
3.4.6.1 Handels- und steuerrechtliche Grundlagen	84
3.4.6.2 Einnahmen-Überschuss-Rechnung (EÜR).....	86
3.4.6.3 Doppelte Buchführung.....	87
3.5 Organisation.....	93
3.5.1 Personalplanung	93
3.5.1.1 Personalbedarf.....	93
3.5.1.2 Personalbeschaffung.....	94
3.5.1.3 Personalauswahl	98
3.5.1.3.1 Auswahlkriterien	98
3.5.1.3.2 Bewerbungsgespräch	99
3.5.1.3.3 Arbeitsvertrag.....	102
3.5.1.4 Personalverwaltung.....	103
3.5.1.4.1 Arbeitgeberpflichten	103
3.5.1.4.2 Personalnebenkosten	106
3.5.1.4.3 Private Absicherung	109
3.5.1.4.4 Betriebliche Absicherung.....	111
3.5.1.5 Personalfreisetzung.....	113
3.5.2 Organisationsstruktur	115
3.5.2.1 Funktionalorganisation	115
3.5.2.2 Spartenorganisation	115
3.5.2.3 Matrixorganisation.....	116
3.5.3 Ablaufplanung	118

3.5.3.1 Einkauf/Beschaffung	119
3.5.3.2 Produktion.....	119
3.5.3.3 Marketing/Vertrieb.....	120
3.5.3.4 Unterstützungsprozesse	120
3.5.3.5 Organigramm.....	122
3.6 Standort.....	125
3.6.1 Standortkriterien.....	126
3.6.2 Standortanalyse.....	132

4. Markt/Branche **135**

4.1 Markt-/Branchenanalyse	135
4.2 Wettbewerbsanalyse.....	139
4.2.1 Wettbewerbsumfeld.....	139
4.2.2 Konkurrenzanalyse.....	141
4.3 Marktstrategie.....	148

5. Marketingkonzept **149**

5.1 Preispolitik	150
5.1.1 Hochpreisstrategie	151
5.1.2 Niedrigpreisstrategie	151
5.1.3 Marktpreisstrategie.....	152
5.1.4 Kostenorientierung.....	152
5.1.5 Konkurrenzorientierung.....	153
5.1.6 Kundenorientierung.....	153
5.1.7 Preiskalkulation	154
5.1.7.1 Herstellerkalkulation	155
5.1.7.2 Händlerkalkulation.....	156
5.1.7.3 Handwerks- und Dienstleistungskalkulation.....	158
5.1.8 Preisdifferenzierung.....	159
5.1.8.1 Räumliche Differenzierung.....	159
5.1.8.2 Zeitliche Differenzierung.....	160
5.1.8.3 Persönliche Differenzierung.....	160
5.1.8.4 Sachliche Differenzierung.....	161
5.1.8.5 Mengenmäßige Differenzierung	161
5.2 Vertrieb.....	162
5.2.1 Direktvertrieb	163
5.2.2 Indirekter Vertrieb	164
5.2.2.1 Handelsvertrieb.....	164
5.2.2.2 Handelsvertreter.....	166

- 5.2.2.3 Franchising 167
- 5.2.3 Vergleich der Vertriebsformen 170
- 5.2.4 Vertrieb aus Kundensicht 171
- 5.2.5 Kontrolle der Vertriebsplanung 173
- 5.3 Verkaufsförderung 175
 - 5.3.1 Corporate Identity 176
 - 5.3.1.1 Corporate Behaviour 177
 - 5.3.1.2 Corporate Design 178
 - 5.3.1.2.1 Firmenname 179
 - 5.3.1.2.2 Firmenmarke 180
 - 5.3.1.2.3 Firmenlogo 181
 - 5.3.1.2.4 Geschäftspapier 182
 - 5.3.1.2.5 Visitenkarten 183
 - 5.3.2 Werbung 186
 - 5.3.2.1 Printwerbung 186
 - 5.3.2.1.1 Werbeflyer 187
 - 5.3.2.1.2 Werbebriefe 187
 - 5.3.2.1.3 Anzeigenwerbung 189
 - 5.3.2.1.4 Produktbroschüren 192
 - 5.3.2.1.5 Kundenzeitschrift 193
 - 5.3.2.1.6 Plakatwerbung 194
 - 5.3.2.1.7 Autowerbung 195
 - 5.3.2.1.8 Beschilderung 196
 - 5.3.2.1.9 POS-Marketing 197
 - 5.3.2.1.10 Schaufenstergestaltung 198
 - 5.3.2.2 Radiowerbung 199
 - 5.3.2.3 Fernsehwerbung 200
 - 5.3.2.4 Kinowerbung 201
 - 5.3.2.5 Telefonwerbung 202
 - 5.3.2.6 Videowerbung 202
 - 5.3.3 PR 205
 - 5.3.3.1 Pressemitteilungen 205
 - 5.3.3.2 Eröffnungsveranstaltung/Tag der offenen Tür 206
 - 5.3.3.3 Events 208
 - 5.3.3.4 Sponsoring 208
 - 5.3.3.5 Messen 209
 - 5.3.3.6 Networking 210
 - 5.3.4 Absatzförderung 210
 - 5.3.4.1 Neukundenangebote 210
 - 5.3.4.2 Kundenkarten 211
 - 5.3.4.3 Werbegeschenke 213

- 5.3.4.4 Gutscheine 213
- 5.3.4.5 Flatrates 215
- 5.3.4.6 Grußkarten 216
- 5.3.4.7 Gewinnspiele 217
- 5.3.4.8 Sales Promotion 218
- 5.3.5 Empfehlungsmarketing 218
- 5.4 Online-Marketing..... 220
 - 5.4.1 Website 220
 - 5.4.1.1 Webadresse..... 221
 - 5.4.1.2 Webhosting..... 221
 - 5.4.1.3 Programmierung..... 222
 - 5.4.1.4 Menü- und Seitenstruktur 223
 - 5.4.1.5 Seitentexte 223
 - 5.4.1.6 Content Management Systeme (CMS) 226
 - 5.4.1.6.1 WordPress..... 227
 - 5.4.1.6.2 TYPO3 227
 - 5.4.1.6.3 Joomla! 228
 - 5.4.1.7 Baukastensysteme 229
 - 5.4.1.7.1 Jimdo 230
 - 5.4.1.7.2 1&1 230
 - 5.4.2 Online-Shop 232
 - 5.4.2.1 Mietshops 232
 - 5.4.2.1.1 Plentymarkets..... 232
 - 5.4.2.1.2 Shopify 233
 - 5.4.2.2 Kaufshops 234
 - 5.4.2.3 Open Source Shops 235
 - 5.4.2.3.1 Magento 235
 - 5.4.2.3.2 OXID 236
 - 5.4.2.3.3 Shopware 237
 - 5.4.2.4 Online-Shop Auswahl 238
 - 5.4.3 Verkaufsplattformen..... 241
 - 5.4.3.1 ebay 241
 - 5.4.3.2 Amazon 241
 - 5.4.4 SEO 242
 - 5.4.4.1 Keywords 243
 - 5.4.4.2 Website-Struktur 244
 - 5.4.4.3 SEO Texte 245
 - 5.4.4.4 Bilder 247
 - 5.4.4.5 Links..... 248
 - 5.4.4.6 Usability 250
 - 5.4.4.7 Landingpages 252

5.4.5 SEA	255
5.4.6 E-Mail Marketing	258
5.4.7 Affiliate-Marketing	260
5.4.8 Banner-Marketing	261
5.4.9 Blog-Marketing.....	262
5.4.10 Forum-Marketing	263
5.4.11 E-Books.....	265
5.4.12 Social Media Marketing	266
5.4.12.1 Facebook.....	266
5.4.12.2 Google+.....	268
5.4.12.3 Twitter.....	269
5.4.12.4 XING	271
5.4.12.5 LinkedIn.....	272
5.4.12.6 YouTube	273

6. Finanzplan

276

6.1 Kapitalbedarfsplan	278
6.2 Finanzierungsplan	281
6.2.1 Eigenfinanzierung.....	282
6.2.2 Fremdfinanzierung	283
6.2.2.1 Kurzfristige Fremdfinanzierung.....	284
6.2.2.1.1 Lieferantenkredit.....	284
6.2.2.1.2 Kontokorrentkredit.....	286
6.2.2.1.3 Lombardkredit	286
6.2.2.2 Mittelfristige Fremdfinanzierung	287
6.2.2.2.1 Bankkredit	287
6.2.2.2.2 Privatkredit	288
6.2.2.3 Langfristige Fremdfinanzierung	289
6.2.2.3.1 Gesellschafterdarlehen	289
6.2.2.3.2 Fälligkeitsdarlehen	290
6.2.2.3.3 Tilgungsdarlehen.....	291
6.2.2.3.4 Annuitätendarlehen.....	292
6.2.2.3.5 Anleihen	292
6.2.2.4 Sonderfinanzierungsformen	294
6.2.2.4.1 Leasing	294
6.2.2.4.2 Factoring.....	295
6.2.2.4.3 Mezzanine-Finanzierung	296
6.2.2.4.4 Asset Backed Securities.....	298
6.2.2.4.5 Sale-and-lease-back.....	298
6.2.2.4.6 Auftragsfinanzierung.....	299

6.2.2.4.7 Crowdfunding	300
6.2.2.5 Fördermöglichkeiten	301
6.2.2.5.1 ERP-Startfonds	302
6.2.2.5.2 High-Tech Gründerfonds	303
6.2.2.5.3 ERP-Gründungskapital	304
6.2.2.5.4 ERP-Startgeld	305
6.2.2.5.5 ERP-Gründerkredit	305
6.2.2.5.6 BMWi-Innovationsgutschein „go-innovativ“	306
6.2.2.5.7 BMWi-Innovationsgutschein „go-efficient“	307
6.2.2.5.8 KfW Energieberatung Mittelstand	308
6.2.2.5.9 Gründercoaching (50%)	308
6.2.2.5.10 EXIST-Gründerstipendium	309
6.2.2.5.11 Gründungszuschuss	310
6.2.2.5.12 Einstiegsgeld	311
6.2.2.5.13 Ergänzendes ALG II	311
6.2.2.5.14 Bildungschucks	312
6.2.2.5.15 Meister-BAföG	312
6.2.2.5.16 Einstellungszuschuss	313
6.2.2.5.17 Businessplan Wettbewerbe	313
6.3 Umsatzplan	315
6.4 Kostenplan	318
6.5 Rentabilitätsplan	321
6.6 Liquiditätsplan	325
7. SWOT	331
8. Meilensteine	334
9. Unternehmenskennzahlen	336
9.1 Kennzahlen zur Kapital- und Vermögensstruktur	337
9.1.1 Eigenkapitalquote	337
9.1.2 Fremdkapitalquote	338
9.1.3 Dynamischer Verschuldungsgrad	338
9.1.4 Anlagenintensität	339
9.1.5 Umlaufintensität	339
9.1.6 Kapitalumschlag	340
9.1.7 Vorratsumschlag	340
9.1.8 Forderungsumschlag	341
9.1.9 Goldene Bilanzregel (Anlagendeckungsgrad)	341
9.2 Rentabilitätskennzahlen	342
9.2.1 Eigenkapitalrentabilität	342

- 9.2.2 Gesamtkapitalrentabilität 342
- 9.2.3 Umsatzrentabilität 343
- 9.2.4 Return on Investment 343
- 9.3 Liquiditätskennzahlen 344
 - 9.3.1 Liquidität ersten Grades 344
 - 9.3.2 Liquidität zweiten Grades 344
 - 9.3.3 Liquidität dritten Grades 344
- 9.4 Produktivitätskennzahlen 345
 - 9.4.1 Materialaufwandsquote 345
 - 9.4.2 Personalaufwandsquote 345
 - 9.4.3 Mitarbeiterleistung (=Produktivität) 346
- 9.5 Marketingkennzahlen 346
- 9.6 Sortimentskennzahlen 347
- 9.7 Kundenkennzahlen 347
- 9.8 E-Commerce Kennzahlen 348
 - 9.8.1 Traffic 349
 - 9.8.2 Durchschnittliche Besuchsdauer 350
 - 9.8.3 Conversion Rate 350
 - 9.8.4 Absprungrate 351
- 9.9 Kennzahlen Dashboard 351

10. Das Bankgespräch **354**

- Abbildungsverzeichnis 358

Vorwort



Bild 001: Konsequenz erfolgreich durch systematische Planung

„Nur wer systematisch plant, wird konsequent erfolgreich!“

- *Start-Up Unternehmensberatung*

Das Wort Businessplan stammt aus den USA und bedeutet Geschäftsplan oder Unternehmenskonzept. Ein Businessplan beschreibt alle wichtigen Teilbereiche einer Unternehmensstrategie wie Geschäftsidee, Produkt/Dienstleistung, Rechtsform, Standort, Organisation, Markt, Wettbewerb und die finanzielle Seite des Vorhabens. Er wird fast immer in schriftlicher Form verfasst. Dabei kommt dem Businessplan im Rahmen vieler Anlässe wie Existenzgründung, Unternehmensübernahme, -zusammenschluss oder -erweiterung sowie bei großen Finanzierungsentscheidungen eine tragende Rolle zu. Zum einen hilft er dem Management, die Erfolgsaussichten des Vorhabens richtig einzuschätzen. Zudem kann er als Richtschnur und Fahrplan für die Aktivitäten des Unternehmens dienen. Auch wird er häufig als permanentes Kontrollinstrument für das laufende Geschäft eingesetzt. So kann die Geschäftsidee laufend auf den Prüfstand gestellt werden. Sofern der Businessplan eine Kapitalbeschaffung vorsieht, stellt er auch für Kreditinstitute, Investoren, Industrie- und Handelskammern (IHK) sowie Arbeitsagenturen die wichtigste Grundlage dar, um die Erfolgchancen des Geschäftsvorhabens zu beur-

teilen. Auch in Bezug auf Ratings kann durch einen professionellen Businessplan eine positive Beeinflussung stattfinden.

Zusammenfassend ist ein ausgefeiltes Geschäftskonzept die beste Visitenkarte eines Unternehmens gegenüber Gesellschaftern, Geschäftspartnern und Kapitalgebern zur Beschreibung und Umsetzung einer Geschäftsidee oder zur Entwicklung eines bestehenden Unternehmens. Die eingangs genannten Anlässe für einen Businessplan können in Kurzform wie folgt beschrieben werden:

- **Existenzgründung:** Es bestehen zwei Arten von Existenzgründern. Während die erste Gruppe aus Überzeugung gründet und das Vorhaben in aller Ruhe vorbereitet und plant, erfolgt der Gang in die Selbstständigkeit bei der zweiten Gruppe aus der Not heraus, z.B. aufgrund von Arbeitslosigkeit. Auf Basis einer Studie konnte nachgewiesen werden, dass beide Gruppen in etwa gleich erfolgreich sind. Die fehlende Vorbereitung der zweiten Gruppe kann durch erhöhten Erfolgsdruck kompensiert werden. Die mit Abstand erfolgreichsten Existenzgründer beider Gruppen setzten auf einen professionell ausgearbeiteten Businessplan. Auf diese Weise konnten viele der häufigsten Fehler von Existenzgründern vermieden werden, z.B.:
 - Nichtbeachtung von Gründungsformalitäten
 - Falsche Vorstellung von der Selbstständigkeit
 - Unzureichende persönliche und fachliche Qualifikation
 - Schlechtes oder fehlendes Marketing
 - Fehleinschätzung der Wettbewerbssituation
 - Unrealistische Personal- und Finanzplanung
 - Überforderung bei gleichzeitig mangelhafter Selbstkritik
- **Unternehmensübernahme:** Häufig stellt sich die Grundsatzfrage, ob ein Unternehmen neu errichtet werden soll oder nicht vielleicht die Übernahme eines bereits existierenden und am Markt etablierten Unternehmens die günstigere Option ist. Vor dem Kaufentschluss und der Anfertigung eines Businessplans werden die Bilanzen der letzten Jahre inklusive Gewinn- und Verlustrechnung geprüft, um die wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens nachzuvollziehen. Zur weitergehenden Prüfung können folgende Fragen herangezogen werden:
 - Weshalb soll das Unternehmen verkauft werden?
 - Wie sieht die Kundenstruktur des Unternehmens aus?
 - Welches Image genießt das Unternehmen?
 - Wie sieht die Konkurrenzsituation am Markt aus?
 - In welche Richtung wird sich der Markt in Zukunft entwickeln?
 - Befindet sich der Standort des Unternehmens in strategisch günstiger Position?
 - Wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit für langfristige Konkurrenzfähigkeit und nachhaltigen Geschäftserfolg?
 - Welchen Substanz- und Ertragswert hat das Unternehmen und wie hoch ist der Kaufpreis?

- **Zusammenschluss/Beteiligung:** Bei einem Zusammenschluss schließen sich mehrere Unternehmen zu einer wirtschaftlichen und/oder rechtlichen Einheit zusammen. Hierbei bestehen mehrere Stufen der Kooperation, die bis zur vollständigen Fusion der Unternehmen reichen. Meist tauschen die Unternehmen Kapital und Wissen untereinander aus. Auch eine Beteiligung von Personen, z.B. als Gesellschafter an einem Unternehmen ist gängige Praxis. Zur Prüfung einer lohnenden Zusammenarbeit werden regelmäßig Businesspläne herangezogen. Wenngleich über eine Beteiligung einfach Zugang zum Know-how des Unternehmens sowie zu Kunden und Lieferanten gewonnen werden kann, bestehen doch geringere Gestaltungsspielräume und eine geringere Einflussnahme auf das Geschäftsgeschehen als bei einer Existenzgründung oder Übernahme.
- **Businessplan-Wettbewerbe:** Solche Wettbewerbe richten sich vorrangig an Existenzgründer, wobei meist Sach- und Geldpreise für die besten Ideen und Businesspläne ausgelobt werden. Für die Teilnehmer ergibt sich der Vorteil, das eigene Konzept unter Anleitung erfahrener Coaches gezielt und individuell auf den Prüfstand zu stellen und weiterentwickeln zu können. Auf diese Weise kann eine hochwertige Existenzgründungsberatung kostenfrei genutzt werden, die bei einem entsprechenden Berater außerhalb eines Wettbewerbs nur für viel Geld erhältlich wäre. Zudem kann gezielt Networking betrieben, das eigene Wissen vermehrt und ein großer Motivationsschub für die eigenen Ideen gewonnen werden. Einige der wichtigsten Veranstalter von Businessplan-Wettbewerben sind:
 - start2grow: <http://www.start2grow.de>
 - Deutscher Gründerpreis: <http://www.deutscher-gruenderpreis.com>
 - Deutscher Innovationspreis: <http://www.der-deutsche-innovationspreis.de>
 - Deutscher Unternehmerpreis: <http://www.deutscher-unternehmer-preis.de>
 - KfW Gründerchampions: <http://www.kfw.de>
 - Promotion Nordhessen: <http://www.promotion-nordhessen.de>

Dieses Buch hilft dem Leser bei der Erstellung eines professionellen Businessplans. Entsprechend den vorgestellten Businessplan-Anlässen richtet sich das Buch an Existenzgründer, Manager, Führungskräfte, Unternehmer und Berater gleichermaßen. Auch Studenten erhalten einen fundierten Einblick in betriebswirtschaftliche Zusammenhänge. Selbst Leser ohne wirtschaftlichen Hintergrund sollten in der Lage sein, die Ausführungen nachvollziehen zu können, da großer Wert auf einen verständlichen Schreibstil gelegt wurde.

Alle Themen rund um den Businessplan werden aus den unterschiedlichsten Blickwinkeln beleuchtet und Antworten auf alle wichtigen Fragestellungen gegeben. Die Bandbreite der Informationen reicht von der Entwicklung von Geschäftsideen und Strategien über die verschiedenen Rechtsformen, Fördermöglichkeiten und Finanzierungsarten bis hin zur Entwicklung einer ausgeklügelten Marketingstrategie. Zudem befinden sich im Buch viele hilfreiche Tipps und Tricks direkt aus der Praxis. Durch den großen Umfang des bereitgestellten Wissens bietet das Buch auch eine perfekte Basis zur Nutzung als Nachschlagewerk. So kann es dem Leser über viele Jahre hinweg und in

jeder Unternehmensphase als permanenter Begleiter zur Verfügung stehen.

Um dem Leser eine perfekte Grundlage zur Erstellung eines eigenen Businessplans zu bieten, wurde dieses Buch wie ein Businessplan gegliedert und aufgebaut. Der Leser wird auf diese Weise befähigt, einen unmittelbaren Zusammenhang zwischen dem Inhalt dieses Buches und seinem eigenen Businessplan herzustellen.

Die Basis für eine erfolgreiche Existenzgründung, Unternehmensübernahme oder Großinvestition ist die Ausarbeitung eines professionellen Businessplans.

Dieses Buch richtet sich daher an Existenzgründer, Manager und Unternehmer gleichermaßen. Der Leser erhält einen Leitfaden, mit dem er einen überzeugenden Businessplan erstellen kann, der allerhöchsten Anforderungen gerecht wird. So wird das Buch zur perfekten Basis für Verhandlungen mit Banken, Investoren oder zur Teilnahme an Businessplan-Wettbewerben.

Der Leser erhält fundiertes Wissen in allen wichtigen Businessplan-Inhalten wie Geschäftsidee, Produkt/Dienstleistung, Rechtsformwahl, Standortanalyse, Marketing und Finanzplanung. Da das Buch inhaltlich wie ein Businessplan aufgebaut ist, kann der Leser direkt einen Zusammenhang zwischen Theorie und Praxis herstellen und die gewonnenen Erkenntnisse ganz einfach in seinen eigenen Businessplan einfließen lassen.

Darüber hinaus erhält der Leser viele weitere wertvolle Informationen, z.B. in Bezug auf Fördermöglichkeiten, Erfolgskennzahlen und vieles mehr. So wird das Buch auch im laufenden Geschäftsbetrieb zum wertvollen Begleiter, indem es als permanentes Kontrollsystem und zum kontinuierlichen Ausbau des Geschäfts genutzt werden kann. Eine Vielzahl an Beispielen, Checklisten und Tipps erleichtern zudem die Umsetzung des Businessplans.

Gemeinsam mit einer branchenspezifischen Businessplan-Vorlage, die von der Start-Up Unternehmensberatung auf www.vorlagen-center.com für fast 400 Branchen und Berufe angeboten werden, bildet dieses Buch die perfekte Einheit aus Theorie und Praxis.

