



## A. Geschäftskonzept/ Businessplan

Der Businessplan ist gleichzeitig Pflicht und Kür für Existenzgründer. Er ist wichtig für Ihre potentiellen Geldgeber und für Sie selbst. Denn so sehen Sie, ob Ihre Idee tragfähig ist. Die folgenden Fragen helfen Ihnen, Ihren eigenen Businessplan zu erarbeiten. Die Fragen dienen allerdings lediglich als Orientierungsrahmen, erweitern Sie Ihren Businessplan deshalb um Fragen und Gesichtspunkte, die für Ihre Geschäftsidee von Bedeutung sein können.

Verzichten Sie bei der Darstellung Ihrer Geschäftsidee auf allgemeine Ausführungen und unnötige Fachbegriffe. Ihre Erläuterungen sollten das Neue und das Besondere Ihres Gründungsvorhabens hervorheben. Denken Sie vor allem daran, den Nutzen Ihres Produktes bzw. Ihrer Dienstleistungen für die Kunden darzustellen. Gehen Sie auch ausführlich auf die Kosten Ihres Produkts bzw. Ihrer Dienstleistung ein und darauf, zu welchem Preis Sie diese anbieten wollen.

### A 1 Geschäftsidee

- Was ist Ihre Geschäftsidee (Produkt oder Dienstleistung)?
- Welchen Nutzen hat Ihr Angebot?
- Wie bekannt ist Ihr Produkt/ Ihre Dienstleistung?
- Welchen Service bieten Sie?
- Was bieten Sie im Unterschied zu anderen Wettbewerbern?
- Warum soll jemand Ihr Produkt/ Ihre Dienstleistung kaufen?

### A 2 Persönliche Voraussetzungen

- Welche schulische bzw. berufliche Ausbildung haben Sie?
- Welche Fähigkeiten haben Sie (nicht), um ein Unternehmen zu führen?
- Besitzen Sie ausreichende kaufmännische Kenntnisse?
- Ist Ihre berufliche Qualifikation für eine Selbstständigkeit ausreichend?
- Welche Erfahrungen haben Sie in der Branche Ihres Unternehmens?
- Welche finanziellen Verpflichtungen haben Sie?
- Wie ist es um Ihre Gesundheit bestellt?
- Wer hilft Ihnen bei Krankheit oder Unfall?
- Unterstützt Ihr Partner Ihr Geschäftsvorhaben?

### A 3 Markteinschätzung

- Welche Kunden sprechen Sie an?
- Kennen Sie die Wünsche Ihrer Kunden?
- Wie groß ist das Marktvolumen dieser Zielgruppe?
- Wie (mit welchen Maßnahmen) erreichen Sie diese Zielgruppe?
- Welche Kosten veranschlagen Sie für Ihre Marketingaktivitäten?
- Sind Sie von wenigen Großkunden abhängig?
- Haben Sie schon Kundenkontakte?
- Kennen Sie für Ihren Markt Betriebsvergleichszahlen der Kammern oder Verbände?