

PEARSON

Education

PEARSON

Studium

Richard Stutely

Der professionelle Businessplan

Der Praxisleitfaden für Manager und
Unternehmensgründer

2. Auflage

Profitabel
Genehmigt

„Hätte es dieses Buch 30 Jahre
früher gegeben, das Leben
wäre viel einfacher gewesen.“

Mike Brooke, Unternehmer und Financier

PEARSON

Business

Inhalt

Vorwort	13
Erklärung der Symbole	18
Einführung in die erste Auflage	19
Einführung in die zweite Auflage	23
Der Business-Plan war lückenhaft	23
Wenn Sie mehr wissen wollen	25
1 Worum geht es?	27
Kennen Sie den schon?	28
Wer soll dieses Buch lesen?	30
Eine schnelle Lösung oder ein längerfristiges Instrument?	33
Was ist überhaupt ein Plan?	34
Warum sich verrückt machen?	34
Die Hauptziele Ihres Plans	36
Ihr Zielpublikum	38
Zehn Schritte zum Unternehmensplan	39
Trauen Sie keinem Berater	43
Wer erstellt den Unternehmensplan?	44
Über den Umgang mit diesem Buch	45
2 Eine überzeugende Präsentation	49
Präzise Kommunikation	50
Software	51
Ein gutes Gefühl erwecken	52
Einige Gedanken zum Layout	53
Einen Entwurf für das Dokument erstellen	56
3 Kommen wir zur Sache	65
Warum der Plan?	66
Wenn Sie nicht zu den Großen gehören wollen	67
Was macht man, wenn man mehrere Firmen hat?	69
Ihr Inhaltsverzeichnis	70
Das Führungsdossier	72
Die Schlussfolgerung	75

Verantwortlichkeiten und Terminplan	75
Die SWOT-Analyse	77
Wohin nun?	79
4 Selbsterkenntnis	81
Bestandsaufnahme	82
Die Grundlagen zuerst	82
Das Hauptziel	84
Sind Sie ein Visionär?	85
Ihr Weg hierher	89
Schöne Zahlen für die Banken	90
Wertsteigerung	92
Das überaus wichtige Führungsteam	95
Unternehmensorganisation	96
Direktoren	97
Infrastruktur des Unternehmens	101
Produkte und Dienstleistungen	101
Kernkompetenzen	103
Der nächste Schritt	105
5 Die Welt erkennen	107
Für oder gegen Sie?	108
Die nächsten Schritte	109
Informationen sammeln	110
Die ganze Welt verstehen	114
Geschäftspartner	119
Der Markt – wofür Sie kämpfen	121
Die Branche – was Sie vor sich haben	125
Wettbewerbsvorteile	128
Bringen Sie es zu Papier	131
Es geht weiter	131
6 Der Kern Ihres Plans	133
Eine Strategie und ein Arbeitsplan	134
Portfoliostrategie	137
Unternehmensstrategien, die Ihre Wünsche erfüllen	140
Strategien für Abteilungsleiter	145
Betriebsmittelbedarf	153
Strategische Ziele	154
Die Strategie dokumentieren	154
Einen Arbeitsplan erstellen	156
Arbeitspläne allgemein	157

Den Arbeitsplan dokumentieren	161
Weiter geht's	162
7 Zahlen, Zahlen, Zahlen	163
Umsichtig nachdenken und einschätzen	164
Unterschiedliche Auslegung derselben Zahlen	165
Wie Erbsenzähler denken	169
Der Planungshorizont	174
Blick zurück	177
Die Gegenwart abschätzen	178
Der Blick in die Kristallkugel	178
Softwaretools	180
Gut anwenden	183
8 Den Bruttogewinn bestimmen	185
Atmen Sie tief durch	186
Prognose des Umsatzvolumens	188
Das Gesamtbild – die Wirtschaft	191
Branchen- und Produktnachfrage	196
Führen Sie alles zusammen	200
Umsatzaufwendungen	201
Bruttogewinn	209
Schreiben Sie es nieder	210
9 Den Nettogewinn bestimmen	213
Wohin das Geld geht	214
Investitionen	216
Anlagevermögen, das Sie bereits besitzen	217
Anlagevermögen, das Sie brauchen	219
Berechnung des Anlagevermögens	223
Betriebliche Aufwendungen	226
Nettogewinn	235
Sonstige Erträge und Aufwendungen	240
So geht's weiter	242
10 Die Finanzierung der Unternehmung	243
Saldieren Sie Ihr Scheckbuch	244
Bilanz und Cashflowmechanismen	245
Hauptüberschriften der Bilanz	251
Erstellen der Dokumente	256
Beobachtung des Cashflow	258
Verwendung eines Überschusses	261

Fundierung	263
Kredite oder Eigenkapital?	263
Worum geht es?	271
Setzen Sie einen Preis auf den Erfolg	272
Wird das alles greifen?	273
11 Der Umgang mit Risiken	275
Risiken identifizieren und die Planung optimieren	276
So sieht's normalerweise aus	280
Wie viele Kokosnüsse müssen verkauft werden?	288
Grenzwertiges Risiko eines Konkurses?	293
Was brauchen Sie, und wann brauchen Sie es?	296
Rechnet es sich?	298
Was wäre, wenn ...?	306
Die Wirtschaftslage	307
Im schlimmsten Fall	308
Das große Finale	309
12 Die Zusage bekommen	311
Alles bündeln	312
Fokus	313
Worauf die Leser des Plans achten	316
Schon wieder diese Finanzfragen	321
Die Endkorrektur	331
Sie wissen nicht, was auf ihrem Tisch landet	332
Vorbereitung auf das erste Treffen	336
Endlich – das erste Treffen	337
Manöverkritik nach dem Meeting	340
Follow-up	340
Zurück ans Zeichenbrett	341
Sorgfältige Überprüfung	342
Der Vertrag	344
Das Geld ist auf der Bank	345
13 Setzen Sie Ihren Plan in die Tat um	347
Zeit für eine Pause?	348
Von der Planung zur Realität	349
Verlagerung des Fokus	350
Den Plan anderen vermitteln	352
Wo ziehen Sie die Grenze?	353
Strategie, Regeln und Abläufe	355
Wer macht was?	357

Unternehmensziele auf Mitarbeiterebene	357
Wie viel Freiheit ist möglich?	360
Finanzielle Ziele	360
Andere Ziele im Fokus behalten	366
Die Welt im Fokus behalten	367
Strategien und Plänen bestätigen und überarbeiten	368
Die Mohrrüben nicht vergessen	368
Und auf zum nächsten Unternehmensplan	369
Ziele verändern sich ständig, also auch Pläne	369
Danksagung	371
Register	373