

Hilfsmittel und Anleitung zum VP Bank Businessplan für Kleine und mittlere Unternehmen (KMU)



Name der Gesellschaft:

Kontaktperson:

Stellvertreter:

E-Mail-Adresse:

Internetseite:

Telefon:

Ersteller:

Datum:



Grundidee

Um Fragen zum Standort und der Situation Ihrer Unternehmung beantworten zu können, ist es wichtig, eine exakte Analyse der Unternehmung selbst und deren Umfeld durchzuführen.

Es gilt, von der eigenen Unternehmung die Stärken und Schwächen herauszufinden und aus dem Umfeld die Chancen und die Gefahren zu erkennen.

Aus dieser Analyse heraus ergeben sich Schlüsselfragen und ein Handlungsbedarf.

Der Businessplan ist das zentrale Instrument für die ganzheitliche Unternehmensplanung. Für Ihre Analyse stellen wir Ihnen dieses Instrument in einfacher und verständlicher Weise zur Verfügung.

Anleitung

Drucken Sie sich dieses Hilfsinstrument aus.

Erarbeiten Sie den Businessplan Schritt für Schritt. Setzen Sie den Plan in der Praxis um.

Halten Sie die Reihenfolge der Arbeitsschritte ein.

Nehmen Sie sich genügend Zeit für die Standortbestimmung.

Je genauer und gründlicher Sie die Vorbereitung durchführen, umso einfacher ist die anschliessende Bearbeitung des Businessplanes.

1. Standortbestimmung

Analysieren Sie die aktuelle Situation Ihres Unternehmens und dessen Umfeld. Somit kennen Sie die Schlüsselfragen und den Handlungsbedarf.

2. Geschäftskonzept

Formulieren Sie Ihr Geschäftskonzept und prüfen Sie dessen Markttauglichkeit.

3. Verfassen des Businessplanes

Übertragen Sie die Informationen in den eigentlichen Businessplan.

4. Controlling

Mittels regelmässiger Soll- /Ist-Vergleiche stellen Sie fest, ob Ihr Unternehmen auf Zielkurs ist und wo allfällige Korrekturen notwendig sind.



Fragen

Welche Kundenbedürfnisse erfüllen wir mit unseren Produkten?

Wie gross ist das Marktpotenzial für die von uns angebotenen Produkte? (geografisch / volumenmässig)

Welchen Kundengruppen wollen wir unsere Produkte in erster Linie anbieten?

Welches sind unsere Konkurrenten? In welchen Kriterien sind wir besser und in welchen Kriterien schlechter als die Konkurrenten?



Was für Preise sind mit unserem Angebot erzielbar?

Welches sind die Kosten unserer Leistungserstellung? Wie hoch sind diese im Verhältnis zum erzielbaren Ertrag?

Wie entwickeln sich die Preise und die Gewinnmargen langfristig?

Konklusion:

Aus diesem Grund haben wir mit unserem Geschäftskonzept Erfolg:

In diesen Bereichen müssen Anpassungen und Korrekturen vorgenommen werden:

Gewinnplanung

Definieren Sie die finanziellen Zielsetzungen für die nächsten drei Jahre.

1. Stützen Sie sich dabei auf die Resultate Ihrer Selbstanalyse und auf Ihr Geschäftskonzept ab.
2. Definieren Sie ambitionöse aber erreichbare Ziele
3. Wie sollen die Ziele erreicht werden?
4. Wie soll ein Zielkonflikt (Erreichen der Ziele und tätigen von Investitionen) vermieden werden?
5. Bestehen genügend eigene Mittel, um allfällige Investitionen zu finanzieren?

Umsatz- und Margenziele (BM = Bruttomarge)



Kunden- segment	Produkte und Dienstleistungen	Jahr		Jahr		Jahr	
		Umsatz	BM in %	Umsatz	BM in %	Umsatz	BM in %

9/17

Tabelle in tausend CHF



<u>Jahr</u>	Jahr	in %	Jahr	in %	Jahr	in %
Betriebsertrag aus Lieferung und Leistung						
+ Eigenleistung						
. /. Ertragsminderungen						
Betriebsertrag aus Lieferungen und Leistungen						
. /. Materialaufwand						
Bruttoergebnis						
. /. Personalaufwand						
. /. Raumaufwand						
. /. Unterhalt und Reparaturen						
. /. Übriger Betriebsaufwand						
. /. Abschreibungen						
. /. Zinsen						
Betriebsergebnis						
Betrieblicher Cashflow (Betriebsergebnis + Abschreibungen + Veränd. Rückstellungen)						
+ Ausserordentlicher und betriebsfremder Ertrag						
. /. Ausserordentlicher und betriebsfremder Aufwand						
. /. Steuern						
Unternehmensergebnis						



Konkurrenzanalyse

Als Konkurrenten sind die fünf wichtigsten Mitbewerber zu beurteilen.

Gleiches ist mit Gleichem zu beurteilen.

Die Konkurrenten sollten überregional ausgewählt werden.

Zu betrachten sind nicht nur "heutige" Konkurrenten, sondern auch solche, die in der Zukunft eine Rolle spielen könnten.

Konkurrenzanalyse				
Name und Adresse des Konkurrenten:				
Kriterium	Beschreibung	Im Vergleich mit uns		
		+	=	-
Umsatz				
Bearbeitete Regionen / Vergleich Marktanteil				
Produktepalette / Qualität / Auswahl				

Preissegmente / Preisvergleich / Serviceleistungen				
Verkauf / Strategie / Akquisitionstätigkeiten				
Kernkompetenzen (Hauptstärken)				
Schwächen				
Bemerkungen				



Laufendes Controlling

1. Definieren Sie die relevanten Kennzahlen
2. Übernahme der Kennzahlen aus dem Jahresbudget
3. Brechen Sie das Jahresbudget auf Quartalsebene herunter
4. Vergleichen Sie quartalsmässig die erreichten Zahlen mit dem Planbudget
5. Beantworten Sie die Frage, warum die Abweichungen entstanden sind.
6. Veranlassen Sie die Massnahmen, damit das Jahresziel trotzdem erreicht werden kann. (wer, wann, wie)
7. Sollte das Ziel nicht mehr erreichbar sein, so errechnen Sie die Erwartungen (korrigiertes Budget)



Controlling der Geschäftstätigkeit

Kennzahlen	Plan per	Ist per	Abweichung	
 in TCHF in TCHF	in TCHF	in %
Umsatz				
Umsatzmarge				
Personalkosten				
Materialkosten				
Cashflow				
Lagerbestand				
Debitoren				
Liquide Mittel				

Jahresbudget	Erwartungen per 31.12.	Abweichungen voraussichtlich Jahresbudget
in TCHF	in TCHF	in TCHF

Ursache der Abweichung

Massnahme	Zuständig	Termin

Massnahmenüberwachung

Stand am:

Kontrolle / Visum:

Massnahme Nr.	
Kurzbeschreibung	
Umsetzungsstand aktuell	
bisherige Wirkung	
Abweichungen von der Erwartung	
Ursachenanalyse der Abweichung	
Handlungsbedarf	
Weiteres Vorgehen	
Bemerkungen	
Nächster Überwachungstermin	

Aktionsplan

Fassung per:

Kontrolle / Visum:

Massnahme Nr.	Beschreibung	Verantwortlich	Termine		Auswirkung TCHF		Notwendige Ressourcen
			Start	Ziel	Jahr	Jahr	