

manager-magazin.de, 16. Mai 2008, 08:52 Uhr
<http://www.manager-magazin.de/it/gruender/0,2828,553207,00.html>

BUSINESSPLAN

Die zehn häufigsten Fehler

Von *Kim Bachmann*

Zu einer Unternehmensgründung gehört ein ausführlicher Businessplan. Doch je mehr Informationen man unterbringen will, desto mehr Fehlerquellen drohen. Das Gründerportal Förderland gibt einen Überblick über die größten Gefahren beim Verfassen des Geschäftskonzepts.

Sie schreiben den Businessplan ausschließlich für (potenzielle) Kapitalgeber

Natürlich sollen Sie mit Ihrem Konzept auch Investoren von Ihrer Idee überzeugen. Aber denken Sie beim Schreiben zuerst an sich. Denn Sie werden derjenige sein, dem ein ordentlicher Businessplan Profit einbringen soll. Schließlich bildet er die Grundlage für Ihre weiteren Strategie- und Planungskonzepte.

Sie beschäftigen sich nicht mit der Planung

Bevor Sie wild drauflos schreiben, sollten Sie erst einmal eine Planungsphase einschieben. Diese dient einerseits zum Sammeln aller relevanten Informationen und andererseits dazu, sich ein genaues Konzept zum Aufbau des Businessplans zu überlegen. Es ist sehr wichtig, dass Sie für die Planungsphase genügend Zeit reservieren.

Ihr Businessplan soll vor allem optisch auffallen

Um die Aufmerksamkeit auf Ihr Konzept zu lenken, haben Sie ein ausgefallenes Layout entworfen. Falsch! Bemühen Sie sich unbedingt um eine seriöse, realistische und sachliche Darstellung. Zeigen Sie Individualität bei der inhaltlichen Einzigartigkeit Ihres Konzepts, nicht im Layout.



Kniffliger Businessplan:
Beim Erstellen lauern viele Gefahren

Sie vernachlässigen eine sinnvolle Strukturierung, da nur der Inhalt zählt

Schlagworte des Artikels:

Businessplan
Unternehmensgründung

[Direkt zu SPIEGEL Wissen](#) 

Dabei ist ein stringenter, übersichtlicher Aufbau unentbehrlich. Zum einen werden Sie bei potenziellen Investoren mit komplexen und schwer lesbaren Dokumenten kaum Erfolg haben. Zum anderen können Sie den Plan auch nicht für sich selbst im unternehmerischen Alltag verwenden, wenn Sie wichtige Daten erst mühsam suchen müssen.

Sie verwenden überwiegend Fachvokabular

Insbesondere bei Gründungen aus dem Hightech-Bereich strotzen die Beschreibungen oft nur so vor Fachtermini. Eine klar verständliche Sprache ist jedoch unverzichtbar. Der Leser, zum Beispiel ein Kapitalgeber, ist meist kein Spezialist auf Ihrem Gebiet. Deshalb kommt es bei einem Businessplan unbedingt darauf an, einem "Dritten" den Kundennutzen, das Umsatzpotenzial und die Qualifikation des Gründerteams prägnant zu vermitteln.

Sie nehmen keine Marktanalyse vor

Eine unzureichende Marktanalyse ist ein häufiger Grund für das Scheitern vieler Neugründer. Sie stellt für Kapitalgeber einen entscheidenden Faktor dar und ermöglicht Ihnen zugleich eine realistische Planung. Durch die Analyse von Branche und Markt kann das Potenzial des Zielmarkts - und damit auch die guten Erfolgchancen Ihres Unternehmens - herausgearbeitet werden. Die Analyse der Konkurrenz spielt dabei natürlich auch eine große Rolle.



Dieser Gastbeitrag wurde von dem Gründerportal "Förderland" zur Verfügung gestellt. Hier finden Sie auch weiterführende Informationen zu diesem Thema.

Sie haben Ihre Zielgruppe nicht analysiert

Nur weil Sie von Ihrer Idee begeistert sind, heißt das nicht, dass andere diese Begeisterung teilen. Ermitteln Sie zunächst die Bedürfnisse Ihrer zukünftigen Kunden, und finden Sie heraus, ob Interesse für Ihr Konzept besteht. Wenn ja, dann muss dieses Interesse aber nicht automatisch auch bedeuten, dass die potenziellen Kunden bereit wären, Ihr Produkt zu dem von Ihnen geplanten Preis tatsächlich zu kaufen.

In Ihrem Businessplan erwähnen Sie lieber keine Risiken

Es stellt Ihr Unternehmen keineswegs negativ dar, wenn Sie auf bestehende Risiken eingehen. Vielmehr zeigt es, dass sie sich eingehend und kritisch mit Ihrem Konzept auseinandersetzen. Formulieren Sie Maßnahmen, die sie im Ernstfall ergreifen. Um nicht den Eindruck von Unwissenheit oder gar Beschönigung zu erwecken, ist es auf jeden Fall sinnvoll, die Risiken realistisch darzustellen.

Sie können sich nicht ausreichend von anderen Unternehmen differenzieren

Übernehmen Sie ein Konzept komplett von Ihrem Konkurrenten, entscheidet der Zufall, ob der Kunde Ihr Produkt oder das Ihres Mitbewerbers kauft. Deshalb ist es wichtig, sich von der Konkurrenz abzuheben und den Kunden davon überzeugen, dass Ihr Produkt das bessere ist. Formulieren Sie, in welchen Details Sie sich von den Mitbewerbern unterscheiden und welchen Nutzen dies für den Kunden hat.

Schlagworte des Artikels:

Businessplan
Unternehmensgründung

Direkt zu SPIEGEL Wissen 

Ihnen fehlt das nötige Wissen in Finanzfragen

Viele Unternehmen scheitern genau aus diesem Grund. Sie unterschätzen die benötigten Summen, oder es treten scheinbar unvorhersehbare Ereignisse auf. Deshalb ist ein sorgfältig kalkulierter Finanzplan unerlässlich. Denn nur wer den Überblick über Auszahlung und Zahlungskraft behält und diese auch zukünftig abzuschätzen vermag, hat eine Chance auf Erfolg.

© manager-magazin.de 2008

Alle Rechte vorbehalten

Vervielfältigung nur mit Genehmigung der SPIEGELnet GmbH

Mehr zum Thema

- **Auszeichnung:** Multimediagründung des Jahres (30.04.2008)
<http://www.manager-magazin.de/it/gruender/0,2828,550705,00.html>
- **Gründerwettbewerb:** Neue Runde gestartet (05.03.2008)
<http://www.manager-magazin.de/it/gruender/0,2828,539528,00.html>
- **Gründerkolumne:** Was bleibt vom Web 2.0? (20.12.2007)
<http://www.manager-magazin.de/it/gruender/0,2828,524444,00.html>

- **Gründerkolumne:** Erfolgreiche Mitarbeiterrekrutierung (02.07.2007)
<http://www.manager-magazin.de/it/gruender/0,2828,491483,00.html>
-