

Businessplan für KMU	Firma	
	Adresse	
	Kontaktperson	
	Telefon	
	E-Mail	
	Datum	

Umgang mit diesem Dokument

- Diese Dokumentvorlage wurde mit Microsoft Word 2000 erstellt. Für die einfache und effiziente Bearbeitung sind Titel und Textbausteine bereits entsprechend formatiert.
- Sie können nicht benötigte Titel löschen oder zusätzliche Kapitel hinzufügen. Benützen Sie dafür die vorgegebenen Textformatierungen für Überschriften (1. Überschrift 1; 1.1 Überschrift 2; 1.1.1 Überschrift 3). Diese Textformatierungen finden Sie im Scrollbalken in der dritten Funktionsleiste ganz links. Danach kann das Inhaltsverzeichnis jeweils automatisch aktualisiert werden. Für die einzelnen Textbausteine wählen sie die Formatierung Standard.
- Für die Aktualisierung des Inhaltsverzeichnis markieren Sie dieses und drücken die Funktionstaste F9.
- Diese Hinweisfeld kann wie folgt gelöscht werden: klicken Sie in dieses Textfeld und anschliessend auf den Rahmen (Cursor verschwindet); drücken Sie die Taste Delete.

INHALTSVERZEICHNIS

1	Zusammenfassung (Management Summary)	5
2	Unternehmung	5
2.1	Geschäftsidee und bisherige Entwicklung	5
2.2	Eigentümer / Management / Beziehungen	5
2.2.1	Rechtsform	5
2.2.2	Beteiligungsverhältnisse	5
2.2.3	Management/Führungs-Crew	5
2.2.4	Führungsgrundsätze	5
2.2.5	Schlüsselpersonen	5
2.2.6	Beziehungen.....	5
2.3	Standort und Organisation	5
2.3.1	Aufbau- und Ablauforganisation	5
2.3.2	Domizil	5
2.3.3	Eingesetzte Sachmittel / Informatik	5
2.4	Finanzkennzahlen	5
2.5	Unternehmensstärken und -schwächen	5
3	Produkte und Dienstleistungen	6
3.1	Produkt-Portfolio und Dienstleistungen	6
3.2	Produkt-Zyklus	6
3.3	Kunden-Bedürfnisse und -Nutzen	6
3.4	Forschung und Entwicklung	6
3.4.1	Laufende Entwicklungsprojekte	6
3.4.2	Geplante Entwicklungsprojekte	6
3.4.3	Patente und Markenschutz	6
3.5	Einsatz von neuen Technologien und Internet	6
4	Markt / Kunden	6
4.1	Kundensegmente und geographische Märkte	6
4.2	Eigene Marktstellung	6
4.3	Zielmärkte	6
4.4	Markt-Chancen und -Gefahren	6

5	Konkurrenz	6
5.1	Konkurrenz- und Substitutionsprodukte	6
5.2	Hauptkonkurrenten	7
5.2.1	Konkurrent 1	7
5.2.2	Konkurrent 2	7
5.3	Wettbewerbsvorteile und -nachteile	7
5.4	Strategien	7
5.4.1	Mögliche Strategien der Konkurrenten	7
5.4.2	Eigene Strategie	7
6	Produktion / Beschaffung / Vertrieb	7
6.1	Produktionsmittel und Produktionstechnologie	7
6.2	Kapazitäten	7
6.3	Beschaffung	7
6.3.1	Wichtigste Lieferanten	7
6.3.2	Rohmaterialmärkte	7
6.3.3	Externe Abhängigkeiten	7
6.4	Vertrieb	7
6.5	Qualitätsmanagement	7
7	Unternehmensstrategie	8
7.1	Vision	8
7.2	Strategie	8
7.2.1	Kernkompetenzen	8
7.2.2	Prozesse	8
7.2.3	Marketing	8
7.3	Herausforderungen	8
7.4	Chancen und Risiken	8
8	Führungsinstrumente	8
8.1	Strategische Führungsmittel	8
8.2	Operative Führungsmittel	8
8.3	Management-Informationssystem (MIS)	8
8.4	Risikomanagement	8

8.5	Personal Controlling.....	8
9	Planung.....	8
9.1	Absatz.....	8
9.2	Produkte und Märkte.....	9
9.3	Wichtigste Kunden	9
9.4	Investitionen und Desinvestitionen	9
9.5	Meilensteine	9
9.6	Finanzierungsstruktur	9
9.7	Finanzierungskonzept	9
9.8	Planrechnungen	9
10	Risikoanalyse	9
10.1	Produkte / Markt / Absatz / Vertrieb.....	9
10.2	Produktion	9
10.3	Management und Personal.....	9
10.4	Umwelt	9
10.5	Absicherung der Risiken / Notfall-Szenarien	9
11	Beilagen.....	9

1 Zusammenfassung (Management Summary)

2 Unternehmung

2.1 Geschäftsidee und bisherige Entwicklung

2.2 Eigentümer / Management / Beziehungen

2.2.1 Rechtsform

2.2.2 Beteiligungsverhältnisse

2.2.3 Management/Führungs-Crew

2.2.4 Führungsgrundsätze

2.2.5 Schlüsselpersonen

2.2.6 Beziehungen

2.3 Standort und Organisation

2.3.1 Aufbau- und Ablauforganisation

2.3.2 Domizil

2.3.3 Eingesetzte Sachmittel / Informatik

2.4 Finanzkennzahlen

2.5 Unternehmensstärken und -schwächen

3 Produkte und Dienstleistungen

3.1 Produkt-Portfolio und Dienstleistungen

3.2 Produkt-Zyklus

3.3 Kunden-Bedürfnisse und -Nutzen

3.4 Forschung und Entwicklung

3.4.1 Laufende Entwicklungsprojekte

3.4.2 Geplante Entwicklungsprojekte

3.4.3 Patente und Markenschutz

3.5 Einsatz von neuen Technologien und Internet

4 Markt / Kunden

4.1 Kundensegmente und geographische Märkte

4.2 Eigene Marktstellung

4.3 Zielmärkte

4.4 Markt-Chancen und -Gefahren

5 Konkurrenz

5.1 Konkurrenz- und Substitutionsprodukte

5.2 Hauptkonkurrenten

5.2.1 Konkurrent 1

5.2.2 Konkurrent 2

5.3 Wettbewerbsvorteile und -nachteile

5.4 Strategien

5.4.1 Mögliche Strategien der Konkurrenten

5.4.2 Eigene Strategie

6 Produktion / Beschaffung / Vertrieb

6.1 Produktionsmittel und Produktionstechnologie

6.2 Kapazitäten

6.3 Beschaffung

6.3.1 Wichtigste Lieferanten

6.3.2 Rohmaterialmärkte

6.3.3 Externe Abhängigkeiten

6.4 Vertrieb

6.5 Qualitätsmanagement

7 Unternehmensstrategie

7.1 Vision

7.2 Strategie

7.2.1 Kernkompetenzen

7.2.2 Prozesse

7.2.3 Marketing

7.3 Herausforderungen

7.4 Chancen und Risiken

8 Führungsinstrumente

8.1 Strategische Führungsmittel

8.2 Operative Führungsmittel

8.3 Management-Informationssystem (MIS)

8.4 Risikomanagement

8.5 Personal Controlling

9 Planung

9.1 Absatz

9.2 Produkte und Märkte

9.3 Wichtigste Kunden

9.4 Investitionen und Desinvestitionen

9.5 Meilensteine

9.6 Finanzierungsstruktur

9.7 Finanzierungskonzept

9.8 Planrechnungen

10 Risikoanalyse

10.1 Produkte / Markt / Absatz / Vertrieb

10.2 Produktion

10.3 Management und Personal

10.4 Umwelt

10.5 Absicherung der Risiken / Notfall-Szenarien

11 Beilagen