# Businessplan

Dem Businessplan liegt die Idee zu Grunde, dass der im Rahmen der Diplomarbeit entwickelte Prototyp einer Vermarktung zugeführt wird. Es wird von der Voraussetzung ausgegangen, dass noch kein Unternehmen vorhanden ist und daher sollte der Plan alle wesentlichen Punkte wie Unternehmensgründung, Marketingmaßnahmen, Finanzierung usw. umfassen. Dabei ist es unerheblich, ob es sich bei der Diplomarbeit um ein Firmen- oder Schulprojekt handelt.

Der Aufbau des Businessplans orientiert sich an den Unterlagen des Europäischen Wirtschaftsführerschein EBC\*L. Es soll daher folgende Grundstruktur eingehalten werden:

* Executive Summary
* Ist-Analyse
* Marketingplan
* Projektplan
* Investitionsrechnung- und Wirtschaftlichkeitsanalyse
* Finanzplan

## Executive Summary

Hier stehen in kurzer und prägnanter Formulierung die wichtigsten Punkte des Vorhabens. Dazu gehören das USP (unique selling proposition), Produktidee, Marktpotential, Unternehmensform, Finanzierung, Geschäftsstrategie. Die Ausführungen im Executive Summary müssen auch bei den detaillierten Erörterungen zu finden sein.

### Produktidee

Welche Idee liegt dem Produkt zu Grunde? Welche Ziele verfolgt man mit dem Produkt und

wie hoch ist der Kundennutzen?

### Marktpotential

Welches Entwicklungspotential wird dem Produkt eingeräumt? Wie sehen die Konkurrenzprodukte aus? Worin liegt der Wettbewerbsvorteil?

### Finanzierung

Wie hoch sind die Entwicklungskosten? Welchen Preis soll das Produkt haben? Wie hoch ist der Kapitalbedarf? Wie sieht die Umsatz- und Gewinnplanung für die nächsten 4 Jahre aus? Wie hoch ist der Eigenkapitalanteil und wie hoch ist die geplante Fremdfinanzierung?

### Geschäftsstrategie

Welche Unternehmensform wird gewählt, um die erforderliche Finanzierung zu erhalten? Welche Ideen verfolgt man, um das Produkt am Markt zu positionieren? Welche Mitarbeiter-Qualifikation ist zur Umsetzung von Entwicklung, Produktion und Vermarktung erforderlich?

## Ist-Analyse (Produkt, Umfeld, Unternehmen, Team)

Nach einer Analyse der Stärken und Schwächen des eigenen Produktes ist mittels Markt- und Kundenanalyse ein Vergleich mit den Konkurrenzprodukten herzustellen. Diese Analyse ist dann die Grundlage für die verwendeten Verkaufsstrategien.

Unternehmensform und Personalressourcen zur Erreichung der Ziele sind festzulegen. Weiters sind die Chancen und Risiken zur Erreichung der Ziele zu erörtern.

Geeignete Instrumente für die Analyse sind:

Stärken/Schwächen-Analyse, Chancen/Risiko-Analyse, SWOT-Analyse, Szenario-Analyse, Analyse des Produktlebenszyklus und des Produktportfolios.

## Marketingplan

Motto: Was nützt die beste Idee, wenn niemand weiß, dass es sie gibt.

Es sind hier vor allem die Maßnahmen der operativen Marketingplanung zu behandeln, d.h. die Maßnahmen im ersten Jahr der Produkteinführung. Als Marketinginstrument sind hier die 4 P's (Product, Price, Placement, Promotion) zu beantworten.

### Product (Produkt- und Leistungspolitik)

Welche Eigenschaften (z.B. Funktionalität, Qualität, Garantie, Design) hat das angebotene Produkt, um die relevanten Kundenbedürfnisse zu erfüllen?

### Price (Preis- und Konditionenpolitik)

Welcher Preis kann berechnet werden und welche Ziele werden mit der Preisstrategie verfolgt (z.B. Listenpreis, Rabatte) ?

### Placement (Distribution-/Vertriebspolitik)

Wie soll das Produkt zum Kunden gelangen ( z.B. Vertriebskanäle, Lagerung)?

### Promotion (Kommunikationspolitik)

Mit welchen Kommunikationsmitteln soll der Kunde die Vorteile des Produktes vermittelt bekommen (z.B. Werbung, Bekanntheitsgrad)?

Im Marketingplan wird die Umsetzung der Marketingmaßnahmen festgelegt. Dazu gehören:

* Festlegung der Ziele
* Aktivitäten und Zeitplan
* Kostenplan
* Kontrollmechanismen für Werbemaßnahmen

## Projektplan

Hier ist der Projektplan für den Herstellung und Verkauf des Produktes nach der Entwicklung des Prototypen zu erstellen. Der Projektplan des Anhang C dient dagegen zur Entwicklung des Prototypen.

Es gelten aber für diesen Projektplan dieselben Überlegungen wie Ressourcenplanung, Festlegung des Projektteams, Festlegung der Meilensteine, … Auch können dieselben Planungsinstrumente verwendet werden.

## Investitionsrechnung und Wirtschaftlichkeitsanalyse

Es sind die Fixkosten unter Einbeziehung der Entwicklungskosten für den Prototypen und die variablen Kosten zu ermitteln. Weiters ist nach Festlegung des marktkonformen Preises der Break Even Point zu bestimmen.

## Finanzplan

Der Finanzplan umfasst die Gewinn- und Verlustrechnung, den Liquiditätsplan und den Finanzierungsplan.

## Literaturverzeichnis

Das Literaturverzeichnis ist gemäß den vorgegebenen Richtlinien zu erstellen und zu verwenden.