

*orga***MAX**

Von der Idee zur erfolgreichen Umsetzung

Businessplan-Guide für GründerInnen



Agenda

Seite	Kapitel
2	1 Einleitung: Machen Sie Ihr Bauchgefühl zum Plan.
3	2 Vorbereitung: Was Sie vor dem Schreiben Ihres Businessplans wissen sollten
3	2.1 Für wen schreiben Sie den Businessplan – und mit welchem Ziel?
4	2.2 Welche Form ist für Sie geeignet?
4	2.3 Gute Planung beginnt mit guter Recherche
4	2.4 Rechtsform: Was passt zu Ihnen und zu Ihrem Vorhaben?
5	3 Inhalte: So überzeugen Sie auf ganzer Linie
6	3.1 Executive Summary: Der Überblick zuerst, geschrieben zuletzt
6	3.2 Gründerprofil: Wer steht hinter der Idee?
7	3.3. Geschäftsidee & Angebot: Was bieten Sie an – und warum?
7	3.4 Zielgruppe & Marktanalyse: Für wen machen Sie das alles?
10	3.5 Marketing & Vertrieb: So kommt Ihr Angebot zur Zielgruppe
11	3.6 Standort & Organisation: So arbeiten Sie effizient
12	3.7 Rechtsform & rechtliche Rahmenbedingungen: Das Fundament
13	3.8 Finanzplanung: Damit Ihre Idee auch auf dem Papier funktioniert
15	3.9 Risiken & Chancen: Realistisch bleiben, ohne zu entmutigen
17	4 Praxistipps: So formulieren Sie klar, konkret, überzeugend
19	5 Einreichen & Präsentieren: So machen Sie aus Ihrem Businessplan einen überzeugenden Auftritt
21	6 Tools, Vorlagen & Unterstützung: Die besten Helfer für Ihren Businessplan
23	7 FAQ
24	8 Fazit: Ihr Plan ist mehr als ein Dokument
26	Kontakt

1. Einleitung

Machen Sie Ihr Bauchgefühl zum Plan.

Ein eigenes Unternehmen zu gründen, beginnt oft mit einer Idee – und einem guten Bauchgefühl. Doch je konkreter es wird, desto mehr tauchen Fragen auf: Wie viel Kapital brauche ich? Wer sind meine KundInnen? Wie komme ich an Fördermittel oder einen Kredit? Spätestens hier wird klar: Ein Businessplan ist kein bürokratisches Pflichtdokument, sondern ein praktisches Werkzeug, das Orientierung schafft.

Der Businessplan ist deine persönliche Landkarte auf dem Weg in die Selbstständigkeit. Er hilft Ihnen nicht nur dabei, InvestorInnen oder Banken zu überzeugen, sondern vor allem Ihnen selbst: Welche Stärken bringen Sie mit? Wie tragfähig ist Ihr Geschäftsmodell? Und wie kommen Sie von der Vision in die Realität?

In diesem Guide erfahren Sie Schritt für Schritt:

- ✓ welche Inhalte in keinen Businessplan fehlen dürfen,
- ✓ worauf Banken, Förderstellen und Gründercoaches achten,
- ✓ und wie Sie aus Ihrer Idee ein durchdachtes Konzept entwickeln, ohne sich in Fachbegriffen zu verlieren.

Egal ob Sie ein Café eröffnen wollen, digital durchstarten oder als FreelancerIn Ihren Weg suchen: Mit einem klaren Plan starten Sie nicht nur besser, Sie bleiben auch langfristig auf Kurs.

2. Vorbereitung

Was Sie vor dem Schreiben Ihres Businessplans wissen sollten

Bevor Sie mit dem Schreiben Ihres Businessplans beginnen, lohnt sich ein kurzer Zwischenstopp: Wer soll den Plan lesen? Welche Fragen muss er beantworten? Und welche Informationen brauchen Sie im Vorfeld?

Denn: Ein Businessplan ist kein bürokratisches Pflichtdokument, sondern ein Werkzeug, das zu Ihnen passen sollte – individuell, durchdacht und zielgerichtet. Und je klarer Sie Ihre Ausgangssituation definieren, desto leichter fällt es Ihnen, überzeugend zu planen.

1. Für wen schreiben Sie den Businessplan – und mit welchem Ziel?

Überlegen Sie zunächst, wer Ihren Businessplan lesen wird. Das hat großen Einfluss auf den Aufbau, die Sprache und die inhaltlichen Schwerpunkte:

- ✓ Banken und Förderstellen achten besonders auf Finanzplanung und Tragfähigkeit.
- ✓ InvestorInnen interessieren sich für Marktpotenzial, Wachstum und Rentabilität.
- ✓ Sie selbst gewinnen durch den Plan Klarheit über Ihr Konzept und die nächsten Schritte.

2. Welche Form ist für Sie geeignet?

Ob klassisches Textdokument, übersichtliche Präsentation oder Businessplan-Tool: Erlaubt ist, was funktioniert. Wichtig ist vor allem: Klarheit, Struktur und Nachvollziehbarkeit. Achten Sie auf ein sauberes Layout, verständliche Sprache und logisch aufgebaute Kapitel.

3. Gute Planung beginnt mit guter Recherche

Sie müssen keine akademische Marktanalyse vorlegen, aber grundlegende Informationen sind Pflicht:

- ✓ Welche Trends und Herausforderungen gibt es in Ihrer Branche?
- ✓ Wer ist Ihre Zielgruppe – und wie ticken potenzielle KundInnen?
- ✓ Wer sind Ihre Wettbewerber – und was machen Sie anders oder besser?

Tipp: Nutzen Sie für Ihre Marktanalyse z. B. Branchenportale, IHK-Leitfäden, Statistiken, Fachartikel oder persönliche Gespräche.

4. Die Rechtsform: Was passt zu Ihnen und zu Ihrem Vorhaben?

Ob Einzelunternehmen, GbR oder GmbH: Ihre gewählte Rechtsform beeinflusst nicht nur steuerliche Pflichten, sondern auch die Kapitalausstattung, Haftung und Tonalität des Businessplans. Selbst wenn Ihre Entscheidung noch nicht final ist: Erläutern Sie Ihren aktuellen Stand nachvollziehbar.



Tipp

Sie sind noch unsicher, welche Rechtsform zu Ihrer Gründung passt?

Dann nutzen Sie unseren Selbsttest und finden Sie es in wenigen Minuten heraus. So erhalten Sie eine erste Orientierung, welche Option für Sie abhängig von Branche, Budget, Risiko und Teamgröße infrage kommen könnte.

[Jetzt Selbsttest machen](#)

3. Inhalte

So überzeugen Sie auf ganzer Linie.

Ein professioneller Businessplan ist mehr als eine Sammlung schöner Worte: Er ist ein logischer, roter Faden, der Ihre Geschäftsidee, Ihre Strategie und Ihre Zahlen stimmig miteinander verbindet. Damit Sie alle wichtigen Aspekte abdecken, lohnt sich eine klare Gliederung. Sie hilft nicht nur LeserInnen beim Verständnis, sondern zeigt auch: Hier hat sich jemand wirklich Gedanken gemacht.

Im Folgenden finden Sie die wichtigsten Bestandteile eines überzeugenden Businessplans – mit konkreten Tipps, worauf Sie jeweils achten sollten.

Executive Summary: Der Überblick zuerst, geschrieben zuletzt

Das Executive Summary ist eine kompakte Zusammenfassung Ihres gesamten Plans auf maximal ein bis zwei Seiten. LeserInnen gewinnen hier einen ersten Eindruck Ihrer Geschäftsidee und entscheiden oft anhand dieses Abschnitts, ob sie weiterlesen.

Das gehört hinein:

- ✓ Was ist Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung?
- ✓ Für wen ist Ihr Angebot gedacht?
- ✓ Was macht es besonders? (USP)
- ✓ Wie sieht Ihr Geschäftsmodell aus?
- ✓ Welches Ziel verfolgen Sie kurz- und langfristig?

Wichtig: Schreiben Sie diese Zusammenfassung erst zum Schluss, wenn alle anderen Kapitel fertig sind.

Gründerprofil: Wer steht hinter der Idee?

In diesem Abschnitt stellen Sie sich selbst vor. Zeigen Sie, warum gerade Sie die richtige Person für dieses Vorhaben sind – fachlich, menschlich und unternehmerisch.

Inhalte:

- ✓ Beruflicher Werdegang und Qualifikationen
- ✓ Branchenerfahrung und persönliche Stärken
- ✓ Motivation für die Gründung
- ✓ ggf. Lebenslauf oder Kurzvita im Anhang

Hinweis bei Teamgründungen: Beschreiben Sie die Rollenverteilung und ergänzen Sie kurze Steckbriefe.

Geschäftsidee & Angebot: Was bieten Sie an – und warum?

Beschreiben Sie Ihre Idee klar, verständlich und praxisnah. LeserInnen müssen sofort erkennen können, welches Problem Sie lösen und warum Ihr Angebot dafür die passende Lösung ist.

Leitfragen für diesen Abschnitt:

- ✓ Welches konkrete Produkt oder welche Dienstleistung bieten Sie an?
- ✓ Welches Problem hat Ihre Zielgruppe – und wie lösen Sie es?
- ✓ Was unterscheidet Sie vom Wettbewerb? (z. B. Preis, Qualität, Service, Spezialisierung)
- ✓ Gibt es Besonderheiten? (z. B. Alleinstellungsmerkmal, Innovation, Nachhaltigkeit)

Tipp: Vermeiden Sie zu technische Fachsprache – schreiben Sie so, dass auch Branchenfremde Ihre Idee verstehen.

Zielgruppe & Marktanalyse: Für wen machen Sie das alles?

Sie können das beste Produkt haben, aber wenn niemand es braucht oder versteht, wird es schwer. Deshalb ist eine präzise Zielgruppen- und Marktanalyse das Herzstück Ihres Businessplans. Hier zeigen Sie, dass Sie Ihre KundInnen, den Wettbewerb und die Rahmenbedingungen kennen. Es geht nicht um Zahlenkolonnen, sondern um echte Marktkennntnis.

Ihre Zielgruppe: Wer soll bei Ihnen kaufen?

Beschreiben Sie so konkret wie möglich, wen Sie erreichen möchten und warum genau diese Menschen von Ihrem Angebot profitieren.

Leitfragen:

- ✓ Wer sind Ihre WunschkundInnen? (z. B. Selbstständige, Eltern, Sportbegeisterte, KMU etc.)
- ✓ Wo leben sie, wie alt sind sie, was ist ihnen wichtig?
- ✓ Welche Bedürfnisse, Probleme oder Wünsche haben sie?
- ✓ Warum ist Ihr Angebot für genau diese Gruppe relevant?

Tipp: Je genauer Sie Ihre Zielgruppe kennen, desto gezielter können Sie Ihre Marketingmaßnahmen ausrichten – und Ihre Planung wird realistischer.

Marktanalyse: Was ist um Sie herum los?

Jetzt geht es darum zu zeigen, dass Sie sich im Umfeld Ihrer Idee auskennen – unabhängig davon, ob Sie lokal oder digital agieren.

Das gehört hinein:

- ✓ Marktgröße und -potenzial: Wie groß ist der Markt? Gibt es Wachstum? Trends?
- ✓ Wettbewerb: Wer bietet etwas Ähnliches an? Wie unterscheiden Sie sich?
- ✓ Chancen und Herausforderungen: Welche Entwicklungen wirken sich auf Ihr Vorhaben aus? (z. B. Gesetzesänderungen, Digitalisierung, Demografie)
- ✓ Ihre Positionierung: Wo ordnen Sie sich im Markt ein – und was ist Ihre Nische?

Tipp: Sie müssen kein Marktforschungsinstitut beauftragen. Verwenden Sie Branchenberichte, IHK-Daten, Onlinerecherchen oder eigene Beobachtungen aus Kundengesprächen.



Extra-Tipp

Die SWOT-Analyse als Überblick

Mit der SWOT-Analyse (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) verschaffen Sie sich intern wie extern einen realistischen Überblick über Ihre Ausgangslage. Sie zeigt, wo Ihre Stärken liegen, wo es Hürden gibt und welche Chancen und Risiken Sie im Blick behalten sollten. Das ist besonders hilfreich, um Ihre Strategie gezielt daran auszurichten und Pluspunkte bei Banken oder Förderstellen zu sammeln.

Nutzen Sie unsere kostenlose SWOT-Vorlage zum Ausfüllen – ideal für Ihren Businessplan.

[SWOT-Vorlage herunterladen](#)

Marketing & Vertrieb: So kommt Ihr Angebot zur Zielgruppe

Ein gutes Produkt verkauft sich nicht von allein.

In diesem Abschnitt zeigen Sie, wie Sie Ihr Angebot bekannt machen und KundInnen gewinnen wollen und wie das auch wirtschaftlich funktioniert.



Marketingstrategie: Wie machen Sie auf sich aufmerksam?

Beschreiben Sie, mit welchen Maßnahmen Sie Ihre Zielgruppe erreichen wollen:

- ✓ Online: z. B. Website, SEO, Social Media, Newsletter, Ads
- ✓ Offline: z. B. Flyer, Veranstaltungen, Pressearbeit, Empfehlungen
- ✓ Branding: Welche Werte vermitteln Sie? Wie wirken Name, Logo, Design?

Wichtig: Zeigen Sie, dass Ihre Strategie zur Zielgruppe passt und nicht auf bloßem Bauchgefühl beruht.

Vertriebswege: Wie kommt Ihr Angebot zu den KundInnen?

Erklären Sie, wie der Verkauf konkret abläuft:

- ✓ Direktvertrieb, Online-Shop, Plattformen, stationärer Handel, Außendienst?
- ✓ Beratung, Probeangebote, persönliche Betreuung?

Hinweis: Auch Zahlungsarten und Vertragsmodelle können hier eine Rolle spielen.

Preismodell: Wie kalkulieren Sie Ihren Preis?

Zeigen Sie, wie Sie zu Ihrem Preis kommen:

- ✓ Herstellungskosten + Marge?
- ✓ Orientierung am Wettbewerb?
- ✓ Premium- oder Niedrigpreisstrategie?

Standort & Organisation: So arbeiten Sie effizient

Arbeitsort und -stil prägen Kosten, Erreichbarkeit, Wirkung und Wachstum.

Standortwahl: Warum dieser Ort?

Erläutern Sie Ihre Entscheidung nachvollziehbar:

- ✓ Nähe zur Zielgruppe?
- ✓ Regionale Nachfrage?
- ✓ Infrastruktur, Laufkundschaft, Mietkosten?

Auch bei digitalem Fokus sollten Sie kurz auf Ihren rechtlichen Firmensitz eingehen.

Organisation & Team: Wer macht was?

Stellen Sie Ihre internen Abläufe vor:

- ✓ Wer übernimmt welche Aufgaben?
- ✓ Gibt es Mitarbeitende, Aushilfen oder externe Dienstleister?
- ✓ Welche Tools oder Systeme setzen Sie ein? (z. B. Buchhaltungssoftware, CRM, Zeiterfassung)

Auch EinzelgründerInnen sollten zeigen, wie sie Aufgaben strukturieren und delegieren.

Rechtsform & rechtliche Rahmenbedingungen: Das Fundament Ihrer Gründung

Die Wahl der Rechtsform betrifft nicht nur die Organisation Ihres Unternehmens, sondern auch die Inhalte Ihres Businessplans. Zeigen Sie, dass Sie sich mit den Konsequenzen auseinandergesetzt haben.

Rechtsform: Welche passt zu Ihnen?

Erläutern Sie, für welche Rechtsform Sie sich entschieden haben und warum:

- ✓ Einzelunternehmen, GbR, UG, GmbH etc.
- ✓ Kriterien: Kapitalbedarf, Haftung, Aufwand, Flexibilität

Noch unsicher? Dann erinnern wir Sie gerne an unseren **Rechtsform-Selbsttest**, der Sie in wenigen Minuten zu einer ersten Einschätzung bringt.

[!\[\]\(ef57557257cbb5c674d51a9e0a98bb4d_img.jpg\) Rechtsform-Test starten](#)

Rechtliches: Was müssen Sie beachten?

Nennen Sie die wichtigsten rechtlichen Rahmenbedingungen für Ihre Gründung:

- ✓ Gewerbeanmeldung, steuerliche Erfassung
- ✓ Genehmigungen, Pflichtversicherungen
- ✓ Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB), Datenschutz (DSGVO)

Keine Sorge: Dieser Teil muss nicht juristisch perfekt sein! zeigen Sie einfach, dass Sie sich informiert haben.

Finanzplanung: Damit Ihre Idee auch auf dem Papier funktioniert

Die Finanzplanung ist einer der wichtigsten Teile Ihres Businessplans – vor allem, wenn Sie Kapital benötigen. Hier zeigen Sie, ob und wann sich Ihre Idee rechnet, wie viel Geld nötig ist und wofür. Auch wenn Sie kein Zahlenprofi sind: Eine durchdachte und realistische Finanzplanung zeigt, dass Sie Ihr Vorhaben ernst nehmen.

Investitionsplan: Was müssen Sie anfangs anschaffen?

Listen Sie auf, welche Anschaffungen zu Beginn nötig sind, zum Beispiel:

- ✓ Ausstattung (Büro, Laden, Technik, Maschinen)
- ✓ Software, Website, Lizenzen
- ✓ Eröffnungskosten, Gründungsberatung, Marketing

Hinweis: Notieren Sie auch, ob die Ausgaben einmalig oder wiederkehrend sind.

Rentabilitätsvorschau: Wie wirtschaftlich ist Ihr Vorhaben?

Die Rentabilitätsvorschau zeigt, ob Sie mit Ihrem Angebot Gewinn machen können. Dabei wird in der Regel auf 3 Jahre gerechnet.

Typische Bestandteile:

- ✓ Geplante Umsätze (realistisch schätzen!)
- ✓ Laufende Kosten (Miete, Versicherungen, Personal, Marketing etc.)
- ✓ Abschreibungen
- ✓ Überschuss oder Verlust

Tipp: Arbeiten Sie mit Szenarien: Was passiert, wenn der Umsatz 20 % niedriger ausfällt als geplant?

Liquiditätsplanung: Bleiben Sie zahlungsfähig?

Die Liquiditätsplanung zeigt monatlich, ob Sie genug Geld auf dem Konto haben, um laufende Verpflichtungen zu erfüllen – besonders in der Anlaufphase wichtig.

Sie umfasst:

- ✓ Einnahmen (Umsätze, ggf. Fördermittel, Kredite)
- ✓ Ausgaben (Miete, Einkauf, Versicherungen, Steuern etc.)
- ✓ Saldo (Überschuss oder Fehlbetrag)

Eine realistische Planung hilft Ihnen, Engpässe frühzeitig zu erkennen und gegenzusteuern!

Kapitalbedarf & Finanzierung: Wie viel Geld brauchen Sie und woher kommt es?

Ermitteln Sie, wie viel Startkapital Sie insgesamt benötigen, und wie sich dieser Betrag zusammensetzt:

- ✓ Eigenkapital
- ✓ Darlehen (z. B. Bankkredit, KfW)
- ✓ Zuschüsse und Fördermittel
- ✓ Beteiligungen oder private GeldgeberInnen (z. B. Business Angels, stille Beteiligungen)
- ✓ Crowdfunding (über Plattformen, um größere Zielgruppen anzusprechen)

Tipp: Zeigen Sie, wofür Sie das Kapital einsetzen möchten. Das macht Ihre Planung glaubwürdig.



Extra-Tipp

Finanzplanung leicht gemacht

Sie möchten Ihren Finanzbedarf noch detaillierter kalkulieren? Dann werfen Sie einen Blick auf unseren kostenfreien Finanzplaner für Selbstständige. Das Tool eignet sich auch perfekt für GründerInnen und hilft Ihnen dabei, Einnahmen, Ausgaben, Investitionen und Liquidität übersichtlich zu planen.

[Jetzt Finanzplaner downloaden](#)

Risiken & Chancen: Realistisch bleiben, ohne zu entmutigen

Kein Geschäftsmodell ist ohne Unsicherheiten. Entscheidend ist nicht, ob Risiken existieren, sondern, wie gut Sie vorbereitet sind, wenn sie eintreten. In diesem Abschnitt zeigen Sie, dass Sie Ihr Vorhaben realistisch einschätzen, sich nicht überschätzen und aktiv Lösungen mitdenken.

LeserInnen Ihres Businessplans – ob Bank, Förderstelle oder InvestorIn – achten hier besonders auf Ihre Fähigkeit zur Selbstreflexion und Problemlösung.

Was könnte schiefgehen? Typische Risiken im Gründungsalltag

Nennen Sie die zwei bis drei wahrscheinlichsten Risiken für Ihr Vorhaben, angepasst auf Ihre Branche und Ihre Unternehmensform:

- ✓ Lieferengpässe: Was tun, wenn wichtige Materialien nicht rechtzeitig ankommen?
- ✓ Preisdruck durch Wettbewerber: Wie flexibel sind Ihre Preise? Gibt es alternative Einnahmequellen?
- ✓ Ausfall durch Krankheit oder technische Probleme: Wer kann im Notfall übernehmen? Gibt es einen Backup-Plan?
- ✓ Fehlender Kundenzugang: Was, wenn Marketingkanäle nicht funktionieren wie gedacht?
- ✓ Zahlungsausfälle: Wie stellen Sie sicher, dass Sie liquide bleiben?

Hinweis: Denken Sie hier nicht zu groß, sondern praxisnah – gerade alltägliche Störungen verdienen Beachtung.

Wie gehen Sie damit um? Ihre Notfallstrategie

Zeigen Sie, dass Sie vorbereitet sind, ohne Panik zu machen:

- ✓ Haben Sie finanzielle Rücklagen eingeplant?
- ✓ Können Sie flexibel Leistungen anpassen oder zeitweise reduzieren?
- ✓ Haben Sie einen persönlichen oder betrieblichen Puffer (Vertretung, PartnerInnen, automatisierte Abläufe)?
- ✓ Gibt es Frühwarnsysteme, wie z. B. regelmäßige Liquiditätschecks oder Kundenfeedback?

Dieser Abschnitt ist keine Schwäche, sondern ein Vertrauensbeweis: Wer sich Gedanken über Krisen macht, strahlt Kompetenz aus.

Und was, wenn alles besser läuft als gedacht? Ihre Chancen

Wenn Sie sich mit Risiken auseinandersetzen, fällt oft auch auf, wo Potenziale schlummern: Vielleicht stoßen Sie auf eine neue Zielgruppe, entdecken zusätzliche Vertriebswege oder entwickeln ein neues Leistungsangebot.

Beschreiben Sie, welche Entwicklungsmöglichkeiten sich aus Ihrer Idee ergeben könnten und wie Sie diese gezielt nutzen möchten:

- ✓ Neue Produkte oder Dienstleistungen
- ✓ Erweiterung in andere Regionen oder Märkte
- ✓ Technologische Trends oder rechtliche Neuerungen, die Sie für sich nutzen können
- ✓ Kooperationen oder digitale Vertriebspotenziale

Chancen zeigen: Sie denken nicht nur defensiv, sondern haben auch eine Vision für den weiteren Ausbau Ihres Geschäftsmodells.

Praxistipps

So formulieren Sie klar, konkret, überzeugend

Ein überzeugender Businessplan braucht keine literarischen Höchstleistungen, aber er sollte strukturiert, verständlich und auf den Punkt formuliert sein. LeserInnen wollen schnell erfassen, worum es geht, warum Ihre Idee tragfähig ist und wie Sie sie umsetzen wollen. Je klarer Sie schreiben, desto glaubwürdiger wirken Sie und desto leichter fällt es anderen, Ihnen zu folgen.

Hier sind 5 bewährte Tipps, mit denen Ihr Businessplan professionell wirkt:

1. Schreiben Sie klar und verständlich:

Vermeiden Sie Fachjargon und komplizierte Schachtelsätze. Schreiben Sie so, wie Sie es auch erklären würden – sachlich, aber persönlich.

Statt: „Meine Dienstleistung fokussiert sich auf ganzheitliche Bewegungskonzepte zur Stressprävention im urbanen Raum.“

Besser: „Ich biete Yogakurse für Berufstätige an.“

2. Struktur schlägt Stil:

Halten Sie sich an eine nachvollziehbare Gliederung. Nutzen Sie Zwischenüberschriften, Aufzählungen und klare Absätze. Das schafft Orientierung und wirkt professionell.

3. Fakten vor Floskeln:

Begründen Sie Ihre Aussagen so konkret wie möglich – besonders bei Preisen, Zielgruppen und finanziellen Annahmen.

Statt: „Ich rechne mit guten Umsätzen.“

Besser: „Ich kalkuliere mit 15 KundInnen pro Woche zu je 60 €, basierend auf Voranmeldungen und lokalen Wettbewerbsvergleichen.“

4. Visualisieren Sie, was sich anbietet:

Vor allem bei Finanzdaten oder Marktanalysen machen Tabellen, Zeitpläne oder einfache Diagramme Inhalte deutlich anschaulicher. Aber Achtung: Achten Sie dabei auf ein klares, ruhiges Layout!

5. Lassen Sie den Plan gegenlesen:

Ein frischer Blick von außen hilft. Bitten Sie FreundInnen, GründerberaterInnen oder Ihre IHK, Ihren Plan kritisch zu prüfen – idealerweise aus Sicht der vorgesehenen LeserInnen (z. B. Bank oder Förderstelle).

Einreichen & Präsentieren

Einreichen & Präsentieren

So machen Sie aus Ihrem Businessplan einen überzeugenden Auftritt

Ein professionell geschriebener Businessplan ist der erste Schritt, aber oft nicht der letzte. Denn in vielen Fällen wird er nicht nur gelesen, sondern präsentiert: bei einem Banktermin, im Gespräch mit InvestorInnen oder beim Fördermittelantrag.

Wichtig dabei: Sie müssen nicht alles auswendig wissen. Aber Sie sollten zeigen, dass Sie Ihr Konzept fachlich, strategisch und finanziell durchdrungen haben.

Wo muss ich meinen Businessplan einreichen und in welcher Form?

Das hängt davon ab, wofür Sie den Plan erstellen:

- ✓ **Für Fördermittel oder Gründungszuschüsse (z. B. Agentur für Arbeit, BAFA):**
Schriftlich oder digital – meist als PDF, teilweise ergänzt um ein Fachgutachten.
- ✓ **Für Banken und Kreditgeber:**
Schriftlich per E-Mail oder persönlich mit Gespräch. Bringen Sie immer eine ausgedruckte Version mit, auch wenn Sie ihn vorher digital geschickt haben.
- ✓ **Für InvestorInnen oder Geschäftspartner:**
Je nach Kontext auch als Pitch-Präsentation oder kompaktes PDF-Deck (z. B. 10–15 Seiten).

Achten Sie auf die jeweilige Vorgabe und bieten Sie an, Fragen auch mündlich zu erläutern.

Worauf achten Banken und Förderstellen besonders?

Auch wenn jede Stelle eigene Schwerpunkte setzt, gibt es ein paar Klassiker:

- ✓ Ist das Konzept schlüssig und realistisch?
- ✓ Sind die Zahlen nachvollziehbar und nicht schöngerechnet?
- ✓ Kennen Sie Ihre Zielgruppe, Ihr Risiko und Ihren Markt?
- ✓ Haben Sie Eigeninitiative und Fachkenntnis gezeigt?

Ihr Businessplan muss nicht perfekt sein. Aber er sollte zeigen, dass Sie Verantwortung übernehmen und vorbereitet sind.

Wie bereite ich mich auf Rückfragen vor?

Rechnen Sie mit konkreten Fragen, vor allem zu Zahlen, Zielgruppe und Geschäftsmodell:

- ✓ Wie haben Sie den Umsatz kalkuliert?
- ✓ Wie reagieren Sie, wenn der Start schleppend läuft?
- ✓ Warum genau dieses Preismodell?
- ✓ Welche Zielgruppe ist für den Anfang am wichtigsten?

Nehmen Sie die Rückfragen als Chance, Ihre Gründungspersönlichkeit zu zeigen – ruhig, überzeugend und lösungsorientiert.

Tipp: Wenn Sie sich unsicher fühlen: Üben Sie die Präsentation mit einer vertrauten Person oder bei einem Gründercoaching, z. B. über die IHK oder einen BAFA-zertifizierten Gründungsberater.

Tools, Vorlagen und Unterstützung

Die besten Helfer für Ihren Businessplan

Einen Businessplan zu schreiben, kann vor allem dann, wenn Sie so etwas zum ersten Mal tun, herausfordernd wirken. Die gute Nachricht: Sie müssen nicht bei null anfangen. Es gibt zahlreiche Vorlagen, Tools und Beratungsangebote, die Sie gezielt unterstützen.

Nutzen Sie diese Hilfsmittel, um Zeit zu sparen, typische Fehler zu vermeiden und mehr Klarheit über Ihr Vorhaben zu gewinnen.

Vorlagen & Checklisten: Der strukturierte Einstieg

Eine gute Vorlage gibt Ihnen nicht nur eine klare Gliederung vor, sondern erinnert Sie auch an wichtige Inhalte, die oft übersehen werden.

Empfehlenswert sind ergänzend zum orgaMAX Businessplan-Guide z. B.:

- ✓ IHK-Muster für Businesspläne und Finanzplanung
- ✓ Vorlagen der KfW oder des BMWK
- ✓ Checklisten für bestimmte Branchen oder Förderanträge

Achten Sie darauf, dass die Vorlage zu Ihrer Zielgruppe passt (z. B. für Bank, Förderstelle oder Pitch).

Businessplan-Tools: Für die digitale Planung

Wenn Sie lieber direkt digital planen möchten, gibt es verschiedene Tools, die Sie Schritt für Schritt durch den Prozess führen:

- ✓ SmartBusinessPlan

- ✓ unternehmenswelt.de
- ✓ Für Gründer.de Toolset

Viele Programme bieten auch automatisch generierte Finanzpläne, die Ihnen das Rechnen erleichtern – ideal für GründerInnen ohne betriebswirtschaftlichen Hintergrund.

Gründungsberatung: Persönlich weiterkommen

Wenn Sie individuelle Unterstützung brauchen, gibt es viele Anlaufstellen:

- ✓ IHK oder HWK: häufig kostenlose Erstberatungen
- ✓ BAFA-geförderte BeraterInnen: Professionelle Begleitung, bis zu 90 % bezuschusst
- ✓ Gründerzentren oder Netzwerke in Ihrer Region

Diese Angebote sind besonders hilfreich, wenn Sie Rückfragen klären, Finanzpläne prüfen oder Ihre Idee weiterentwickeln möchten.

Tipp: Prüfen Sie, ob Sie einen Gründerzuschuss, einen Mikrokredit oder eine Beratungsförderung in Anspruch nehmen können. Oft ist mehr Unterstützung möglich, als viele denken!



FAQ

Noch Fragen? Hier kommen die Antworten.

Auch wenn Sie mit einer guten Struktur und passenden Vorlagen arbeiten: Beim Schreiben eines Businessplans tauchen fast immer Fragen auf. Manche davon wiederholen sich, andere tauchen ganz unerwartet auf. Hier beantworten wir die häufigsten davon kurz und klar:

Muss mein Businessplan perfekt sein?

Nein. Er muss vor allem verständlich, realistisch und gut durchdacht sein. Fehlerfreie Rechtschreibung und ein aufgeräumtes Layout helfen natürlich, aber wichtiger ist, dass Ihre Idee nachvollziehbar, die Planung glaubwürdig und die Zahlen schlüssig sind.

Kann ich meinen Businessplan nachträglich ändern?

Ja, und das ist sogar sinnvoll. Der Businessplan ist kein starres Dokument, sondern ein lebendiger Fahrplan, den Sie bei Bedarf aktualisieren sollten: z. B. wenn sich Märkte verändern, Ihre Finanzsituation anpasst oder neue Chancen entstehen.

Was mache ich, wenn ich bei der Finanzplanung nicht weiterkomme?

Nutzen Sie unterstützende Tools, Vorlagen oder lassen Sie sich beraten, z. B. durch eine IHK, Gründungsberatung oder BAFA-zertifizierte BeraterInnen. Niemand erwartet, dass Sie alle Zahlen selbst errechnen, aber Sie sollten die Logik hinter den Zahlen verstehen.

Wie lang sollte ein Businessplan sein?

Das hängt vom Verwendungszweck ab. In der Regel gilt:

- ✓ klassischer Businessplan: ca. 10–20 Seiten zzgl. Anhang (Finanzplanung, Lebenslauf etc.)
- ✓ für InvestorInnen: ggf. kürzer, dafür prägnanter – z. B. als Pitch-Deck
- ✓ für Förderstellen: oft mit festen Vorgaben (PDF, digitaler Upload, bestimmte Anhänge)

Tipp: Halten Sie sich an das Motto: So kurz wie möglich, so ausführlich wie nötig.

Was tun, wenn ich keine Branchenerfahrung habe?

Dann sollten Sie das offen ansprechen und zeigen, wie Sie sich vorbereiten, Wissen aufbauen oder durch PartnerInnen ergänzen. Eine realistische Selbsteinschätzung gepaart mit einem Plan zum Kompetenzaufbau ist oft überzeugender als ein übertriebenes Selbstbewusstsein.

Fazit

Ihr Plan ist mehr als ein Dokument.

Ein Businessplan ist kein Formular, das man einmal ausfüllt und dann zur Seite legt. Er ist **eine Einladung an Sie selbst**, Ihre Idee zu durchdenken, Entscheidungen bewusst zu treffen und mutig die nächsten Schritte zu gehen.

Vielleicht werden Sie beim Schreiben merken, dass sich etwas verändert. Dass Ihre Zielgruppe konkreter wird. Oder Ihre Preisstrategie. Oder dass Sie noch eine Kooperationsidee entwickeln, die vorher nicht auf dem Tisch lag. **All das ist Teil des Prozesses – und genau dafür ist ein Businessplan da.**

Ob für den Banktermin, den Gründungszuschuss oder einfach für Sie selbst: Wenn Sie sich Zeit nehmen, Ihr Vorhaben wirklich zu durchdringen, gewinnen Sie mehr

als nur ein Dokument. Sie gewinnen Klarheit. Struktur. Und das gute Gefühl, vorbereitet zu sein.

Und jetzt?

- ✓ Legen Sie los. Der perfekte Zeitpunkt ist selten, aber der richtige Plan bringt Sie ins Handeln.
- ✓ Holen Sie sich Feedback. Fragen Sie andere. Lassen Sie sich helfen. Niemand muss alleine gründen.
- ✓ Bleiben Sie flexibel. Der beste Plan lässt Raum für Neues. Und wächst mit Ihnen mit.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg auf Ihrem Weg in die Selbstständigkeit: mit einem Businessplan, der zu Ihnen passt.

Wenn aus Planung Realität wird ...

Sie haben Ihr Vorhaben durchdacht, strukturiert und in einen klaren Businessplan gegossen – jetzt kann's losgehen. Damit aus Ideen reibungslose Abläufe werden, brauchen Sie im Alltag die richtigen Werkzeuge: von smarter Buchhaltung bis zu effizientem Dokumentenmanagement.

Mit orgaMAX begleiten wir Sie genau dabei – mit digitalen Tools, die speziell für GründerInnen entwickelt wurden. Einfach, intuitiv und jederzeit skalierbar.

Sie möchten wissen, welche Lösung zu Ihrem Start passt?

Wir beraten Sie gern: persönlich, unkompliziert und unverbindlich.



Rufen Sie uns gerne an

+ 49 (0) 5231 7090-1300



Gerne mailen Sie uns Ihr Anliegen

info@orgamax.de

Montag bis Freitag von 08:00–12:00 Uhr und 13:00–18:00 Uhr