



Muster Businessplan

**Max Mustermann
dipl. Mustermacher
Musterallee
5400 Musterlingen**

2014

Inhaltsverzeichnis

Kapitel	Titel	Seite
1	Zusammenfassung	
2	Geschäftsidee	
2.1	Geschichtlicher Hintergrund	
2.2	Situations (IST) – Analyse (des beabsichtigten Geschäfts)	
2.3	SWOT – Analyse (Stärken/Schwächen/Risiken/Chancen)	
3	Produkte, Dienstleistungen	
4	Märkte	
4.1	Markthierarchie (→wo spielt die „Musik“?)	
4.2	Marktvolumen (→ wie gross ist der spezifische Markt?)	
4.3	Wettbewerbssituation (→ Mitbewerber?)	
4.4	Wettbewerbsinstrumente (→ Womit werde ich den Erfolg erzielen?)	
4.5	Distributionsstruktur	
4.6	Sicherheit	
4.7	Marktanlage für die Produkte und Dienstleistungen	
4.8	Kundensegmente	
4.9	Zielmärkte	
4.10	Positionierung, Strategische Erfolgs – Positionen	
5	Konkurrenzanalyse	
6	Marktbearbeitung	
6.1	Marketing – Mix (Grosskunden, mittlere-, kleine)	
6.2	Marketing – Infrastruktur (was brauche ich dazu?)	
6.3	Langfristige Ziele (wohin will ich gehen?)	
6.4	Unternehmens – Strategie (womit/wie wollen wir die Ziele erreichen?)	
7	Standort, Herstellung, Administration	
7.1	Standort	
7.2	Produktion	
7.3	Beschaffungswege	
7.4	Administration	
8	Organisation und Führung	
8.1	Management	
9	Finanzen	
9.1	Plan – Budget	
9.2	Liquiditätspläne	
9.3	Finanzierung	
9.4	Investitionsbudget	
10	Anhänge	
10.1	Unternehmensplanung	
10.2	Budget	
10.3	Liquiditätspläne	
10.4	Diverses	

1 Zusammenfassung

Geschäftsgebiet

Geschäftsidee

Marktleistungen

Verkauf

Wachstumspotential




Führungskräfte

Erfolgsgarantie

Finanzbedarf

2 Geschäftsidee

- 2.1 Geschichtlicher Hintergrund
- 2.2 Situations-Analyse (Ausgangslage für CH)
- 2.3 SWOT

Stärken	Schwächen
	
Chancen	Gefahren
	

3 Produkte, Dienstleistungen

4 Märkte

- 4.1 Markthierarchie
- 4.2 Marktvolumen
- 4.3 Wettbewerbssituation
- 4.4 Wettbewerbsinstrumente
- 4.5 Distributionsstruktur
- 4.6 Markt – Sicherheit
- 4.7 Marktanlage bestehend
- 4.8 Segmentierung
- 4.9 Ziele (Targeting)
- 4.10 Positionierung gegenüber Konsumenten und Partnern

5 Konkurrenzanalyse

6 Marktbearbeitung

6.1 Marketing – Mix
mit den Produkten:
unserer Preisgestaltung:
unserer Promotion
an folgenden Orten und mit folgenden Mitteln:

6.2 Marketing – Infrastruktur
Potential:
System und Instrumente:
Sicherstellung:

6.3 Langfristige Ziele
Umsatz:
Rendite:
Finanzierung:
Innovation:
Märkte:
Führung/Org.:

6.4 Unternehmens – Strategie
Umsatz:
Rendite:
Finanzierung:
Innovation:
Märkte:
Führung/Org.:

7 Standort, Produktion, Beschaffungswege, Administration

7.1 Standort
7.2 Produktion
7.3 Beschaffungswege
7.4 Administration

8 Organisation und Führung

8.1 Management

Die Hauptstützen der Firma sind:

Name	Stellung	Ausbildung
<hr/>		

(hier die Ausbildung und die Erfahrung ins Feld führen)

9 Finanzen

9.1 Plan – Budget
9.2 Liquiditätsplan
9.3 Finanzierung
9.4 Investitionsbudget

10 Anhänge

10.1 Unternehmungsplanung
10.2 Budget
10.3 Liquiditätspläne
10.4 Diverses