

Merkblatt

Businessplan

Stand: 30. September 2021

- Es besteht keine feste Vorgabe zur Seitenzahl - grundsätzlich gilt:
„So viel wie nötig, so knapp wie möglich“
- Es ist das Format eines „klassischen“ Businessplans zu wählen (Fließtext mit aussagekräftigen Tabellen und Grafiken)
- Untenstehend wird eine Struktur für den Businessplan vorgegeben – sofern diese in einzelnen Punkten nicht geeignet für euer Geschäftsmodell ist, bitten wir um individuelle Rücksprache (*Lina Ostendorff - 069/2107570 // Alexander Engelke - 069/2107811, E-Mail: startupfoerderung@rentenbank.de*)
- Zur Präzisierung unserer Erwartungen haben wir den einzelnen Kapiteln teils Hinweise und Leitfragen beigefügt. Diese dienen als Hilfestellung - nicht als strikte Vorgabe. Sie erheben auch keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Letztlich ist der Inhalt innerhalb des Gliederungspunktes von euch individuell passend zu gestalten.
- Der Businessplan ist als pdf-Datei zu senden; die mit dem Anhang zu sendenden Unterlagen in dem jeweils passenden Dateiformat.

Hinweis: Die Kommunikation mit der Landwirtschaftlichen Rentenbank kann sowohl schriftlich (postalisch) als auch per E-Mail erfolgen. Aus Gründen des Datenschutzes und der Informationssicherheit hat eine Übermittlung vertraulicher Informationen per E-Mail in verschlüsselter Form zu erfolgen. Wir nutzen dazu das S/MIME Verfahren. Den öffentlichen Schlüssel senden wir euch gern per E-Mail.

1 Zusammenfassung (Executive Summary)

- 1-2 Seiten
- Zusammenfassung der zentralen Informationen des Businessplans

2 Geschäftsidee

2.1 Vision und Mission

2.2 Angebot an die Kunden

- Beschreibung des Produkts / der Dienstleistung und weitergehender Aspekte eures Kundenangebots („Das Gesamtpaket“)
- Was ist euer Angebot? Was genau werdet ihr damit verkaufen?

2.3 Kundennutzen

- Wer sind die Kunden?
- Welchen Nutzen haben die Kunden, wenn sie euer Angebot wählen?

2.4 Nutzen für die Agrar- und Ernährungswirtschaft

- Welches (Nachhaltigkeits-)Problem der Agrar- und Ernährungswirtschaft adressiert euer Geschäftsmodell? Inwiefern trägt euer Geschäftsmodell zur einer nachhaltigeren Agrar-/Ernährungswirtschaft bei?
- ökologischer / ökonomischer / sozialer Mehrwert

2.5 Geschäftsmodell

- Wie generiert ihr eure Einnahmen?
- „make or buy“ – welche Komponenten eures Angebots stellt ihr selbst her, was kauft ihr zu?
- Inwiefern ist euer Geschäftsmodell skalierbar?

3 Vertrieb & Wettbewerb

3.1 Marktanalyse

- Was ist euer Zielmarkt?
- Welche Größe hat der Markt (Umsatz/Absatz) und wie wird er sich perspektivisch entwickeln?
 - o Top-Down-Methode (TAM → SAM → SOM)
 - Total Adressable Market (TAM) → *Wer könnte das Produkt theoretisch kaufen?*
 - Serviceable Adressable Market (SAM) → *Wer kann das Produkt praktisch kaufen?*
 - Serviceable Obtainable Market (SOM) → *Wer wird Euer Produkt realistischerweise in absehbarer Zeit kaufen?*
 - o Bottom-up-Methode
 - Wer sind die Zielkunden und was zeichnet sie aus?
 - Wie viele potenzielle Kunden mit den definierten Profilen gibt es im Markt?
 - Wie und auf welchen Kanälen können sie erreicht werden?
 - Wie viel und wie oft werden potenzielle Zielkunden kaufen?
 - Mögliches Vorgehen: $\text{Umsatz} = \text{Kundenanzahl} * \text{Kauffrequenz} * (\text{durchschnittlicher}) \text{ Preis}$
- Early Adopter: Wer sind eure ersten Kunden und warum sind diese dafür geeignet (z.B., weil sie von eurem Produkt am besten zu überzeugen sind und/oder am einfachsten zugänglich sind, ...)?

3.2 Wettbewerbsanalyse

- Beschreibung der Wettbewerber
 - o direkte Wettbewerber (gleiche Lösung + gleiches Problem + gleicher Kunde)
 - o indirekte Wettbewerber (ähnliche Lösung + gleiches Problem + gleicher Kunde)
 - o evtl. auch: „andere Zielkunden“ (gleiche Lösung + gleiches Problem + anderer Kunde)
- Abgrenzung/Einordnung des eigenen Angebots im Vergleich zu Wettbewerbern



3.3 Marketing & Vertrieb

- Marketingkonzept
 - o Welche (Werbe-)Maßnahmen ergreift ihr zur Einführung eures Produkts / eurer Dienstleistung?
 - o Welche Werbemedien oder Werbemittel setzt ihr ein?
 - o Wie sehen Zeitplan und wichtige Meilensteine aus?
 - o Wie viel Budget plant ihr dafür ein?
- Vertriebs- & Absatzkonzept
 - o Wie sieht der typische Prozess eines Produktverkaufs / Dienstleistungsabsatzes aus?
 - o Welche Vertriebskanäle nutzt ihr für die einzelnen Zielgruppen?
 - o Welches Absatzvolumen wollt ihr erreichen? Wie verteilen sich der Absatz und das Ergebnis auf die einzelnen Vertriebskanäle?
 - o Welche Anforderungen stellt ihr an den Vertrieb z.B. in Bezug auf die Anzahl, Qualifikation und Ausrüstung der Vertriebsmitarbeiter?
 - o Wie ist eure Preisstrategie? Welche Zahlungsmodell plant ihr?
 - o Wie sieht euer Service-, Beratungs- und Wartungsangebot aus?

4 Technologie

4.1 Technologiebeschreibung

- Spezifischere Beschreibung der zugrundeliegenden Technologie

4.2 Abgrenzung der Technologie gegenüber Wettbewerbern / Stand der Technik

- Inwiefern grenzt sich eure Technologie vom Stand der Technik ab?
- Inwiefern grenzt sich eure Technologie von (innovativen) Wettbewerbern ab?

4.3 Patentsituation

- Ist die Technologie (potentiell) patentfähig?
- Wenn ja, wie ist der aktuelle Stand des Patentierungsverfahrens?
- Gibt es bereits Patente von Wettbewerbern im Bereich dieser Technologie

4.4 Aktueller Entwicklungsstand und Realisierungsplan (technisch)

- In welchem Entwicklungsstand befindet sich eure Technologie aktuell? (TRL)
- Wie ist der (zeitliche) Plan zur Weiterentwicklung der Technologie?



5 Unternehmen

5.1 Team

- Kurzbeschreibung der verantwortlichen Personen (Management, wichtige Mitarbeiter, enge externe Begleiter, wie z.B. Beiräte)
- Organisationsstruktur im Unternehmen (wenn möglich, bitte als Organigramm)

5.2 Netzwerk & Partner

- Accelerator-Programme
- Strategische Partnerunternehmen / Institutionen
- Auch Nennung von Referenzen und Ansprechpartnern möglich

5.3 Auszeichnungen

- Preise, Förderungen etc.

5.4 Standort

- An welchem Standort wollt ihr euer Vorhaben realisieren?
- Was zeichnet den Standort eures Unternehmens aus?

5.5 Rechtsform & Beteiligungsverhältnisse

- Welche Rechtsform hat euer Unternehmen?
- Wie sind die Unternehmensanteile verteilt?

6 Finanzen

Betrachtungsperiode und -zeitraum der Finanzplanung

laufendes Geschäftsjahr (GJ) und GJ 1:	Monatsplanung
Geschäftsjahre 2+3:	Quartalsplanung
Geschäftsjahre 4+5:	Jahresplanung

6.1 Umsatzplanung

- Planentwicklung der wesentlichen Umsatzpositionen
- Begründung der getroffenen Annahmen: Welche Entwicklungen / Maßnahmen führen zu der erwarteten Umsatzentwicklung?

6.2 Kostenplanung

- Planentwicklung der wesentlichen Kostenpositionen
- Wichtig: Abgrenzung der Umsatzkosten (z.B. Waren- und Materialeinsatz), sodass der „Rohgewinn“ ersichtlich wird



6.3 Kapitalbedarf & Finanzierung

- Beschreibung des gesamten Kapitalbedarfs
- Beschreibung der geplanten Finanzierungsquellen
 - o Hierbei ist das (zu beantragende) Nachrangdarlehen einzubeziehen und zu beschreiben, für welche wesentlichen Ausgabenpositionen dieses verwendet werden soll

6.4 Rentabilitätsplanung

- Plan Gewinn- und Verlustrechnung
- Grobe Szenarioanalyse:
 - o Definition von unsicheren und kritischen Faktoren
 - o Aufzeigen der Auswirkungen eines „Worst-Case-Szenarios“ auf die Rentabilität

6.5 Liquiditätsplanung

- Plan-Liquiditätsrechnung (Stand zu Beginn Betrachtungsperiode, Zuflüsse, Abflüsse, Stand zu Ende Betrachtungsperiode)
- Grobe Szenarioanalyse:
 - o Definition von unsicheren und gleichzeitig kritischen Faktoren
 - o Aufzeigen der Auswirkungen eines „Worst-Case-Szenarios“ auf die Liquidität

7 Chancen und Risiken

- SWOT-Analyse

8 Anhang

- Excel-Tabelle mit Finanzplanung
- Unterlagen zur Patentsituation (in Absprache)
- Weitere hilfreiche Belege der im Businessplan getätigten Aussagen
- Lebensläufe der im Management tätigen Personen
- vergangene und aktuelle Jahresabschlüsse (sofern vorhanden)
- aktuelle betriebswirtschaftliche Auswertung (sofern vorhanden)
- Gesellschaftsvertrag
- Steuerbescheide des Unternehmens (sofern vorhanden der letzten zwei Jahre)
- Unterlagen der Gründer
 - o Schufa-Auskunft
 - o Kopie des Personalausweises