

Pressemitteilung 2013-06

Haben Sie einen Plan?

Der Business Plan – nicht nur was für Start-up's

In Zeiten der Krise fällt es vielen Unternehmen schwer, ihren Weg zu finden. Lt. „Frühjahrsbefragung Familienunternehmen“ des Instituts für Mittelstandsforschung Bonn (IfM) sehen die Familienunternehmen bspw. die wirtschaftliche Lage im Vergleich zum Herbst 2012 skeptischer. Was tun? Für junge Unternehmen ist die Erstellung eines Business Plans heute selbstverständlich. Im mittelständischen Bereich jedoch wird bislang nur selten eine umfassende Geschäftsplanung erstellt. Leider – da das Nutzenpotential für etablierte Mittelständler sogar noch weit vielschichtiger ist!

Im mittelständischen Bereich hat vielfach der Unternehmer sein Unternehmen und seine Vision für die Zukunft im Kopf. Aber reicht das? Verbaut sich der Unternehmer nicht dadurch die Chance auf Einbindung der Mitarbeiter und weitere Impulse? Was wenn der Unternehmer plötzlich ausfällt? Wie Mitarbeiter und Familie auf ein gemeinsames Ziel ein schwören? Wie externe Geschäftspartner wie Kunden oder Hausbank von Sinnhaftigkeit der Firmenstrategie und der Nachhaltigkeit des unternehmerischen Tuns überzeugen? Wie Auswirkungen von Abweichungen bzw. möglicher Veränderungen des wirtschaftlichen Umfelds abschätzen?

Die Erstellung eines Business Plan zwingt den Unternehmer zur Systematisierung seiner Gedanken, ermöglicht die Mitgestaltung durch die Mitarbeiter und macht die Vision des Unternehmers transparent. Denn der Geschäftsplan versucht das Unternehmen und sein Geschäftsmodell in Gänze zu erfassen sowie die zukünftige Strategie explizit zu formulieren. Typische Elemente eines Business Plans sind die allgemeine Beschreibung von Firma und Historie, Produkten und Dienstleistungen, Markt und Wettbewerb, Marketing und Vertrieb, Produktion und Logistik, Organisation, Management und Mitarbeiter sowie ein Finanzplan.

Die umfassende Auseinandersetzung mit Produkten, Betrieb, Markt und Wettbewerb erfordert eine grundlegende Bestandsaufnahme. Sie zwingt dazu, sich gedanklich vom Tagesgeschäft zu lösen und eine strategische Perspektive einzunehmen. Beispielsweise erfährt zwar das Produktportfolio getrieben durch das Tagesgeschäft oft eine stete Weiterentwicklung im Betrieb. Diese ist jedoch meist auf lediglich inkrementelle Verbesserungen beschränkt. Eine Optimierung des gesamten Produkt- und Dienstleistungsportfolio bzw. die Entscheidung über eine zielgerichtete effiziente Ressourcenallokation kann nur aus strategischer Perspektive erfolgen.

Die Betrachtungsweise bei der Geschäftsplanung beschränkt sich entsprechend nicht wie sonst auf eine Rentabilitätsbetrachtung singulärer Massnahmen bzw. Projekte sondern stellt auf die Sinnhaftigkeit des Ganzen ab! Der Finanzplan bannt also die unternehmerische Vision in Zahlen. Mit Hilfe des Business Plans können Schwachstellen ggf. schon vorab erkannt und eliminiert werden. Erweitert um eine Szenariobetrachtung können sogar die Auswirkungen verschiedener Massnahmen oder von Abweichungen analysiert und somit Handlungsalternativen besser bewertet werden.

Entsprechend ist der Business Plan auch Werkzeug der Unternehmenssteuerung und stellt auch ein hilfreiches Controlling-Instrument mit langfristiger Perspektive (Leitfaden-Funktion) und als sinnvolle Ergänzung der Planungs- bzw. Forecast-Rechnung dar.

Zudem kann der Business Plan wertvolles Instrument der Unternehmenskommunikation sein. Der Geschäftsplan gibt die wesentlichen Rahmenparameter zu Unternehmenssituation und –strategie sowie unternehmerischer Vision schlüssig, überzeugend und nachvollziehbar wieder. Die Einbindung von Mitarbeitern bei der Erstellung des Business Plans gibt diesen neue Gestaltungsmöglichkeiten und fördert Motivation und Akzeptanz von Planung und Maßnahmen. Auch ggü. externen Stakeholdern, wie Banken, Lieferanten, Kunden etc., kann der Geschäftsplan zumindest in Teilen als sinnvolles, überzeugendes Kommunikationsmittel eingesetzt werden, frei nach dem Motto „Wer den Weg kennt, findet leichter Mitreisende!“

Für Startup's und Mittelstandsunternehmen ist der Business Plan Basis für strukturiertes planvolles Handeln.

Auch im Zusammenhang mit dem strategischen Nachfolgemangement kann der Geschäftsplan eine wichtige Rolle einnehmen. Studien zeigen, daß mittelständische Unternehmer das Thema Nachfolge oft vernachlässigen und versäumen, präventive Maßnahmen zu ergreifen. Ist die unternehmerische Vision in einen Business Plan gebannt, kann dieser ein guter umfassender erster Leitfaden für einen Nachfolger sein. Könnte der Nachfolger bereits an dessen Gestaltung mitwirken, umso besser. Ist dies doch vielleicht die beste Übung um den Nachfolger heran- und den Wissenstransfer auf strategischem Niveau durchzuführen.

Viele mittelständische Firmen erkennen noch nicht den Wert einer umfassenden Geschäftsplanung. Dient der Business Plan im VC Bereich insbesondere der Ansprache von Investoren, ist er im mittelständischen Bereich ein sinnvolles Werkzeug der internen und externen Unternehmenskommunikation sowie der Strategieentwicklung.

Zur Mirablau:

Die Mirablau Equity & Services GmbH ist eine unternehmergeführte Beratungsgesellschaft mit Sitz in München und Teil der Mirablau-Gruppe. Mirablau berät mittelständische Unternehmer in strategischen Kernfragen. Schwerpunkte sind die Bereiche M&A/Nachfolge sowie Geschäftsplanung. Aufgrund des eigenen unternehmerischen Erfahrungshintergrunds verfügt Mirablau über eine einzigartige Expertise und gewährleistet Beratung von Unternehmer zu Unternehmer.

Der Gründer & Geschäftsführer der Mirablau, Jürgen Rilling, ist zudem Lehrbeauftragter zum Thema „Business Planung“ am Entrepreneurship Center der Elite-Universität LMU in München.

Frei zum Abdruck – Belegexemplar erbeten

Wir behalten uns Nutzung Ihrer Berichte auf Basis dieser Mitteilung in unserem Pressespiegel vor. Danke!

Kontakt:

Marketing/PR

Martina Rilling

Tel 089 38 88 88 92

[office\[at\]mira-blau.com](mailto:office[at]mira-blau.com)

www.mira-blau.com