



Wie gehe ich einen Businessplan an?  
Welche Vorergebnisse sind dazu nötig?  
Was für Strategien können im Businessplan einfließen?

## ERFOLGSFAKTOREN

- Adressatgerecht
- Aussagekräftig
- Gut strukturiert
- Nachvollziehbar
- Interessant

## ANALYSEN

- Wie wirken sich die Entwicklungen im Umfeld aus?
- Wie sehen die Märkte heute und in der Zukunft aus?

Im Vergleich mit unseren Mitbewerbern:

- Wie sieht unsere Leistungserbringung aus?
- Wie sehen unsere strategischen Fähigkeiten aus?

### Umweltanalyse:

PESTEL, Angebot/Nachfrage, Dynamik, Attraktivität

### Unternehmensanalyse:

Leistungserbringung (Produkte, Prozesse und Aktivitäten)  
Strategische Fähigkeiten (Kompetenzen, Ressourcen inkl. kompetitivem Vorteil)

## STRATEGISCHE

## ERFOLGSPOSITIONEN

- Wie sehen unsere Nutzungspotenziale aus?
- Welche Leistungen haben gegenüber dem Mitbewerber Differenzierungspotenzial?
- Anhand von welchen Merkmalen treten wir auf dem Markt anders auf?

### Differenzierungsarten:

- Leistungen
- Märkte (Image, Preis, Place, etc.)
- Unternehmensfunktionen
- Verbindungen mit anderen Firmen

## STRATEGIEN

- Welche Strategie soll verfolgt werden?
- Auf welcher Ebene bietet sich welche Strategie an?

### Geschäftsebene

- Wachstumsstrategie
- Wettbewerbsstrategie
- Normstrategie

### Unternehmensebene

- Kooperationsstrategie
- Expansionsstrategie
- Wertmanagementstrategie



Wie kann ich aus dem Businessplan konkrete Pläne erstellen?

## VORLAGE EINES FACT SHEETS

Ausgangslage & Beschreibung				Massnahmen / Umsetzungsplan			
Leitidee, strategische Erfolgspositionen, Markt-/Produktschwerpunkte				Massnahmen		Deadlines	
				Aktionen / Projekte		...	
				Ausrichtung der Führung			
				Anpassung der Organisation			
				Strategiegerechte Information			
				Strategiegerechter Personaleinsatz			
				Vorbildliches Verhalten der Führungskräfte			
				Informations- und Schulungsmassnahmen			
				Schaffen eines positiven Klimas			
				PR-Bemühungen			
				Motivation durch kreative Ideen			
Zielsetzung (qualitativ - quantitativ)				Mittelbedarf (Budget / People)			
Leitidee, strategische Erfolgspositionen, Markt-/Produktschwerpunkte							
KPIs				2012	2013	2014	
	<u>2012</u>	<u>2013</u>	<u>2014</u>				
KPI A	0.0	0.0	0.0	Netto Dritturnsatz	0.0	0.0	0.0
KPI B	0'000	0'000	0'000	Total direkte Kosten	0.0	0.0	0.0
				Total indirekte Kosten	0.0	0.0	0.0
				FTE Bedarf	+ 0.0	+ 0.0	+ 0.0