

Businessplan light.

Vorbereitung von Finanzierungen in kleinen Unternehmen.

Projekt / Firma	<i>Michael Kretz & Partner GmbH Fotografie- Internet - Werbung</i>
Kontaktadresse	<i>Kirchlistrasse 1 9010 St. Gallen Telefon: 071 245 79 11 Fax: 071 245 79 39 E-Mail: info@ifj.ch www.ifj.ch</i>
Verfasser	<i>Michael Kretz</i>
Datum	<i>17. Juni 20..</i>
Copyright	<i>UBS und IFJ Institut für Jungunternehmen, St. Gallen</i>

Der Businessplan

Einleitung

Der Businessplan ist ein wichtiges und nützliches Hilfsmittel für jede Geschäftsleitung, jeden Verwaltungsrat und jeden Unternehmer. Unabhängig davon, ob sich die Firma erst in der Planungsphase befindet oder schon gut im Markt verankert ist, müssen die richtigen unternehmerischen Entscheidungen getroffen werden. Mit dem Businessplan wird zunächst die Situation analysiert. Anschliessend werden dann die Ziele festgelegt. Im Weiteren werden die Massnahmen geplant und budgetiert, welche das Unternehmen zum Erfolg führen sollen. Aus den budgetierten Zielen und Massnahmen ergeben sich dann Kapitalbedarf und Finanzierungsbedürfnisse.

Um einen ersten Überblick zu gewinnen ist der vorliegende Businessplan light ausreichend. Auch für bestehende Kleinunternehmen oder für einfachere Projekte ist diese Planungshilfe genügend. Je innovativer, riskanter oder komplexer ein Projekt, umso grösser auch die entsprechenden Anforderungen an die Planung. Dort lohnt es sich, einen noch detaillierteren Businessplan zu erarbeiten. Eine detailliertere Businessplan-Vorlage und verschiedene Musterbeispiele aus der Praxis finden Sie auf www.ifj.ch, www.estarter.ch und www.ubs.com.

Vorgehensschritte:

- 1. Schritt:** Beschreiben Sie kurz das Unternehmen, in welcher Branche Sie tätig sind und wer hinter dem Unternehmen steht.
- 2. Schritt:** Analysieren Sie die aktuelle und zukünftige Situation für das Unternehmen. Erklären Sie möglichst genau, welche Stärken und Schwächen Sie als die wichtigsten in Ihrem Unternehmen betrachten. Versuchen Sie klar herauszustellen, was Ihr Unternehmen gegenüber der Konkurrenz erfolgreich macht. Ausserdem definieren Sie die wichtigsten Chancen, Gefahren und Herausforderungen in der Zukunft für Ihr Unternehmen.
- 3. Schritt:** Stellen Sie den heutigen Markt Ihres Unternehmens dar und führen Sie dabei Ihre Kunden und Angebote auf. Idealerweise geben Sie hierbei auch die Anzahl der Kunden pro Gruppe und deren Anteil am Gesamtumsatz an. Die gleichen Angaben machen Sie für Ihren Markt in 3 Jahren.
- 4. Schritt:** Zählen Sie hier die Kunden auf, die Sie als „gute Referenz“ anführen können; beschreiben Sie dabei kurz, warum Ihre Kunden so sehr von Ihrem Unternehmen begeistert sind. Erklären Sie, mit welchen Massnahmen Sie in Zukunft neue Kunden gewinnen wollen bzw. wie Sie Ihr Unternehmen bei Ihren Zielkunden bekannt machen wollen. Schildern Sie, über wen Sie künftig Ihre Leistungen anbieten wollen bzw. wer Ihnen dabei helfen soll, Kunden zu gewinnen.
- 5. Schritt:** Hier beschreiben Sie, welche Massnahmen Sie in der Infrastruktur planen, um Ihre Ziele zu erreichen. Daraus resultierend planen Sie die Investitionen bzw. Neuanschaffungen für die nächsten 3 Jahre, ausserdem legen Sie Etappenziele mit klaren Terminen fest. Stellen Sie sicher, dass diese Ziele messbar bzw. auf den Stichtag hin überprüfbar sind.
- 6. Schritt:** Beschreiben Sie hier, wie sich der Umsatz und die Kosten in Ihrem Unternehmen in den letzten Jahren entwickelt hat und welche weitere Entwicklung Sie geplant haben.
- 7. Schritt:** Erarbeiten Sie, welche finanziellen Mittel Sie aufgrund Ihrer Finanzplanung benötigen und tragen Sie diesen Kapitalbedarf dann als Antrag an den Empfänger des Businessplans vor. Zeigen Sie auf, welcher Nutzen für Ihren Finanzierungspartner entsteht, wenn er Ihrem Antrag zustimmt und welche Sicherheiten Sie für die Finanzierung bieten. Wichtig ist vor allem der Nachweis darüber, wie Sie die Finanzen und Liquidität in Ihrem Unternehmen in Zukunft unter Kontrolle halten werden.

Tipps:

- 1. Tipp:** **Passen Sie Ihren Businessplan dem jeweiligen Empfänger individuell an. Bei wem wollen Sie mit Ihrem Businessplan ganz konkret welche Ziele erreichen?**
- 2. Tipp:** **Auch beim Businessplan zählt der erste Eindruck. Ergänzen Sie deshalb den Businessplan mit attraktiven und aussagekräftigen Beilagen.**
- 3. Tipp:** **Betrachten Sie kritische Anmerkungen und zusätzliche Fragen von Banken oder anderen Partnern als Chance, Ihren Businessplan laufend zu optimieren.**

1. Unternehmen im Überblick

Stichwort	Frage(n)	Beschrieb	Details ¹⁾
1.1 Unternehmen	Wann wurde, resp. wann wird unser Unternehmen gegründet ? Wie viele Mitarbeiter beschäftigen wir heute?	Gegründet am: <i>1. Januar 20.. (vorletztes Jahr)</i> HR Eintrag in: <i>St. Gallen, 26. Februar 20..</i> Rechtsform: <i>GmbH</i> Anzahl Mitarbeiter: <i>2</i>	1
1.2 Branche	In welcher Branche sind wir tätig? Welches ist unser wichtigstes Angebot und welches ist unsere wichtigste Kundengruppe ?	Branche: <i>Fotografie/Internet/Werbung/Kommunikation</i> Wichtigstes Angebot: <i>Digitalfotografie und traditionelle Fotografie für Internetauftritte, Firmenporträts und Prospekte.</i> Wichtigste Kundengruppe: <i>Architekten, Industrie, Schulen und Beratungsunternehmen</i>	
1.3. Vision	Wohin wollen wir mit unserem Unternehmen? Welches ist unser langfristiges Ziel ?	<i>Michael Kretz soll in 10 Jahren ein hoch rentables Unternehmen mit 10 Mitarbeitenden sein, welche auf Wunsch alle als Mitunternehmer an der Firma beteiligt sind. Wir wollen bei den KMU in der Ostschweiz bekannt sein als kreativer Anbieter von kompletten Firmenauftritten (online und print).</i>	
1.4. Finanzielle Eckwerte	Wo stehen wir finanziell gemäss unserem letzten Jahresabschluss ? Wie hoch ist unser aktueller Auftrags-Bestand ?	Umsatz: <i>CHF 120'000</i> Betriebsgewinn vor Zinsen und Steuern: <i>-CHF 7'000</i> Eigenkapital: <i>CHF 76'000</i> Fremdkapital: <i>CHF 16'000 (Kreditoren)</i> <i>Der Auftragsbestand beträgt derzeit Fr. 50'000.-- für die nächsten 3 Monate (76'000).</i>	
1.5 Schlüsselpersonen	Welche Schlüssel Personen tragen in welcher Funktion zum Erfolg unseres Unternehmens bei?	Name: <i>Michael Kretz Martin Kurz</i> Funktion: <i>Inhaber, Screen Communicator mit eidg. FA, Fotograf Grafiker und Kommunikationsberater, dipl. Grafiker</i> Beteiligung am Unternehmen in %: <i>100 0 (geplant 5 %)</i> Mitarbeit im Unternehmen in %: <i>100 100</i>	2

¹⁾ Beilagen gemäss Nummer auf dem Dokument / resp. Register im Ordner.
(Für die Erstellung div. Beilagen finden sich kostenlose Vorlagen und Checklisten in der Toolbox auf www.eStarter.ch oder auf www.ifj.ch.)

2. Aktuelle und zukünftige Situation

Stichwort	Frage(n)	Beschrieb				Details ¹⁾
2.1 Situation heute	Welches sind unsere grössten Stärken im Unternehmen?	<ul style="list-style-type: none"> - Gute Branchenkenntnisse und Beziehungen in den Segmenten Architektur, Industrie, Beratung und Schulung. - Langjährige Internet-, Grafik- und Fotografiekompetenz "unter einem Dach". - Gutes Beziehungsnetz zu Stammkunden, welche auch gut betreut und bearbeitet werden. 				
	Welches sind unsere grössten Schwächen im Unternehmen?	<ul style="list-style-type: none"> - Unser Unternehmen ist noch zu "Fotografie"-lastig. - Der Verkauf von Zusatzaufträgen bei bestehenden Kunden und die Akquisition von Neukunden ist zu passiv. - Marketingmassnahmen (Events, Newsletters etc.) werden zu passiv eingesetzt. - Geringe Flexibilität bei Grossaufträgen mit zwei Mitarbeitenden. 				
	Wie unterscheiden wir uns vom direktesten Mitbewerber ? Welches ist unser Erfolgsrezept ?	Name: <i>Werbeagentur Wasserfest, St. Gallen</i>	Umsatz: <i>CHF 620'000</i>	Wo ist der Mitbewerber besser als wir? <ul style="list-style-type: none"> - Grosses Beziehungsnetz im Grossraum St. Gallen - Hoher Bekanntheitsgrad und Top-Image in der Fotografie und im Webdesign 	Wo sind wir besser als der Mitbewerber? <ul style="list-style-type: none"> - Gesamtlösungen mit Grafik-, Fotografie- und Internetleistungen - Wir sind wegen der Firmengrösse schneller als Werbeagenturen und grosse Webdesigner. - Umfassende Betreuung der Kunden nach Abschluss des Projektes. 	
2.2 Situation in 3 Jahren	Welches sind die wichtigsten Chancen für unser Unternehmen im Markt?	<ul style="list-style-type: none"> - Das Internet etabliert sich als wichtiges Kommunikationsinstrument für KMUs. - KMUs aller Branchen sind gezwungen, in den kommenden Jahren eine aktivere Kommunikation zu betreiben (Wettbewerbsdruck, Preisdruck, Effizienzdruck etc.). - Kunden erwarten von Ihrem Partner immer mehr Gesamtlösungen und eine Ansprechperson (Outsourcing). 				
	Welches sind die wichtigsten Gefahren für unser Unternehmen ?	<ul style="list-style-type: none"> - Druckereien und Werbeagenturen bearbeiten immer intensiver kleinere Kunden, welche bislang für sie nicht interessant waren (Konkurrenzdruck) - Druckereien und Agenturen bauen die Internetkompetenz aus. - KMUs sind nicht mehr bereit, teure Fotoaufnahmen zu bezahlen, weil viele Bilder preisgünstig über Internetarchive beschafft werden können. 				
	Wie entwickeln sich die Bedürfnisse unserer Kunden ? Welchen konkreten Nutzen wollen wir ihnen in Zukunft bieten?	<ul style="list-style-type: none"> - Die Zeit zur Realisierung eines Auftrags wird immer kürzer. Der Kunde möchte eine immer schnellere Auftragsabwicklung. - Der Kunde stellt immer höhere Anforderungen und er erwartet ein "Sorglospaket" von seinem Partner und das zu günstigen Preisen ohne viel Koordinationsaufwand. - Abrundung des Leistungsangebotes mit Werbeberatung und Brokerleistungen, um für die Kunden noch umfassendere Gesamtlösungen sicherzustellen. - Gesamtlösungen für Firmenauftritte (Homepage, Firmenporträt, Briefschaften etc.) in Zusammenarbeit mit externen Partnern und Freelancern 				

¹⁾ Beilagen gemäss Nummer auf dem Dokument / resp. Register im Ordner.
(Für die Erstellung div. Beilagen finden sich kostenlose Vorlagen und Checklisten in der Toolbox auf www.eStarter.ch oder auf www.ifj.ch.)

3. Markt heute und in Zukunft

Stichwort	Frage(n)	Beschrieb				Details ¹⁾
3.1 Unser Markt heute	Welches sind unsere heutigen Angebote und Kundengruppen .	Angebot:	Kundengruppe:	Anzahl Kunden:	Umsatzanteil in %:	
		<i>Sachfotografie (Maschinen, Gebäude etc.)</i>	<i>Industrie, Gewerbe und Architekten</i>	20	40	
		<i>Fotoreportagen (Hochzeiten, Events, Porträts etc.)</i>	<i>Privatpersonen, Schulen und Industrie</i>	10	25	
		<i>Grafikarbeiten/Homepage-Gestaltung</i>	<i>Industrie, Architekten und Schulen</i>	8	25	
		<i>Gesamtprojekt Firmenauftritt</i>	<i>Industrie</i>	1	10	
		<i>Total</i>		39	100	
3.2 Unser Markt in 3 Jahren	Welches sind unsere geplanten Angebote und Kundengruppen in 3 Jahren?	Angebot:	Kundengruppe:	Anzahl Kunden:	Umsatzanteil in %:	
		<i>Sachfotografie (Produkte, Gebäude etc.)</i>	<i>Industrie, Architekten und Generalunternehmen</i>	20	20	
		<i>Fotoreportagen (Hochzeiten, Anlässe, Porträts etc.)</i>	<i>Privatpersonen Schulen, Institute, Beratungsunternehmen</i>	10	15	
		<i>Grafikarbeiten / Homepage-Gestaltung</i>	<i>Industrie, Schulen, Institute, Beratungsunternehmen</i>	20	30	
		<i>Gesamtprojekt-Firmenauftritt</i>	<i>Industrie, Schulen, Institute, Beratungsunternehmen</i>	10	35	
		<i>Total</i>		60	100	

¹⁾ Beilagen gemäss Nummer auf dem Dokument / resp. Register im Ordner.
(Für die Erstellung div. Beilagen finden sich kostenlose Vorlagen und Checklisten in der Toolbox auf www.eStarter.ch oder auf www.ifj.ch.)

4. Marketing

Stichwort	Frage(n)	Beschrieb	Details ¹⁾	
4.1 Referenzkunden	Wer sind unsere Referenzkunden und warum sind sie von uns begeistert?	Name:	Grund für Begeisterung:	
		- CZSG Controller Zentrum St. Gallen, Dr. Lukas Rieder, Tel: 071 244 93 33 (Werbung Controller-Tage, Erscheinungsbild)	- Geschwindigkeit in der Auftragsabwicklung / Input von neuen Ideen für das CD	Umsatzanteil in %: 7
		- Blech AG, Mörschwil, Heidy Stein, Tel: 071 233 35 46 (Dokumentation für die neue Blechveredlungsmaschine etc.)	- Aufbau Bild-Datenbank (Mehrfachnutzung der Daten) - Unkonventionelle, teils extravagante Aufnahmen, welche genau zum CD des Kunden passen	6
		- IFJ Institut für Jungunternehmen AG, St. Gallen, Sarah Borzelli, Tel: 071 242 98 98 (Fotoreportagen für Kundenevents)	- Lieferung der Bilder als originell verpacktes Geschenk am Ende des Anlasses.	5
		- Maschina GmbH, Oberfelden, Herr Dreher, Tel: 071 344 66 89 (Fotobearbeitung für Internet-Auftritt und Messen)	- Werbekompetenz - Realisierung des Auftrags innerhalb von 72h	5
		- Dr. Pius Küng & Partner, Dr. Pius Küng, St. Gallen, Christina Bötschi Tel: 071 245 79 11 (Fotoreportage, MitarbeiterPorträts und Internet-Auftritt)	- Lösung aus einer Hand - Entlastung von Dr. Pius Küng und Rosella Toscano	10
		- Primarschule Hinterwil, Hinterwil, Frau Wald, Tel: 071 133 345 66 89 (Fotoreportage der Primarklassen 1-6)	- Einzigartige Porträts - Internet-Auftritt	2
		- Raumgestaltung Regula Küng, Frau Küng, Tel: 071 245 75 45 (Reportage Schulhaus Rotmonten)	- Schnelle Termine - Internet-Kompetenz	3
4.2 Kundenbindung	Was unternehmen wir, um bestehende Kunden zu binden ?	<ul style="list-style-type: none"> - Gesamtlösungen aus einer Hand: Fotografie, Grafik, Internet, Werbung. - Gezielte Nutzung der guten Kontakte, um mit bestehenden Kunden mit Gesamtlösungen mehr Umsatz zu erzielen. - Durchschnittlich 2 Pflegebesuche pro Jahr bei Stammkunden mit Umsätzen von mehr als CHF 15'000 mit folgendem Inhalt (positive und negative Punkte der Zusammenarbeit, neue Ideen, neue Projekte etc.). - Bilddatenbank mit abrufbaren Fotos und Logos per Internet (farbig, schwarz/weiss, verschiedene Auflösungsstufen). 		

¹⁾ Beilagen gemäss Nummer auf dem Dokument / resp. Register im Ordner.
(Für die Erstellung div. Beilagen finden sich kostenlose Vorlagen und Checklisten in der Toolbox auf www.eStarter.ch oder auf www.ifj.ch.)

4. Marketing

Stichwort	Frage(n)	Beschrieb			Details ¹⁾
4.3 Verkauf	Wie gehen wir vor bei der Gewinnung von neuen Kunden und Aufträgen ?	<ul style="list-style-type: none"> - Aktive Bearbeitung von "Kontakten", welche uns die bestehenden Kunden auf Anfrage vermitteln (Es werden jedoch keine GU-Risiken übernommen). - Sicherstellung von Pauschalpreisen bei klar definierten Aufträgen, ohne grosse Risiken einzugehen. - Einzigartige Firmenpräsentation beim Kunden oder in unserem Unternehmen. - Einsatz von Lösungsangeboten, welche dem Kunden aufzeigen wie wir ein Gesamtprojekt professionell abwickeln. 			
4.4 Werbung	Wie machen wir unser Unternehmen bekannt ?	<ul style="list-style-type: none"> - Durchführung von zwei attraktiven Kundenevents, wobei ein Anlass als Social-Event ausgestaltet ist (Christbaumschlagen, gemeinsames Pizzabacken mit Pizza-Weltmeister etc.) und der zweite Event fachlich ausgerichtet ist (Präsentation von Kundenprojekten, innovative Ideen, etc.). - Firmenporträt auf www.eStarter.ch verbunden mit einem garantierten Kontaktguthaben. - Gedrucktes Firmenporträt mit allen Leistungen des Unternehmens. - Folder mit Pauschalpreisen (für Reportagen, Hochzeiten, Events der Kunden etc.). 			
4.5 Partner	Wer sind unsere wichtigsten Vertriebs- oder Kooperations-partner ?	Name: <ul style="list-style-type: none"> - Druckerei Schmid, Goldach, Matthias Schmid, Tel: 071 456 78 90 - Fotogeschäft Christoph Sonderegger, Thal, Herr Sonderegger Tel: 071 432 23 23 - IFJ Institut für Jungunternehmen AG, St. Gallen, Sarah Borzelli, Tel: 071 242 98 98 	Zusammenarbeit: <ul style="list-style-type: none"> - Partner für alle Drucksachen und Vermittler von Foto- und Internetaufträgen - Kooperationspartner für Grossprojekte, welche Christoph Sonderegger nicht selbst bewältigen kann - Vermittlung von Aufträgen aller Art von Workshopteilnehmenden 	Umsatzanteil in %: 10 5 10	

¹⁾ Beilagen gemäss Nummer auf dem Dokument / resp. Register im Ordner.
(Für die Erstellung div. Beilagen finden sich kostenlose Vorlagen und Checklisten in der Toolbox auf www.eStarter.ch oder auf www.ifj.ch.)

5. Infrastruktur und Meilensteine

Stichwort	Frage(n)	Beschrieb			Details ¹⁾
5.1 Infrastruktur	Welche Massnahmen im Rahmen der Infrastruktur sind vorgesehen (Personal, Organisation, Standort, Büro, EDV, Produktion, Lager etc.)?	<ul style="list-style-type: none"> - Ausbau des Unternehmens um 2 weitere Stellen in Abhängigkeit der Auftragslage, um Gesamtprojekte optimal abzudecken (Beizug eines Werbespezialisten und eines Allrounders mit Spezial-Know-how Digital-Fotografie). - Einsatz eines externen Call-Centers, wenn alle Mitarbeitenden bei Kunden sind. - Schaffung von 3 neuen Arbeitsplätzen für die neuen Mitarbeiter für den späteren Ausbau. - Suche neuer, preisgünstiger Geschäftsräumlichkeiten, wo im Bedarfsfalle auch Studioaufnahmen gemacht werden können und wo auch die Kundenevents durchgeführt werden können. 			
5.2 Lieferanten	Welches sind unsere wichtigsten Lieferanten ?	Name:	Angebot:	Anteil am Einkaufsvolumen in %:	
		- Druckerei Schmid, Goldach	- Drucksachen aller Art (Porträts, Mailings, Periodika)	10	
		- Barbara Oesch Treuhand, St. Gallen	- Buchhaltung, Steuern, Controlling	5	
		- Nikon, Zürich	- Fotoausrüstungen aller Art	15	
5.3 Meilensteine	Welches sind unsere nächsten Meilensteine bzw. Etappenziele ?	Meilensteine <ul style="list-style-type: none"> - Neuer Standort bezogen - Mitarbeiter Werbung eingestellt und eingeführt - Mitarbeiter "Allrounder" eingestellt und eingeführt 	Wer:	Wann:	
			Kretz Kretz Kretz	31.12.20.. 01.07.20.. 01.04.20..	
5.4 Investitionen	Welche Investitionen sind in nächster Zeit geplant?	Investition: <ul style="list-style-type: none"> - Fotoausrüstung, IT - Fotoausrüstung, Labor, Ausbau Computer und Software Arbeitsplatz, Räume, Auto - Fotoausrüstung, IT, Arbeitsplatz - Fotoausrüstung, IT, Arbeitsplatz Total Bei den Investitionen handelt es sich mit Ausnahme des Jahres 20.. (CHF 105'000) um Ergänzungs- und Ersatzinvestitionen.	Kosten (CHF)	Wann	3
			30'000 105'000 20'000 15'000 170'000	01.02.20.. 01.05.20.. 01.06.20.. 01.06.20.. ,	

¹⁾ Beilagen gemäss Nummer auf dem Dokument / resp. Register im Ordner.
(Für die Erstellung div. Beilagen finden sich kostenlose Vorlagen und Checklisten in der Toolbox auf www.eStarter.ch oder auf www.ifj.ch.)

6. Finanzplanung

Stichwort	Frage(n)	Beschrieb							Details ¹⁾
Budget und Bilanz-Kennzahlen	Wie entwickelt sich unser Unternehmen in den kommenden Jahren finanziell? (in CHF 1'000)	ERFOLGSRECHNUNG	Vor 2 Jahren	Letztes Jahr	Budget (Laufendes Jahr)	Nächstes Jahr 20..	In 2 Jahren 20..	In 3 Jahren 20..	3
		Nettoumsatz	-	120	280	360	530	630	
		./ . Waren- und Materialaufwand	--	15	40	55	75	100	
		Bruttogewinn	-	105	240	305	455	530	
		./ . Personalaufwand	-	65	169	199	322	384	
		./ . Marketing- und Vertriebsaufwand	-	15	10	20	20	20	
		./ . übrige Betriebskosten	-	20	30	30	30	40	
		./ . Abschreibungen (betrieblich)	-	12	19	48	59	54	
		Betriebsgewinn vor Zinsen und Steuern	-	-7	12	7	29	33	
		./ . Finanzaufwand	-	-	1	3	5	4	
		./ . Finanzertrag	-	-	-	-	-	-	
		./ . Steuern	-	-	-	-	5	6	
		Betriebsergebnis	-	-7	11	4	19	23	
		./ . nichtbetriebliches Ergebnis (Ertrag-Aufwand)	-	-	-	-	-	-	
		Reingewinn	-	-7	11	4	19	23	
		Dividenden	-	-	-	-	-	-	
		BILANZ	-	-	-	-	-	-	
		Flüssige Mittel	-	20	33	33	65	68	
		Debitoren	-	18	42	54	80	95	
		Anlagevermögen	-	48	59	115	82	43	
		Kreditoren	-	16	21	25	32	32	
		kurzfristige Bankkredite	-	0	30	30	30	30	
		Darlehen	-	-	-	-	-	-	
Hypotheken	-	-	-	-	-	-			
übriges langfristiges Fremdkapital	-	0	30	60	60	10			
Eigenkapital	-	76	87	91	111	134			

¹⁾ Beilagen gemäss Nummer auf dem Dokument / resp. Register im Ordner.
(Für die Erstellung div. Beilagen finden sich kostenlose Vorlagen und Checklisten in der Toolbox auf www.eStarter.ch oder auf www.ifj.ch.)

7. Finanzierung

Stichwort	Frage(n)	Beschrieb	Details ¹⁾
7.1 Kapitalbedarf	Welcher Kapitalbedarf resultiert aus unserer Finanzplanung ?	<i>Zu Realisation der Investitionen und für das Wachstum des Umlaufvermögens ist ein zusätzlicher Kapitalbedarf von CHF 90'000 notwendig. Die Investitionen sind für die Erweiterung der Geschäftsräume, die Verbesserung des Equipments etc. vorgesehen.</i> <i>Die Selbstfinanzierung aus Cashflow während den 4 Planjahren beträgt CHF 233'000. Dem steht ein Investitionsvolumen von CHF 170'000 gegenüber. Die Investitionen in Umlaufvermögen beträgt CHF 77'000 (Wachstum).</i>	
7.2. Kapital- beschaffung	Wie und mit welchen Partnern soll das benötigte Kapital beschafft werden?	<i>UBS St. Gallen: Betriebskredit UBS St. Gallen: Kontokorrent</i>	
7.3. Finanzierungs- antrag	Welche konkreten Anträge haben wir an die Bank oder an andere Finanzierungspartner (Lieferanten, Kunden, Privatinvestoren, Leasing, Factoring etc.)?	<ol style="list-style-type: none">1. <i>Gewährung eines Betriebskredites im laufenden Jahr 20.. von CHF 30'000</i>2. <i>Erhöhung des Betriebskredites im nächsten Jahr 20.. um CHF 30'000 auf CHF 60'000.</i>3. <i>Bereitstellung eines Kontokorrent-Kredites in der Höhe von CHF 30'000 zur Sicherstellung der Liquidität.</i>	
7.4 Nutzen	Was ist der Nutzen für den Kapitalgeber , wenn er unserem Antrag entspricht?	<ol style="list-style-type: none">1. <i>Gesicherte Rückzahlung und geringes Risiko</i>2. <i>Zusätzliche Geschäfte dank Wachstum des Unternehmen</i>3. <i>Bereitschaft, das BVG an die UBS zu übertragen</i>4. <i>Abbau des Betriebskredites innert ca. 2 Jahren</i>	
7.5 Sicherheiten	Welche Sicherheiten können bzw. wollen wir unserem Finanzierungs-Partner anbieten?	<ol style="list-style-type: none">1. <i>Hinterlegung einer Risiko- Lebensversicherung (Police CHF. 200'000) laufend auf M. Kretz</i>	
7.6 Controlling	Mit welchen Massnahmen behalten wir unsere Finanzen und unsere Liquidität laufend unter Kontrolle ?	<ol style="list-style-type: none">1. <i>Monatliche Kontrolle bez. Auftragseingang, Fakturausgang, Liquidität und Debitoren (</i>2. <i>Halbjahresgespräch mit der Bank im Beisein des Treuhänders</i>	

¹⁾ Beilagen gemäss Nummer auf dem Dokument / resp. Register im Ordner.
(Für die Erstellung div. Beilagen finden sich kostenlose Vorlagen und Checklisten in der Toolbox auf www.eStarter.ch oder auf www.ifj.ch.)