

1	Was das Buch will und was es nicht will	11
2	Welche Kriterien spielen bei der Bewertung eines Business-Plans eine Rolle?	13
2.1	Welches Ziel verfolgen Investoren bei einer Bewertung?	13
2.2	Gibt es eine Systematik, der die Bewertung folgen kann?	15
2.3	Was sind relevante Bewertungskriterien?	19
2.3.1	Was kauft man? (Story)	20
2.3.1.1	Wertschöpfung	21
2.3.1.2	Kundengewinnung, -loyalität	24
2.3.1.3	Kooperationspartner	26
2.3.1.4	USP und Wettbewerbsdifferenzierung	27
2.3.1.5	Markt und Wettbewerbsintensität	29
2.3.1.6	Mission, Vision, Kapitalbedarf	31
2.3.1.7	Mitarbeiter und Management	33
2.3.1.8	Gesellschafter und Gesellschaftsstruktur	34
2.3.1.9	Vergangenheit	35
2.3.2	Für welchen Preis und mit welchem Potenzial kauft man? ...	37
2.3.3	Wann ist das optimale Timing zum Kauf?	43
2.4	Gibt es weitere Punkte, die man beachten sollte?	44
3	Was sollte man bei der Erstellung eines Business-Plans berücksichtigen?	46
3.1	Wie plant man die Erstellung eines Business-Plans?	46
3.1.1	Zielsetzungen	46
3.1.2	Systematik	47
3.1.3	Fehler	48
3.2	Welche Inhalte sollte ein Business-Plan abdecken?	49
3.2.1	Überblick	49
3.2.2	Module	50
3.2.2.1	Executive Summary	50
3.2.2.2	Produkt/Dienstleistung/Technik	51
3.2.2.3	Marketing und Vertrieb	53
3.2.2.4	Organisation und Team	54
3.2.2.5	Markt und Wettbewerb	55

3.2.2.6	Vision und Strategie	60
3.2.2.7	SWOT	64
3.2.2.8	Finanzplanung	66
3.2.2.9	Anhang	67
4	Wie sehen Investoren und Unternehmer den Business-Plan in der Praxis?	69
4.1	Welche Sichtweise ist die entscheidende?	69
4.2	Venture Capital: innotech	69
4.2.1	innotech, ein Technologie-Investor	69
4.2.2	Vorbereitung auf den Erstkontakt	70
4.2.3	Schritt für Schritt zum Notartermin	73
4.2.4	Wesentliche Kriterien im Überblick	74
4.3	Venture Capital: GSL Galli, Schneider & Lehner	77
4.3.1	Galli, Schneider & Lehner	77
4.3.2	Prozess Business-Plan-Bewertung	79
4.3.3	Unternehmensbewertung	85
4.3.3.1	Bewertungsmodelle.....	85
4.3.3.2	Multiples.....	88
4.3.3.3	Finance	91
4.3.3.4	DCF	92
4.3.3.5	Warum man so nicht weiterkommt	96
4.4	Venture Capital: S-Refit	99
4.4.1	S-Refit im Überblick.....	99
4.4.2	Sich in die Lage des anderen versetzen	101
4.4.3	Äußere Form und Länge.....	102
4.4.4	Inhalte	103
4.4.5	Der richtige VC-Geber	107
4.4.6	Business-Plan als Controlling-Tool	109
4.5	Venture Capital: 3i.....	109
4.5.1	Venture Capital-Gesellschaft 3i	109
4.5.2	Bedeutung des Business-Plans	110
4.5.2.1	Beurteilung des Business-Plans durch 3i	110
4.5.2.2	Ziele des Business-Plans	112
4.5.2.3	Aufbau und Gliederung des Business-Plans.....	112
4.6	Bank: HypoVereinsbank.....	124
4.6.1	Die HypoVereinsbank als Emissionsbank	124
4.6.2	Der Business-Plan	129
4.6.2.1	Ziele und wesentliche Adressaten	129

4.6.2.2	Grundlegendes zu Aufbau und Form	131
4.6.3	Mustergliederung eines Business-Plans	132
4.6.4	Analyse eines Business-Plans	133
4.6.5	Gründe für die Ablehnung von Business-Plänen.....	136
4.6.6	Empfehlung und Ausblick	138
4.7	Unternehmer: geneart	139
4.7.1	geneart	139
4.7.2	Der Business-Plan – ein langer, aber schöpferischer Prozess	140
4.7.3	Die Investoren – kritische Gesprächspartner	145
4.7.4	Die Due Diligence schließt sich an	146
4.7.5	Was lernt man daraus?	148
4.8	Unternehmer: dtms	150
4.8.1	Einige Worte zum Geleit: Der Fokus bestimmt die Schärfe ..	150
4.8.2	Eine Geschäftsidee wird Realität – wer ist die dtms AG?	151
4.8.3	Die Erstellung des Business-Plans	152
4.8.4	Die Bewertung des Business-Plans	156
4.8.5	Der Umgang mit dem Business-Plan in der Praxis	159
4.8.6	Der Umgang mit dem Business-Plan bei einem Börsengang	161
4.8.7	Fazit	163
5	Wie vermarktet man einen Business-Plan?.....	165
5.1	Wie kann der Prozess der Vermarktung gestaltet werden? ...	165
5.1.1	Überblick	165
5.1.2	Elf Stufen der Vermarktung.....	166
5.1.2.1	Vorselektion	166
5.1.2.2	Kontakt.....	168
5.1.2.3	Teaser.....	168
5.1.2.4	Vertraulichkeitserklärung.....	168
5.1.2.5	Zusendung Business-Plan	169
5.1.2.6	Managementpräsentation	169
5.1.2.7	Beurteilung Term Sheet.....	170
5.1.2.8	Auswahl.....	171
5.1.2.9	Due Diligence	171
5.1.2.10	Vertragsverhandlungen	173
5.1.2.11	Abschluss	174
5.2	Welche Investorengruppen können relevant sein?	175
5.3	Welche Strukturen weisen die unterschiedlichen Investorengruppen auf?	177
5.3.1	Business Angel	177

5.3.2	Venture Capital-Gesellschaft	178
5.3.3	Börse	183
	Schlusswort und Ausblick	188
	Informationsquellen	190
	Abbildungsverzeichnis	192
	Literaturverzeichnis	195
	Autorenverzeichnis	197