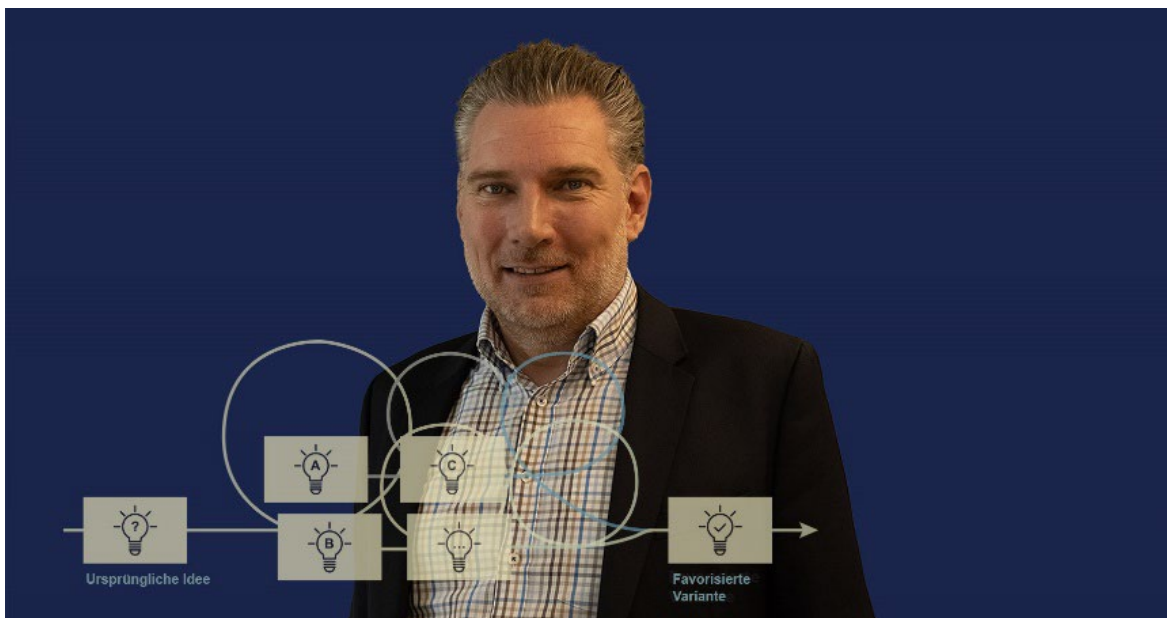


[Diesen Blogbeitrag online lesen>](#)

Der gute alte Businessplan – ausgedientes Erfolgsmodell oder zeitgemässes Führungsinstrument?

Die zweite Phase der Digitalisierung bietet Chancen und Risiken zugleich – und damit vor allem eines: neue Herausforderungen. Denn insbesondere die künstliche Intelligenz wirft jahrzehntelang erfolgreich etablierte Geschäftsmodelle über den Haufen. Um sich auch weiterhin erfolgreich weiterentwickeln zu können, müssen Unternehmerinnen und Unternehmer ihre Geschäftsmodelle diesen teils disruptiven Veränderungen anpassen und ihre Businesspläne entsprechend iterativ überarbeiten.

Mit Pascal O. Stocker, Co-Autor von «Der Businessplan», haben wir über die Zukunft sowie den Sinn und Zweck von Businessplänen gesprochen.



Sind Businesspläne überhaupt noch zeitgemäss?

Wir befinden uns in der zweiten Phase der Digitalisierung. Damit unweigerlich verbunden sind Herausforderungen, die wiederum zu grossen Ungewissheiten führen. Oftmals wird diese Situation auch mit den Akronymen VUCA und BANI umschrieben.

Ob Businesspläne in diesem Zusammenhang noch zeitgemäss sind, ist eine interessante Frage! Gerade in Zeiten des Start-up-Hypes könnte man den vermeintlichen Eindruck gewinnen, Businesspläne hätten ausgedient. Die Ernüchterung nach den Hypes zeigt aber: Das Gegenteil ist der Fall. Eine gute Idee und eindrückliche Präsentationsfolien reichen bei Weitem nicht aus. Die Umsetzung ist Trumpf!

Nach wie vor gilt: Was gut durchdacht ist, lässt sich effektiver und erfolgreicher umsetzen. Dabei sind jedoch die Innovations- bzw. Adaptionsfähigkeit und insbesondere die Geschwindigkeit entscheidend.

Inwieweit trägt ein Businessplan wirklich zum Erfolg bei?

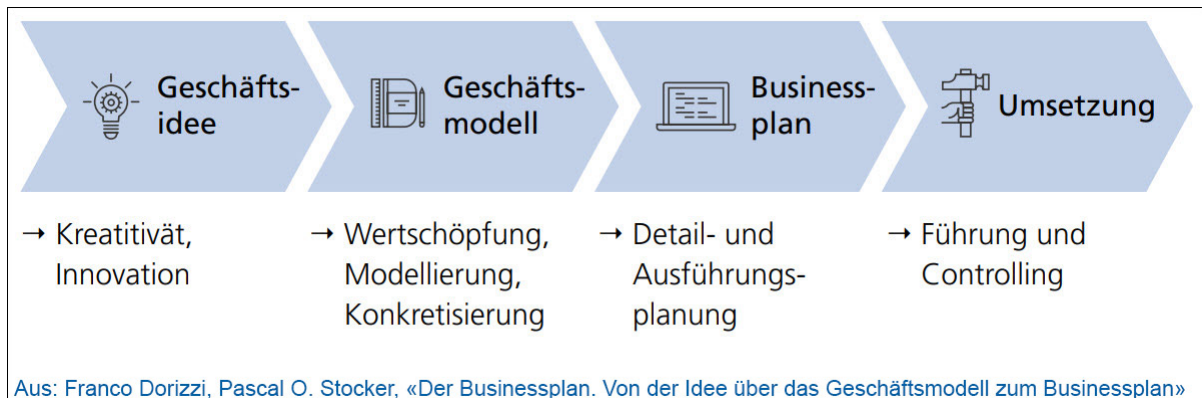
Für den Erfolg braucht es nicht allein einen Businessplan, sondern eine **Erfolgstrilogie** mit agiler Umsetzung, bestehend aus **Geschäftsidee**, **Geschäftsmodell** und **Businessplan**. Denn:

- Eine gute Geschäftsidee ist noch kein Geschäftsmodell für nachhaltige Wertschöpfung.
- Ein innovatives Geschäftsmodell stellt noch keinen konkreten Bauplan für ein erfolgsträchtiges Unternehmen dar.
- Und ein fundierter Businessplan bildet noch kein erfolggekröntes Unternehmen.

Dazu braucht es definitiv mehr!

Ob ein Businessplan als Pitch-Deck oder ganz klassisch als Bericht daherkommt, ist übrigens sekundär bzw. zweckabhängig. Entscheidend ist stets eine solide Unternehmensplanung als Grundlage. Der Businessplan ist ein integriertes Führungsinstrument, welches laufend aufgrund von Veränderungen und neuen Erkenntnissen aktualisiert und weiterentwickelt wird. Und dabei liegt auf der Hand: Je höher die Ungewissheit, desto mehr iterative Anpassungen gibt es.

Kurz gesagt: Eine solide und nachhaltige Unternehmensführung sowie unternehmerisches Denken und Handeln verhelfen zweifelsohne zum Erfolg, insbesondere in Kombination mit einer agilen Umsetzung.



Was brauchen Unternehmen heutzutage, um ihre Existenz langfristig zu sichern?

Um als Unternehmen erfolgreich zu sein, sind vier Fähigkeiten unabdingbar: das Differenzieren, das Adaptieren, das Realisieren und das Transformieren. Ich subsumiere diese unter dem **DART-Prinzip**:

- **Differenzieren:** Was ist wirklich relevant, wichtig, wesentlich? Insbesondere für den Kunden.
- **Adaptieren:** Wie kann Relevantes auf die jeweiligen Verhältnisse des Unternehmens angepasst und in ein tragfähiges Geschäftsmodell umgemünzt werden?
- **Realisieren:** Wie können die vorhandenen Ressourcen fokussiert und wirkungsvoll eingebunden werden?
- **Transformieren:** Wie kann das Unternehmen laufend weiterentwickelt werden und so erfolgreich bleiben?

Hinzu kommen die drei klassischen Schlüsselfaktoren: ein **relevantes Geschäftsmodell**, **adäquate Ressourcen** und ein **funktionierendes Team** – gekrönt von **Zufällen** und auch **Glück** sowie angereichert mit einer Prise **Neugier** und **Mut**.

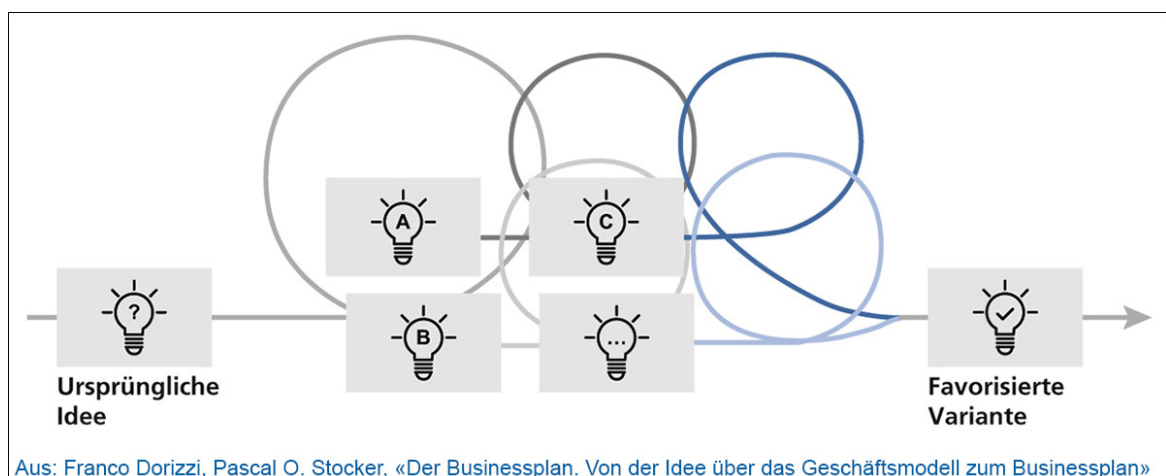
Zudem ist ein Ecosystem hilfreich. Mit Ecosystem meine ich jedoch nicht nur das viel zitierte Business Ecosystem. Auch das persönliche Ecosystem ist insbesondere für Gründerinnen und Gründer hilfreich: Sparringspartnerinnen und -partner; Menschen für einen regen Austausch; Personen, die einen erden; Leute, die ehrlich zu dir sind.

Von der Geschäftsidee zum Geschäftsmodell und zum Businessplan

Die **Geschäftsidee** stellt die Basis dar. Bevor es an die Erarbeitung eines Businessplans geht, müssen Idee, Vision und Mission auf den Prüfstein gelegt und in einem Geschäftsmodell konkretisiert werden. Das **Geschäftsmodell** beschreibt die Funktionsweise und Schlüsselfaktoren Ihres Vorgehens. Es führt aus, wie mit diesem Vorhaben nachhaltige Werte geschaffen werden können. Erst wenn das Geschäftsmodell stimmig ist, fahren Sie im Businessplan-Prozess mit der Detail- bzw. Ausführungsplanung fort.

Das **Geschäftsmodell-Plakat** bietet Ihnen für die Konkretisierung Ihrer Ideen und Visionen eine Grundlage. Entwickeln und modellieren Sie Ihr Geschäftsmodell gemeinsam mit Ihrem Team oder Ihren Partnern. Denken Sie dabei immer in Varianten und entwickeln Sie mehrere Prototypen von Geschäftsmodellen. Visualisieren Sie das Ganze auf dem Plakat mit farbigen Haftnotizen. Lassen Sie Ihr Geschäftsmodell reifen, bis es griffig ist und Sie vom Erfolgspotenzial überzeugt sind. Und seien Sie dabei mutig: Hinterfragen Sie, spielen Sie, testen Sie, probieren Sie, gestalten Sie, vernetzen Sie, erfinden Sie, ... Die Haftnotizen geben Ihnen die notwendige Flexibilität dazu. Verworfenne Ideen bzw. beschriebene Haftnotizen sollten Sie auf keinen Fall wegwerfen, sondern besser im «Kühlschrank» oder «Tiefkühler» aufbewahren. Allenfalls kommen Sie auf Ihre Ideen später gerne zurück.

Ist das Geschäftsmodell erst einmal stimmig, können Sie im nächsten Schritt mit der Erarbeitung des Businessplans in die Umsetzungsplanung gehen. Das Handbuch «Der Businessplan» gibt Ihnen hierfür mögliche Vorgehensweisen an die Hand. Viel Spass und Erfolg dabei! Betrachten Sie Ihr Businessplan-Projekt als intensive und gleichzeitig spannende unternehmerische Reise!



Pascal O. Stocker

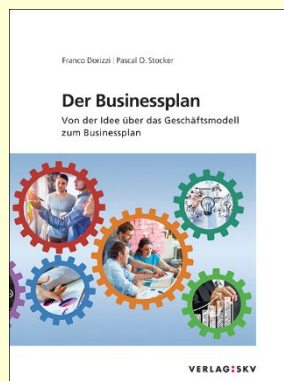
Pascal O. Stocker ist geschäftsführender Inhaber der Stocker Unternehmensentwicklung AG. Als Verwaltungsrat, Mitinhaber, Coach und Sparringspartner unterstützt er Unternehmer, Unternehmerfamilien und Führungskräfte. Zu seinen Spezialitäten gehören die strategische Führung, Modellierung von Geschäftsmodellen und Entwicklung professioneller Businesspläne. Zudem unterrichtet er an verschiedenen Hoch- und Fachhochschulen und leitet an der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich das Center for Entrepreneurial Management.

Geschäftsmodell-Plakat

Das Geschäftsmodell-Plakat gibt Ihnen ein praktisches Instrument für die Konkretisierung Ihrer Geschäftsideen und Visionen an die Hand. Entwickeln und modellieren Sie Ihr Geschäftsmodell gemeinsam mit Ihrem Team.

[Download Geschäftsmodell-Plakat >](#)

Handbuch «Der Businessplan»



Die Autoren Franco Dorizzi und Pascal O. Stocker zeigen auf, wie Sie Ihre Unternehmensstrategie entwickeln und umsetzen sowie einen professionellen Businessplan erstellen können – kompakt, praxisnah und verständlich.

[Zur Produkteseite im Webshop >](#)