

BUSINESSPLAN

Name der Praxis

Straße
PLZ Ort
Telefon
E-Mail

Name des Inhabers/der Inhaberin

Straße
PLZ Wohnort
Telefon
E-Mail

Gründung am xx.xx.2015

Allgemeine Tipps – bitte zuerst lesen

FORM

- Bitte alle Sätze ausformulieren und NICHT als Antworten auf die Hilfstexte. Falls nur für den Eigenbedarf, sind Stichworte okay.
- Leicht lesbare Schrift (Arial, Calibri, Verdana etc.) in Schriftgröße 11 oder 12
- Zeilenabstände 1,5 Zeilen, ausreichend Rand (2 cm)
- Geschäftsmodellrelevante grafische Darstellungen im Textteil sind okay
- Quellenangaben für Zitate, Statistiken, etc.

INHALT

- Werden branchenfremde Personen diesen Businessplan lesen (Arbeitsamt, Gründungsberater, Banker)? Dann bitte besonders darauf achten, kein „Fachchinesisch“ zu verwenden und keine unnötigen Fragen entstehen zu lassen.
- Als Erstes: Kopfzeile ändern.
- Mit dem Businessplan zeigen Sie idealerweise, dass Sie Ihre Branche, Ihre Mitbewerber, Ihre Zielgruppe und die Marktsituation kennen und daraus die richtigen Schlüsse ziehen. Außerdem zeigen Sie, dass Sie sich gut auf die Gründung vorbereitet haben und alle relevanten Punkte im Blick haben – inklusive der Risiken.
- Generell: kurz, präzise, sachlich!
- Der Umfang liegt in den meisten Fällen zwischen 15 und 25 Seiten.
- Als Letztes: diese Seite mit allgemeinen Tipps, die speziellen Tipps sowie sämtliche Hilfsfragen im Text löschen.

0. Zusammenfassung

- Zusammenfassung erst dann schreiben, wenn alles andere fertig ist.
- Nicht als Einleitung formulieren, sondern ...
- ... aus jedem Kapitel ein Satz mit den wichtigsten Fakten, d. h., insgesamt sollte die Zusammenfassung maximal eine Seite lang sein.
- Ist nur dann erforderlich, wenn ein Kredit beantragt wird oder wenn der Textteil länger als 15 Seiten ist. Ansonsten einfach dieses Kapitel löschen.

Inhaltsverzeichnis

| | Seite |
|----------------------------------|-------|
| 1. Geschäftsidee | 4 |
| 2. Unternehmerprofil | 4 |
| 3. Angebot und Preise | 4 |
| 4. Kunden / Zielgruppe | 5 |
| 5. Marktanalyse | 5 |
| 6. Konkurrenzanalyse | 5 |
| 7. Standort | 6 |
| 8. Organisation | 6 |
| 9. Personalplanung | 7 |
| 10. Rechtliche Rahmenbedingungen | 7 |
| 11. Marketing | 7 |
| 12. Erfolgsaussichten | 8 |
| 13. Erläuterungen zum Zahlenteil | 8 |
| Anhang | 8 |

1. Geschäftsidee

- Einleitender Satz mit Geschäftsidee „in zehn Worten“ sowie Gründungsdatum
- Entstehung der Geschäftsidee
- Erklärung des Firmen- bzw. Praxisnamens

2. Unternehmerprofil

- Fachliche Qualifikation (kurz fassen, nicht den Lebenslauf „nacherzählen“)
- Persönliche Qualifikation
- Kaufmännische Qualifikation
- Branchenkenntnisse und -kontakte, ggf. Referenzen
- Persönliche und wirtschaftliche Situation
- Vereinbarkeit mit der Familie
- Unterstützung im Umfeld

Tipp

Es muss klar werden, dass Sie alle Voraussetzungen erfüllen, um erfolgreich eine Praxis zu führen. Sind Sie eine(r) von mehreren Teilhabern, auch Ihre Geschäftspartner hier kurz darstellen.

3. Angebot und Preise

- Detaillierte Produkt-/Dienstleistungsbeschreibung inkl. Preisangaben und Zeitaufwand
- Kundennutzen (Welches Problem wird gelöst/welchen Vorteil sieht der Kunde für sich?)
- Ggf. Nennung des USP/Alleinstellungsmerkmal
- Ggf. Abgrenzung zu anderen Produkten
- Preisgestaltung (Preisniveau, Mengenrabatte/Paketpreise/Eröffnungsangebote ...)

Tipp

Unterscheiden Sie zwischen den von den Kassen vorgegebenen Tarifen und den Preisen für Selbstzahler.

4. Kunden/Zielgruppe

Gliederung nach Privat- und Firmenkunden oder nach Geschäftsbereichen:

- **Bei Privatkunden:** Alter, Geschlecht, Einkommen, Ausbildung, Wohnort, Umfeld, Szenenzugehörigkeit, Interessen, spezifische Bedürfnisse, Lebenssituation

- **Bei Firmenkunden:** Branche, Unternehmensgröße, spezielle Situation, Bedürfnisse, Ansprechpartner/ Entscheiderebene, Standort

- **Falls mehrere Zielgruppen vorhanden sind:** Jede einzeln beschreiben

- Nachfrage / Bedarf/Zahlungsbedingungen und Reichweite (Zielgebiet) des Angebots

Tipp

In den meisten Fällen geht es sicherlich um Privatpersonen mit bestimmten gesundheitlichen Problemen, sodass Firmenkunden (wie z. B. Sportvereine) nur selten eine Rolle spielen. Möglich wäre auch eine Unterteilung in Kassen- und Privatpatienten, wenn das in Ihrer Praxis eine Rolle spielt.

5. Marktanalyse

- Branchenbesonderheiten – worauf kommt es an?
- Saisonale Schwankungen der Nachfrage
- Einfluss der Konjunktur auf die Nachfrage

- Ggf. Ergebnisse der persönlichen Markterkundung (Wann und wo wie viele Personen befragt?)

- Jede Frage und Ergebnis einzeln und detailliert auflisten)

- **Fazit:** Persönliche Markteinschätzung und Folgen für die eigene Praxis, d. h., auf welchen Annahmen basiert die Umsatzplanung im Zahlenteil?

Tipp

Im Web gibt es jede Menge Studien zum Thema Gesundheit, die den steigenden Bedarf für physiotherapeutische Leistungen zeigen. Zitate bitte immer mit Quellenangabe.

6. Konkurrenzanalyse

- Unterscheidung der direkten und indirekten Mitbewerber

- Anzahl der direkten Mitbewerber im relevanten Umkreis

- Nennung und Einschätzung der wichtigsten direkten Mitbewerber inkl. Fakten wie Preisniveau, Service, wann gegründet ...

- **Fazit:** Bedeutung bzw. Auswirkungen des Wettbewerbs und ggf. Unterschiede zum Wettbewerb aufzeigen

Tipp

Indirekte Mitbewerber können z. B. Osteopathen, Heilpraktiker, Wellnessmasseure sein.

7. Standort

- Praxisstandort konkret nennen und Lage einschätzen (Größe, Preis, Laufgegend, Erreichbarkeit, Parkplätze etc.)
- Beschreibung der Ausstattung (z. B. Anzahl Kabinen, Massageliegen, Wartebereich etc.)
- **Fazit:** Bedeutung des Standortes
Ggf. Karte der Umgebung, Fotos und Grundriss mit einfügen.

Tipp

Versuchen Sie zu vermitteln, warum Patienten sich in Ihrer Praxis wohlfühlen werden.

8. Organisation

- Welche organisatorischen Voraussetzungen müssen erfüllt sein, damit die Leistungen erbracht werden können?
- Erreichbarkeit (Telefon, Anrufbeantworter, E-Mail, Terminbuchung übers Internet)
- Angebotserstellung/Wie kommt ein Auftrag bzw. wie kommen einzelne Termine zustande?
- Leistungsumfang (Welchen Teil können Sie abdecken, welchen übernimmt Personal?)
- Büroausstattung
- Unternehmensversicherungen: Berufsgenossenschaft, Haftpflicht etc.
- Abrechnung, Buchhaltung, Steuern, Mahnwesen

Tipp

Gerade in einer Praxis muss alles top organisiert sein, um möglichst viel Zeit für Behandlungen zu haben und damit Patienten nicht lange warten müssen. Dies muss hier vermittelt werden.

9. Personalplanung

- Werden feste oder freie Mitarbeiter benötigt? Für welche Tätigkeiten?
- Umfang/Kapazität
- Anforderungsprofil und Qualifikation
- Personalbeschaffung

Tipp

Stellen Sie das Praxisteam vor, gern auch in Form von Kurzprofilen.

10. Rechtliche Rahmenbedingungen

- Rechts- bzw. Gesellschaftsform des Unternehmens (Einzelunternehmung, GbR etc.)
- Steuerlicher Status (Gewerbe oder freier Beruf)
- Umsatzsteuerpflicht?
- Website: Impressum, Datenschutzhinweis, AGB?
- E-Mail und Geschäftsbriefe: Signatur
- Position: Inhaber/Geschäftsführer?
- Namensschutz
- Erforderliche Anträge, Genehmigungen, Konzessionen, Lizenzen, Zeugnisse
- Rechtliche Anforderungen, z. B. an Behandlungsräume

- Mitgliedschaften in Kammern, Verbänden etc.

- Falls keine Einzelunternehmung: Aufgabenteilung der Gesellschafter, Gesellschaftsvertrag (im Anhang), Vereinbarungen

Tipp

Physiotherapeuten unterliegen deutlich mehr rechtlichen Regelungen als die meisten anderen Berufe. Machen Sie deutlich, dass Sie sich auch mit diesen Themen ausreichend beschäftigt haben.

11. Marketing

- Corporate Identity (CI) und Corporate Design (CD)
- Außenauftritt (Drucksachen wie Visitenkarten, Briefpapier, Terminzettel ...)
- Vertriebsstrategie: Akquisitionsschritte und -mittel Markteintritt (Mailings, Aktionen, Eröffnungsfeier etc.)
- Werbemittel und -medien, Werbeaktionen
- Public Relations (PR)
- Multiplikatoren (Empfehlungen, Networking etc.)
- Soziale Netzwerke (Facebook, XING ...) und Newsletter

Tipp

Auch wenn viele Kunden aufgrund ihrer Beschwerden ganz von alleine in Ihre Praxis kommen, ist Marketing wichtig!

12. Erfolgsaussichten

- Chancen (positive Trends, Übernahme eines vorhandenen Kundenstamms etc.)
- Umgang mit Risiken (starker Wettbewerb, eigene Krankheit etc.)
- Schlusswort zur Unternehmensentwicklung (Vision, Mission), Ziel in fünf Jahren
- Haben Sie bereits Kunden/Patienten und Aufträge?

Tipp

Formulieren Sie Ihre Chancen sachlich, bitte kein Selbstlob. Gehen Sie offen mit Risiken um und wie Sie diesen begegnen.

13. Erläuterungen zum Zahlenteil

- Die folgenden Erläuterungen beziehen sich auf dieses separate Dokument:

[Zahlenteil_Businessplan_pt_Erfolg_Erstaussgabe.xls](#)

- Nicht selbsterklärende Zahlen erläutern (z. B. mietfreies Wohnen)
- Werden Fördermittel beantragt? Wenn ja, welche und warum?
- Wird Fremdkapital benötigt? Wenn ja, welcher Art und wie viel?

- Wofür wird das Kapital eingesetzt (Investitionen, Gründungskosten, Liquiditätsreserve)?

14. Anhang

- Zahlenteil (inkl. Liquiditätsplan auf Monatsbasis und Rentabilitätsplan über drei Jahre)

Tipp

Gut geeignet sind kostenlose Vorlagen des Bundeswirtschaftsministeriums und von diversen Banken, Programme wie „MiniPlan“ – oder Sie erstellen den Zahlenteil gemeinsam mit einem Gründungsberater.

- Lebenslauf
- Ggf. Befähigungsnachweise (Ausbildungszeugnis, Zertifikate, Diplom etc.)
- Ggf. Gesellschaftsvertrag bei GmbH, GbR etc.
- Ggf. Begründung der Aufgabe der letzten Selbstständigkeit („Geschäftsaufgabe“)
- Ggf. Muster des Außenauftritts
- Selbstauskunft/Vermögensaufstellung (nur bei Krediten, dann entsprechende Formulare der Bank nutzen)