

Der Businessplan

Durchdacht und losgelegt

Der Traum von der eigenen Praxis – in der Realität ist das ein großer Schritt. Nicht jeder fühlt sich dazu berufen. Doch wer den Weg einschlägt, erleichtert die Umsetzung durch eine gute Planung und vermeidet gerade zu Beginn möglicherweise nachhaltige Fehler. Bewährtes Hilfsmittel dafür ist der Businessplan.

Unternehmen und Selbstständige schreiben im Businessplan auf, wie das Geschäftsmodell aussieht, welche Finanzmittel benötigt werden, wie das Marketing funktionieren kann, welche Räumlichkeiten gebraucht werden und, und, und. Auch für den Start der eigenen Fußpflegepraxis eignet sich das vielfach eingesetzte Instrument. Der Grund liegt in der Komplexität. Eine Praxis zu führen ist, schlicht gesagt, viel mehr als Fußpflege.

Daher lohnt eine solche vorbereitende Arbeit. Allein durch das Aufschreiben lassen sich Ungereimtheiten und Widersprüche aufdecken. Ziel ist es, möglichst viele Eventualitäten einzuplanen. Das gelingt natürlich nur bedingt, aber dennoch ist ein Businessplan eine solide Grundlage. Durch die enthaltene Finanzplanung entsteht eine Idee, was zum persönlichen Verbrauch am Ende übrig bleibt. Auch der Kapitalbedarf und mögliche Finanzierungsmodelle beinhaltet der vor allem für Investoren und Banken wichtige Teil des Businessplans.

Marketing und Lebenslauf

Der Aufbau folgt einem gängigen Muster. In der Zusammenfassung am Anfang bekommt der Leser einen schnellen Überblick über das Vorhaben. Die nachfolgenden Kapitel beschreiben danach detailliert die angebotenen Leistungen und Produkte, den Markt und das Marktumfeld, das beabsichtigte Marketing, das geplante Personal, Chancen, Risiken und die eigene Expertise. Um den Aussagen Authentizität zu verschaffen, empfiehlt sich die Anlage von Quellen und Marktanalysen. Auch Verträge, Angebote und ein tabellarischer Lebenslauf gehören standardmäßig in den Anhang.

Um einen Businessplan aufzustellen, hilft ein strukturiertes Vorgehen. In der Praxis hat sich dabei das Modell Canvas (Leinwand) erprobt. Hier geht es um die schnelle und einfache Visualisierung. Die Leinwand ist meist ein Blatt Papier, das in Segmente eingeteilt ist. Schnell und übersichtlich lassen sich so die für das Geschäftsvorhaben wesentlichen

Stichpunkte aufschreiben (siehe Beispiel unten). Auf diese Weise entsteht zu allen wichtigen Bereichen ein schneller Überblick.

Hilfreich ist zudem der Zugriff auf vorhandene Erfahrungen. Dies können beispielsweise Kolleginnen und Kollegen sein. Auch die Außendienstmitarbeiter von Gerlach verfügen über jahrelange Erfahrung, vor allem dann, wenn es um die optimale, auf die Bedürfnisse des Fußprofis abgestimmte Einrichtung und Ausstattung geht. Gerade hier liegen langfristig erhebliche Sparpotenziale.



Das Businessmodell Canvas visualisiert auf einfache Art und Weise das Geschäftsmodell, hier beispielhaft für eine podologische Praxis.

<p>Schlüsselpartner</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ gesetzliche und private Krankenkassen ■ Ärzte ■ Altenwohnanlagen und Seniorenheime ■ Pflegedienste ■ etc. 	<p>Schlüsselaktivitäten</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ medizinische Fußpflege ■ mobile Fußpflege ■ Entwicklung eines Wohlfühlprogramms ■ Kooperationen <p>Ressourcen</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ eigene Leistungen ■ evtl. Angestellte ■ vorhandene finanzielle Ressourcen ■ MSBusinessCLASS 	<p>Kundennutzen/Wert</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Komplettangebot rund um die stationäre Fußpflege ■ Spangentherapie ■ diverse Wellness-Treatments ■ Massagen ■ Beratung ■ Präparateverkauf 	<p>Kundenbeziehungen</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ persönliche Betreuung ■ Vertrauen ■ kompetente Behandlung und Beratung <p>Vertriebs- und Kommunikationskanäle</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Werbeflyer (Haushalte und Altenwohnanlagen) ■ Anzeigen ■ Internet ■ Empfehlungen ■ Veranstaltungen 	<p>Kundensegmente</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Patienten mit diabetesbedingten Fußproblemen ■ Menschen mit sonstigen Fußproblemen ■ Menschen mit einem Wellness- und Wohlfühlbedürfnis
<p>Kostenstruktur</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Investitionen (Ausstattung) und Abschreibungen ■ Betriebskosten ■ Materialkosten ■ Marketingkosten 		<p>Einnahmequellen</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Behandlungsgebühren ■ sonstige Gesundheitsleistungen ■ Präparate 		