

Jens Krüger

PainStream Records

Business-Plan für eine Independent-Plattenfirma

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2005 Diplom.de
ISBN: 9783832487188

Jens Krüger

PainStream Records

Business-Plan für eine Independent-Plattenfirma

Jens Krüger

PainStream Records

Business-Plan für eine Independent-Plattenfirma

Diplomarbeit
Fachhochschule Niederrhein
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
Abgabe Januar 2005



Diplom.de

Diplomica GmbH _____
Hermannstal 119k _____
22119 Hamburg _____

Fon: 040 / 655 99 20 _____
Fax: 040 / 655 99 222 _____

agentur@diplom.de _____
www.diplom.de _____

ID 8718

Krüger, Jens: PainStream Records - Business-Plan für eine Independent-Plattenfirma

Hamburg: Diplomica GmbH, 2005

Zugl.: Fachhochschule Niederrhein, Diplomarbeit, 2005

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Diplomica GmbH

<http://www.diplom.de>, Hamburg 2005

Printed in Germany

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Aufbau von Business-Plänen	3
2.1	Executive Summary	4
2.2	Das Unternehmen und das Management.....	6
2.2.1	Das Unternehmensprofil	6
2.2.2	Die Unternehmensziele.....	6
2.2.3	Das Management und die Schlüsselpersonen.....	7
2.2.4	Die Rechtsform	7
2.3	Produkt und Dienstleistung	8
2.3.1	Kundenvorteile und Kundennutzen	8
2.3.2	Entwicklung von Produkt oder Dienstleistung	9
2.3.3	Die Fertigung	10
2.4	Industrie und Markt	11
2.4.1	Marktanalyse.....	11
2.4.2	Marktsegmente	12
2.4.3	Wettbewerb.....	13
2.5	Marketing	15
2.5.1	Eintrittsstrategie	15
2.5.2	Absatzkonzept	15
2.5.3	Absatzförderung.....	16
2.6	Lernpfade	18
2.7	Planung für die kommenden fünf Geschäftsjahre	18
2.7.1	Personalplanung	18
2.7.2	Investitionsplanung	19
2.7.3	Liquiditätsplanung	20
2.7.4	Umsatz-, Rohertrags- und Ergebnisplanung.....	21
2.7.5	Planbilanz	22
2.8	Chancen und Risiken	23
2.9	Finanzbedarf	23

3	Der Musikmarkt – Eine Bestandsaufnahme	25
3.1	Die Major-Labels	26
3.2	Die Independent-Labels	28
3.3	Interviews mit Experten zu Chancen und Risiken in der Gründung eines Labels.....	31
3.3.1	Vertreter Label – Wolfgang Rohde (Goldene Zeiten).....	31
3.3.2	Vertreter Promotion-Agentur – Jörg Timp (Starkult Promotion).....	33
3.3.3	Vertreter Bands – Adrian Weiss (Forces@Work).....	35
4	Business-Plan für PainStream Records	37
4.1	Executive Summary	37
4.2	Das Unternehmen und das Management.....	40
4.2.1	Das Profil von PSR	40
4.2.2	Ziele von PSR.....	41
4.2.3	Das Management und die Schlüsselpersonen von PSR.....	44
4.2.3.1	Der Geschäftsführer.....	45
4.2.3.2	Der Technische Leiter.....	46
4.2.3.3	Externe Partner.....	47
4.2.4	Die Rechtsform	47
4.3	Produkte und Dienstleistungen von PSR	48
4.3.1	Kundenvorteile und Kundennutzen	48
4.3.2	Gründungsformalitäten.....	50
4.3.3	Erbringung und Fertigung	52
4.4	Marktanalyse.....	54
4.4.1	Analyse des Independent-Musikmarktes	54
4.4.2	Marktsegmente: Zielgruppe Bands	54
4.4.2.1	Entwicklung des Fragebogens.....	55
4.4.2.2	Der Pretest.....	56
4.4.2.3	Auswertung des Fragebogens	56
4.4.3	Der Wettbewerb: Konkurrierende Labels	60
4.4.3.1	Entwicklung des Fragebogens.....	61
4.4.3.2	Der Pretest.....	62
4.4.3.3	Auswertung des Fragebogens	62

4.5	Marketing	65
4.5.1	Die Eintrittsstrategie von PSR	65
4.5.2	Das Absatzkonzept von PSR	66
4.5.2.1	Schätzungen von Absatz, Umsatz und Marktanteil	66
4.5.2.2	Die Vertriebskanäle	69
4.5.3	Absatzförderung	72
4.6	Lernpfade	73
4.7	Planung für die kommenden fünf Geschäftsjahre	74
4.7.1	Zu den Berechnungen	74
4.7.2	Personalplanung	75
4.7.3	Liquiditätsplanung	76
4.7.4	Umsatz-, Rohertrags- und Ergebnisplanung	78
4.7.5	Planbilanzen	79
4.8	Chancen und Risiken	80
4.8.1	Markt	80
4.8.2	Wettbewerb	80
4.8.3	Technologie	81
4.9	Finanzbedarf	82
5	Fazit	83
6	Verzeichnisse	84
6.1	Abbildungsverzeichnis	84
6.2	Abkürzungsverzeichnis	86
6.3	Literaturverzeichnis	87
6.4	Broschüren, Zeitschriften und Geschäftsberichte	89
6.5	Internetquellen	90
6.6	Anhang	

1 Einleitung

„Planung ohne Kontrolle ist sinnlos, Kontrolle ohne Planung unmöglich.“ In Zeiten, in denen die Zahl der angemeldeten Unternehmensinsolvenzen in Deutschland 2003 gegenüber dem Vorjahr um 19,3 Prozent auf über 100.000 Fälle angestiegen ist, erscheint dieser Satz von Jürgen Wild aktueller denn je. In Anbetracht der derzeitigen schwierigen wirtschaftlichen Situation ist eine nüchterne Bewertung der eigenen Fähigkeiten eines jeden Unternehmers mehr denn je von essentieller Bedeutung – und im Umkehrschluss die Erstellung eines Business-Plans bei der Unternehmensgründung unabdingbar geworden.

Der Business-Plan selbst ist eine komprimierte Zusammenfassung der derzeitigen und zukünftigen Geschäftsaktivitäten eines Unternehmens auf der Basis wirtschaftlicher Daten. Richtige und falsche Entscheidungen entstehen zunächst nur auf dem Papier. Der Business-Plan erlaubt so eine fundierte Abschätzung über den zu erwartenden Erfolg oder Misserfolg einer Geschäftsidee. Sein Inhalt wird gemeinhin als wichtiger erster Schritt im Regelkreis des Management-Prozesses betrachtet.

Ziel dieser Diplomarbeit ist es, einen Business-Plan für die Independent-Plattenfirma „PainStream Records“ (PSR) zu erstellen. Hierzu werden zunächst in einer theoretischen Abhandlung die Elemente eines Business-Plans erläutert und verdeutlicht. Daran anschließend gibt eine Betrachtung des Musikmarktes, differenziert nach Major- und Independent-Labels, Einführung in die für PSR wichtige Materie. Einen konkreten Realitätsbezug erhält das Kapitel durch Interviews mit Experten der Musikbranche.

Als Kernstück folgt der eigentlich Business-Plan am Beispiel von PSR. Das Unternehmen, seine Gründer und seine geplante Geschäftstätigkeit werden dem Leser vorgestellt; der für das Unternehmen relevante Markt wird sowohl segment- als auch wettbewerbsseitig untersucht. Umfragen unter Labels und Bands liefern das hierfür notwendige Datenmaterial.

Nach einem Blick auf die Eintrittsstrategie und die weiter gehenden Marketing-Aktivitäten von PSR konkretisiert die Fünf-Jahres-Planung die vorangegangene Planung anhand von Zahlen und Fakten und generiert die wirtschaftlichen Eckdaten für die geplante Unternehmung.

Am Ende dieses Business-Plans steht die Erkenntnis, dass die Unternehmung mit der gewählten Strategie zum Scheitern verurteilt ist. Erst die sorgfältige Kalkulation enthüllt die Schwachstellen der Geschäftsidee. Auf Basis der gewonnenen Ergebnisse hat der Autor eine Alternativ-Variante durchgespielt, die dem Unternehmen unter günstigen Voraussetzungen das Überleben am Markt sichern würde.

2 Aufbau von Business-Plänen

Ziel der Aufstellung eines Business-Plans, den man als eine Abhandlung der gesamten Teilbereiche der Betriebswirtschaft bezeichnen könnte, ist es, die Unternehmensaktivitäten langfristig und einheitlich auszurichten. Neben der Aufgabe, dem Unternehmer einen Roten Faden bei der Planung an die Hand zu geben, dient der Business-Plan als „Visitenkarte“ und Argument gegenüber Kapitalgebern, Geschäftspartnern, Kunden, Zulieferern, Vertriebspartnern und Banken. Insbesondere für Existenzgründer ist dem Business-Plan bei der Kapitalbeschaffung hohe Relevanz beizumessen.

So stellt er Kapitalgebern – etwa Banken, Venture-Capital-Gesellschaften, Business Angels, Inkubatoren oder Bund, Ländern und EU als Bereitstellern von Fördermitteln – das Unternehmen entflochten und in hoher Transparenz dar. Zudem gibt der Business-Plan Antworten auf die Fragen nach Wachstumschancen, Führungsqualität des Unternehmers oder auch darauf, ob das Produkt oder die Dienstleistung langfristig gebraucht und gekauft wird. Hat also die Geschäftsidee das Potential, aufgenommenes Kapital zu tilgen und zu entgelten? Besitzt der Existenzgründer das Know-how und die Fähigkeiten, dieses Potential effektiv zu nutzen?

Dem Unternehmer selbst liefert der Business-Plan Daten über das wirtschaftliche Umfeld, über gesetzte Ziele, aufzuwendende Mittel (wofür, warum, wie lange?) oder die Rahmenbedingungen (Ressourcen, Kernkompetenzen), hilft ihm zum anderen aber auch dabei, die Auswirkungen seiner Handlungsalternativen besser bewerten zu können. Des Weiteren wird ihm eine realistische Einschätzung der Chancen und Risiken auf dem Markt erleichtert. Als ein weiterer Vorteil des Business-Plans bleibt zu erwähnen, dass Planzahlen und aktuelle Konzepte jederzeit griffbereit liegen und nicht erst ermittelt werden müssen. In

diesem Zusammenhang liefert der Business-Plan während der Unternehmensgründung, aber auch für die Unternehmensführung wichtige Informationen, die hier auf einer Zeitachse in drei Säulen grob differenziert werden sollen:

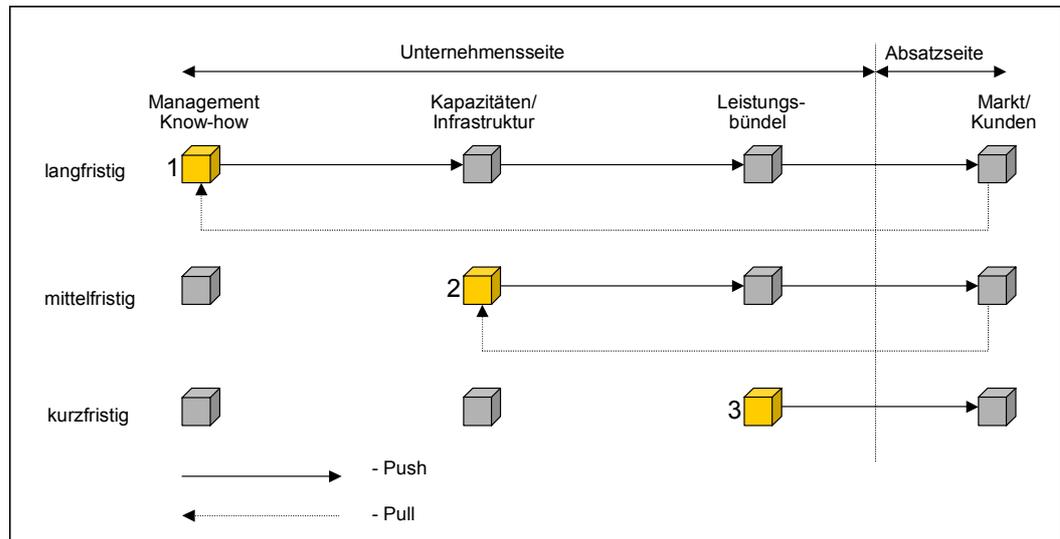


Abb. 1: Entscheidungssituationen für die Erstellung von Business-Plänen in Unternehmen¹

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Business-Plan eine Systematisierung des Unternehmens und seiner Aktivitäten in inhaltlicher und methodischer Form darstellt. Doch Vorsicht! Der Business-Plan entsteht in einem kreativen Prozess. Das heißt, bei seiner Erstellung balanciert der Unternehmer zwischen den beiden Polen „Individualität“ und (an Fakten gebunden) „Komplexität“.

2.1 Executive Summary

„Die Executive Summary“, so schreibt Uwe Herzberg, sei „erster Punkt der Gliederung“ im Business-Plan, „aber letzter und schwierigster in der

¹ Werner Pepels und 15 Mitautoren: BWL-Wissen zur Existenzgründung, Renningen 2003, S. 30