

Der kostenlose

**SHOMUGO**

**Business**

**Plan**

**Leitfaden**

**Von der Idee zum Unternehmen**

## Inhaltsverzeichnis

Warum ist ein Businessplan wichtig?.....	3
Einführung in das Erstellen und Erarbeiten eines Businessplans.....	4
Zusammenfassung (Executive Summary).....	7
Executive Summary – Beispiel.....	9
Unternehmensübersicht (Company Overview).....	10
Company Overview – Beispiel.....	12
Produkte / Dienstleistungen (Products / Services).....	13
Produkte / Dienstleistungen– Beispiel.....	15
Marktanalyse (Market Analysis).....	17
Marktanalyse – Beispiel.....	20
Marketingplan (Marketing Plan).....	22
Marketingplan – Beispiel.....	24
Logistik – Logistics & Operations Plan.....	26
Logistik – Beispiel.....	28
Finanzplan – Financial Plan.....	30
Finanzplan – Beispiel.....	32

## Warum ist ein Businessplan wichtig?

Ein Businessplan ist nicht nur ein Dokument, das du schreibst, um Investoren oder Banken zu beeindrucken – es ist vielmehr ein Werkzeug, das dir hilft, deine Geschäftsidee in die Realität umzusetzen. Er dient als Leitfaden für die Gründung und den Betrieb deines Unternehmens und hilft dir, mögliche Herausforderungen frühzeitig zu erkennen und gezielt zu handeln.

### **Wichtige Gründe, warum ein Businessplan unverzichtbar ist:**

- **Klärung deiner Idee**

Oft scheint eine Geschäftsidee klar und einfach. Doch wenn man beginnt, sie niederzuschreiben, zeigt sich, dass noch viele Details unklar sind. Der Businessplan hilft dir, deine Idee Schritt für Schritt zu durchdenken und genau zu verstehen, was notwendig ist, um erfolgreich zu sein.

*Beispiel:*

Du möchtest einen Online-Shop für handgemachte Seifen starten. Beim Schreiben des Businessplans merkst du, dass du noch viele Fragen offen hast: Wer sind deine Kunden? Wie wirst du die Seifen herstellen und versenden? Welche Kosten entstehen und wie kannst du Gewinne erzielen? Der Businessplan bringt all diese Fragen auf den Tisch und hilft dir, klare Antworten zu finden.

- **Setzen von Zielen und Meilensteinen**

Ein Businessplan zwingt dich, konkrete Ziele zu definieren. Du setzt Meilensteine, die dir zeigen, wie sich dein Unternehmen in den kommenden Monaten und Jahren entwickeln soll. Das hilft dir, fokussiert zu bleiben und nicht vom Weg abzukommen.

- **Sicherung von Finanzierung**

Wenn du Kapital für dein Unternehmen benötigst – sei es von Banken, Investoren oder Förderprogrammen – wirst du fast immer einen Businessplan vorlegen müssen. Er zeigt potenziellen Geldgebern, dass du eine durchdachte Strategie hast und ihre Investition sinnvoll eingesetzt wird.

*Beispiel:*

Eine Bank möchte sehen, wie du die 50.000 €, die du für den Start benötigst, genau verwenden willst. Mit einem klaren Finanzplan in deinem Businessplan kannst du zeigen, welche Ausgaben für Maschinen, Marketing und Rohstoffe anfallen und wie du das Geld zurückzahlen wirst.

- **Besseres Verständnis des Marktes**

Ein Teil des Businessplans ist die Marktanalyse. Hier lernst du deine Konkurrenz kennen, verstehst deine Zielgruppe besser und kannst Chancen und Risiken auf dem Markt identifizieren. Das Wissen hilft dir, fundierte Entscheidungen zu treffen und dein Unternehmen in die richtige Richtung zu lenken.

- **Planung von Ressourcen und Finanzen**

Ein Businessplan hilft dir, realistisch einzuschätzen, welche Ressourcen – Zeit, Geld, Mitarbeiter – du für die Umsetzung deiner Idee benötigst. Anhand von Finanzprognosen kannst du beurteilen, wie viel Geld du einnehmen musst, um dein Unternehmen profitabel zu führen.

# Einführung in das Erstellen und Erarbeiten eines Businessplans

Das Schreiben eines Businessplans kann anfangs wie eine überwältigende Aufgabe wirken, besonders wenn du noch nie einen erstellt hast. Aber keine Sorge – ein Businessplan ist nichts anderes als ein strukturierter Fahrplan für deine Geschäftsidee. Er hilft dir, deine Ziele klar zu formulieren, deine Strategie zu definieren und die nächsten Schritte festzulegen.

## Was sollte ein Businessplan enthalten?

Ein Businessplan besteht in der Regel aus mehreren wichtigen Bausteinen. Jeder dieser Abschnitte hat eine spezielle Funktion und hilft dir, unterschiedliche Aspekte deines Unternehmens zu durchdenken. Hier sind die wichtigsten Bestandteile:

- 1. Zusammenfassung (Executive Summary)**  
Hier gibst du eine kurze Übersicht über dein gesamtes Geschäft. Dieser Teil sollte so geschrieben werden, dass er das Interesse des Lesers weckt und ihm einen schnellen Einblick in deine Idee gibt.
- 2. Unternehmensübersicht (Company Overview)**  
Hier beschreibst du, wer du bist, was dein Unternehmen macht und warum es existiert. Es ist wichtig, deine Mission und Vision klar zu definieren.
- 3. Produkte/Dienstleistungen (Products/Services)**  
Dieser Abschnitt widmet sich dem, was du anbietest. Welche Produkte oder Dienstleistungen verkaufst du? Was ist daran besonders?
- 4. Marktanalyse (Market Analysis)**  
Hier geht es darum, den Markt zu verstehen, in dem du tätig sein möchtest. Du analysierst deine Zielgruppe, deine Konkurrenz und die Marktsituation.
- 5. Marketingplan**  
In diesem Abschnitt zeigst du, wie du deine Produkte oder Dienstleistungen vermarkten wirst. Welche Kanäle wirst du nutzen? Wer ist deine Zielgruppe und wie erreichst du sie?
- 6. Logistik und Betriebsabläufe (Logistics & Operations Plan)**  
Wie wirst du dein Geschäft im Alltag betreiben? Hier beschreibst du die Prozesse, die notwendig sind, um dein Produkt zu produzieren und zu liefern.
- 7. Finanzplan**  
Dein Finanzplan gibt Auskunft über deine finanziellen Prognosen. Wie viel Geld wirst du verdienen und ausgeben? Welche Investitionen sind notwendig?
- 8. Anleitungen für spezielle Berechnungen**  
Diese Abschnitte helfen dir, die Gründungskosten und deine Gewinn- und Verlustprognosen zu berechnen. Sie sind besonders wichtig, wenn du Fremdfinanzierung benötigst.

## Wie beginnst du?

Ein Businessplan muss nicht von Anfang an perfekt sein – das Wichtigste ist, dass du überhaupt beginnst. Hier ein paar Schritte, die dir den Einstieg erleichtern:

**1. Starte mit einer groben Skizze:**

Bevor du dich in die Details stürzt, erstelle eine einfache Gliederung. Schreibe stichpunktartig auf, was in jedem Abschnitt stehen soll. Das gibt dir einen klaren Überblick und erleichtert dir den Einstieg.

**2. Fange mit dem leichtesten Abschnitt an:**

Manchmal ist der schwierigste Teil, einfach zu beginnen. Wähle deshalb einen Bereich, bei dem du dich sicher fühlst – vielleicht kennst du dein Produkt schon gut oder hast bereits eine klare Vorstellung von deinem Marketingplan. Wenn du erstmal einen Abschnitt geschafft hast, wird der Rest leichter.

*„Es geht nicht darum, alles sofort perfekt zu machen.  
Beginne mit kleinen Schritten und bleib dran – jeder  
Fortschritt bringt dich näher an dein Ziel!“*

**3. Arbeite Schritt für Schritt:**

Ein Businessplan kann in Abschnitten geschrieben werden. Du musst nicht alles auf einmal erledigen. Arbeite an einem Bereich, lasse ihn ruhen, und gehe dann weiter zum nächsten. Du kannst immer wieder zurückkommen und Anpassungen vornehmen.

**4. Verwende Vorlagen und Tools:**

Es gibt viele kostenlose Vorlagen und Online-Tools, die dir beim Schreiben deines Businessplans helfen können. Diese geben dir eine klare Struktur vor, sodass du dich auf den Inhalt konzentrieren kannst, ohne dir Gedanken über den Aufbau machen zu müssen.

*„Es gibt keine perfekte Reihenfolge – du bestimmst das  
Tempo. Wichtig ist, dass du dranbleibst und deine Idee  
weiterentwickelst.“*

**5. Hol dir Feedback:**

Du musst deinen Businessplan nicht alleine schreiben. Hol dir Feedback von Freunden, Mentoren oder sogar potenziellen Kunden. Manchmal hilft ein Blick von außen, um deine Ideen weiter zu schärfen.

**Platz für Dein Logo**

# [Name des Unternehmens]

**[Adresse des Unternehmens]**

**[Telefonnummer des Unternehmens]**

Erstellt und erarbeitet von:

[Dein Vorname und Nachname], [Deine Rolle im Unternehmen]

[Deine E-Mail-Adresse]

## Zusammenfassung (Executive Summary)

Die Zusammenfassung, auch **Executive Summary** genannt, ist der erste Abschnitt deines Businessplans, aber du solltest ihn als letztes schreiben. Warum? Weil dieser Abschnitt eine Zusammenfassung aller wichtigen Punkte deines Plans ist. Erst wenn du den Rest des Businessplans fertiggestellt hast, kannst du klar und präzise zusammenfassen, was dein Unternehmen ausmacht, welche Ziele du verfolgst und welche finanziellen Prognosen du hast.

Die Zusammenfassung ist entscheidend, besonders wenn du den Plan potentiellen Investoren oder Partnern vorlegst. Sie ist oft das erste, was jemand liest – und wenn dieser Teil nicht überzeugt, besteht die Gefahr, dass der Rest gar nicht mehr angeschaut wird. Deshalb solltest du hier klar, präzise und motivierend sein.

### Was sollte in die Zusammenfassung?

#### 1. Leitbild

Das Leitbild beschreibt die Ziele und Werte deines Unternehmens. Hier stellst du dar, wofür dein Unternehmen steht, welche Philosophie es verfolgt und warum du tust, was du tust.

*Beispiel:*

„Unser Ziel ist es, durch umweltfreundliche Produkte zur Reduzierung von Plastikmüll beizutragen und gleichzeitig unseren Kunden hochwertige, nachhaltige Alternativen anzubieten.“

#### 2. Geschäftskonzept

Was genau macht dein Unternehmen? Hier beschreibst du deine Haupttätigkeit und den Kern deines Geschäftsmodells. Was ist die Aufgabe deines Unternehmens? Was bietest du an?

*Beispiel:*

„Wir produzieren handgemachte, biologisch abbaubare Verpackungen für den Einzelhandel und vertreiben sie über unseren Online-Shop sowie an lokale Einzelhändler.“

#### 3. Unternehmensziele und Vision

In diesem Teil stellst du klar, welche Ziele du mit deinem Unternehmen verfolgst und wo du dich in der Zukunft siehst. Welche langfristigen Ziele hast du?

*Beispiel:*

„In den nächsten fünf Jahren wollen wir der führende Anbieter von umweltfreundlichen Verpackungen in der Region werden und unser Sortiment international ausweiten.“

#### 4. Produktbeschreibung und Differenzierung

Beschreibe hier dein Produkt oder deine Dienstleistung. Was bietest du an, und was macht es besonders? Warum unterscheidet sich dein Produkt von dem, was bereits auf dem Markt ist?

*Beispiel:*

„Unsere Verpackungen bestehen zu 100 % aus biologisch abbaubaren Materialien und bieten Einzelhändlern eine umweltfreundliche Alternative, die gleichzeitig robust und erschwinglich ist.“

## 5. Zielmarkt

Wer sind deine Kunden? In diesem Abschnitt erklärst du, an wen du deine Produkte oder Dienstleistungen verkaufst. Wer ist deine Zielgruppe?

*Beispiel:*

„Unsere Zielgruppe sind Einzelhändler, die Wert auf Nachhaltigkeit legen, sowie umweltbewusste Konsumenten, die nach Alternativen zu herkömmlichen Plastikverpackungen suchen.“

## 6. Wettbewerbsvorteil

Hier legst du dar, was dein Unternehmen besonders macht. Was verschafft dir einen Vorteil gegenüber der Konkurrenz?

*Beispiel:*

„Unser Wettbewerbsvorteil liegt in der Kombination aus Nachhaltigkeit, Qualität und Preis. Unsere Verpackungen sind nicht nur umweltfreundlich, sondern auch preislich mit herkömmlichen Verpackungen vergleichbar.“

## 7. Finanzielle Prognosen

In diesem Abschnitt gibst du eine kurze Übersicht über deine finanziellen Ziele. Wie viel Umsatz planst du zu machen? Wie schnell wird dein Unternehmen wachsen?

*Beispiel:*

„Im ersten Jahr erwarten wir einen Umsatz von 100.000 € und planen, diesen in den folgenden zwei Jahren auf 250.000 € zu steigern.“

## 8. Eine Anfrage von potenziellen Investoren

Falls du Kapital von Investoren benötigst, gibst du hier an, wie viel Geld du verlangst und wofür du es einsetzen möchtest. Sei dabei so konkret wie möglich.

*Beispiel:*

„Wir suchen nach einer Finanzierung in Höhe von 50.000 €, um unsere Produktionskapazitäten zu erweitern und unsere Marketingaktivitäten zu intensivieren.“

## Tipps für die Zusammenfassung:

- **Halte es kurz und prägnant:** Die Zusammenfassung sollte maximal eine Seite lang sein. Hier geht es darum, Interesse zu wecken und die wichtigsten Informationen in knapper Form zu präsentieren.
- **Schreibe es am Ende:** Da die Zusammenfassung auf den Inhalten deines gesamten Businessplans basiert, solltest du sie schreiben, wenn du alle anderen Abschnitte abgeschlossen hast. Dann kannst du sicherstellen, dass nichts Wichtiges fehlt und alle Kernaussagen enthalten sind.
- **Sei inspirierend:** Zeige Leidenschaft für dein Unternehmen und deine Vision. Deine Zusammenfassung sollte den Leser dazu motivieren, den Rest deines Businessplans zu lesen.

## Executive Summary – Beispiel

Unser Ziel ist es, Kreativität und Individualität durch einzigartige, personalisierte Produkte auszudrücken. Wir bieten hochwertige bedruckte Artikel wie T-Shirts, Schlüsselanhänger, Kaffeetassen und personalisierte Produkte wie gerahmte Bilder, Poster und sogar bedruckte Schuhe an. Kunden können ihre eigenen Designs hochladen oder aus einer Vielzahl von Vorlagen wählen. Neben unserem Online-Shop sind wir auch auf Messen und Events präsent, wo Kunden die Qualität unserer Produkte direkt erleben und vor Ort kaufen können.

In den nächsten drei Jahren streben wir an, uns als führender Anbieter für personalisierte Druckprodukte sowohl online als auch auf Messen zu etablieren. Unser Ziel ist es, den Kundenstamm zu erweitern, unser Produktsortiment auszubauen und innovative Designs anzubieten, die eine hohe Kundenzufriedenheit garantieren. Langfristig planen wir die Expansion in internationale Märkte und die Erhöhung unserer Produktionskapazitäten.

Unser Sortiment zeichnet sich durch eine große Vielfalt und die Möglichkeit zur vollständigen Personalisierung aus. Was uns von der Konkurrenz unterscheidet, ist die hohe Qualität unserer Produkte und unser starkes Engagement, die Kundenwünsche präzise umzusetzen. Kunden können nicht nur eigene Designs kreieren, sondern auch exklusive, limitierte Designs aus unserer Kollektion erwerben.

Unsere Zielgruppe besteht aus kreativen, modebewussten Menschen, die Wert auf Individualität legen und nach einzigartigen Produkten suchen. Dazu gehören junge Erwachsene, kreative Köpfe und Menschen, die personalisierte Geschenke schätzen. Auf Messen bieten wir ein besonderes Einkaufserlebnis, das es den Kunden ermöglicht, unsere Produkte live zu erleben und sofort mitzunehmen. Besonders auf Veranstaltungen wie Comic-Cons, Design-Messen und kreativen Märkten haben wir eine starke Präsenz.

Unser größter Wettbewerbsvorteil liegt in der Kombination aus hochqualitativen, personalisierten Produkten und unserer Fähigkeit, sowohl online als auch auf Messen präsent zu sein. Während viele unserer Mitbewerber nur einen dieser Wege wählen, bieten wir beides an und stärken dadurch die Kundenbindung. Unsere hybride Verkaufsstrategie hebt uns von der Konkurrenz ab und ermöglicht es, den Kunden ein einzigartiges Einkaufserlebnis zu bieten.

Für das erste Jahr erwarten wir einen Umsatz von 150.000 € aus dem Verkauf über unseren Online-Shop und auf Messen. Im zweiten Jahr planen wir, den Umsatz auf 300.000 € zu steigern, indem wir neue Produktlinien einführen und unsere Messepräsenz erweitern. Dank unserer schlanken Lagerhaltung und der Produktion auf Anfrage erwarten wir solide Gewinnmargen.

Um unsere Produktionskapazitäten weiter auszubauen und unsere Präsenz auf Messen zu verstärken, suchen wir eine Finanzierung in Höhe von 100.000 €. Diese Mittel werden in neue Druckmaschinen, Marketingmaßnahmen und die Teilnahme an größeren Messen investiert, um unser Geschäft auf das nächste Level zu bringen.

## Unternehmensübersicht (Company Overview)

Die **Unternehmensübersicht** ist der Teil des Businessplans, in dem du darstellst, wer du bist, was dein Unternehmen macht und warum es existiert. Dieser Abschnitt gibt deinen Lesern – seien es Investoren, Geschäftspartner oder auch du selbst – einen klaren Überblick über die Grundlagen deines Unternehmens. Es geht darum, die Mission und die Werte deines Unternehmens darzulegen und zu erklären, wie du deine Ziele erreichen möchtest.

### Was sollte in die Unternehmensübersicht?

#### 1. Erläuterung des Zwecks und der Aufgabe deines Unternehmens

In diesem Teil erklärst du, warum dein Unternehmen gegründet wurde und was du erreichen möchtest. Was ist die Aufgabe deines Unternehmens? Was ist dein „Warum“?

*Beispiel:*

„Unsere Mission ist es, umweltfreundliche und modische Kleidungsstücke zu produzieren, die sowohl stilvoll als auch nachhaltig sind. Wir wollen den Wandel zu einer umweltbewussteren Modeindustrie vorantreiben und unseren Kunden Alternativen bieten, die sowohl gut aussehen als auch gut für den Planeten sind.“

#### 2. Überblick über deine Unternehmensziele

Hier formulierst du klare, greifbare Ziele, die dein Unternehmen in den kommenden Monaten und Jahren erreichen will. Diese Ziele können finanzieller, wachstumsorientierter oder qualitativer Natur sein.

*Beispiel:*

„Unser Ziel ist es, in den nächsten zwei Jahren 10 % des Marktanteils im Bereich nachhaltiger Mode zu erobern und unsere Produktion auf internationaler Ebene auszubauen. Wir möchten jährlich eine Umsatzsteigerung von mindestens 20 % erreichen und kontinuierlich in neue, nachhaltige Materialien investieren.“

#### 3. Beschreibung deiner Produkte oder Dienstleistungen

Hier gibst du eine kurze, aber prägnante Beschreibung dessen, was du verkaufst oder anbietest. Was macht deine Produkte oder Dienstleistungen aus? Es ist wichtig, die Kernpunkte deines Angebots klar darzustellen.

*Beispiel:*

„Wir bieten eine breite Palette an bedruckten Produkten, darunter T-Shirts, Kaffeetassen, Schlüsselanhänger und individuell gestaltbare Poster. Zusätzlich bieten wir personalisierte Artikel wie gerahmte Bilder und bedruckte Schuhe an, die direkt auf die Wünsche unserer Kunden zugeschnitten werden können.“

#### 4. Zusammenfassung deines Wettbewerbsvorteils

Dieser Abschnitt ist entscheidend, um darzustellen, warum sich dein Unternehmen von der Konkurrenz abhebt. Was macht dich anders oder besser? Dein Wettbewerbsvorteil kann aus verschiedenen Faktoren resultieren: innovative Produkte, außergewöhnlicher Kundenservice oder ein besonderer Produktionsprozess.

*Beispiel:*

„Unser Wettbewerbsvorteil liegt in der Kombination aus vollständiger Personalisierbarkeit, schneller Lieferung und hoher Produktqualität. Darüber hinaus bieten wir eine einzigartige Möglichkeit, sowohl online als auch auf Messen zu verkaufen, sodass Kunden unsere Produkte direkt erleben können.“

## 5. Überblick über dein Team und deine Organisationsstruktur

Falls dein Unternehmen aus mehreren Personen besteht, gibst du hier einen kurzen Überblick über dein Team. Wer sind die wichtigsten Mitglieder und welche Rolle spielen sie? Bei einem Ein-Mann-Unternehmen kannst du hier auch auf externe Partner wie Berater oder Dienstleister eingehen, mit denen du zusammenarbeitest.

*Beispiel:*

„Unser kleines, aber effizientes Team besteht aus Experten im Bereich Grafikdesign, Drucktechnik und Logistik. Als Gründer bin ich verantwortlich für die kreative Leitung und den Vertrieb. Zudem arbeiten wir mit einem externen Marketingteam zusammen, das uns bei der Erweiterung unserer Online-Präsenz und Messeplanung unterstützt.“

### Tipps für die Unternehmensübersicht

- **Sei klar und präzise:** Halte die Beschreibung deines Unternehmens einfach und verständlich. Leser sollten in wenigen Sätzen verstehen, wer du bist und was dein Unternehmen tut.
- **Fokussiere dich auf deine Stärken:** Zeige, was dein Unternehmen besonders macht, und hebe die Faktoren hervor, die dich von der Konkurrenz unterscheiden.
- **Vermeide Fachjargon:** Auch wenn dein Unternehmen in einer spezialisierten Branche tätig ist, versuche, Fachbegriffe zu erklären oder sie so einfach wie möglich zu halten, damit jeder Leser deine Vision versteht.

*„Dein Unternehmen hat eine einzigartige Vision – zeig, warum es sich lohnt, diese umzusetzen, und inspiriere andere, an dein Konzept zu glauben.“*

## Company Overview – Beispiel

[Unternehmensname] ist ein Online-Shop, der von [Inhabername], einem kreativen Designer, gegründet wurde, um einzigartige Designs auf nachhaltigen und zertifiziert hergestellten Produkten zu vermarkten. Die Mission des Unternehmens ist es, ästhetisch ansprechende, umweltfreundliche Produkte anzubieten, die nicht nur Stil und Individualität verkörpern, sondern auch einen positiven Beitrag zum Schutz der Umwelt leisten. Jedes Design wird von [Inhabername] persönlich entworfen und spiegelt seine Leidenschaft für Kunst, Kreativität und Nachhaltigkeit wider.

Das Unternehmen strebt danach, in den nächsten drei Jahren eine starke Position im Bereich nachhaltiger, personalisierbarer Produkte sowohl online als auch auf Messen zu etablieren. Das Ziel ist es, durch kreative Designs und hochwertige Produkte eine treue Kundengemeinschaft aufzubauen und den Umsatz jährlich um mindestens 15 % zu steigern. Langfristig soll das Sortiment um weitere umweltfreundliche Produkte erweitert und das Geschäft international ausgebaut werden.

[Unternehmensname] bietet eine breite Palette an bedruckten Produkten, darunter T-Shirts, Schlüsselanhänger, Kaffeetassen und personalisierte Artikel wie Poster, gerahmte Bilder und sogar bedruckte Schuhe. Alle Produkte werden aus zertifizierten, umweltfreundlichen Materialien hergestellt und bieten Kunden die Möglichkeit, ein einzigartiges Stück zu erwerben, das sowohl optisch ansprechend als auch nachhaltig ist. Kunden haben die Möglichkeit, entweder aus einer Vielzahl von fertigen Designs zu wählen oder ihre eigenen Vorstellungen in die Produkte einfließen zu lassen, um so individuelle Stücke zu schaffen.

Der größte Wettbewerbsvorteil von [Unternehmensname] liegt in der Kombination aus einzigartigen, kreativen Designs, nachhaltiger Produktion und der Möglichkeit, Produkte sowohl online als auch auf Messen direkt an Kunden zu verkaufen. Diese hybride Verkaufsstrategie ermöglicht es den Kunden, die Produkte live zu erleben und gleichzeitig die Bequemlichkeit des Online-Shoppings zu nutzen. Darüber hinaus hebt sich das Unternehmen durch die Qualität der Produkte und den Fokus auf umweltfreundliche Materialien von der Konkurrenz ab.

Das Team von [Unternehmensname] wird von [Inhabername] geleitet, der als kreativer Kopf für die Designs verantwortlich ist und die Unternehmensstrategie bestimmt. Unterstützt wird er von einem kleinen, spezialisierten Team, das sich um Produktion, Logistik und Kundenservice kümmert. Darüber hinaus arbeitet das Unternehmen mit externen Partnern zusammen, um sicherzustellen, dass alle Produkte den höchsten ökologischen Standards entsprechen und die Marke sowohl online als auch auf Messen bestmöglich repräsentiert wird.

## Produkte / Dienstleistungen (Products / Services)

In diesem Abschnitt beschreibst du im Detail, welche Produkte oder Dienstleistungen dein Unternehmen anbietet. Es ist wichtig, klar zu erklären, was du verkaufst und welche besonderen Merkmale deine Produkte oder Dienstleistungen auszeichnen. Investoren, Partner und Kunden wollen verstehen, was dein Unternehmen auf den Markt bringt und warum deine Angebote eine Bereicherung sind. Zudem solltest du darauf eingehen, wie dein Unternehmen in Bezug auf Personalisierung und besondere Services aufgestellt ist.

### Was sollte in den Abschnitt Produkte / Dienstleistungen?

#### 1. Produktübersicht

In diesem Teil stellst du deine Produkte vor und gibst eine klare Beschreibung dessen, was du anbietest. Welche Produkte stehen im Mittelpunkt deines Geschäftsmodells? Hier ist es wichtig, die Vielfalt und die Qualität deines Sortiments zu betonen.

*Beispiel:*

„Wir bieten eine vielfältige Auswahl an bedruckten T-Shirts, Schlüsselanhängern, Kaffeetassen sowie personalisierbaren Produkten wie Postern, gerahmten Bildern und sogar individuell gestalteten Schuhen an. Unsere Produkte werden alle aus nachhaltigen, zertifizierten Materialien hergestellt und bieten eine umweltfreundliche Alternative zu herkömmlichen Massenprodukten.“

#### 2. Service der Personalisierung von Produkten

Viele Unternehmen heben sich durch die Möglichkeit der Personalisierung ab. Dieser Service kann deinem Unternehmen einen klaren Wettbewerbsvorteil verschaffen, da Kunden Produkte nach ihren eigenen Vorstellungen gestalten können. Beschreibe hier, wie der Personalisierungsprozess funktioniert und welche Möglichkeiten du anbietest.

*Beispiel:*

„Kunden können ihre eigenen Designs oder Fotos hochladen, um sie auf T-Shirts, Kaffeetassen, Postern und Schuhen zu drucken. Dies gibt jedem Produkt eine persönliche Note und macht es zu einem einzigartigen Stück, das perfekt als Geschenk oder Ausdruck der eigenen Kreativität dient. Unser benutzerfreundliches Online-Tool ermöglicht es den Kunden, ihre Entwürfe einfach hochzuladen und sofort eine Vorschau zu sehen.“

#### 3. Produktberatung für nachhaltige Kleidungsstücke

Falls du zusätzlich einen Beratungsservice anbietest, kannst du diesen hier erläutern. Im Kontext nachhaltiger Produkte könntest du eine Beratung anbieten, um Kunden dabei zu helfen, die besten Entscheidungen für umweltfreundliche Produkte zu treffen.

*Beispiel:*

„Als Teil unseres Engagements für Nachhaltigkeit bieten wir eine kostenlose Beratung an, um Kunden über die Vorteile von umweltfreundlichen Materialien aufzuklären. Wir beraten Kunden bei der Auswahl der besten nachhaltigen Kleidungsstücke und Accessoires, die sowohl modisch als auch umweltbewusst sind.“

#### 4. Geschäftschancen gegenüber dem bestehenden Markt

Dieser Punkt zeigt, wie deine Produkte oder Dienstleistungen im Vergleich zum bestehenden Markt positioniert sind. Welche Lücke füllst du mit deinem Angebot? Welche Chancen ergeben sich, die andere Unternehmen nicht bieten?

*Beispiel:*

„Im Gegensatz zu vielen herkömmlichen Anbietern setzen wir ausschließlich auf zertifizierte, umweltfreundliche Materialien und bieten zudem einen einzigartigen Personalisierungsservice an. Diese Kombination aus Nachhaltigkeit und Individualität ist auf dem Markt rar und bietet eine echte Chance, sich von der Konkurrenz abzuheben. Kunden schätzen es, ein Produkt zu besitzen, das sowohl personalisiert als auch umweltfreundlich ist.“

**5. Mitwirkende des Unternehmens**

Wer ist an der Produktentwicklung oder am Service beteiligt? Hier kannst du auf das Team oder die externen Partner eingehen, die für die Qualität deiner Produkte oder Dienstleistungen verantwortlich sind.

*Beispiel:*

„Alle Designs werden von unserem Gründer [Inhabername] persönlich entworfen. Zusätzlich arbeiten wir mit einem spezialisierten Produktionsteam zusammen, das sicherstellt, dass alle Produkte den höchsten Qualitäts- und Umweltstandards entsprechen. Unsere Partnerunternehmen in der Druckindustrie sind ebenfalls zertifiziert und garantieren, dass die Produkte nachhaltig hergestellt werden.“

**6. Preisgestaltung**

Die Preisgestaltung ist ein zentraler Aspekt. Hier erklärst du, wie du deine Preise kalkulierst und welche Preisspanne deine Produkte abdecken. Achte darauf, dass die Preisstrategie gut durchdacht ist und zum Wert deiner Produkte passt.

*Beispiel:*

„Unsere Preisgestaltung ist transparent und basiert auf der hohen Qualität der verwendeten Materialien sowie der Personalisierungsmöglichkeiten. T-Shirts beginnen bei 25 €, Kaffeetassen bei 15 €, und personalisierte Poster bei 30 €. Für maßgeschneiderte Produkte wie bedruckte Schuhe bieten wir spezielle Preisoptionen, die je nach Design und Material variieren. Trotz der hohen Qualität unserer Produkte legen wir Wert darauf, erschwingliche Preise anzubieten, die einem breiten Publikum zugänglich sind.“

**Tipps für den Abschnitt Produkte / Dienstleistungen**

- **Sei präzise:** Beschreibe klar, was du anbietest, und gehe auf die einzigartigen Eigenschaften deiner Produkte ein.
- **Betone den Mehrwert:** Stelle heraus, warum deine Produkte oder Dienstleistungen für die Kunden einen besonderen Nutzen haben.
- **Vermeide Überkomplizierungen:** Halte die Sprache einfach und verständlich, sodass jeder Leser sofort erkennt, was du anbietest.

*„Deine Produkte sind einzigartig – zeig, was sie besonders macht, und gib deinen Kunden das Gefühl, dass sie genau das bekommen, wonach sie suchen.“*

## Produkte / Dienstleistungen– Beispiel

[Unternehmensname] bietet eine breite Palette von einzigartigen, nachhaltig produzierten und zertifizierten Produkten an, die von [Inhabername], einem kreativen Designer, entworfen werden. Unser Angebot richtet sich an Kunden, die Wert auf individuelle Gestaltung, Qualität und Nachhaltigkeit legen. Alle Produkte werden aus umweltfreundlichen Materialien hergestellt und entsprechen höchsten Nachhaltigkeitsstandards. Zusätzlich bietet unser Unternehmen personalisierte Produkte an, die sowohl online als auch auf Messen erworben werden können. Durch die Kombination von hochwertigem Design und Nachhaltigkeit schaffen wir ein einzigartiges Einkaufserlebnis für unsere Kunden.

### Produktübersicht

Unser Produktportfolio umfasst eine Vielzahl von bedruckten Artikeln und personalisierbaren Produkten, die sowohl im Online-Shop als auch auf Messen direkt an unsere Kunden verkauft werden. Unser Hauptfokus liegt auf den folgenden Produkten:

- **Bedruckte T-Shirts:** Unsere T-Shirts bestehen aus biologisch abbaubaren Materialien und sind mit kreativen, einzigartigen Designs bedruckt. Kunden können sowohl aus vorgefertigten Designs wählen als auch ihre eigenen Ideen umsetzen lassen.
- **Schlüsselanhänger:** Diese kleinen, aber individuellen Accessoires werden aus recycelten Materialien hergestellt und sind sowohl als fertige Designs als auch als personalisierte Produkte verfügbar.
- **Kaffeetassen:** Wir bieten hochwertige Kaffeetassen an, die mit einzigartigen Designs bedruckt und auch in personalisierten Ausführungen erhältlich sind.
- **Personalisierte Poster und Bilder mit Rahmen:** Kunden haben die Möglichkeit, individuell gestaltete Poster und gerahmte Bilder zu bestellen. Diese werden nach Wunsch gedruckt und können auf Messen live begutachtet werden.
- **Bedruckte Schuhe:** Ein besonders beliebtes Produkt sind unsere bedruckten Schuhe, die in verschiedenen Größen und Designs erhältlich sind. Kunden können ihre eigenen Motive einreichen oder aus unserer Kollektion wählen.

### Service der Personalisierung von Produkten

Ein herausragender Service von [Unternehmensname] ist die Möglichkeit der Personalisierung. Kunden können ihre eigenen Designs hochladen und auf T-Shirts, Kaffeetassen, Poster und sogar auf Schuhe drucken lassen. Diese individuelle Anpassung ist besonders attraktiv für Kunden, die nach einzigartigen Geschenken oder persönlichen Artikeln suchen. Unser benutzerfreundliches Online-Tool ermöglicht es den Kunden, in wenigen Schritten ihre eigenen Designs zu erstellen und sofort eine Vorschau des Endprodukts zu sehen. Auf Messen bieten wir den Kunden zudem die Möglichkeit, direkt vor Ort ihre Bestellungen zu platzieren und das Ergebnis live zu erleben.

### Produktberatung für nachhaltige Kleidungsstücke

Da Nachhaltigkeit einen zentralen Bestandteil unseres Geschäftsmodells darstellt, bieten wir unseren Kunden auch eine persönliche Beratung zu umweltfreundlichen Materialien und Produkten an. Wir informieren über die Vorteile der Verwendung nachhaltiger Rohstoffe und beraten unsere Kunden dabei, die besten umweltfreundlichen Kleidungsstücke und Accessoires auszuwählen. Diese Beratung erfolgt sowohl online als auch direkt auf Messen, wo wir unsere Produkte ausstellen und den Kunden eine direkte Interaktion ermöglichen.

## **Geschäftschancen gegenüber dem bestehenden Markt**

[Unternehmensname] füllt eine wichtige Lücke auf dem Markt, indem wir kreative und personalisierte Produkte anbieten, die gleichzeitig nachhaltig und umweltfreundlich hergestellt werden. Während viele Anbieter sich entweder auf personalisierte Artikel oder auf nachhaltige Produkte spezialisieren, bieten wir eine Kombination aus beidem an. Unsere Kunden können ein Produkt erwerben, das sowohl ihre Individualität widerspiegelt als auch den wachsenden Wunsch nach umweltfreundlichen Lösungen befriedigt. Dies schafft eine einzigartige Position auf dem Markt und eröffnet bedeutende Wachstumschancen.

## **Mitwirkende des Unternehmens**

[Unternehmensname] wird von [Inhabername] geleitet, einem kreativen Designer mit einer Leidenschaft für individuelle und nachhaltige Produkte. Er ist für die Gestaltung aller Designs verantwortlich und arbeitet eng mit einem spezialisierten Produktionsteam zusammen, um sicherzustellen, dass alle Produkte den höchsten Umweltstandards entsprechen. Zudem unterstützt seine Frau [Name], die nebenberuflich als Marketingexpertin tätig ist, das Unternehmen bei der Entwicklung und Umsetzung von Marketingstrategien. Ihr Schwerpunkt liegt auf der Online-Präsenz, der Kundenansprache auf Messen und der langfristigen Markenentwicklung.

## **Preisgestaltung**

Unsere Preisgestaltung ist wettbewerbsfähig und basiert auf der Qualität der Materialien, dem kreativen Design und den Personalisierungsmöglichkeiten. Die Preise unserer Produkte sind so kalkuliert, dass sie sowohl die hohen Standards der Nachhaltigkeit als auch die Anforderungen unserer Zielgruppe widerspiegeln.

- **T-Shirts:** ab 25 €
- **Schlüsselanhänger:** ab 10 €
- **Kaffeetassen:** ab 15 €
- **Poster und gerahmte Bilder:** ab 30 €
- **Bedruckte Schuhe:** ab 60 €

Die Personalisierung von Produkten ist ein zentraler Bestandteil unserer Strategie, und wir bieten dafür transparente und erschwingliche Preisoptionen. Je nach Komplexität des Designs und der Produktauswahl variieren die Preise entsprechend, sodass für jeden Kunden ein passendes Angebot gefunden werden kann.

# Marktanalyse (Market Analysis)

Die Marktanalyse ist ein entscheidender Teil deines Businessplans, da sie zeigt, dass du den Markt und die Branche, in der du tätig bist, genau kennst. Du gibst einen Überblick über die Chancen, Risiken und die Wettbewerbssituation in deinem Markt. Dieser Abschnitt hilft dir und potenziellen Investoren zu verstehen, wie dein Unternehmen in den Markt passt und welche potenziellen Wachstumschancen vorhanden sind. Die Marktanalyse deckt verschiedene Aspekte ab, die wir im Folgenden näher betrachten.

## Was sollte in die Marktanalyse?

### 1. Marktchancen und Wirtschaftszweig

Hier beschreibst du, welche Chancen der Markt bietet und in welchem Wirtschaftszweig du tätig bist. Was sind die aktuellen Trends in deiner Branche und welche Lücken möchtest du mit deinem Angebot füllen? Identifiziere hier die Vorteile, die sich für dein Unternehmen aus dem aktuellen Marktumfeld ergeben.

#### *Beispiel:*

„Der Markt für personalisierte und nachhaltige Produkte wächst stetig, da immer mehr Verbraucher Wert auf individuelle Gestaltung und Umweltfreundlichkeit legen. Unser Unternehmen füllt die Lücke, indem es kreativ gestaltete, personalisierbare Produkte anbietet, die gleichzeitig aus umweltfreundlichen Materialien bestehen.“

### 2. Marktsegmentierung

In diesem Abschnitt segmentierst du den Markt in verschiedene Gruppen, die du gezielt ansprechen möchtest. Dies hilft, klar zu machen, welche Kundenarten es gibt und welche besonderen Bedürfnisse sie haben. Welche Segmente des Marktes sind für dein Unternehmen besonders relevant?

#### *Beispiel:*

„Unser Zielmarkt lässt sich in drei Hauptsegmente unterteilen: kreative junge Erwachsene, umweltbewusste Konsumenten und Messebesucher, die Wert auf hochwertige und individuelle Produkte legen. Jedes dieser Segmente hat spezielle Anforderungen, die wir durch unsere personalisierten und nachhaltigen Produkte gezielt bedienen.“

### 3. Konkurrenz und Market Share

Hier beschreibst du, wer deine Hauptkonkurrenten sind und wie du dich von ihnen abhebst. Was macht dich besonders und wie groß ist dein Marktanteil im Vergleich zur Konkurrenz? Zeige, dass du den Wettbewerb kennst und eine Strategie hast, um Marktanteile zu gewinnen.

#### *Beispiel:*

„Die Konkurrenz besteht aus verschiedenen Anbietern von personalisierten Produkten und nachhaltigen Modeunternehmen. Unser Vorteil liegt in der einzigartigen Kombination aus beidem: Nachhaltigkeit und vollständige Personalisierbarkeit. Im ersten Jahr streben wir an, 5 % des Marktes für personalisierte, umweltfreundliche Produkte zu erobern.“

### 4. Marktgröße und Wachstum

Beschreibe die Größe des Marktes und dessen Wachstumspotenzial. Wie groß ist der Markt aktuell und welche Prognosen gibt es für das Wachstum in den nächsten Jahren? Dies zeigt Investoren, ob der Markt, in dem du tätig bist, vielversprechend ist.

*Beispiel:*

„Der weltweite Markt für personalisierte Produkte wird auf etwa 25 Milliarden Euro geschätzt, mit einer jährlichen Wachstumsrate von 7 %. Der Bereich nachhaltiger Konsumgüter wächst noch schneller, da immer mehr Menschen umweltbewusste Entscheidungen treffen. Diese Trends bieten unserem Unternehmen ein hohes Wachstumspotenzial.“

**5. Potenzielle Zielgruppe und Beschreibung**

Beschreibe deine Zielgruppe detailliert. Wer sind deine Kunden? Welche demografischen Merkmale haben sie und warum interessieren sie sich für dein Produkt? Dieser Abschnitt hilft, die Relevanz deines Angebots für bestimmte Kundengruppen zu verdeutlichen.

*Beispiel:*

„Unsere primäre Zielgruppe sind umweltbewusste Konsumenten zwischen 18 und 35 Jahren, die Wert auf personalisierte Produkte legen. Sie sind technikaffin, nutzen soziale Medien und besuchen regelmäßig Messen, um einzigartige Produkte zu entdecken. Zudem legen sie großen Wert auf Nachhaltigkeit und möchten ihren persönlichen Stil ausdrücken.“

**6. Markttrends**

Gib einen Überblick über aktuelle Trends, die den Markt beeinflussen. Welche Entwicklungen gibt es und wie wirken sie sich auf dein Unternehmen aus? Es ist wichtig, zu zeigen, dass du den Markt beobachtest und auf aktuelle Trends reagierst.

*Beispiel:*

„Ein bedeutender Trend ist die steigende Nachfrage nach umweltfreundlichen, personalisierten Produkten. Kunden möchten Artikel, die ihre Individualität ausdrücken und gleichzeitig nachhaltig sind. Auch der Trend zur Teilnahme an Messen und Events, auf denen kreative und individuelle Produkte präsentiert werden, nimmt zu. Unser Geschäftsmodell nutzt diese Trends, indem wir sowohl online als auch auf Messen verkaufen.“

**7. Herausforderungen des Markts**

Hier beschreibst du die größten Herausforderungen, denen dein Unternehmen auf dem Markt begegnen könnte. Zeige, dass du dir der Risiken bewusst bist und bereits Strategien entwickelt hast, um diesen Herausforderungen zu begegnen.

*Beispiel:*

„Eine der größten Herausforderungen in unserem Markt ist die hohe Wettbewerbsdichte im Bereich personalisierter Produkte. Zudem könnte die steigende Nachfrage nach Nachhaltigkeit zu höheren Materialkosten führen. Um diesen Herausforderungen zu begegnen, fokussieren wir uns auf die Optimierung unserer Lieferkette und den Aufbau einer starken Markenidentität.“

## 8. SWOT-Analyse

Die SWOT-Analyse (Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken) gibt einen Überblick über die internen Stärken und Schwächen deines Unternehmens sowie die externen Chancen und Risiken des Marktes. Dies ist eine gute Möglichkeit, um Investoren zu zeigen, dass du die Stärken deines Unternehmens kennst und auf mögliche Risiken vorbereitet bist.

*Beispiel:*

- **Stärken:** Kreative und einzigartige Designs, Nachhaltigkeit der Produkte, Personalisierungsmöglichkeiten, starke Online- und Messepräsenz.
- **Schwächen:** Relativ neu auf dem Markt, begrenzte Produktionskapazität.
- **Chancen:** Wachsende Nachfrage nach nachhaltigen und personalisierten Produkten, Trend zu individueller Gestaltung und bewusstem Konsum.
- **Risiken:** Starke Konkurrenz im Bereich nachhaltiger und personalisierter Produkte, potenziell steigende Materialkosten.

### Tipps für die Marktanalyse

- **Nutze Statistiken und Daten:** Zeige mit konkreten Zahlen und Prognosen, wie groß der Markt ist und wie er sich entwickeln könnte.
- **Sei realistisch:** Zeige sowohl die Chancen als auch die Risiken des Marktes, um glaubwürdig zu bleiben.
- **Stärke deinen Wettbewerbsvorteil:** Nutze diesen Abschnitt, um zu zeigen, wie dein Unternehmen von den Marktentwicklungen profitieren kann.

*„Den Markt zu kennen, gibt dir die Macht, die besten Entscheidungen zu treffen – nutze dieses Wissen, um dein Unternehmen erfolgreich zu machen.“*

# Marktanalyse – Beispiel

## Marktchancen und Wirtschaftszweig

Der Markt für personalisierte und nachhaltige Produkte wächst weltweit kontinuierlich. Immer mehr Verbraucher legen Wert auf umweltfreundliche und individuell gestaltete Artikel, die ihre Persönlichkeit widerspiegeln. Insbesondere in der Mode- und Geschenkartikelbranche hat sich ein deutlicher Trend hin zu nachhaltigen Materialien und kreativen Designs entwickelt. [Unternehmensname] bedient diesen wachsenden Bedarf durch die Kombination aus einzigartigen, kreativen Designs und einer ökologisch verantwortungsvollen Herstellung seiner Produkte, wie T-Shirts, Kaffeetassen, Poster und bedruckte Schuhe.

## Marktsegmentierung

Der Markt, in dem [Unternehmensname] tätig ist, lässt sich in mehrere relevante Segmente unterteilen:

1. **Kreative Konsumenten:** Menschen, die nach individuellen und kreativen Produkten suchen, um ihre Persönlichkeit auszudrücken. Dieses Segment umfasst hauptsächlich junge Erwachsene und designaffine Käufer.
2. **Umweltbewusste Konsumenten:** Personen, die bewusst nachhaltige Produkte kaufen möchten und großen Wert auf die Herkunft und Produktion der Artikel legen.
3. **Event- und Messebesucher:** Menschen, die Veranstaltungen und Messen besuchen, um einzigartige, handgefertigte oder personalisierte Produkte zu entdecken. Diese Kunden legen oft Wert darauf, die Produkte vor dem Kauf physisch zu erleben.

## Konkurrenz und Market Share

Der Markt für personalisierte Produkte ist stark umkämpft, insbesondere im Online-Bereich. Viele Anbieter bieten personalisierbare T-Shirts oder Accessoires an, jedoch unterscheiden wir uns durch die Verbindung von nachhaltigen Materialien und individuellen Designs. Zudem nutzen wir unsere Präsenz auf Messen als Verkaufs- und Marketingstrategie, die es uns ermöglicht, den Kunden die Produkte direkt vor Ort zu präsentieren. Unser Wettbewerbsvorteil liegt in der einzigartigen Kombination aus Nachhaltigkeit, Personalisierbarkeit und Messeverkauf. Für das erste Jahr peilen wir einen Marktanteil von etwa 3–5 % im Segment personalisierter, umweltfreundlicher Produkte an, mit dem Ziel, diesen Anteil durch gezielte Marketingmaßnahmen kontinuierlich zu steigern.

## Marktgröße und Wachstum

Der globale Markt für nachhaltige Mode und personalisierte Produkte wird auf 25 Milliarden Euro geschätzt und wächst jährlich um etwa 7 %. Dieser Trend wird durch die wachsende Nachfrage nach umweltfreundlichen Alternativen sowie durch das zunehmende Interesse der Verbraucher an individueller Produktgestaltung angetrieben. Insbesondere der Markt für nachhaltige Kleidung und Accessoires hat ein enormes Potenzial, da immer mehr Konsumenten bewusstere Kaufentscheidungen treffen. [Unternehmensname] profitiert direkt von diesem Wachstum und hat die Chance, sich in diesem aufstrebenden Marktsegment zu etablieren.

## Potenzielle Zielgruppe und Beschreibung

Unsere Hauptzielgruppe sind umweltbewusste Konsumenten zwischen 18 und 35 Jahren, die Wert auf Individualität und Nachhaltigkeit legen. Diese Zielgruppe ist bereit, für hochwertige und personalisierte Produkte etwas mehr zu zahlen, wenn sie sicher sein kann, dass die Artikel umweltfreundlich hergestellt wurden. Zusätzlich sprechen wir Event- und Messebesucher an, die gerne einzigartige, kreative Produkte entdecken und direkt vor Ort kaufen. Besonders kreative Köpfe und designaffine Käufer fühlen sich von unseren Produkten angesprochen, da sie eine Möglichkeit bieten, persönliche und einzigartige Designs zu tragen oder zu verschenken.

## Markttrends

Zu den aktuellen Trends gehört der starke Anstieg des Interesses an personalisierbaren Produkten, die mit umweltfreundlichen und nachhaltigen Materialien hergestellt werden. Verbraucher möchten zunehmend Artikel besitzen, die nicht nur funktional sind, sondern auch ihre Werte und ihren Stil widerspiegeln. Darüber hinaus zeigt sich, dass Messen und Pop-up-Events immer beliebter werden, da Kunden die physische Interaktion mit Produkten schätzen. Dieser Trend verstärkt unser hybrides Geschäftsmodell, das sowohl den Online-Verkauf als auch den direkten Messeverkauf nutzt, um Kunden ein besonderes Einkaufserlebnis zu bieten.

## Herausforderungen des Markts

Eine der größten Herausforderungen in diesem Markt ist die hohe Wettbewerbsdichte im Bereich personalisierter und nachhaltiger Produkte. Die Materialkosten für nachhaltige Rohstoffe können höher sein als für herkömmliche Produkte, was die Preisgestaltung beeinflusst. Zudem besteht die Gefahr, dass größere, etablierte Unternehmen ihre Reichweite nutzen, um ähnliche Produkte anzubieten. Um diesen Herausforderungen zu begegnen, setzen wir auf unsere Nische – die Kombination aus Kreativität, Nachhaltigkeit und Personalisierbarkeit – sowie auf den direkten Kontakt mit Kunden auf Messen, um eine enge Kundenbindung aufzubauen.

## SWOT-Analyse

- **Stärken:** Kreative und einzigartige Designs, Nachhaltigkeit der Produkte, individuelle Personalisierung, Präsenz auf Messen und im Online-Bereich.
- **Schwächen:** Begrenzte Produktionskapazitäten, geringere Markenbekanntheit im Vergleich zu großen Konkurrenten.
- **Chancen:** Wachsende Nachfrage nach nachhaltigen, personalisierbaren Produkten, wachsender Markt für umweltbewusste Konsumgüter, Expansion auf weitere Messen und Events.
- **Risiken:** Steigende Materialkosten für nachhaltige Rohstoffe, zunehmender Wettbewerb durch größere Anbieter, potenzielle Schwierigkeiten bei der Skalierung der Produktion.

# Marketingplan (Marketing Plan)

Der Marketingplan ist ein essenzieller Bestandteil deines Businessplans, da er beschreibt, wie du deine Produkte und Dienstleistungen bewirbst und an die richtige Zielgruppe bringst. Ein gut durchdachter Marketingplan hilft dir nicht nur dabei, das Interesse potenzieller Kunden zu wecken, sondern auch qualifizierte Leads zu gewinnen und deine Marke nachhaltig im Markt zu etablieren. Dein Plan sollte die verschiedenen Marketingaktivitäten umfassen, die du nutzen wirst, um deine Produkte bekannt zu machen, und gleichzeitig zeigen, wie du deine Vertriebsstrategie umsetzt, um Umsatz zu generieren.

## Was sollte in den Marketingplan?

### 1. Kernbotschaften um das Interesse zu wecken

In diesem Teil definierst du die Hauptbotschaften, die du an deine Zielgruppe kommunizieren möchtest. Diese Botschaften sollten kurz und prägnant sein, das Interesse wecken und die wesentlichen Vorteile deiner Produkte und deines Unternehmens hervorheben. Es ist wichtig, dass diese Botschaften den Kern deines Geschäftsmodells widerspiegeln und deine Alleinstellungsmerkmale (USPs) klar herausstellen.

#### *Beispiel:*

„Unsere Produkte sind nicht nur personalisierbar und einzigartig, sondern auch nachhaltig hergestellt. Mit unseren kreativen Designs kannst du deine Individualität ausdrücken und gleichzeitig die Umwelt schonen. Jedes Produkt wird aus zertifizierten Materialien hergestellt, sodass du sicher sein kannst, dass dein Kauf die Umwelt schützt.“

### 2. Marketingaktivitäten um qualifizierte Leads zu gewinnen und Produkte zu erkennen

Dieser Abschnitt beschreibt die spezifischen Maßnahmen, die du ergreifen wirst, um qualifizierte Interessenten zu gewinnen und deine Produkte auf dem Markt bekannt zu machen. Dies können Werbekampagnen, Produktvorstellungen auf Messen, Influencer-Marketing oder Werbeaktionen sein.

#### *Beispiel:*

„Wir werden gezielte Werbekampagnen auf Social Media durchführen, um potenzielle Kunden auf unsere personalisierten und umweltfreundlichen Produkte aufmerksam zu machen. Auf Messen bieten wir exklusive Rabatte an und nutzen Live-Demonstrationen, um das Interesse der Besucher zu wecken. Zusätzlich werden wir mit Influencern zusammenarbeiten, die unsere Produkte testen und ihre Erfahrungen auf ihren Plattformen teilen.“

### 3. Digitales Marketing mit SEO, Blogs und Social Media

Digitales Marketing ist ein zentraler Bestandteil moderner Marketingstrategien. SEO (Search Engine Optimization), Blogs und Social Media sind dabei entscheidende Tools, um deine Online-Präsenz zu stärken und potenzielle Kunden auf deine Website zu leiten. SEO hilft dir, in den Suchmaschinen besser gefunden zu werden, während Blogs und Social Media dazu dienen, Inhalte zu erstellen, die dein Publikum ansprechen und deine Marke bekannt machen.

#### *Beispiel:*

„Wir werden unseren Online-Shop mit SEO optimieren, um bei relevanten Suchbegriffen wie 'personalisierte T-Shirts' und 'nachhaltige Geschenke' in den Suchmaschinen weit oben zu erscheinen. Zusätzlich veröffentlichen wir regelmäßig Blog-Beiträge über Nachhaltigkeit, Designtrends und personalisierte

Geschenke, um unsere Zielgruppe anzusprechen. Auf Social Media Plattformen wie Instagram und Facebook präsentieren wir unsere neuesten Designs, starten Wettbewerbe und interagieren mit unserer Community.“

#### 4. **Sponsoring von lokalen Vereinen**

Durch die Unterstützung lokaler Vereine oder gemeinnütziger Initiativen kannst du das Bewusstsein für dein Unternehmen in deiner Region steigern. Sponsoring kann dir helfen, deine Marke mit positiven Werten wie Gemeinsinn und sozialem Engagement zu verknüpfen, was besonders für umweltbewusste Konsumenten attraktiv ist.

*Beispiel:*

„Wir planen, lokale Sport- und Umweltvereine durch Sponsoring zu unterstützen. Dabei stellen wir nachhaltig produzierte T-Shirts und andere Werbeartikel bereit, die von den Vereinsmitgliedern getragen werden. Diese Aktivitäten stärken unsere lokale Präsenz und zeigen unser Engagement für umweltfreundliche Lösungen.“

#### 5. **Vertriebsstrategie**

Hier legst du dar, wie deine Produkte an den Kunden gebracht werden. Wie verkaufst du sie? Über welche Kanäle erreichst du deine Kunden? Die Vertriebsstrategie umfasst sowohl den Online-Vertrieb als auch den direkten Verkauf auf Messen oder über Partnerschaften mit Einzelhändlern.

*Beispiel:*

„Unsere Hauptvertriebskanäle sind unser Online-Shop und unsere Präsenz auf Messen. Online ermöglichen wir unseren Kunden eine einfache und benutzerfreundliche Bestellerfahrung mit der Möglichkeit, ihre Produkte individuell zu gestalten. Auf Messen bieten wir eine direkte Interaktion mit den Kunden, die die Produkte live erleben und sofort kaufen können. Langfristig planen wir, Partnerschaften mit nachhaltigen Einzelhändlern aufzubauen, um unsere Produkte auch im stationären Handel anzubieten.“

### **Tipps für den Marketingplan**

- **Kenne deine Zielgruppe:** Stelle sicher, dass deine Botschaften und Marketingaktivitäten genau auf die Bedürfnisse und Interessen deiner Zielgruppe zugeschnitten sind.
- **Nutze eine Vielzahl von Kanälen:** Kombiniere Online-Marketing, Messen und lokale Partnerschaften, um verschiedene Zielgruppen zu erreichen.
- **Analysiere und optimiere:** Verfolge den Erfolg deiner Marketingmaßnahmen und optimiere diese fortlaufend, um sicherzustellen, dass du deine Zielgruppen effektiv erreichst.

*„Ein gut durchdachter Marketingplan ist der Schlüssel, um das Interesse deiner Kunden zu wecken und deine Marke nachhaltig zu etablieren. Setze auf kreative, gezielte Maßnahmen und nutze jede Chance, um deine Botschaft zu verbreiten.“*

# Marketingplan – Beispiel

Der Marketingplan von [Unternehmensname] zielt darauf ab, die Marke und Produkte sowohl online als auch auf Messen effektiv zu bewerben und eine starke Kundenbindung aufzubauen. Wir bieten bedruckte T-Shirts, Schlüsselanhänger, Kaffeetassen sowie personalisierte Produkte wie gerahmte Bilder, Poster und individuell gestaltete Schuhe an. Unser hybrides Vertriebsmodell, das den Online-Verkauf mit einer starken Messepräsenz kombiniert, ermöglicht uns, verschiedene Zielgruppen direkt anzusprechen und unser einzigartiges Angebot zu präsentieren.

## **Kernbotschaften um das Interesse zu wecken**

Unsere Marketingbotschaften konzentrieren sich auf die Kombination aus Kreativität, Individualität und Nachhaltigkeit. Kunden, die personalisierte Produkte suchen, können durch unsere Designs ihren individuellen Stil ausdrücken, während sie gleichzeitig umweltfreundliche und zertifizierte Materialien unterstützen. Diese Werte sprechen insbesondere umweltbewusste und designaffine Konsumenten an.

*„Unsere Produkte sind nicht nur einzigartig und personalisierbar, sondern auch nachhaltig hergestellt. Durch die Kombination aus umweltfreundlichen Materialien und individuellen Designs bieten wir Produkte, die sowohl deine Persönlichkeit ausdrücken als auch die Umwelt schützen.“*

## **Marketingaktivitäten um qualifizierte Leads zu gewinnen und Produkte zu erkennen**

Unsere Marketingstrategie umfasst eine Reihe von Maßnahmen, um qualifizierte Interessenten zu gewinnen und die Sichtbarkeit unserer Produkte zu erhöhen. Dazu gehören gezielte Werbekampagnen auf Social Media, Influencer-Kooperationen und unsere Teilnahme an Messen, wo Kunden unsere Produkte live erleben können. Besonders Messen bieten uns die Möglichkeit, die Qualität unserer Produkte direkt zu demonstrieren und exklusive Angebote vor Ort anzubieten.

*„Wir werden regelmäßige Social-Media-Kampagnen starten, um unsere personalisierten und nachhaltigen Produkte vorzustellen. Auf Messen bieten wir unseren Kunden exklusive Rabatte und personalisierte Produkte an, die direkt vor Ort gestaltet und bestellt werden können. Influencer-Marketing wird uns helfen, unsere Reichweite zu vergrößern und qualifizierte Leads zu generieren.“*

## **Digitales Marketing mit SEO, Blogs und Social Media**

Im Zentrum unserer digitalen Marketingstrategie steht die Optimierung unseres Online-Shops durch Suchmaschinenoptimierung (SEO), um organischen Traffic zu generieren. Ergänzend dazu veröffentlichen wir regelmäßig Blogbeiträge zu Themen wie Nachhaltigkeit, Personalisierung und kreativen Trends. Unsere Social-Media-Strategie umfasst die Plattformen Instagram, Facebook und Pinterest, auf denen wir regelmäßig Inhalte teilen, um unser Publikum zu inspirieren und mit ihnen in den Dialog zu treten.

*„Unser Online-Shop wird kontinuierlich mit SEO optimiert, um bei Suchbegriffen wie 'personalisierte Geschenke' und 'nachhaltige Mode' weit oben zu erscheinen. Mit regelmäßigen Blogbeiträgen bauen wir eine Community auf, die sich für Kreativität und Nachhaltigkeit begeistert. Auf Social Media teilen wir inspirierende Bilder unserer Produkte, veranstalten Gewinnspiele und fördern den Austausch mit unseren Followern.“*

## **Sponsoring von lokalen Vereinen**

Zusätzlich zu unseren digitalen und Messeaktivitäten planen wir, lokale Vereine durch Sponsoring zu unterstützen. Dies stärkt unsere Präsenz in der Region und zeigt unser Engagement für die Gemeinschaft. Durch das Bereitstellen von nachhaltigen T-Shirts und anderen personalisierten Produkten für Sportvereine und Umweltinitiativen werden wir unsere Marke in einem positiven Licht präsentieren.

*„Wir werden lokale Sportvereine und Umweltinitiativen sponsern, indem wir ihnen unsere nachhaltigen Produkte zur Verfügung stellen. Dies erhöht unsere Markenbekanntheit in der Region und unterstreicht unser Engagement für nachhaltige Lösungen und die Unterstützung der Gemeinschaft.“*

## **Vertriebsstrategie**

Unsere Vertriebsstrategie kombiniert den Online-Verkauf mit einer starken Messepräsenz. Über unseren Online-Shop bieten wir Kunden die Möglichkeit, einfach und schnell personalisierte Produkte zu bestellen. Die Teilnahme an Messen bietet uns die Gelegenheit, direkt mit unseren Kunden in Kontakt zu treten und ihnen unsere Produkte live zu präsentieren. Dadurch schaffen wir ein einzigartiges Einkaufserlebnis und stärken die Kundenbindung.

*„Unsere Produkte werden hauptsächlich über unseren Online-Shop verkauft, wo Kunden eine benutzerfreundliche Plattform zur Personalisierung ihrer Produkte vorfinden. Zusätzlich nehmen wir regelmäßig an Messen und Events teil, wo wir mit potenziellen Kunden in direkten Kontakt treten und ihnen unsere Produkte vor Ort anbieten. Diese hybride Vertriebsstrategie erlaubt es uns, sowohl online als auch offline eine starke Präsenz aufzubauen und unterschiedliche Zielgruppen zu erreichen.“*

## **Zusammenfassung**

Der Marketingplan von [Unternehmensname] umfasst eine umfassende Kombination aus digitalem Marketing, Messeauftritten und lokaler Markenförderung. Mit klaren Kernbotschaften, die unsere Werte – Nachhaltigkeit und Personalisierung – betonen, zielen wir darauf ab, sowohl Online- als auch Messekunden zu gewinnen. Durch unsere Vertriebsstrategie und unser Engagement für digitale und persönliche Interaktionen schaffen wir langfristige Kundenbeziehungen und eine starke Markenpräsenz.

## Logistik – Logistics & Operations Plan

Der **Logistik- und Betriebsplan** deines Unternehmens beschreibt, wie die alltäglichen Abläufe im Unternehmen organisiert sind, um sicherzustellen, dass Produkte effizient und in hoher Qualität hergestellt und ausgeliefert werden. Ein gut durchdachter Logistikplan zeigt, dass du die operativen Herausforderungen verstehst und Lösungen hast, um diese effektiv zu bewältigen. Er umfasst die gesamte Lieferkette von der Produktion über die Lagerung bis hin zur Auslieferung an die Kunden.

### Was sollte in den Logistik- und Betriebsplan?

#### 1. Wer sind die Zulieferer und Lieferanten?

Dieser Abschnitt beschreibt, woher du die Materialien für deine Produkte beziehst. Bei nachhaltig produzierten Artikeln ist es besonders wichtig, Lieferanten zu wählen, die umweltfreundliche Materialien liefern und mit deinen Werten übereinstimmen. Hier kannst du auch auf die Vertrauenswürdigkeit und Zuverlässigkeit deiner Lieferanten eingehen.

##### *Beispiel:*

„Unsere Hauptlieferanten sind zertifizierte Hersteller nachhaltiger Textilien und recycelbarer Materialien. Wir arbeiten mit Partnern zusammen, die strenge Umweltstandards einhalten und sicherstellen, dass die von uns verwendeten Materialien sowohl qualitativ hochwertig als auch ökologisch nachhaltig sind. Unsere T-Shirts werden aus biologisch abbaubaren Fasern hergestellt, und unsere bedruckten Kaffeetassen bestehen aus recyceltem Keramikmaterial.“

#### 2. Wie wird die Produktion und Qualitätskontrolle sichergestellt?

Hier erklärst du, wie die Herstellung deiner Produkte abläuft und wie du sicherstellst, dass die Qualität konstant hoch bleibt. Besonders bei personalisierten Produkten ist die Qualitätskontrolle entscheidend, um sicherzustellen, dass die Kunden genau das erhalten, was sie bestellt haben.

##### *Beispiel:*

„Die Produktion unserer Produkte erfolgt in Zusammenarbeit mit spezialisierten Druckereien, die sich auf umweltfreundliche Druckverfahren spezialisiert haben. Jedes Produkt durchläuft einen strengen Qualitätskontrollprozess, bei dem sowohl die Materialqualität als auch die Genauigkeit des Drucks überprüft werden. Da wir personalisierte Produkte anbieten, wird jedes Design individuell kontrolliert, um sicherzustellen, dass es den Wünschen des Kunden entspricht, bevor es in den Versand geht.“

#### 3. Wie erfolgt der Versand und welche Versandoptionen werden angeboten?

Der Versand ist ein wichtiger Bestandteil des Logistikprozesses. Hier beschreibst du, wie die Produkte nach der Produktion an die Kunden versendet werden, welche Versandoptionen du anbietest und welche Maßnahmen ergriffen werden, um sicherzustellen, dass die Produkte sicher und pünktlich ankommen.

##### *Beispiel:*

„Unsere Versandabwicklung wird durch ein partnerschaftliches Fulfillment-Center durchgeführt, das sich auf den Versand nachhaltiger Produkte spezialisiert hat. Wir bieten standardmäßigen und Expressversand an, um den unterschiedlichen Bedürfnissen unserer Kunden gerecht zu werden. Alle Bestellungen werden umweltfreundlich verpackt, wobei recycelbare und biologisch abbaubare Materialien verwendet werden, um unseren ökologischen Fußabdruck zu minimieren. Wir versenden international, wobei die Lieferzeiten je nach Region zwischen 3 und 10 Werktagen liegen.“

#### 4. **Wie erfolgt die Inventur und Lagerverwaltung?**

Eine effiziente Lagerverwaltung ist entscheidend für die reibungslose Durchführung der Bestellungen. Hier erklärst du, wie du dein Inventar verwaltest, um sicherzustellen, dass alle Produkte verfügbar sind und die Lieferzeiten eingehalten werden können.

*Beispiel:*

„Unser Lager wird durch ein Bestandsmanagementsystem verwaltet, das in Echtzeit den Lagerbestand überwacht und uns ermöglicht, Nachbestellungen rechtzeitig zu tätigen. Da viele unserer Produkte personalisierbar sind, halten wir eine Basislagerung für Rohmaterialien wie unbedruckte T-Shirts, Tassen und andere Artikel, die schnell angepasst werden können. Regelmäßige Inventurzyklen stellen sicher, dass der Bestand immer auf dem neuesten Stand ist und Engpässe vermieden werden.“

#### **Tipps für den Logistik- und Betriebsplan**

- **Lieferantenauswahl betonen:** Wähle Lieferanten, die nicht nur zuverlässig sind, sondern auch mit deinen Unternehmenswerten, insbesondere in Bezug auf Nachhaltigkeit, übereinstimmen.
- **Qualitätskontrolle detailliert erläutern:** Insbesondere bei personalisierten Produkten ist die Qualitätskontrolle wichtig. Zeige, dass du Systeme hast, um Fehler zu vermeiden und sicherzustellen, dass die Produkte die Erwartungen der Kunden erfüllen.
- **Versandoptionen klar darstellen:** Biete deinen Kunden Flexibilität bei den Versandoptionen an und betone gleichzeitig deine umweltfreundlichen Versandlösungen.
- **Effizientes Lager- und Bestandsmanagement:** Stelle sicher, dass dein Lagerbestand immer auf dem neuesten Stand ist, damit du schnell auf Bestellungen reagieren kannst.

*„Effiziente Logistik sorgt nicht nur für zufriedene Kunden, sondern stärkt auch die Grundlage für ein nachhaltiges und wachsendes Unternehmen.“*

## Logistik – Beispiel

Der Logistik- und Betriebsplan von [Unternehmensname] beschreibt den gesamten Ablauf der Produktbeschaffung, Herstellung, Lagerverwaltung und Auslieferung unserer bedruckten T-Shirts, Schlüsselanhänger, Kaffeetassen sowie personalisierten Produkte wie Poster, Bilder mit Rahmen und bedruckte Schuhe. Wir kombinieren Online-Verkauf mit einer starken Präsenz auf Messen, um sicherzustellen, dass unsere Kunden eine erstklassige Produktqualität und ein effizientes, umweltfreundliches Einkaufserlebnis erhalten.

### **Zulieferer und Lieferanten**

Wir beziehen unsere Materialien ausschließlich von zertifizierten, nachhaltigen Lieferanten, die strenge ökologische Standards einhalten. Unsere Hauptlieferanten für Textilien, recycelbare Keramiken und Druckmaterialien sind in der Lage, gleichbleibend hohe Qualität zu liefern, die sowohl umweltfreundlich als auch langlebig ist. Diese Partnerschaften ermöglichen es uns, die Nachhaltigkeit unserer Produkte sicherzustellen und gleichzeitig eine stabile und zuverlässige Lieferkette aufrechtzuerhalten.

### **Produktion und Qualitätskontrolle**

Die Produktion erfolgt in Zusammenarbeit mit spezialisierten Druckereien und Produktionspartnern, die auf umweltfreundliche Druckverfahren und Materialien spezialisiert sind. Jeder Produktionspartner erfüllt unsere strengen Anforderungen an Qualität und Nachhaltigkeit. Wir haben strikte Qualitätskontrollmaßnahmen implementiert, die sicherstellen, dass jedes Produkt den Erwartungen unserer Kunden entspricht, insbesondere bei personalisierten Bestellungen.

### **Versand und Versandoptionen**

Nach der Produktion werden unsere Produkte durch unser partnerschaftliches Fulfillment-Center versendet, das auf den umweltfreundlichen Versand spezialisiert ist. Unsere Versandoptionen umfassen Standard- und Expressversand, wobei alle Produkte in recycelbaren Verpackungen verschickt werden. Wir versenden sowohl national als auch international, wobei die Lieferzeiten je nach Standort variieren.

### **Inventur und Lagerverwaltung**

Unser Inventar wird durch ein modernes Bestandsmanagementsystem verwaltet, das in Echtzeit aktualisiert wird. Da viele unserer Produkte personalisiert sind, halten wir eine Basislagerung für Rohmaterialien wie unbedruckte T-Shirts, Tassen und Bilderrahmen, um schnell auf Kundenbestellungen reagieren zu können. Regelmäßige Bestandsprüfungen und die enge Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten stellen sicher, dass Engpässe vermieden und Lieferzeiten eingehalten werden.

### **Messe-Logistik**

Neben unserem Online-Verkauf nehmen wir regelmäßig an Messen und Events teil, um unsere Produkte direkt an Kunden zu verkaufen. Für diese Veranstaltungen wird ein spezielles Lagerkontingent vorbereitet, und wir verwenden mobile POS-Systeme, um schnelle und unkomplizierte Transaktionen zu ermöglichen. Zudem bieten wir auf Messen personalisierte Bestellungen an, die direkt vor Ort aufgegeben werden können.

## **Zusammenfassung**

Der Logistik- und Betriebsplan von [Unternehmensname] basiert auf einer effizienten und nachhaltigen Lieferkette, die von der Rohstoffbeschaffung über die Produktion bis hin zur Auslieferung an den Kunden durchdacht ist. Durch moderne Lagerverwaltungsprozesse, strenge Qualitätskontrollen und umweltfreundliche Versandoptionen stellen wir sicher, dass unsere Produkte nicht nur den Erwartungen unserer Kunden entsprechen, sondern auch die Umweltbelastung minimieren.

## Finanzplan – Financial Plan

Der Finanzplan ist einer der wichtigsten Abschnitte deines Businessplans. Er gibt eine klare Übersicht darüber, wie viel Geld du zur Gründung und Führung deines Unternehmens benötigst, welche laufenden Kosten anfallen und wie viel Umsatz du erwartest. Ein gut ausgearbeiteter Finanzplan zeigt potenziellen Investoren und Partnern, dass du die finanziellen Aspekte deines Unternehmens realistisch einschätzen kannst. Zudem hilft dir der Finanzplan, deine Finanzen im Griff zu behalten und mögliche Engpässe frühzeitig zu erkennen.

### Was sollte in den Finanzplan?

#### 1. **Gründungskosten / Anlaufkosten**

Dieser Abschnitt beschreibt die anfänglichen Kosten, die du benötigst, um dein Unternehmen zu gründen und den Geschäftsbetrieb aufzunehmen. Dazu gehören Ausgaben wie die Anschaffung von Geräten, das Einrichten des Online-Shops, Lagerbestände und die Teilnahme an Messen. Gründungskosten sind einmalige Investitionen, die notwendig sind, um dein Geschäft startklar zu machen.

*Beispiel:*

„Die Gründungskosten von [Unternehmensname] umfassen die Anschaffung von Druckmaschinen für personalisierte Produkte (5.000 €), die Einrichtung des Online-Shops (1.500 €), Lagerbestände für die ersten Monate (3.000 €) sowie Kosten für die Teilnahme an Messen (2.000 €). Insgesamt belaufen sich die Anlaufkosten auf 11.500 €.“

#### 2. **Monatliche Fixausgaben**

Fixausgaben sind jene Kosten, die jeden Monat anfallen, unabhängig davon, wie viel Umsatz du machst. Dazu gehören Mieten für Lager- oder Büroflächen, Gehälter (falls Mitarbeiter beschäftigt sind), Versicherungen, Internet- und Telefonkosten, sowie Marketingausgaben, die regelmäßig anfallen.

*Beispiel:*

„Zu den monatlichen Fixausgaben zählen Miete für das Lager (500 €), Internet und Telefon (100 €), laufende Marketingkosten (300 €) und Versicherungen (200 €). Die gesamten Fixkosten belaufen sich auf 1.100 € pro Monat.“

#### 3. **Monatliche variable Ausgaben**

Variable Ausgaben hängen direkt von deiner Verkaufsaktivität ab. Dazu gehören Produktionskosten, Versandkosten und Rohmaterialkosten. Sie steigen und fallen je nach Verkaufsvolumen und sind daher nicht konstant.

*Beispiel:*

„Unsere variablen Ausgaben beinhalten die Produktionskosten pro Produkt (T-Shirts 7 €, Tassen 5 €, Poster 8 €) sowie Versandkosten pro Bestellung (5 € national, 12 € international). Diese Kosten variieren je nach Bestellvolumen, wobei wir im Durchschnitt variable Kosten von etwa 1.500 € pro Monat erwarten.“

#### 4. **Erwarteter Umsatz**

Hier gibst du eine konservative Schätzung des monatlichen oder jährlichen Umsatzes an. Es ist ratsam, eher niedrige Erwartungen anzusetzen, um ein realistisches Bild der finanziellen Entwicklung deines Unternehmens zu geben. Der erwartete Umsatz basiert auf deiner Marktforschung, der Nachfrage nach deinen Produkten und der Anzahl der verkauften Einheiten.

*Beispiel:*

„Für das erste Jahr setzen wir einen konservativen monatlichen Umsatz von 5.000 € an. Dieser basiert auf durchschnittlich 200 verkauften Einheiten (T-Shirts, Tassen, Poster) pro Monat mit einem Durchschnittspreis von 25 €. In der Hochsaison während der Messen erwarten wir, dass der Umsatz auf 8.000 € monatlich ansteigt.“

## 5. Geldquellen

Hier erklärst du, wie du die Finanzierung deines Unternehmens sicherstellen wirst. Da Kredite von Banken am Anfang oft schwer zu erhalten sind, solltest du auf andere Geldquellen setzen, wie Eigenkapital, Investoren, Ersparnisse oder Unterstützung durch Familie und Freunde. Es ist wichtig, realistische Finanzierungsquellen aufzulisten, die sofort verfügbar sind.

*Beispiel:*

„Die anfänglichen 11.500 € für die Gründungskosten werden durch Eigenkapital (7.500 €) und eine Investition eines Familienmitglieds (4.000 €) finanziert. Für die monatlichen Fixkosten setzen wir auf den erwirtschafteten Umsatz, um den laufenden Betrieb zu sichern. Sollte es erforderlich sein, können wir durch private Mittel kurzfristige Engpässe überbrücken.“

## Tipps für den Finanzplan

- **Sei realistisch und konservativ:** Setze eher niedrige Erwartungen für deinen Umsatz, um sicherzustellen, dass du finanziell auf der sicheren Seite bleibst.
- **Berücksichtige alle Kosten:** Erfasse sowohl die einmaligen Gründungskosten als auch die monatlichen Fix- und variablen Ausgaben, um ein vollständiges Bild deiner finanziellen Situation zu bekommen.
- **Vermeide anfänglich hohe Kredite:** Besonders zu Beginn kann es schwer sein, Kredite zu erhalten. Setze auf Eigenkapital und private Investitionen, um den Start zu finanzieren.

*„Ein guter Finanzplan ist wie ein solides Fundament – er gibt deinem Unternehmen Stabilität und zeigt dir den Weg zu einem nachhaltigen Wachstum.“*

# Finanzplan – Beispiel

Der Finanzplan von [Unternehmensname] bietet eine klare Übersicht über die Anlaufkosten, laufenden monatlichen Ausgaben sowie den erwarteten Umsatz. Das Unternehmen wird vollständig durch Eigenkapital finanziert, wodurch das Risiko von Krediten und Fremdfinanzierungen vermieden wird. Der Plan stellt sicher, dass der Geschäftsbetrieb stabil und nachhaltig aufgebaut wird, ohne von Fremdkapital abhängig zu sein.

## Gründungskosten / Anlaufkosten

Die gesamten Gründungskosten belaufen sich auf 12.500 €, die vollständig aus den Ersparnissen des Inhabers finanziert werden. Die wichtigsten Posten umfassen:

- 4.000 € für die Anschaffung von Druckmaschinen
- 2.000 € für den Lagerbestand an unbedruckten Produkten
- 1.500 € für die Einrichtung und Programmierung des Online-Shops
- 3.000 € für die Teilnahme an Messen (Standgebühren, Materialien und Marketing)
- 1.000 € für die einmaligen behördlichen Kosten zur Unternehmensgründung
- 500 € für die Beratung durch einen Anwalt, um rechtliche Grundlagen wie AGB und Datenschutzrichtlinien festzulegen.

## Monatliche Fixausgaben

Unsere monatlichen Fixausgaben belaufen sich auf 1.200 €. Dies setzt sich zusammen aus:

- 400 € für die Miete des Lagers
- 300 € für regelmäßige Marketingmaßnahmen auf Social Media und SEO
- 100 € für Versicherungen
- 200 € für Internet- und Telefonkosten
- 200 € für anteilige Kommunalsteuern, die quartalsweise fällig sind

## Monatliche variable Ausgaben

Unsere variablen Ausgaben umfassen Produktions- und Materialkosten von etwa 7 € pro T-Shirt, 5 € pro Kaffeetasse und 8 € pro Poster. Der Versand kostet je nach Region 5 € für nationale und 12 € für internationale Bestellungen. Bei einem durchschnittlichen Verkaufsvolumen von 200 Produkten pro Monat belaufen sich die variablen Kosten auf etwa 1.400 € monatlich.

## Erwarteter Umsatz

Für das erste Jahr setzen wir einen monatlichen Umsatz von 5.000 € an, basierend auf dem Verkauf von etwa 200 Produkten pro Monat zu einem Durchschnittspreis von 25 €. Während Messen erwarten wir, den Umsatz auf bis zu 8.000 € pro Monat zu steigern. Daraus ergibt sich ein Jahresumsatz von etwa 60.000 €.

## Geldquellen

Die anfänglichen 12.500 € werden durch die Ersparnisse des Inhabers finanziert. Alle laufenden Fix- und variablen Kosten werden durch den monatlichen Umsatz gedeckt, sodass keine Fremdfinanzierung notwendig ist. Diese solide Finanzierungsmethode ermöglicht es, das Unternehmen von Anfang an finanziell unabhängig zu führen.

# Herzlichen Glückwunsch!

Du hast es geschafft – dein Businessplan steht! Das ist ein großartiger Meilenstein, den du erreicht hast, und darauf kannst du stolz sein. Eine Idee zu haben, ist der erste Schritt, aber sie in die Tat umzusetzen, erfordert Mut, Durchhaltevermögen und den festen Glauben daran, dass deine Vision die Welt verändern kann. Du hast deine Idee strukturiert, die Details ausgearbeitet und einen Plan erstellt, der dir als klarer Wegweiser dienen wird.

Denke daran: **Ideen werden aus einem bestimmten Grund gegeben – damit sie von dem jeweiligen Menschen in die Tat umgesetzt werden.** Deine Idee ist einzigartig, und du bist genau die Person, die sie Wirklichkeit werden lassen kann. Es mag Hindernisse geben, aber der Weg zum Erfolg ist selten gerade – und genau das macht ihn so lohnenswert. Bleib dran, glaube an dich und deine Fähigkeiten, und verliere nie den Mut, auch in schwierigen Momenten weiterzumachen.

Und du musst diesen Weg nicht allein gehen!

Wir bei **SHOMUGO** stehen dir zur Seite! Mit unserem betreuten und umfangreichen Online-Shop auf unserem europäischen Marktplatz bieten wir dir die perfekte Plattform, um deine Idee sichtbar zu machen. Unsere speziellen Konditionen und Partnerschaften sind darauf ausgelegt, dich in jeder Phase deiner Gründung zu unterstützen. Du kannst auf uns zählen – sei es bei der Vermarktung, dem Aufbau deiner Online-Präsenz oder der Logistik.

## **Auf was wartest du noch?**

Lass uns gemeinsam deine Idee verwirklichen und sie zum Erfolg führen. Deine Reise beginnt hier – und mit SHOMUGO hast du einen starken Partner an deiner Seite.

Wir freuen uns darauf, gemeinsam mit dir die nächsten Schritte zu gehen. Du bist nur noch einen Schritt von der Verwirklichung deiner Vision entfernt.