



HILFETEXTE FÜR DIE BUSINESSPLANMASKE



Hier befinden sich alle Inhalte, die benötigt werden, um für Jugend gründet einen Businessplan zu erarbeiten und in den Wettbewerb einzureichen.

Weiterführende Informationen und Aktualisierungen findet ihr in der Jugend gründet Business Academy in dem Kapitel „Hilfetexte für den Businessplan“!

01

UNTERNEHMENSNAME? (MAX. 15 PUNKTE, MAX. 50 ZEICHEN)

Wie heißt euer Team/Unternehmen?

Die Namen sollten möglichst gut zu eurem Team/Unternehmen passen und dem Kunden im Gedächtnis bleiben. Wichtig ist auch, dass ihr euch mit den Namen identifizieren könnt.

02

PRODUKTNAME (MAX. 15 PUNKTE, MAX. 50 ZEICHEN)

Welchen Namen trägt euer Produkt/eure Dienstleistung?

Die Namen sollten möglichst gut zu euer Produkt/eure Dienstleistung passen und dem Kunden im Gedächtnis bleiben. Wichtig ist auch, dass ihr euch mit den Namen identifizieren könnt.

03

SLOGAN (MAX. 15 PUNKTE, MAX. 100 ZEICHEN)

Wie lautet euer Werbeslogan/Claim?

Ein Slogan soll in kompakter Form eine Aussage zur Geschäftsidee oder zu den damit verbundenen Emotionen vermitteln. Er sollte eine hohe Wiedererkennbarkeit besitzen und das Publikum überzeugen. Ein Slogan kann Vorteile betonen, Unterschiede deutlich machen, sachlich oder humorvoll sein, positive Gefühle vermitteln sowie Aufmerksamkeit wecken.

04

NAMEN DER TEAMMITGLIEDER (KEINE BEWERTUNG)

Gebt die Namen der an diesem Unternehmen beteiligten Teammitglieder an!

Bitte denkt daran, dass alle Teammitglieder, die an der Erstellung des Businessplans beteiligt waren, erstens hier in der Businessplanmaske angegeben sein sollen und zweitens unbedingt **als Teammitglieder in der Teamverwaltung angemeldet** sein müssen. Nur dann haben am Ende des Wettbewerbsjahres alle Teammitglieder eine Chance auf ein Teilnehmerzertifikat – oder im Idealfall sogar auf einen der Gewinne.

05**VISION (MAX. 45 PUNKTE, MAX. 200 ZEICHEN)****Beschreibt in einem Satz, welches „große Ziel“ ihr verfolgt!**

Unter einer **Vision** versteht man das **übergeordnete Ziel**, zu dem ihr mit eurer Geschäftsidee beitragen wollt und welches über das reine Geldverdienen hinausgeht. Oftmals ist eine Vision sehr groß gedacht, ist also mehr als ein Ziel und wird vielleicht niemals erreicht werden, maximal annähernd. In einer Vision kann sich verbergen, was euch als Unternehmensgründer antreibt, **eure innere Motivation**, die euch jeden Morgen aufstehen lässt und euch durch dick und dünn am Ball bleiben lässt.

Eine Vision muss nicht exklusiv sein, andere Unternehmen können dieselbe bzw. eine ähnliche Vision haben und auf ihre eigene Art und Weise daran arbeiten, diese zu erreichen.

06**GESCHÄFTSIDE (PRODUKT/ DIENSTLEISTUNG) (MAX. 150 PUNKTE, MAX. 2000 ZEICHEN)****Was bietet ihr an, was können die Kunden bei euch erwerben?**

Die Geschäftsidee steht im Mittelpunkt. Sie ist Grundlage und Ausgangspunkt für den Businessplan. In dieses Feld kommen alle Informationen, die notwendig sind, um zu verstehen, welches Produkt bzw. welche Dienstleistung ihr anbietet.

Achtet hierbei auf eine Formulierung, die alles Wichtige auf den Punkt bringt und auch für einen Laien verständlich ist. Hierbei kann es hilfreich sein, das Produkt in typischen Einsatzsituationen zu beschreiben, so dass man sich dieses bildlich vorstellen kann. Bei einer Dienstleistung sollte der geplante Ablauf deutlich werden und welche Schritte dabei von euch angeboten werden sollen.

07**TECHNOLOGIE UND VERFAHREN (MAX. 150 PUNKTE, MAX. 2000 ZEICHEN)****Wie funktioniert euer Produkt im Detail?**

Hier sollt ihr detailliert beschreiben, welche Funktionen euer Produkt hat und welche Technologien bzw. welche Verfahren ihr verwendet, damit es funktioniert. Greift ihr auf allgemein zugängliche Technologien/Verfahren/Materialien/Software/etc. zurück, oder müssen diese zugekauft bzw. erst von euch entwickelt werden? Macht der Jury klar, wie eure Idee realistisch umsetzbar sein kann.

Manchmal kann eine Zeichnung als Erklärung hilfreich sein. Zeichnungen und andere Dateien können dem Businessplan nicht als Anlage beigefügt werden. Aber: Ihr könnt eine Datei auch in die Cloud hochladen (z.B. dropbox) und im Businessplan den Link angeben, wo die Informationen abgerufen werden können.

08**KUNDENNUTZEN (MAX. 75 PUNKTE, MAX. 1200 ZEICHEN)****Was bringt euer Produkt den Kunden?**

Nur wenn dem Kunden klar wird, welche Vorteile ihm euer Produkt bringt, wird es für ihn interessant und er wird bereit sein, dafür zu bezahlen. Beschreibt also: Welche Vorteile hat der Kunde durch die Nutzung eures Produkts, bzw. durch die Inanspruchnahme eurer Dienstleistung? Warum sind diese Vorteile dem Kunden wert, dafür Geld auszugeben? Wichtig ist, dass ihr den Kundennutzen anhand eurer konkreten Geschäftsidee erklärt! In der Regel resultiert der Kundennutzen aus der Befriedigung eines Kundenbedürfnisses oder aus der Lösung eines Kundenproblems.

Mögliche Vorteile können z.B. aus den folgenden Kategorien kommen: Zeitersparnis / finanzielle Vorteile / Bequemlichkeit / Sicherheit / Ansehen / neue Möglichkeiten / Arbeitserleichterung / Qualitätsverbesserung / Lebensgefühl / Statussymbol / gutes Gewissen / ...

In manchen Fällen macht es Sinn, zwischen Kunde („zahlt für das Produkt“) und Nutzer („nutzt das Produkt“) zu unterscheiden.

09

KOMMENTIERTE QUELLEN ZU DEN FELDERN 6 BIS 8 (MAX. 45 PUNKTE)

Nennt die Quellen (z.B. Websites, Bücher, Magazine), die eure Inhalte untermauern bzw. belegen.

Erläuternde Stichworte erleichtern der Jury die Nachvollziehbarkeit. Um hier die volle Punktzahl zu erreichen, beachtet die *Hinweise für formal korrekte Quellenangaben*:

- Internetverweise: vollständige URL, letztes Abrufdatum. Es genügt beispielsweise NICHT www.wikipedia.de als Quelle anzugeben, wenn eigentlich ein bestimmter Artikel auf Wikipedia gemeint ist.
- Bücher: Titel, Autor, Verlag, Seitenzahl, auf der der Inhalt steht, auf den ihr euch bezieht
- Artikel aus Magazinen/Zeitschriften: Name des Magazins, Autor, Titel des Artikels, Seitenzahl und Erscheinungsdatum
- Persönliche Gespräche: Name, Ort, wie wurde Kontakt aufgenommen und wann, Kontaktadresse
- Umfrage: Wie viele Personen wurden befragt, wann, wo, Zusammenfassung der Umfrageergebnisse

10

ZIELGRUPPEN (MAX. 110 PUNKTE, MAX. 1500 ZEICHEN)

Wer soll euer Produkt erwerben bzw. nutzen? Durch welche Eigenschaften zeichnen sich eure Zielgruppen aus?

In diesem Feld werden die unterschiedlichen Zielgruppen beschrieben, die ihr mit eurem Produkt als Kunden gewinnen wollt. Personen einer Zielgruppe besitzen ähnliche Eigenschaften. Potenzielle Kunden können sowohl Privatpersonen (B2C) als auch Unternehmen (B2B) sein. B2C-Zielgruppen lassen sich z.B. durch Region, Alter, Geschlecht, Einkommen, soziale Milieus, Interessen, Einstellungen oder Verhaltensmuster beschreiben; B2B-Zielgruppen z.B. durch Branche, Größe und Region. Die Größe der einzelnen Zielgruppen sollte abgeschätzt werden, um ihre Attraktivität sowie das mögliche Marktvolumen bzw. die Anzahl potenzieller Kunden abschätzen zu können. Jedes Unternehmen muss eine bewusste Entscheidung treffen, an welche Zielgruppen es sich richten möchte, und welche es vernachlässigt. Manchmal kann es hilfreich sein, mit „Personas“ zu arbeiten, mehr Informationen dazu gibt es in der Linksammlung unten. Um die einzelnen Zielgruppen abzugrenzen, kann man sie auch durchnummerieren bzw. ihnen Namen/Bezeichnungen geben.

Diese Fragen könnt ihr euch bei der Zielgruppenbeschreibung zusätzlich stellen:

- Wodurch unterscheiden sich eure Zielgruppen von euren Nicht-Zielgruppen? Was macht sie besonders?
- Warum sind die Zielgruppen besonders interessant/geeignet für eure Geschäftsidee?
- Gibt es Eigenschaften, die besondere Berücksichtigung benötigen?
- Sollen alle Zielgruppen gleichzeitig oder in einer bestimmten Reihenfolge angegangen werden?

11

KUNDENBEDÜRFNISSE UND ZAHLUNGSBEREITSCHAFT (MAX. 110 PUNKTE, MAX. 1500 ZEICHEN)

Welche Probleme/Bedürfnisse haben eure Zielgruppen? Warum sind die Kunden bereit, für euer Angebot Geld auszugeben?

Für euer Unternehmen ist es wichtig, die Probleme und Bedürfnisse eurer Zielgruppen sehr genau zu kennen und zu beschreiben - nur so könnt ihr die passenden Produkte entwickeln. Die Probleme beschreiben, wo „der Schuh aktuell drückt“; die Bedürfnisse beschreiben, was sich potenzielle Kunden zusätzlich wünschen. Hier lohnt es sich, die Frage zu stellen, wie die Zielgruppen aktuell (ohne eure Geschäftsidee) mit diesen Problemen/Bedürfnissen umgehen.

Nicht zu unterschätzen ist die Zahlungsbereitschaft. Nur Probleme/Bedürfnisse, für deren Lösung bzw. Befriedigung Kunden auch bereit sind, Geld auszugeben, eignen sich als Grundlage für ein Geschäftsmodell. Warum sind die Kunden bereit, hier Geld auszugeben? Lässt sich ein grober Betrag abschätzen (einmaliger Betrag, € pro Jahr)? In manchen Fällen muss zwischen Kunde („zahlt für das Produkt“) und Nutzer („nutzt das Produkt“) unterschieden werden. Der Kundennutzen (Feld 8) und die Inhalte dieses Felds müssen sehr gut aufeinander abgestimmt sein.

12

KOMMENTIERTE QUELLEN ZU DEN FELDERN 10 UND 11 (MAX. 45 PUNKTE)

Nennt die Quellen (z.B. Websites, Bücher, Magazine), die eure Inhalte untermauern bzw. belegen.

Erläuternde Stichworte erleichtern der Jury die Nachvollziehbarkeit. Um hier die volle Punktzahl zu erreichen, beachtet die *Hinweise für formal korrekte Quellenangaben*:

- Internetverweise: vollständige URL, letztes Abrufdatum. Es genügt beispielsweise NICHT www.wikipedia.de als Quelle anzugeben, wenn eigentlich ein bestimmter Artikel auf Wikipedia gemeint ist.
- Bücher: Titel, Autor, Verlag, Seitenzahl, auf der der Inhalt steht, auf den ihr euch bezieht
- Artikel aus Magazinen/Zeitschriften: Name des Magazins, Autor, Titel des Artikels, Seitenzahl und Erscheinungsdatum
- Persönliche Gespräche: Name, Ort, wie wurde Kontakt aufgenommen und wann, Kontaktadresse
- Umfrage: Wie viele Personen wurden befragt, wann, wo, Zusammenfassung der Umfrageergebnisse

13

KONKURRENZUNTERNEHMEN UND -PRODUKTE (MAX. 110 PUNKTE, MAX. 1500 ZEICHEN)

Welche Unternehmen bzw. Organisationen sind auf eurem Markt bereits aktiv? Mit welchen Produkten lösen sie dasselbe Kundenbedürfnis?

Nur wer seine Konkurrenten mit allen Stärken und Schwächen kennt, kann sich von ihnen anhand von Alleinstellungsmerkmalen (USP) entscheidend abgrenzen und sich somit seinen Marktanteil sichern. Zu beachten ist nicht nur die direkte Konkurrenz („löst dasselbe Problem mit einem vergleichbaren Produkt“) sondern auch die indirekte Konkurrenz („löst dasselbe Problem mit einer ganz anderen Art von Produkt“). Stellt dar, welche Angebote bereits auf dem Markt existieren, die eine Alternative zu eurer Lösung darstellen könnten, mit den jeweiligen Stärken und Schwächen. Diese können durch Analyse der Geschäftsmodelle bestimmt werden und z.B. aus folgenden Bereichen kommen: Image, Märkte, Zielgruppen, Preis, Qualität, Vertrieb, Marketing, Marktanteile, Standort, etc.. Beschreibt auch Markteintrittsbarrieren (wie z.B. Schutzrechte, Zulassungen, Vorschriften, ...), falls diese eure Geschäftsidee betreffen.

14

INNOVATION UND USP (MAX. 110 PUNKTE, MAX. 1500 ZEICHEN)

Was ist neu an eurem Produkt? Was macht euer Produkt einzigartig? Was macht ihr anders/besser als die Konkurrenz?

Da bei Jugend gründet innovative Geschäftsmodelle im Mittelpunkt stehen, sollt ihr hier im Detail erklären, was genau an eurer Idee neu ist. Wodurch unterscheidet sich euer Produkt/eure Dienstleistung entscheidend von den Konkurrenzprodukten? Was macht ihr besser/anders? Worin liegt die eigentliche Neuerung, was hat es so noch nie gegeben? Was bewegt potenzielle Kunden dazu, ausgerechnet euer Produkt/eure Dienstleistung auszuwählen? Es gibt zahlreiche Faktoren, in denen ihr euch unterscheiden könnt, wie z.B. Produkteigenschaften, das Vertriebs-/Marketingkonzept, eure Preisgestaltung, usw.. Beschreibt hier nur die wichtigsten, die den Unterschied machen!

15

KOMMENTIERTE QUELLEN ZU DEN FELDERN 13 UND 14 (MAX. 45 PUNKTE)

Nennt die Quellen (z.B. Websites, Bücher, Magazine), die eure Inhalte untermauern bzw. belegen.

Erläuternde Stichworte erleichtern der Jury die Nachvollziehbarkeit. Um hier die volle Punktzahl zu erreichen, beachtet die *Hinweise für formal korrekte Quellenangaben*:

- Internetverweise: vollständige URL, letztes Abrufdatum. Es genügt beispielsweise NICHT www.wikipedia.de als Quelle anzugeben, wenn eigentlich ein bestimmter Artikel auf Wikipedia gemeint ist.
- Bücher: Titel, Autor, Verlag, Seitenzahl, auf der der Inhalt steht, auf den ihr euch bezieht
- Artikel aus Magazinen/Zeitschriften: Name des Magazins, Autor, Titel des Artikels, Seitenzahl und Erscheinungsdatum
- Persönliche Gespräche: Name, Ort, wie wurde Kontakt aufgenommen und wann, Kontaktadresse
- Umfrage: Wie viele Personen wurden befragt, wann, wo, Zusammenfassung der Umfrageergebnisse

16

VERTRIEBSWEGE UND LOGISTIK (MAX. 75 PUNKTE, MAX. 1200 ZEICHEN)

Wo und wie kann man euer Produkt erwerben und wie kommt es zu den Kunden?

„Wie kommt euer Produkt zu euren Kunden?“ Das ist die zentrale Frage, die in diesem Feld beantwortet werden soll. Die Kunden müssen die Möglichkeit haben, euer Produkt tatsächlich zu erwerben. Je nach Produkt und Zielgruppe eignen sich unterschiedliche Vertriebswege besser oder schlechter. Häufig wird zwischen direktem und indirektem Vertrieb unterschieden. Direkter Vertrieb kann z.B. über einen eigenen Onlineshop, Vertriebsmitarbeiter oder eigene Ladengeschäfte erfolgen. Indirekte Vertriebsmöglichkeiten sind z.B. der Fachhandel, Großhändler, Online-Shops anderer Unternehmen, Franchisepartner etc.. Die Beantwortung der folgenden Fragen kann hilfreich sein:

- Wo und wie wollen eure Kunden zu eurem Produkt, eurer Dienstleistung kommen?
- Welcher Vertriebsweg passt zu eurem Produkt?
- Ist euer Produkt erklärungsbedürftig, oder greift jeder zu, der es sieht? Kann es einfach in ein Regal gestellt werden und verkauft es sich „von alleine“? Welche Folgen hat das hinsichtlich der Wahl eures Vertriebsweges?
- Soll der Vertrieb regional oder global erfolgen?
- Bedient ihr B2B-Kunden (Geschäftskunden) und/oder B2C-Kunden (Endkunden)?
- Welche neuartigen Vertriebskonzepte eignen sich für euer Geschäftsmodell?

17

WERBEMASSNAHMEN (MAX. 100 PUNKTE, MAX. 1500 ZEICHEN)

Wie macht ihr die Zielgruppen auf euer Produkt aufmerksam?

Zunächst müssen eure Kunden davon erfahren, dass es euer Produkt überhaupt gibt. Um dies zu ermöglichen, kann man gezielt Werbemaßnahmen einsetzen, die optimal auf eure Produkte und die jeweiligen Zielgruppen abgestimmt sein müssen. Mit welchen Instrumenten erreicht ihr ganz gezielt eure Zielgruppe? Gerade als junges Unternehmen können kreative Maßnahmen zielführender sein als z.B. teure Werbespots.

Mögliche Werbemaßnahmen können sein:

- Klassische Werbung: Print / TV / Radio / Plakate
- Online-Werbung: Werbebanner / Social Media / Influencer / Blogs / Suchmaschinen
- Events: Fachmessen / eigene Events / Festivals / Sportveranstaltungen
- Sponsoring: Personen / Vereine / Veranstaltungen
- Öffentlichkeitsarbeit: Berichterstattung in den Medien / Veröffentlichung von Artikeln in Fachmagazinen
- Gremienarbeit: Politik / Gesetze / Richtlinien / Verbände
- ...

18

KOMMENTIERTE QUELLEN ZU DEN FELDERN 16 UND 17 (MAX. 45 PUNKTE)

Nennt die Quellen (z.B. Websites, Bücher, Magazine), die eure Inhalte untermauern bzw. belegen

Erläuternde Stichworte erleichtern der Jury die Nachvollziehbarkeit. Um hier die volle Punktzahl zu erreichen, beachtet die *Hinweise für formal korrekte Quellenangaben*:

- Internetverweise: vollständige URL, letztes Abrufdatum. Es genügt beispielsweise NICHT www.wikipedia.de als Quelle anzugeben, wenn eigentlich ein bestimmter Artikel auf Wikipedia gemeint ist.
- Bücher: Titel, Autor, Verlag, Seitenzahl, auf der der Inhalt steht, auf den ihr euch bezieht
- Artikel aus Magazinen/Zeitschriften: Name des Magazins, Autor, Titel des Artikels, Seitenzahl und Erscheinungsdatum
- Persönliche Gespräche: Name, Ort, wie wurde Kontakt aufgenommen und wann, Kontaktadresse
- Umfrage: Wie viele Personen wurden befragt, wann, wo, Zusammenfassung der Umfrageergebnisse

19

EINNAHMEQUELLEN (MAX. 75 PUNKTE, MAX. 1200 ZEICHEN)

Womit verdient ihr Geld?

In diesem Baustein beschreibt ihr die verschiedenen Möglichkeiten, wie mit der Geschäftsidee Geld verdient werden kann. Ein Unternehmen kann sich über unterschiedliche Einnahmequellen finanzieren um seine Kosten zu decken, bzw. sogar Gewinn zu erzielen. Aus welchen Quellen werden eure Einnahmen stammen? Einnahmen können z.B. aus dem eigentlichen Produkt/Leistung erzielt werden, oder aber durch begleitende Dienstleistungen. Mögliche Arten von Einnahmequellen können sein: Kauf, Miete, Abo, Leasing, Nutzungsgebühren, Mitgliedsgebühren, Provisionen, Gebühren, Eintrittsgelder, Subventionen, Werbeeinnahmen und viele mehr.

20

PREISGESTALTUNG (MAX. 50 PUNKTE, MAX. 1000 ZEICHEN)

Welche Preise bezahlen die einzelnen Zielgruppen für welche eurer Leistungen?

In der Preisgestaltung wird beschrieben, für welche Leistungen die Kunden welche Preise bezahlen sollen. Dazu können nicht nur einmalige Leistungen (wie z.B. der Kauf des Produktes) sondern auch wiederkehrende Leistungen (z.B. Service, Wartung, etc.) gehören. Die Preisgestaltung muss, so gut wie möglich, auf die Felder Teil 1 bis Teil 4 der Businessplanmaske - analog der Felder I bis IV des „Jugend gründet Business Model Canvas“ – abgestimmt sein. Beim indirekten Vertrieb muss hier zwischen Händler- und Endkundenpreisen unterschieden werden.

Die folgenden Fragen können bei der Bearbeitung dieses Feldes hilfreich sein:

- Welche Preispolitik wollt ihr betreiben? Z.B. High-End oder Kampfpreis? Passt dies zu euren Kunden und der Strategie eures Unternehmens?
- Welche Preismodelle wollt ihr anbieten? Gibt es für unterschiedliche Zielgruppen unterschiedliche Modelle? Wie hoch sind die jeweils zu bezahlenden Preise?
- Worauf basiert eure Preisgestaltung (mehr Infos im Link unten: Preisfindung)? Ist sie nachfrageorientiert, wettbewerbsorientiert, kostenorientiert oder zielgruppenorientiert? Hier können auch Verkaufs-, Download- oder ähnlichen Statistiken bei eurer Kalkulation weiterhelfen.

21

KOMMENTIERTE QUELLEN ZU DEN FELDERN 19 UND 20 (MAX. 45 PUNKTE)

Nennt die Quellen (z.B. Websites, Bücher, Magazine), die eure Inhalte untermauern bzw. belegen.

Erläuternde Stichworte erleichtern der Jury die Nachvollziehbarkeit. Um hier die volle Punktzahl zu erreichen, beachtet die *Hinweise für formal korrekte Quellenangaben*:

- Internetverweise: vollständige URL, letztes Abrufdatum. Es genügt beispielsweise NICHT www.wikipedia.de als Quelle anzugeben, wenn eigentlich ein bestimmter Artikel auf Wikipedia gemeint ist.
- Bücher: Titel, Autor, Verlag, Seitenzahl, auf der der Inhalt steht, auf den ihr euch bezieht
- Artikel aus Magazinen/Zeitschriften: Name des Magazins, Autor, Titel des Artikels, Seitenzahl und Erscheinungsdatum
- Persönliche Gespräche: Name, Ort, wie wurde Kontakt aufgenommen und wann, Kontaktadresse
- Umfrage: Wie viele Personen wurden befragt, wann, wo, Zusammenfassung der Umfrageergebnisse

22

SCHLÜSSELRESSOURCEN (MAX. 45 PUNKTE, MAX. 800 ZEICHEN)

Was benötigt ihr für den Geschäftsbetrieb eures Unternehmens und warum?

Ein Geschäftsmodell ist zunächst reine Theorie. Um diese in der Praxis umzusetzen, benötigt euer Unternehmen gewisse Ressourcen. Sammelt hier die wichtigsten Ressourcen, die zur Umsetzung eurer Idee erforderlich sind. Zu den **materiellen Ressourcen** gehören Grundstücke & Gebäude, technische Anlagen & Maschinen, sowie die Betriebs- und Geschäftsausstattung. Sie können eurem Unternehmen durch Kauf, Miete oder Leasing zur Verfügung stehen.

In dieses Feld gehört auch das **Personal**: Wer wird die Arbeit erledigen? Welche Berufsgruppen benötigt ihr und wie viele Mitarbeiter? Nicht zu vergessen sind an dieser Stelle auch die **Finanzmittel**, die ihr benötigt, um euren Geschäftsbetrieb aufrecht zu erhalten, z.B. um Investitionen zu tätigen oder die laufenden Kosten zu decken. Zu guter Letzt gehören zu den Schlüsselressourcen auch wichtiges **Know-how und Schutzrechte**. Was ist hier unbedingt notwendig, um euer Geschäftsmodell erfolgreich umsetzen zu können?

23**SCHLÜSSELPARTNER (MAX. 45 PUNKTE, MAX. 800 ZEICHEN)**

Mit welchen Partnern (Personen bzw. Unternehmen) werdet ihr zusammenarbeiten und warum mit diesen?

Ihr könnt die Erfolgsaussichten eures Unternehmens erhöhen, indem ihr Kooperationen eingeht. Partner können Personen sein, oder andere Unternehmen. Kooperationen können in allen Unternehmensbereichen möglich sein. Nennt hier nur die wichtigsten.

Dabei könnt ihr unter anderem diese Fragen beantworten:

- Wer sind die Partner?
- Worin soll die Kooperation bestehen?
- Warum ist die Kooperation wichtig für euren Erfolg, welchen Nutzen habt ihr durch sie?
- Was bewegt die Schlüsselpartner zu einer Kooperation mit euch?
- Wie wollt ihr vorgehen, um die Partner für euch zu gewinnen?

24**AUSGABEN (MAX. 100 PUNKTE, MAX. 200 ZEICHEN PRO FELD)**

Welche Kosten fallen bei der Arbeit nach eurem Geschäftsmodell an? Welche Investitionen sind notwendig?

Viele der Punkte aus dem Businessplan werden euer Unternehmen Geld kosten. Das wird auch aus den Feldern I bis VII des „Jugend gründet Business Model Canvas“ ersichtlich. Alle Kosten müssen in die Finanzplanung eingerechnet werden. Stellt hier die wichtigsten Kostenfaktoren und Investitionen zusammen. Denkt dabei an einmalige Investitionen bzw. Sachanlagen (z.B. Gebäude, Maschinen, etc.), sowie an die laufenden Kosten. Letztere lassen sich in Fixkosten (z.B. Gehälter, Mieten, etc.) und variable Kosten (z.B. Produktionsmaterial, Fracht, etc.) einteilen. Es muss klar werden, wodurch die Ausgaben verursacht werden und wie hoch diese sind. Hierbei genügen Abschätzungen, sie müssen aber für die Jury nachvollziehbar sein. Nehmt euch für die Ermittlung der Kosten eure Angaben in den anderen Feldern der Businessplanmaske als Anhaltspunkt. Welche Kosten werden hier jeweils verursacht? Besonders die wichtigsten Schlüsselressourcen sind hier zu berücksichtigen

Die Beträge müssen auf ganze Euro gerundet eingegeben werden, d.h. es sind keine Komma- bzw. Cent-Beträge zulässig!

25**KOMMENTIERTE QUELLEN ZU DEN FELDERN 22 BIS 24 (MAX. 45 PUNKTE)**

Nennt die Quellen (z.B. Websites, Bücher, Magazine), die eure Inhalte untermauern bzw. belegen.

Erläuternde Stichworte erleichtern der Jury die Nachvollziehbarkeit. Um hier die volle Punktzahl zu erreichen, beachtet die Hinweise für formal korrekte Quellenangaben:

- Internetverweise: vollständige URL, letztes Abrufdatum. Es genügt beispielsweise NICHT www.wikipedia.de als Quelle anzugeben, wenn eigentlich ein bestimmter Artikel auf Wikipedia gemeint ist.
- Bücher: Titel, Autor, Verlag, Seitenzahl, auf der der Inhalt steht, auf den ihr euch bezieht
- Artikel aus Magazinen/Zeitschriften: Name des Magazins, Autor, Titel des Artikels, Seitenzahl und Erscheinungsdatum
- Persönliche Gespräche: Name, Ort, wie wurde Kontakt aufgenommen und wann, Kontaktadresse
- Umfrage: Wie viele Personen wurden befragt, wann, wo, Zusammenfassung der Umfrageergebnisse

26**ERSTE WICHTIGE SCHRITTE (MAX. 50 PUNKTE, MAX. 1000 ZEICHEN)**

Welche Schritte sind notwendig, um euer Geschäftsmodell in die Realität umzusetzen?

In den Feldern 6-25 habt ihr euer Geschäftsmodell beschrieben. Bis hier ist das reine Theorie. Angenommen, ihr würdet nun tatsächlich ein echtes Start-Up gründen wollen. Welche Schritte und in welcher Reihenfolge würdet ihr unternehmen, um aus eurem Geschäftsmodell Realität werden zu lassen? Das Vorgehen kann für jedes Unternehmen bzw. Geschäftsmodell sehr unterschiedlich sein, es gibt hier kein allgemeingültiges richtig oder falsch, dennoch müssen die einzelnen Schritte sinnvoll sein und logisch aufeinander aufbauen.

Beschreibt ein Vorgehen, das für euren speziellen Fall sinnvoll erscheint **und beschränkt euch dabei auf die wichtigsten Punkte!**

27

PLANZAHLEN (MAX. 75 PUNKTE, MAX. 200 ZEICHEN PRO FELD)

Mit welcher Entwicklung der Umsätze und Kosten rechnet ihr in den ersten Jahren nach eurer Gründung?

Hier stellt ihr die finanzielle Seite eures Geschäftsmodells (v.a. Felder 19, 20 & 24) in die Zukunft gedacht dar. Wie setzen sich Umsätze und Kosten zusammen? Wie verändern sich diese über die Jahre? Welche Ereignisse erklären die größten Veränderungen in den Finanzzahlen (z.B. Verkaufsstart, Investitionen, Personal, ...)?

Wichtig: Es geht hier um grobe Abschätzungen, dennoch müssen die Zahlen in der Spalte „Erläuterungen“ nachvollziehbar begründet werden, um hier Punkte zu erhalten!

Typische Fragen, die sich die Jury stellt, sind z.B.: Passen die Größenordnungen zu den Angaben in den restlichen Feldern, erscheinen sie realistisch? Wie habt ihr die Größe des Absatzmarktes bestimmt? Woher habt ihr diese Informationen bezogen? Durch welche Informationen habt ihr eine Schätzung eurer Verkaufszahlen vorgenommen? Mit Hilfe welcher Überlegungen habt ihr euren Anteil im Gesamtmarkt geschätzt?

Die Beträge müssen auf ganze Euro gerundet eingegeben werden, d.h. es sind keine Komma- bzw. Cent-Beträge zulässig!

28

NACHHALTIGKEIT (MAX. 110 PUNKTE, MAX. 1500 ZEICHEN)

Beschreibt euer Nachhaltigkeitskonzept.

Nehmt Bezug auf die Inhalte eures Businessplans in den Feldern 5-27.

Wie berücksichtigt ihr dabei die drei Säulen (ökologisch, wirtschaftlich, sozial) der Nachhaltigkeit?