

Beispiel-Businessplan

Dienstleistung „WirHier“

Die Beispiel-Businesspläne zeigen exemplarisch, wie ein ausgefüllter JUGEND GRÜNDET-Businessplan aussehen könnte. Bei der Ausarbeitung der Geschäftsidee in den 26 Feldern des Online-Businessplan-Assistenten können die Beispiel-Businesspläne zusätzlich zu den [Businessplan-Hilfetexten](#) als Anregung und Orientierung dienen.

Wichtig: Die Beispiel-Businesspläne sind keine Musterlösung! Verbesserungsvorschläge für die Ausarbeitung finden sich in den beispielhaften Jurykommentaren.

Feld	Abschnitt	Name	Angaben des Teams	Anmerkungen der Jury
Die Namen				
1	1	Name & Slogan	WirHier - Zusammen für alle!	Schöner Slogan, der euer Ziel Gemeinschaft stärken gut auf den Punkt bringt. Auch der Name ist einfach auszusprechen und einprägsam. Aus Sicht der unterstützenden Kommunen: Vielleicht wäre eine direkte Benennung der konkreten Orte noch eine Idee?
Die Idee				
2	2	Unser Angebot	Ein Einkaufsservice für ältere und wenig mobile Menschen im dörflichen Brandenburg an Orten, in denen es keinen Grundversorger mehr gibt. Mit Abholstation, kombiniert mit einem Café, als sozialem Treffpunkt. Die Bezahlung im Café wird in Form von Spenden abgebildet. Zwei Tage die Woche (Mo+Do, Di+Fr, Mi+Sa) pro Ort ist das Laden-Café geöffnet. Es wird mit drei Standorten rund um eine Mittelstadt geplant.	Spannend! Hier wäre es noch besser, wenn ihr uns ein wenig in die Situation einführt. Also Storytelling, bei dem das Bedürfnis schon ein wenig zu Tage tritt. Und, um noch besser die Sinnhaftigkeit und Tragfähigkeit der Idee einordnen zu können: Vielleicht habt ihr ja innerhalb Brandenburgs schon einen ganz konkreten Ort (bzw. drei) im Blick. Das würde es später bei den Zielgruppen und der Konkurrenz einfacher machen, diese zu konkretisieren.

3	2	So funktioniert das Angebot	Über Bestellzettel, können die Menschen bei uns im Laden-Café jeweils ihre Bestellung für den nächsten Öffnungstag abgeben. Pro Bestellung fallen neben dem Einkaufspreis der Waren Lieferkosten von 1 € an. Das Laden-Café hat immer nachmittags zwischen 14 und 17 Uhr geöffnet. Am Vormittag wird jeweils für den Nachmittag eingekauft. Neben dem Einkauf in klassischen Supermärkten und Discountern beziehen wir regionale Landwirtschaft mit ein und versuchen das vor Ort produzierte Angebot bevorzugt zu vermitteln. Die Landwirte liefern uns ihre Waren direkt an. Für den Verkauf der Waren der Landwirte erhalten wir eine Provision von 10 % des Verkaufspreises.	Kann über die Bestellzettel theoretisch alles bestellt werden oder fokussiert ihr euch auf ein Grundsortiment? Liefern auch die regionalen Landwirte nur, was bestellt wurde? Können auch Leute, die nicht vorab bestellt haben die Waren der regionalen Landwirte bei euch einkaufen?
4	2	Zentrale Partner und Ressourcen	Wir benötigen vor allem gutes, zuverlässiges Personal, das sowohl die Einkäufe übernehmen kann, als auch als Gesprächspartner dienen kann. Diese Rolle wollen wir als Gründungsteam aber vor allem selbst übernehmen. Darüber hinaus benötigen wir Partner vor Ort, wie die Kommunen, Sozialverbände, Religionsgemeinschaften, die mit den anzusprechenden Personen bereits in Kontakt sind und auf unser Angebot verweisen könnten. Zusätzlich sollen die Kommunen uns mit vergünstigtem Mietraum unterstützen.	Gut, ihr seht, dass euer Geschäftsmodell sehr stark abhängig ist von der Kooperation mit anderen, insbesondere natürlich den Kommunen, als euren (indirekten) Geldgebern. Was hier noch erwähnt werden sollte, sind die Partnerschaften mit den Landwirten.
5	2	Quellenangaben: Die Idee	-	Leider gar keine Quellenangaben. Das macht es uns super schwer eure Angaben zu verifizieren und macht eure Argumente hier schwächer. Plus: Sehr viele Punkte werden verschenkt.
Die Zielgruppen				
6	3	Wer wird mit dem Angebot angesprochen und wie groß sind diese Gruppen?	1. Ältere, wenig mobile Menschen, die auf dem Land leben, in Orten, in denen es an Nahversorgern fehlt und der ÖPNV nicht ausgebaut ist. 2. Menschen an diesen Orten, die Kontakt suchen und menschlichen Austausch. 3. Angehörige von 1. und 2., die durch unser Angebot entlastet werden. 4. Kommunen, die dem Bevölkerungsschwund entgegenwirken möchten und ihren Ort auch für die Schwächeren der Gesellschaft lebenswert erhalten wollen. 5. Privatpersonen, die einen Beitrag dazu leisten wollen ihre Heimatregion zu stärken (=Spender:innen)-	Gut erkannt, welche unterschiedlichen Gruppen an Personen für euch relevant sind. Hier wäre natürlich eigentlich wichtig zu wissen, wie groß diese Gruppen sind. Und dabei würden helfen, wenn schon klar wäre, an welche Standorte ihr ganz konkret gehen wollt.
7	3	Welche Bedürfnisse haben die benannten Zielgruppen?	1. Besteller:innen: verlässliche Übernahme des Einkaufs, zu fairen Preisen (Einkaufspreis). Weil diese Gruppe an Menschen weit überdurchschnittlich von Altersarmut betroffen ist. Darüber hinaus muss der Standort unseres Ladencafés zentral und einfach zu Fuß zu erreichen sein. - 2. Die Besucher:innen des Cafés: Verlässlich anwesende, nicht wechselnde Ansprechpartner, zu denen Nähe aufgebaut werden kann. - 3. Angehörige: Zuverlässigkeit als Versorger und Ansprechpartner. - 4. Kommunen: keine großen finanziellen Aufwendungen. Bevölkerungsschwund entgegenwirken. - 5. Spendende: Wissen, dass tatsächlich geholfen wird und das Geld dort ankommt, wo es gebraucht wird, ohne große Overhead-Kosten.	Wenn auch nur stichpunktartig, sehr gute Aufschlüsselung der Bedürfnisse der unterschiedlichen Zielgruppen. Da die Kommunen für euch wirklich zentral sind (sie finanzieren schließlich eure großen Kostenpunkte), wäre es gut, wenn ihr diese insbesondere ganz genau betrachtet.

8	3	Quellenangaben: Die Zielgruppen	-	Schon wieder keine Quellenangaben. Schade!
Der Markt				
9	4	Marktpotentiale	Die Altersstruktur in Deutschland führt zu einem steten Anwachsen der Gruppe der Senior:innen, von denen heute viele auf dem Land leben und gerne dort in ihren Häusern selbstbestimmt bis zum Tod leben wollen. Häufig fehlt es in kleinen Orten aber an Grundversorgern, die es den Menschen ermöglichen das Leben selbstbestimmt zu führen. Viele Kinder (soweit vorhanden) leben nicht mehr vor Ort, sondern in Großstädten weit weg und können nicht unkompliziert im Alltag helfen. Es benötigt ein altersangepasstes, finanziell attraktives = günstiges Angebot. - Immer mehr Kommunen werden von solchen Problemen betroffen sein (aussterbende Dörfer).	Sehr schön beschrieben. Noch besser wäre es jetzt, wenn ihr diese Entwicklungen auch durch Quellenangaben in Feld 14 belegen würdet.
10	4	Konkurrez benennen	Lieferdienste, Pflegedienste, Supermärkte in größeren Orten, Cafés in größeren Orten, Religionsgemeinschaften, Angehörige/Ehrenamtliche.	Ja, ihr habt theoretisch viel Konkurrenz. Wenn ihr den Standort konkretisiert, könnt ihr hier vielleicht ein paar direkt ausschließen, denn nicht alle Lieferdienste liefern in den ländlichen Raum. Und sicher nicht alle Religionsgemeinschaften übernehmen an jedem Ort diese Aufgaben. Dass der Erfolg eines Angebots, wie eurem, wirklich unmittelbar vom Standort abhängig ist, zeigt sich hier deutlich. Wenn man wüsste, welcher konkret, könnte man besser einschätzen, welche Konkurrenz besteht.
11	4	Stärken und Schwächen der Konkurrenz	Lieferdienste: Nur in Großstädten, teuer. - Pflegedienste: Teuer, Pflegemangel, einkaufen eher Nebenaufgabe. - Supermärkte: Vollsortiment, eigene Auswahl; Nur per Auto oder Bus erreichbar. - Cafés: Schöne Atmosphäre; Nur per Auto oder Bus erreichbar, teuer. - Kirchen: Kein Einkaufsservice, Konfessionelle Bindung. - Angehörige/Ehrenamtliche: Stärken: Emotionale Nähe, enge Bindung. Schwächen: Zeitmangel, Freiwilligkeit.	Gut beschrieben, leider nur Stichpunkte.
12	4	USP – Das Alleinstellungsmerkmal	Mit der Verbindung aus Café und Einkaufsservice, also eine Art neues Zentrum, ein Dorfplatz, ein Markt und das Café als ein Ort der Zusammenkunft ohne Konsumdruck, bildet dieses Angebot einen Dienst ab, den kein Konkurrent so bietet.	Grundsätzlich sicher alles richtig, aber um das als USP zu definieren, ist wichtig ganz konkret aufzuzeigen, dass es das eben an dem von euch konkret gewählten Standort nicht gibt.
13	4	Wirkung	Mit dem Angebot wird der ländliche Raum als Lebensort für ältere und wenig mobile Menschen und die Dorfgemeinschaft gestärkt. Bestehende Angebote von Grundversorgern, wie Lebensmittel Einzelhandel werden nicht geschädigt, da der Einkaufsservice die Einkäufe von dort bezieht.	Super! Nur die Wirkung auch auf die regionalen Landwirte hättet ihr vielleicht noch aufnehmen können.
14	4	Quellenangaben: Die Konkurrenz	-	Verschenkt doch nicht so viele Punkte! Keine Angaben.

Die Kundenbeziehungen				
15	5	Werbemaßnahmen	Werbung wird vor Ort mittels Flyern in Briefkästen gemacht. Zusätzlich wird das Laden-Café derart geschmückt, dass es Aufmerksamkeit erregt. Zusätzlich werden die kommunalen Partner für die Bekanntmachung des Angebots genutzt (Versand von Briefen). Über das soziale Netzwerk XYZ wird versucht die Angehörigen der Personen vor Ort anzusprechen, ebenso wie die Spender:innen.	Ja, die Besteller:innen und die Besucher:innen des Cafés habt ihr hier gut im Blick. Aber wie werden eure Hauptgeldgeber (die Kommunen) angesprochen?
16	5	Vertriebsmaßnahmen	Der Einkaufsservice und das Café wird vor Ort organisiert. Für die Spenden wird eine Webseite eingesetzt, über die die Spenden abgewickelt werden können.	Gut verständlich, passend zu den Zielgruppen. Ber auch hier wieder: Vergesst nicht eure Geldgeberinnen: Die Kommunen!
Die Finanzierung				
17	6	Ausgaben durch einmalige Investitionen zum Start des Unternehmens	Aufbau eines Produktionsstandorts, Fertigungsentwicklung der Zahnpasta.	Gut, dass ihr wichtige Kostenpunkte benennt, leider fehlen Größenangaben. Wie teuer wird denn die Entwicklung? Was braucht ihr konkret für den Aufbau des Entwicklungsstandorts? Spezielle Maschinen?
18	6	Finanzierung der Startinvestitionen	Kreditaufnahme. Wir wollen einen Kredit aufnehmen. Für den Aufbau des Produktionsstandorts benötigen wir erst einmal vergleichsweise viel Geld, welches wir am einfachsten von der Bank erhalten können, gegen entsprechende Sicherheit. Als diese kann unter anderem der Produktionsstandort dienen.	Ihr sprecht hier davon, dass euer Produktionsstandort der Bank als Sicherheit für die Kreditaufnahme dienen kann. Das Gebäude wird aber nur angemietet. Die Produktionsmaschinen sind sicher sehr wertig, aber um das einschätzen zu können, müsstet ihr uns bei Feld 17 dazu ein paar mehr konkrete Angaben machen.
19	6	Laufende Ausgaben im Geschäftsbetrieb	Mietkosten für die Produktionshalle, Nebenkosten (Strom), Inhaltsstoffe, Personalkosten (5 Produktionsmitarbeiter:innen, 1 Vertriebsmitarbeiter, eine Werbefachfrau. Kosten für Influencer-Marketing.	Auch hier wieder fehlen konkrete Zahlen! Unter Feld 16 sprecht ihr noch von Werbeteams. Hier ist es jetzt eine Werbefachfrau. Bitte darauf achten, dass die Angaben in den einzelnen Feldern sich nicht widersprechen.
20	6	Einnahmen und Umsatz	Wir rechnen damit 1 Mio. Zahnpastatuben à 3 € (Ladenpreis) zu verkaufen. Wir selbst verkaufen die Zahnpasta für 2 € pro Stück an die Handelsketten. Wir rechnen also mit einem Umsatz von 2 Mio € pro Jahr.	Nennt bitte auch unbedingt Grundlagen, auf denen ihr eure Schätzung vorgenommen habt. Das fehlt hier leider komplett.
Die unternehmerische Verantwortung				
21	7	Ökologische Nachhaltigkeit	Durch den Einsatz eines Lastenrads sorgen wir für den geringstmöglichen CO2-Fußabdruck. Durch die Präsenz des Lastenrads im ländlichen Raum wollen wir auch anderen zeigen, dass dies eine echte Alternative zum Auto sein kann. Bei Personen, bei denen wir wissen, dass sie es sich leisten können, versuchen wir darauf einzuwirken, dass sie möglichst viel Bio- und Fairtrade-Produkte beziehen. Essen, das im Café nicht verkauft werden konnte, wird an örtliche Kindergärten gespendet.	Super! Ganz tolle Pläne, die ihr hier skizziert!

22	7	Ökonomische Nachhaltigkeit	Die wirtschaftliche Nachhaltigkeit soll durch eine dauerhafte Förderung solcher Angebote durch die öffentliche Hand gesichert werden. Hier wollen wir als Leuchtturmprojekt politisch wirken um zu überzeugen, wie wichtig für eine weiterhin gute Gemeinschaft und ein lebenswertes Land die Übernahme solch sozialer Verantwortung ist. Mittelfristig wollen wir durch Feste und kleinere Aktionen vor Ort im Café für Kinder und Erwachsene zu einem festen kulturellen und sozialen Bestandteil des Dorflebens werden.	Grundsätzlich gute Gedanken. Der letzte Punkt würde in unseren Augen besser zur sozialen Nachhaltigkeit passen. Und auch wenn ihr Leuchtturmprojekt sein wollt und es euch und uns allen zu wünschen ist, dass solche Projekte dauerhafte Unterstützung finden, macht euch zumindest mal Gedanken darüber, wie ihr euch finanzieren könntet, sollte die öffentliche Förderung gekürzt werden. Denn das ist bei Förderprojekten leider immer ein Risiko.
23	7	Soziale Nachhaltigkeit	Der Kern der Idee ist es für mehr soziale Nachhaltigkeit zu kämpfen, schwächere Mitglieder der Gesellschaft zu unterstützen und Ihnen ein selbstbestimmtes Leben in ihrem Heimatdorf zu ermöglichen. Auch bei uns im Unternehmen versuchen wir das zusätzlich zu stärken, indem wir bevorzugt geringerqualifizierten Personen eine Arbeitsstelle geben.	Das soziale Nachhaltigkeit euch ein Herzensanliegen ist, zeigt euer Businessplan an jeder Stelle. Super. Wie in Feld 24 genannt, die Einbeziehung der gesamten Dorfgemeinschaft, wäre hier eine gute Ergänzung.
24	7	Die Vision	Bullerbü überall! - Verantwortung füreinander übernehmen um in Gemeinschaft bis zum letzten Tag das Leben zu genießen.	Super, eine tolle Vision. Vielleicht lässt sich sich noch mit einem der 17 Ziele der Nachhaltigkeit der Vereinten Nationen ergänzen, siehe Hilfetext.

Schlusskommentar:

Wow, eine wirklich unglaubliche gute Idee, die sicher vielen Menschen helfen würde und von der wir uns wünschen würden, dass sie unmittelbar umgesetzt wird. Der große Schwachpunkt der Idee ist es, sich noch nicht auf einen ganz konkreten Standort fokussiert zu haben. Das macht die Analyse der Zielgruppen und der Konkurrenz unnötig schwer, bzw. es verhindert, dass ihr in diesen Bereichen ausreichend konkret werdet. Ihr habt sicher schon einen Ort im Blick. Benennt den dann auch. Und dann schaut euch die potentiellen Zielgruppen und Konkurrenten ganz genau an. Auch in Sachen Finanzierung darf es gerne noch genauer werden, siehe Randkommentare. . Wenn ihr euch nochmal hinsetzt und die angesprochenen Punkte nochmal genau überdenkt, dann wird das ein super Businessplan!