

# Beispiel-Businessplan App „Click-Chick“

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.

| Unsere Idee: Ein Steckbrief  |   |   |
|--|---|---|
| Die Namen für unser Start-up und Angebot sind ... und darum haben wir uns für diese Namen entschieden. | Click-Chick: Chick, denn es geht um Küken und die muss man klicken. Wir wollen, dass möglichst viele Leute verstehen worum es geht, deshalb haben wir uns für einen englischen Namen entschieden.   | <p>Lustiger Name, der Reim hilft dabei, es sich leicht einzuprägen. Und das Englische hilft ggf. später ins nicht-deutschsprachige Ausland zu expandieren. Der Slogan könnte für die Zielgruppe 1 allerdings schwieriger zu verstehen sein – vor allem für Kinder im Grundschulalter.</p> <p>Die Idee klingt spannend, greift einen wichtigen Aspekt eines gesamtgesellschaftlichen Bedürfnisses auf (Bildung für mehr nachhaltige Entwicklung) und ist gut verständlich.</p> <p>Achtung: Kinder sollen In-App-Käufe tätigen? Das könnte kritisch gesehen werden, von eurer Zielgruppe Nummer 2, den Eltern. Außerdem solltet Ihr die Werbeplatzierung nochmal unter die Lupe nehmen – oft achten Eltern jüngerer Kinder auf werbefreie Applikationen. Und auch rechtliche Grundlagen gibt es in Bezug auf Kinderschutz in der Werbung zu beachten.</p> |
| Der Slogan für unser Angebot ist   | Spot it, got it!  |   |
| Kurz und knapp: Das ist unsere Idee.   | Ein kostenloses Spiel für Android und iOS, bei man in die Rolle eines Hühnerbauern schlüpft und die Küken vor den Gefahren ihres Lebens retten muss.  |   |
| Das zeichnet unser Angebot besonders aus   | Das an Kinder gerichtete Spiel vermittelt neben Spielspaß Wissen um mehr Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft, welches in den Alltag der Kinder als zukünftige Konsument:innen und Verbraucher:innen übernommen werden kann. Dieser Lernaspekt zeichnet das Spiel im Vergleich zu ähnlichen anderen Angeboten ganz besonders aus. |   |
| Diese Personen zahlen für unser Angebot mit Geld   | Unternehmen, die im Rahmen des Spiels Werbung schalten können, und die Kinder, die In-App-Käufe tätigen, finanzieren unser Angebot.   |   |

## Unsere Idee: Die Details

|  |  |   |
|--|--|---|
| <p>Das bieten wir im Detail an:</p>  | <p>Ein für die Nutzer:innen kostenloses Spiel fürs Smartphone (Android und iOS), bei dem es darum geht, Hühnern ein schönes Leben zu bereiten. Es muss dafür gesorgt werden, dass nicht zu viele Küken schlüpfen, gelegte Eier müssen gesammelt und ab einer bestimmten Menge verschenkt oder verkauft werden und man muss die Tiere vor Raubtieren und -vögeln schützen. Die große Schwierigkeit dabei: Die Hühner und Küken verstecken sich immer und man muss sie suchen: Spot it, got it. Den Lernaspekt in Sachen Nachhaltigkeit schaffen wir, in dem man mehr Punkte erhält, wenn man nachhaltiger handelt: Wenn Bio-Futter eingekauft wird, die Hühner trotz der Gefahren Auslauf erhalten, Regenwasser als Trinkwasser verwendet wird, etc. Wenn die nachhaltigere (manchmal schwerere Handlung) vorgenommen wird, dann erhält man zusätzlich ein Badge, das sagt: „Fantastisch! Dank Dir wird die Welt ein kleines bisschen besser, jeden Tag!“ Die App wird über Affiliate Links in eingblendeten Werbeanzeigen finanziert. Zusätzlich kann der Garten, in dem sich der Stall befindet, über In-App-Käufe mit speziellen Dingen verschönert werden und man kann sich im Spiel Vorteile verschaffen, indem Überraschungsboxen kauft. Offline Modus vorhanden.</p> | <p>Zur Idee an sich:</p> <p>Hier bleiben noch ein paar Fragen offen, zum Beispiel: Was ist das tatsächliche Spielziel und die Motivation? Gibt es Levels/Punkte? Wie kann man sich das Spiel optisch vorstellen? Wo und wie wird die Werbung eingeblendet? Worüber laufen die In-App-Käufe?</p> <p>Zu den Zielgruppen: Hier sind die Angaben noch etwas weit gefasst. Das geht noch konkreter.</p> <p>Wie viele Kinder zwischen 6 und 14 Jahren besitzen ein Smartphone? Und ist ein- und dasselbe Spiel interessant für alle Altersklassen?</p> <p>Macht euch noch einmal Gedanken: Wann ist ein Spiel eine gute Werbepattform? Und welche rechtlichen Vorgaben gibt es zu beachten? Hier ein Beispiel:</p> <p><a href="https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/gesunde-ernaehrung/kita-und-schule/lebensmittelwerbung-kinder.html">https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/gesunde-ernaehrung/kita-und-schule/lebensmittelwerbung-kinder.html</a></p> <p>Zur Konkurrenz:</p> <p>Die Anzahl der Konkurrent:innen ist hier natürlich gefühlt unendlich. Gut: Ein paar konkrete Beispiele sind genannt. - Was hier aber leider komplett fehlt, ist die Benennung der Konkurrenz im Hinblick auf die weiteren Zielgruppen, insbesondere Werbetreibende.</p> <p>Leider sind die Vor- und Nachteile der benannten Konkurrenten auch nur sehr allgemein betrachtet. Hier wäre es gut, wenn ihr die im Abschnitt zuvor genannten Spiele in ihren Stärken und Schwächen genauer betrachtet.</p> <p>Allgemein:</p> <p>Leider sind gar keine Quellenangaben vorhanden. Das macht es uns super schwer eure Angaben zu verifizieren und macht eure Argumente hier schwächer. Bedenkt auch: Sehr viele Punkte werden aufgrund der fehlenden Recherche verschenkt.</p> |
| <p>Wie das Ganze funktioniert und/oder abläuft würden wir einem Laien folgendermaßen erklären:</p>                   | <p>Die App für Android entwickeln wir mit dem Android Game Development Kit. Für iOS wird mit SpriteKit und Swift gearbeitet. Während des Spiels wird Werbung eingeblendet. Über Affiliate-Links werden die Einnahmen generiert. Dazu muss Google AdSense in die App implementiert werden. Die Abwicklung der In-App-Käufe erfordert, dass das Nutzerkonto beim Appstore mit einer Zahlungsmethode verknüpft ist.</p>   |   |
| <p>Dass das funktionieren kann, können wir mit folgenden Quellen belegen:</p>  |  |   |
| <p>Diese Zielgruppen nutzen und/oder bezahlen unser Angebot und so groß (in Zahlen) sind diese Gruppen ungefähr:</p> | <p>Mit unserem Angebot sprechen wir unterschiedliche Gruppen an: 1. Kinder zwischen 6 und 14 Jahren in Deutschland (ca. 10,3 Mio.), die gerne Handy-Spiele spielen und immer wieder auf der Suche nach Abwechslung sind, dabei aber Wert auf gewaltfreie Spiele legen. 2. Eltern, der Kinder. 3. Erwachsene zwischen 30 und 50 in Deutschland (ca. 20 Mio), die gerne kleine Spielchen zur Ablenkung spielen, und Spaß dabei haben sich ihre virtuelle Welt einzurichten. 4. Unternehmen, die gerne ihre Produkte an diese Gruppen vermarkten wollen: Spielzeughersteller, Süßigkeitenhersteller.</p>  |   |
| <p>Diese Quellen belegen unsere Angaben zur Größe der Gruppen:</p>   |  |   |
| <p>Diese Probleme lösen die genannten Gruppen mit unserem Angebot</p>  | <p>1. Kinder: ihnen ist oft langweilig, sie wollen spielen. 2. Eltern: Sie wollen, dass ihre Kinder mit pädagogisch wertvollen Spielen beschäftigt sind, die erstmal nichts kosten 3. Erwachsene Spieler: Sie wollen sich ablenken von ihrem harten Job, den Kopf frei kriegen und Spaß haben 4. Werbetreibende Unternehmen: Es ist nicht immer leicht Zugang zu potentieller Kundschaft zu bekommen, und bei unserem Spiel würden sich genau diejenigen tummeln, die auch Interesse an Spielsachen und Süßigkeiten hätten, die Kinder. Und die überzeugen dann die Eltern die Sachen zu kaufen.</p>   |   |
| <p>Diese Quellen belegen unsere Angaben zu den Bedürfnissen der Gruppen:</p>   |  |   |
| <p>Diese Dinge und Angebote nutzen die Personen bisher um die genannten Probleme zu lösen:</p>                       | <p>Dorfleben, Fairy farm, Candy Crush, Township, Subway Surfer, uvm</p>  |   |

|  |  |  |
|--|--|--|
| Das sind die Vor- UND Nachteile der bisher verfügbaren Lösungen                | Vorteil: Schon bekannt, große Community; Schwächen: Kein Fokus auf Nachhaltigkeit. Schon lange am Markt: Spiel wird irgendwann langweilig.                       |  |
| Darum ist unsere Lösung die bessere, im Vergleich zu den bisherigen Angeboten: | Der unterschwellige Fokus auf Nachhaltigkeit ist sonst nirgends zu finden. Offline-Modus im Vergleich zu vielen anderen Konkurrenten ein Alleinstellungsmerkmal. |  |

## Werbung und Vertrieb

|   |  |   |
|---|--|---|
| So machen wir unsere Zielgruppen auf uns aufmerksam und darum sind das für unsere Zielgruppen passende Werbemaßnahmen/-kanäle | Für die Kinder machen wir Werbung im Fernsehen (Toggo), das ist zielgerichtet und Kinder sind leicht zu beeinflussen. Plakatwerbung in U-Bahnen in Großstädten planen wir, um Influencer zu gewinnen und die Erwachsenen dort abzuholen, wo sie Langeweile empfinden und Abwechslung suchen: Im ÖPNV auf dem Weg hin und zurück von der Arbeit. Die Unternehmen sprechen wir direkt über die AdSense Plattform an.       | Werbemaßnahme: Wie wird die Zielgruppe Werbetreibende angesprochen? Und: Ist Plakatwerbung der beste Weg, um Influencer zu gewinnen? Es gibt bekannte Blogger rund um Familien und auch um LernApps, die ihre Tipps mit anderen Eltern teilen, die sollte man aber konkret durch Online-Suche identifizieren und direkt ansprechen... |
| So können unsere Zielgruppen an unser Angebot gelangen und darum passen diese Vertriebswege zu unseren Zielgruppen:           | Der Vertrieb an die Nutzer:innen der App erfolgt über den App-Store bzw. Playstore, das sind die üblichsten und bequemsten Vertriebswege für die Kundschaft und die Kanäle sind auch ein gewisses Qualitätsmerkmal. Der Vertrieb der Affiliate Werbeanzeigen erfolgt über Google AdSense, das ist sehr weit verbreitet und auch diese Plattform bietet sowohl uns, als auch den Werbetreibenden eine gewisse Sicherheit. | Vertrieb: Passend und verständlich.   |

## Finanzierung

|  |   |   |
|--|---|---|
| Das sind unsere wichtigsten Partner und Ressourcen für eine Umsetzung und warum.   | Die wichtigsten Ressourcen für uns sind das Wissen und Können eine solche App zu entwickeln: Also Programmierung und Gestaltung. Zum Glück haben wir das beides bei uns im Team. Damit wir in die Appstores für Android und iOS kommen können brauchen wir für beide Plattformen, neben einigen anderen Dingen ganz zentral eine Kreditkarte. Ohne die geht es nicht. Das ist bislang ein Problem, weil wir noch nicht 18 sind. | Stichworte alleine lassen viel Raum für Interpretation: Versucht aber so klar wie möglich zu werden. Wichtig dabei: Sagen auf welchen Fakten eure Annahmen beruhen. Und bedenkt auch bei der Preisgestaltung wieder die Zielgruppen und deren Zahlungsbereitschaft. |
| Das sind die wichtigsten Investitionen und Ausgaben zum Start unseres Unternehmens.  | 1. Zwei gute Rechner, mit denen wir programmieren und gestalten können, zusammen ca. 3.000 €. 2. Ein professionelles Grafikprogramm im Abo, 500 € im ersten Jahr. 3. Kosten für die Bereitstellung der Serverkapazitäten im ersten Jahr, ca. 12.000 € 4. Erste Werbekampagne, 100.000 €.  | Mögliche Investoren erwarten ein sehr gut ausgearbeitetes und stimmiges Finanzkonzept. Nehmt Euch hierfür nochmal Zeit, um Eure Angaben zu überprüfen und auch mit entsprechenden Quellen zu belegen.   |
| Stellt Euch vor, ihr könntet die Hälfte aller Startinvestitionen (Feld 19) durch Eigenkapital finanzieren, wie würdet ihr versuchen den Rest zu finanzieren? | 1. Bank: Weil das sicher ist. 2. Venture Capital, weil unser Angebot skalierbar ist und wir schnell mehr Geld benötigen, um den Anfragen, die wir erwarten gerecht zu werden.   | Die ersten Investitionen scheinen stimmig. Bei den Kosten im dritten Geschäftsjahr bleibt ihr sehr an der Oberfläche. Geht hier unbedingt weiter ins Detail.  |
| Warum würdet ihr euch für diese(n) Finanzierungsweg(e) entscheiden?  |   |   |
| Im dritten Geschäftsjahr sind diese Punkte voraussichtlich unsere größten Kostenfaktoren:  | 1. Gehälter: Softwareentwickler:innen, Designer, Marketingfachkräfte (15 Personen), ca. 750.000 €, 2. Werbung: 500.000 €, 3. Serverkosten: ca. 15 €, 4. Büromiete: ca. 20.000 €   |   |

|   |   |  |
|---|---|--|
| Im dritten Geschäftsjahr rechnen wir mit folgenden Einnahmen: | 1. Pay per Click: Bezahlung durch die Werbetreibenden pro Klick auf die Anzeige durch die Spieler:innen, 50 Cent pro Click. 2. Verkauf der Add-ons: Ca. 1 € pro Add-on. Es wird mit ca. 150.000 Spieler:innen, die im Schnitt täglich spielen gerechnet, die Hälfte davon klickt bei jedem Spiel einmal auf eine Anzeige (30 Cent pro Klick = 45.000 € pro Monat = 540.000 € pro Jahr) und ein Drittel kauft Add-ons im Wert von 5 € pro Monat (= 3.000.000). |  |
| Darum haben wir uns für diese Preise entschieden:             | Wir haben uns gefragt, was wir so zahlen würden. Wir würden zwar eher weniger zahlen wollen, aber wir sind auch nicht die Zielgruppe, deswegen haben wir ein wenig aufgeschlagen. Wir denken, die Zielgruppen würden eher ein wenig mehr bezahlen. Denn Eltern zahlen häufig alles, wenn ihre Kinder nur lange genug betteln.   |  |

| Die Zukunft im Blick   |  |  |
|--|--|--|
| Das können wir mit unserem Start-up (im Unternehmen und mit unserem Angebot) tun, um mehr ökologische Nachhaltigkeit zu fördern: | 1. Wir wollen Server nutzen, die mit 100 % Ökostrom betrieben werden. 2. Wir wollen unsere App datensparsam gestalten, dafür sorgt auch der Offline-Modus, sodass unsere App möglichst wenig Strom verbraucht. 3. Wir setzen bei uns im Büro und bei unseren Mitarbeitern auf das Jobrad, fördern die Bahncard 100 und treten Geschäftsreisen nur an, wenn absolut nicht vermeidbar.   | Schön, dass ihr erkannt habt, dass Datensparsamkeit und Offline-Modus einen wesentlichen Beitrag zu weniger Stromverbrauch und damit zu mehr Umweltschutz leisten kann. Ist der Offline-Modus auch mit der Einbindung von Affiliate Links kompatibel? Oder können Affiliate Links im Offline-Modus nicht geklickt werden? Auch die Weiterentwicklungsmöglichkeiten klingen spannend. Da kommt was auf uns zu. Super! |
| In diese Richtung wollen wir unser Angebot und Unternehmen weiterentwickeln:   | Wir denken dieses Spiel ist erst der Anfang. Wir haben viele weitere Ideen, wie man mit Spielen mehr Nachhaltigkeit fördern kann. Und mit diesen wollen wir nicht nur auf die ganz jungen Zielgruppen gehen, sondern auch die älteren Leute, bei denen es noch viel schwieriger ist, das Verhalten zu ändern. Wir wollen Spiele entwickeln, bei denen die Erwachsenen durch nachhaltiges Verhalten Gutscheine und Rabattcodes freischalten können. Das ist ein Anreiz für sie und wir hoffen, dass sich dieses Verhalten auch in ihren Alltag überträgt. |  |
| Wenn sich unser Angebot am Markt durchsetzt, erhoffen wir uns folgende Wirkung auf die Gesellschaft (Vision):                    | Wir hoffen, dass Gamen mit Sinn verbunden wird und unser Spiel dazu beiträgt, dass sich mehr Menschen mehr Gedanken darum machen, wie sich ihr Verhalten auf die Umwelt auswirkt.  |  |

## Schlusskommentar

Eine spannende Idee! Der Spielmarkt wächst und wächst. Immer neue Angebote sind gesucht, von daher ist auch immer Platz für neue Anbieter. Auch das Geschäftsmodell, mit der Kombination aus In-App-Käufen und Affiliate-Links ist interessant. Hier solltet ihr euch die technische Umsetzung (Offline-Modus und Klicken von Affiliate Links passt für uns nicht zusammen) und auch die Passgenauigkeit auf die Zielgruppen, siehe Kommentare dort, nochmal genauer anschauen. A propos Zielgruppen: Immer alle betrachten, die Werbetreibenden wurden an vielen Stellen vergessen. Und die Quellenangaben leider komplett. Das macht euren ganzen Businessplan leider schwächer, weil ihr eure Aussagen nicht belegen könnt. Wirklich schade! Und gerne bei der Überarbeitung an einigen Stellen noch deutlich konkreter werden und nicht nur Stichpunkte formulieren. Die lassen zu viel Raum für Interpretation. Aber abschließend: Weitermachen! Das Spiel klingt spannend! Und ihr habt hier so viele tolle Ansätze dargestellt. Wenn ihr euch nochmal hinsetzt und die angesprochenen Punkte genau überdenkt, dann kann das ein super Businessplan werden!