

Beispiel-Businessplan

physisches Produkt „ColorMe“

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.

Überthema - Unsere Idee: Ein Steckbrief		
	Thema	
Die Namen für unser Start-up und Angebot sind ... und darum haben wir uns für diese Namen entschieden.	ColorMe - Der Name ist einfach auszusprechen, auch für Leute, die kein Englisch können und gleichzeitig gibt er einen Hinweis darauf, was das Produkt macht.	Guter Name. Spannende Idee! Gut dargestellt, es wird sofort klar, was ihr tun wollt und anbietet. Auch ein Mehrwert ist sofort ersichtlich. Überlegt nochmal, ob Euch auch Slogan einfällt, der Funktionsweise oder Nutzen deutlich macht. Zum Beispiel: Wenn die Zähne lila sind, putzt mit Freude jedes Kind! O.ä.
Der Slogan für unser Angebot ist	Rot, weiß, blau - Schau hin, genau!	
Kurz und knapp: Das ist unsere Idee.	Eine Kinder-Zahnpasta, die die Zahnbeläge lila verfärbt.	
Das zeichnet unser Angebot besonders aus	Wir bringen mehrere Dinge zusammen: Das Zähne putzen und die direkte Kontrolle, ob es denn auch gut war.	
Diese Personen zahlen für unser Angebot mit Geld	Die Eltern, die die Zahnpasta für ihre Kinder kaufen sind unsere zahlende Kundschaft.	

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Unsere Idee: Die Details

Das Problem/Das Bedürfnis	1. Kinder: Mögen Zähneputzen meistens nicht. Es braucht einfach nur Zeit und hinterher ist für die Kinder alles, wie vorher. Das ändert sich ja mit unserer Zahnpasta. Da werden die Zähne bunt. 2. Eltern: Sie wollen, dass ihre Kinder eigenständig gut Zähne putzen können und nicht mit ihren Kindern streiten wegen des schlechten, oberflächlichen Zähneputzens und sie wollen, dass die Zähne ihrer Kinder sauber sind. Außerdem darf die Zahnpasta nicht übermäßig teuer sein.	Zur Idee: Was sind denn ganz konkret die Inhaltsstoffe, die die Zähne färben? Sind die auch wirklich in der täglichen Anwendung gesundheitlich unbedenklich? Zu den Zielgruppen: Gut, dass ihr schon mal grundsätzliche Zahlen zu den potentiellen Zielgruppen nennt. Doch wie kommt ihr auf diese? Ihr wollt euch ja außerdem auf die obere Mittelschicht fokussieren. Wie groß ist diese Gruppe denn? Habt ihr euch auch schon Gedanken zum Geschmack der Zahnpasta gemacht? Kinder sind sehr sensibel - vielleicht ergibt sich auch daraus noch ein interessantes Bedürfnis?
Diese Quellen belegen unsere Angaben zu den Bedürfnissen der Gruppen:		
Diese Zielgruppen nutzen und/oder bezahlen unser Angebot und so groß (in Zahlen) sind diese Gruppen ungefähr:	1. Kinder bis 14 Jahre, in Deutschland (ca. 10. Mio), 2. Eltern, in Deutschland (ca. 15 Mio). Wir fokussieren uns aber zunächst auf die obere Mittelschicht an Haushalten mit Kindern, die häufig eher bereit sind, ein klein wenig mehr zu investieren. Dies ist nötig wegen den zusätzlichen Inhaltsstoffen, die wir bieten.	
Diese Quellen belegen unsere Angaben zur Größe der Gruppen:		
Das bieten wir im Detail an:	Eine Kinderzahnpasta, die Beläge auf den Zähnen lila verfärbt. Sie ermöglicht es den Kindern früh selbstbestimmt zu erkennen, ob das Zähneputzen ausreichend war.	
Wie das Ganze funktioniert und/oder abläuft würden wir einem Laien folgendermaßen erklären:	Die Zahnpasta nutzt dieselben Inhaltsstoffe, wie Zahnfärbetabletten, die man vielleicht noch von früher kennt, und die einem beim Zahnarzt als Kind manchmal angeboten werden. Diese färben bestehende Beläge rot ein, wenn sie ganz frisch sind und blau, wenn sie älter sind. In den meisten Fällen also lila, eine Mischung. Wir produzieren die Zahnpasta selbst und verkaufen sie an Großhändler bzw. Handelsketten, wie dm und Rossmann.	
Dass das funktionieren kann, können wir mit folgenden Quellen belegen:		
Das Team und das Know-How	Wir benötigen Zulieferer, die uns die Inhaltsstoffe liefern.	

Die Konkurrenz

Diese Dinge und Angebote nutzen die Personen bisher um die genannten Probleme zu lösen:	1. Normale Zahnpasta und Zahnbürsten. 2. Elektrische/Ultraschall-Zahnbürsten, 3. Zahnfärbezahnpasta für Erwachsene, 4. Färbetabletten 5. Die Kinder nicht mehr selber putzen lassen, d.h. die Eltern putzen den Kindern die Zähne.	Zur Konkurrenz: Auf fünf Konkurrenten fokussiert: Gut! Kurz und knapp auf den Punkt gebracht. Gerne hättet ihr hier aber noch ein wenig mehr schreiben können.
Das sind die Vor- UND Nachteile der bisher verfügbaren Lösungen	1. Billigste Lösung - Putzergebnis stark abhängig vom Kind. 2. Bessere Putzergebnisse als von Hand - Sehr teuer und wenn Kinder mit elektrischen Zahnbürsten nicht umgehen können, schädigen sie manchmal ihr Zahnfleisch. 3. Gibt es schon am Markt = Markenbekanntheit - Inhaltsstoffe nicht für Kinderzähne geeignet. 4. Sehr günstig, weil man kann günstigere Zahnpasta benutzen - Hilft nicht direkt beim Putzen. 5. Es wird auf jeden Fall gut geputzt - Man kann seinen Kindern ja nicht bis ins Teenageralter die Zähne putzen.	Es gibt übrigens von einem namhaften Hersteller eine Kinder-Mundspülung, die verbliebene Essensreste einfärbt, die solltet ihr in Eurer Konkurrenzanalyse mit aufnehmen.
Darum ist unsere Lösung die bessere, im Vergleich zu den bisherigen Angeboten:	Das Zusammenbringen mehrerer Funktionalitäten (Zähne putzen plus Kontrolle des Putzergebnisses) und der Fokus auf Kinder ist der USP.	

Werbung und Vertrieb

So machen wir unsere Zielgruppen auf uns aufmerksam und darum sind das für unsere Zielgruppen passende Werbemaßnahmen/-kanäle	Wir werben mittels Mommy-Influencern auf Instagram und TikTok und versuchen in die Höhle der Löwen (Fernsehsendung) eingeladen zu werden. Die Großhändler sprechen wir direkt an, mittels Cold Calls und dem Angebot von Produkttests.	Überlegt Euch nochmal genau, mit welcher Werbemaßnahme, ihr welche Zielgruppe ansprechen könnt. Und noch ein Gedanke: Auch wenn sicher die Erwachsenen die Kaufentscheidung treffen, sprechen die Kinder häufig ein Wörtchen mit. Wollt ihr die auch irgendwie gezielt ansprechen? Vielleicht direkt im Laden durch die Art der Verpackung?
So können unsere Zielgruppen an unser Angebot gelangen und darum passen diese Vertriebswege zu unseren Zielgruppen:	Der Vertrieb erfolgt über den direkten Kontakt zu den Großhändlern.	

Finanzierung

Das sind die wichtigsten Investitionen und Ausgaben zum Start unseres Unternehmens .	1. Aufbau eines Produktionsstandorts, 2. Fertigungsentwicklung der Zahnpasta.	Finanzierung: 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? 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 dazu ein paar mehr konkrete Angaben machen. Oben sprecht ihr noch von Werbetaams. Hier ist es jetzt eine Werbefachfrau. Bitte darauf achten, dass die Angaben in den einzelnen Feldern sich nicht widersprechen. Nennt bitte auch unbedingt Grundlagen, auf denen ihr eure Schätzung vorgenommen habt. Das fehlt bei den Einnahmen leider komplett.
Stellt Euch vor, ihr könntet die Hälfte aller Startinvestitionen (Feld 19) durch Eigenkapital finanzieren, wie würdet ihr versuchen den Rest zu finanzieren?	Kreditaufnahme.	
Warum würdet ihr euch für diese(n) Finanzierungsweg(e) entscheiden?	Wir würden einen Bankkredit aufnehmen wollen. Wir benötigen zu Beginn ziemlich viel Geld. Das können wir am einfachsten von einer Bank erhalten. Als Sicherheit können wir unseren Produktionsstandort anbieten.	
Im dritten Geschäftsjahr sind diese Punkte voraussichtlich unseren größten Kostenfaktoren:	1. Mietkosten für die Produktionshalle, 2. Nebenkosten (Strom), 3. Inhaltsstoffe, 4. Personalkosten (5 Produktionsmitarbeiter:innen, eine Werbefachfrau, einen Vertriebsmitarbeiter), 5. Werbekosten für das Influencermarketing.	
Im dritten Geschäftsjahr rechnen wir mit folgenden Einnahmen:	Wir rechnen mit dem Verkauf von 1 Mio. Zahnpastatuben à 3 € (Ladenpreis). Wir selbst verkaufen die Zahnpasta für 2 € pro Stück an die Handelsketten. Wir rechnen also mit einem Umsatz von 2 Mio € pro Jahr.	
Darum haben wir uns für diese Preise entschieden:	Mit diesem Preis liegen wir über dem Preis einer klassischen Zahnpasta, insbesondere einer von einer Discounter-Eigenmarke. Unsere Zahnpasta bietet aber einen Mehrwert. Und wir denken, die Zielgruppen, die wir ansprechen wollen sind bereit dafür zu bezahlen.	

Die Zukunft im Blick

<p>Das können wir mit unserem Start-up (im Unternehmen und mit unserem Angebot) tun, um mehr ökologische Nachhaltigkeit zu fördern:</p>	<p>Mittelfristig wollen wir versuchen, die Zahnpasta mit entsprechenden Inhaltsstoffen zu entwickeln, sodass eine Zertifizierung als Naturkosmetik möglich wird. Aktuell versuchen wir vor allem stromsparend zu arbeiten und möglichst plastiksparende, recyclingfähige Verpackung zu verwenden.</p>	<p>Die Zertifizierung klingt gut, auch in Sachen ökonomische Nachhaltigkeit. Die restlichen Angaben bleiben leider ein wenig vage: Wie wollt ihr denn stromsparend arbeiten? Welche Art der Verpackung ist plastiksparend und recyclingfähig?</p>
<p>In diese Richtung wollen wir unser Angebot und Unternehmen weiterentwickeln:</p>	<p>Um uns langfristig am Markt zu etablieren, wollen wir Kooperationen mit bekannten Kinderhelden (Die Maus) eingehen um die Verpackung immer attraktiv zu halten, denn die ist bei solchen Produkten häufig kaufentscheidend. Zusätzlich wollen wir auch in den Erwachsenenmarkt vorstoßen, denn die effektive Bekämpfung von Zahnbelägen erweist sich als wichtig bei der Vorbeugung von Herzinfarkten. Darüber hinaus soll der gesamte europäische, nordamerikanische und ostasiatische Markt angegangen werden.</p>	<p>Spannend: Kooperation mit bekannten Kinderhelden, gerne schon bei den Werbemaßnahmen anbringen. Man merkt, ihr habt einen Plan, wie sich das ganze weiterentwickeln kann und dass viele Leute von eurem Angebot profitieren könnten. Hinsichtlich des Einstiegs in den Markt für Erwachsene: Müsstet ihr da zusätzlich in die Neuentwicklung der Rezeptur investieren? Wie sähe da euer USP aus?</p>
<p>Wenn sich unser Angebot am Markt durchsetzt, erhoffen wir uns folgende Wirkung auf die Gesellschaft (Vision):</p>	<p>Sollte sich unser Angebot durchsetzen, werden Zahnfärbetabletten mittelfristig überflüssig. Bei den Kindern hoffen wir zu erreichen, dass in der Breite mehr Zahngesundheit gefördert werden kann.</p>	

Schlusskommentar

Super Idee! Die Eltern unter den Jurymitgliedern sind begeistert und können sich vorstellen, dass ihre Kinder mit eurem Angebot endlich Spaß am Zähne putzen finden und den Sinn darin erkennen. Wirklich toll, wir würden uns freuen, wenn es das Produkt bald am Markt gäbe. Ein paar Fragen bleiben bei dem Plan leider offen, insbesondere auch zu den Hintergründen, in Sachen Inhaltsstoffe und Funktionsweisen. Da seid ihr sehr an der Oberfläche geblieben. Plus: keinerlei Quellenangaben. Das macht euren ganzen Businessplan leider schwächer, weil ihr eure Aussagen nicht belegen könnt. Wirklich schade! Nehmt euch die Jurykommentare vor und werdet bei der Überarbeitung noch deutlich konkreter. Dann sind wir überzeugt, dass ihr einen soliden Businessplan vorlegen könnt!