

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.

Feld	Abschnitt	Name	Angaben des Teams	Anmerkungen der Jury
Die Namen				
1	1		Click-Chick - Spot it, got it!	Lustig, reimt sich. Das Englische bietet einfache Möglichkeiten aus dem deutschen Markt heraus zu expandieren.
Die Idee				
2	2	Unser Angebot	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. Die App wird über Affiliate Links in eingeblendeten Werbeanzeigen finanziert. Zusätzlich kann der Garten, in dem sich der Stall befindet, über In-App-Käufe mit speziellen Dingen verschönert werden. Offline Modus vorhanden.	Was ist das tatsächliche Spielziel? Gibt es Levels? Gibt es Punkte? Gibt es einen Multiplayer-Modus oder eine Online-Bestenliste? Wie kann man sich das Spiel optisch vorstellen?

3	2	So funktioniert das Angebot	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.	Wo wird die Werbung eingeblendet? Muss man die Werbung anschauen, um weiterspielen zu können? Worüber laufen die In-App-Käufe?
4	2	Zentrale Partner und Ressourcen	Für die Android-App brauchen wir ein Google-Konto und ein damit verknüpftes Google-Play Entwickler-Konto und eine Kreditkarte. Für die Entwicklung der iOS-App müssen wir am Apple Developer Program teilnehmen, brauchen das Hilfsmittel iTunes Connect, eine Kreditkarte, eine D-U-N-S-Nummer. Anmeldung als Publisher bei Google AdSense.	Braucht ihr etwas Externes um die Bezahlung der In-App-Käufe abzuwickeln? Werden alle Inhalte selbst erstellt?
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?	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.	Wie viele Kinder zwischen 6 und 14 Jahren besitzen ein Smartphone? Haben die alle die Berechtigung für In-App-Käufe? Gibt es da vielleicht auch rechtliche Hürden? Können wirklich alle Kinder von der ersten bis zur achten Klasse mit demselben Spiel angesprochen werden oder gibt es da unterschiedliche Wünsche an Spiele? - Alle Angaben hier sind zu weit gefasst und zu unkonkret.
7	3	Welche Bedürfnisse haben die benannten Zielgruppen?	1. Kinder: Spielen, abwechslungsreiches, spannendes, nicht zu komplexes Spiel. 2. Eltern: pädagogisch wertvolle Spiele, ohne allzu viel Gewalt, mit denen man die Kinder guten Gewissens beschäftigen kann. 3. Erwachsene Spieler: Ablenkung, Kopf befreien, Spaß. 4. Werbetreibende Unternehmen: Zugang zu potentieller Kundschaft.	Insbesondere bei den Werbetreibenden solltet ihr euch hier genauere Gedanken machen: Wann ist ein Spiel eine gute Werbeplattform? Wenn die wahrscheinlichen Käufer ihres Angebots dort präsent sind. Und das möglichst in großer Zahl. Hier sieht man, da ihr bei der Benennung der Zielgruppen oben sehr unkonkret geblieben seid, ist es schwierig, hier ganz konkrete Bedürfnisse herauszuarbeiten. Was aber wichtig wäre, um euer Angebot darauf abzustimmen. Kann ja auch sein, das Bedürfnis der Werbetreibenden ist es so einfach wie möglich Werbung zu schalten, und dabei könnte die Einbindung von einem Anbieter wie Google AdSense helfen. Euer Angebot erfüllt im Idealfall alle Bedürfnisse der Zielgruppen. Wenn das der Fall ist, ist euer Erfolg fast vorprogrammiert. Werdet dazu so konkret wie möglich, insbesondere bei den Zielgruppen, ihren Bedürfnissen und der darauf aufbauenden Ausgestaltung eures Angebots.
8	3	Quellenangaben: Die Zielgruppen	-	Schon wieder keine Quellenangaben. Schade! Ihr habt doch recherchiert! Wo habt ihr die Zahlen zur Anzahl von Kindern und Eltern in Deutschland denn gefunden?

Der Markt				
9	4	Marktpotentiale	Der Gamingmarkt wächst weiterhin. Spiele, die eine heile Welt porträtieren und Verantwortung für virtuelle Lebewesen fordern, sind in der Vergangenheit sehr erfolgreich gewesen. Auf Grund des wachsenden Interesses und Bedürfnisses nach mehr Nachhaltigkeit in einer von immer mehr Krisen geprägten Welt ist damit zu rechnen, dass Spiele wie dieses, die eine heile Welt simulieren, weiter an Zuspruch gewinnen.	Benennt hier ruhig konkrete Zahlen. Unseren Recherchen zur Folge, beträgt das Gesamtvolumen des weltweiten Spielemarkts 222 Mrd. Dollar. Und wächst weiter. (https://beta.gamesmarkt.de/details/471804 , Abruf 12.08.2022). Das könnt ihr hier ruhig schon benennen. Auch wenn Quellen an anderer Stelle gefragt sind.
10	4	Konkurrenz benennen	Dorfleben, Fairy farm, Candy Crush, Township, Subway Surfer, uvm	Die Anzahl der Konkurrent:innen ist hier natürlich gefühlt unendlich. Aber gut, ein paar konkrete Beispiele sind genannt. - Was hier aber leider fehlt ist die Benennung der Konkurrenz im Hinblick auf die weiteren Zielgruppen, insbesondere Werbetreibende.
11	4	Stärken und Schwächen der Konkurrenz	Vorteil: Schon bekannt, große Community; Schwächen: Kein Fokus auf Nachhaltigkeit. Schon lange am Markt: Spiel wird irgendwann langweilig.	Leider eine sehr allgemeine Betrachtung. Hier wäre es gut, wenn ihr die im Abschnitt zuvor genannten Spiele in ihren Stärken und Schwächen genauer betrachtet. - Konkurrenzanalyse in Sachen Click-Chick als Werbeplattform fehlt, siehe Kommentar zu Feld 10.
12	4	USP – Das Alleinstellungsmerkmal	Der unterschwellige Fokus auf Nachhaltigkeit ist sonst nirgends zu finden. Offline-Modus im Vergleich zu vielen anderen Konkurrenten ein Alleinstellungsmerkmal.	Seid ihr sicher, dass es sonst keine Spiele mit nachhaltigen Aspekten gibt? Schaut mal hier: https://utopia.de/ratgeber/computerspiele-mit-umweltthemen/ - Einen USP mit Blick auf Click-Chick als Werbeplattform benennt ihr nicht. Schaut euch dazu unbedingt nochmal die Kommentare zu den Feldern 10 und 11 an.
13	4	Wirkung	Die Spielenden sollen sich über die Lebensrealität von Nutztieren Gedanken machen und erkennen hoffentlich, dass Nutztiere häufig unter höllischen Bedingungen ihr Leben fristen. Der Spielemarkt ist zyklisch. Andere Spiele werden unpopulär.	Der erste Satz beschreibt schön die Wirkung. Zu den beiden letzteren würden wir uns ein paar mehr Ausführungen wünschen.
14	4	Quellenangaben: Die Konkurrenz	-	Verschenkt doch nicht so viele Punkte! Keine Angaben.
Die Kundenbeziehungen				
15	5	Werbemaßnahmen	Werbung in den App-Stores direkt. Werbung im Fernsehen (Toggo). Werbung in U-Bahnen in urbanen Zentren, um Influencer zu gewinnen und die Erwachsenen dort abzuholen, wo sie Langeweile empfinden und Abwechslung suchen: Im ÖPNV.	Welche Zielgruppe wird wie adressiert? Grundsätzlich natürlich erkennbar, aber benennt das genauer. Und: Wie wird die Zielgruppe Werbetreibende angesprochen?
16	5	Vertriebsmaßnahmen	Der Vertrieb erfolgt über den App-Store bzw. Playstore. Der Vertrieb der Affiliate Werbeanzeigen erfolgt über Google AdSense.	Gut verständlich, passend zu den Zielgruppen.
Die Finanzierung				
17	6	Ausgaben durch einmalige Investitionen zum Start des Unternehmens	Entwicklung der App, Software, Grafik, Erste Werbekampagne, Server.	Gut, dass ihr wichtige Kostenpunkte benennt, leider fehlen Größenangaben. Wie teuer wird denn die Entwicklung? Was kostet die erste Werbekampagne? etc.
18	6	Quellenangaben Startinvestitionen	-	Leider keine Angaben.

19	6	Finanzierung der Startinvestitionen	Bootstrapping, weil sicherste Möglichkeit, keine Schulden anhäufen.	Verständlich. Gerne nicht nur Stichpunkte.
20	6	Laufende Ausgaben im Geschäftsbetrieb	Bsp: Softwareentwicklung (Bugfixes und Weiterentwicklung); Gehälter Gründungsteam, Werbemaßnahmen; Server, uvm	Auch hier wieder fehlen konkrete Zahlen!
21	6	Quellenangaben: Laufende Kosten	-	Leider keine Angaben.
22	6	Einnahmen und Umsatz	1. Pay per Click: Bezahlung durch die Werbetreibenden pro Klick auf die Anzeige durch die Spieler:innen. 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).	Nennt bitte auch unbedingt Grundlagen, auf denen ihr eure Schätzung vorgenommen habt? Sind das übliche Quoten? Wird wirklich so häufig auf Werbeanzeigen geklickt?
Die unternehmerische Verantwortung				
23	7	Ökologische Nachhaltigkeit	Möglichst datensparsame App, denn das führt zu einem geringeren Stromverbrauch, auch der Offline-Modus trägt dazu bei. 1 % des Gewinns wird Tierschutzorganisationen gespendet, die sich für bessere Haltung von Nutztieren einsetzen.	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 aber auch mit der Einbindung von Affiliate Links kompatibel? Oder können Affiliate Links im Offline-Modus nicht geklickt werden?
24	7	Ökonomische Nachhaltigkeit	Immer neue Add-ons, neue Varianten mit anderen Tieren, Film über die Protagonisten produzieren.	Grundsätzlich gute Gedanken. Leider nur Stichpunkte. Der Film klingt jedenfalls interessant. Gerne hätten wir mehr erfahren.
25	7	Soziale Nachhaltigkeit	Bezahlung der Angestellten angegliedert an den TvöD. Überführung des Unternehmens in Verantwortungseigentum. Patenschaft für Kindergarten in der Nähe, denen ein kleiner realer Hühnerstall gespendet wird.	Wieder tolle Ansätze, gerne ausformulieren!
26	7	Die Vision	Spiele, die Spaß machen, eine bessere Welt zeigen und dazu motivieren, sich auch in Realität dafür einzusetzen.	Schön, Spaß kombiniert mit Sensibilisierung für den Einsatz für eine nachhaltigere Welt. Ein erstrebenswerte Vision!

Schlusskommentar:

Eine spannende Idee! Der Spielmarkt wächst und wächst und wir ihr selber sagt, ein Markt mit viel Bewegung. 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 aber 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 nochmal genau überdenkt, dann kann das ein super Businessplan werden!