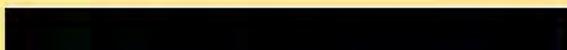


Businessplan



Planungszeitraum Januar 2017 bis Dezember 2019

Konstantin Bork



Adrian Defèr



INHALTSVERZEICHNIS

1. Zusammenfassung	3
2. Geschäftsidee	5
2.1 Das Produkt	5
2.2 Kundenbedarf und –nutzen	6
2.3 Markt und Wettbewerb	8
2.4 Marketing	9
2.5 Entwicklungsstand	10
3. Kunden	11
3.1 Zielgruppe	11
3.2 Kundenbindung	11
4. Unternehmen	13
4.1 Gründer	13
4.2 Mitarbeiter	14
4.3 Standort	15
4.4 Rechtsform	16
5. Finanzen	17
5.1 Umsatz	17
5.2 Kosten	18
5.3 Privatentnahme	18
5.4 Kapitalbedarf und Finanzierung	18
6. Anhang	19

1. ZUSAMMENFASSUNG

Mehr als 40 % aller Ehen in Deutschland werden geschieden. In der Hälfte der Scheidungen sind minderjährige Kinder mit involviert. Die Hauptgründe, die von den geschiedenen Personen genannt werden, sind Zeitmangel für sich und ihren Partner.

Um dieses Problem zu lösen, planen wir die Entwicklung einer Smartphone-App für iOS und Android, welche es Familien ermöglicht ihre Freizeit besser zu nutzen. Unsere App soll dazu beitragen, dass kostbare Zeit gespart wird und die Eltern dazu motiviert werden, diese freie Zeit miteinander oder mit ihren Kindern zu verbringen.

Unsere Applikation ist zugeschnitten auf Eltern, die im Schichtdienst arbeiten und minderjährige Kinder, eher noch Kinder im nicht schulpflichtigen Alter, haben. Der Family Planner soll den Eltern die Aufgabe abnehmen die Dienstpläne auf Konstellationen zu überprüfen, bei denen die Betreuung der Kinder nicht gewährleistet ist. Die Kalender sowie die Dienstpläne der beiden Eltern werden dazu synchronisiert und die Eltern werden bei Bedarf umgehend per Notification und/oder Mail benachrichtigt. Nun haben sie noch genug Zeit, um Dienste zu tauschen oder eine Betreuung zu organisieren. Außerdem soll es den Eltern einfacher machen freie Zeit ausfindig zu machen und zu verplanen. Dazu kann freie Zeit einfach berechnet und angezeigt werden. Dabei wird Zeit, die gemeinsam genutzt werden kann, besonders markiert. Außerdem lassen sich ganz einfach Doodles mit den von der App berechneten freien Zeiten erstellen.

Gründerteam

Adrian Defèr, 29, ist Entwickler und Teil der Zielgruppe. Er kennt die Probleme aus eigener Hand und kann anhand dessen schnell neue Anforderungen an die App definieren.

Konstantin Bork, 23, ist auch Entwickler der App. Er hat aufgrund seines Nebenjob Erfahrung in der professionellen Softwareentwicklung. Außerdem hat er bereits durch die zweifache Teilnahme am Funpreneur-Wettbewerb der FU Berlin Erfahrung in der Unternehmensgründung gesammelt.

Konkurrenz

Es gibt verschiedene Apps, die einzelne Eigenschaften unserer App bieten. Allerdings sind diese auf ein (semi-)professionellen Umfeld ausgelegt. Sie bieten keine übersichtliche Benutzerschnittstelle für den Nutzer und haben nicht alle Features, die man sich innerhalb einer Familie wünscht.

Unique Selling Point

Der Family Planner bietet Familienkalender, Schichtkalender und einfache Doodle-Anbindung in einem. Durch Kundenfeedback und unseren transparenten Entwicklungsprozess werden wir unsere App konstant an die Anforderungen unserer Benutzer anpassen und ihnen zu jedem Zeitpunkt eine gute Erfahrung bieten.

2. GESCHÄFTSIDEEN

2.1 DAS PRODUKT

Der Family Planner ist eine Smartphone-App, die es Familien ermöglicht ihre Freizeit besser zu nutzen.

Dienstpläne synchronisieren und überwachen

Die individuellen Dienstzeiten eines Elternteils können in der App hinterlegt werden, sowie die Zeiten, in denen die Kinder in der KITA oder der Schule sind, bzw. sein können. Zusätzlich lassen sich auch weitere Metadaten, wie Wegezeiten zur Arbeit und nach Hause oder benötigte Ruhezeiten, wie bspw. das Schlafen am Tage nach dem Nachtdienst, erfassen. Ebenfalls lassen sich die Schließzeiten der KITA eintragen - Schulferien werden automatisch, je nach Wohnort des Nutzers, importiert. Mit diesen Daten lassen sich Dienstpläne erstellen, die das Überwachen von Überschneidungen ermöglichen. Dabei werden die erstellten Dienstpläne der Elternteile, sowie deren Kalender, synchronisiert und der gesamte Plan, samt aller Metadaten und kinderbezogenen Daten, auf "verbotene Muster" geprüft. Treten Überschneidungen auf, also Konstellationen, bei denen Kinder nicht betreut werden können, werden die Elternteile gewarnt - optisch auf dem gemeinsamen Dienstplan, sowie bei Bedarf per Notification oder Mail.

Freie Zeit einfacher finden

Ferner soll freie Zeit hervorgehoben werden, die für persönliche Freizeitaktivitäten oder für Zweisamkeit genutzt werden kann. Wenn beide Eltern beispielsweise nachmittags frei haben, könnte sich einer von beiden etwas vornehmen. Vormittags, wenn die Kinder in der KITA/Schule sind, könnten beide etwas zusammen unternehmen. Dabei werden die beiden Freizeitformen unterschiedlich markiert.

Freie Zeit einfacher verplanen

Soll freie Zeit verplant werden, hat man die Wahl zwischen einem normalen Kalendereintrag und einem Doodle - ob man selbst etwas mit Freunden unternimmt oder als Paar etwas mit Freunden unternehmen möchte. Und möchte man generell etwas mit Freunden unternehmen und muss erstmal einen Termin finden, so kann man dies mit einem Knopfdruck anstoßen. Aus der App heraus wird ein Doodle erstellt, wobei alle Terminvorschläge der errechneten freien Zeit entsprechen. Jetzt müssen nur noch die Freunde ausgewählt werden.

Betreuung der Kinder planen

Zusätzlich zu den regelmäßigen Betreuungszeiten durch KITA/Schule lassen sich Zeiten eintragen, in denen die Kinder anderweitig betreut werden, beispielsweise von den Großeltern. Diese Zeit wird dann ebenfalls als freie Zeit für beide Eltern angezeigt.

2.2 KUNDENBEDARF UND –NUTZEN

In Deutschland lag die Scheidungsquote 2014 bei 43,06%¹. Es gab in diesem Jahr 166.199 Ehescheidungen², rund die Hälfte davon (84.042) mit minderjährigen Kindern³. Schätzungen des Statistischen Bundesamtes zufolge werden von den 2012 geschlossenen Ehen 37% im Laufe von 25 Jahren wieder geschieden. Mehr als ein Drittel aller Ehen scheitern also.

¹ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/76211/umfrage/scheidungsquote-von-1960-bis-2008/>

² <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/228/umfrage/anzahl-der-ehescheidungen-seit-1990/>

³ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/484848/umfrage/ehescheidungen-mit-minderjaehrigen-kindern-in-deutschland/>

Die Partnervermittlung ElitePartner hat sich gefragt, warum so viele Beziehungen in die Brüche gehen und ließ 10.000 in Partnerschaft lebende Menschen, durch das Marktforschungsinstitut Fittkau & Maaß, dazu befragen, worin sie die größten Herausforderungen für ihre Beziehung sehen⁴.

Dabei landeten "Wenig Zeit füreinander" auf Platz 1 (57%) und "Durch Kinder wenig Zeit zu zweit" auf Platz 7 (35%) der 10 größten Herausforderungen in einer Beziehung.

Da man nicht weiß, wie viele dieser Personen in einer Beziehung mit Kindern lebten, man jedoch davon ausgehen kann, dass dies nicht auf alle zutraf, wird der Anteil von "Durch Kinder wenig Zeit zu zweit" als Antwort auf die Frage, worin sie die größten Herausforderungen für ihre Beziehung sehen, für den Durchschnitt an Paaren mit Kindern bei weitaus mehr als 35% liegen.

Die Herausforderung Kinder zu erziehen und das Familienleben bzw. die Zeit miteinander zu managen und dabei als Paar glücklich zu bleiben ist also hoch. Und für Eltern im Schichtdienst noch viel höher.

Lösung:

Und genau hier setzen wir an. Wir wollen den Kunden eine einzige Applikation in die Hände geben, die es ihnen ermöglicht mehr Zeit mit ihrem Partner zu verbringen und wenn nötig auch Zeit für sich selbst zu verplanen.

Durch unsere App können die Eltern entspannter durch den Tag gehen, da unsere App einen Großteil des Managements übernimmt und sie sich dadurch weniger gestresst fühlen. Sie werden nicht länger mit einem "Habe ich vielleicht doch noch etwas Wichtiges vergessen?"- oder "Hatten wir jetzt eigentlich schon einen Babysitter für nächsten Samstag"-Gefühl herumrennen müssen.

⁴ <https://www.elitepartner.de/magazin/die-groessten-beziehungskiller-daran-scheitern-partnerschaften-heute.html>

Durch optische Hervorhebung von potenzieller Freizeit oder Zeit als Paar ist es den Partnern einfacher und schneller möglich freie Zeit ausfindig zu machen und zu verplanen, wobei keine Gefahr besteht, dass beide Partner sich einen Termin für den gleichen Zeitraum eintragen, wenn die Kinder dort unbetreut wären.

2.3 MARKT UND WETTBEWERB

Konkurrenz

Als Konkurrenz anzusehen wären da natürlich diverse Kalender- und Dienstplan-Apps. Beispielsweise die App "ShiftCalender", die es erlaubt Dienstpläne zu erstellen jedoch nur darauf beschränkt ist, oder die App "MyDuty", die viele Funktionen bietet, dafür aber überladen wirkt und trotzdem nicht die auf Eltern im Schichtdienst zugeschnittenen Funktionen vorweisen kann. Den meisten Kalendern fehlt es generell an einer einfachen Art (unregelmäßige) Schichtpläne zu erstellen. Doodle sehen wir nicht als Konkurrenz, sondern nutzen es sinnvoll, um die Möglichkeiten unseres Produkts zu erweitern.

Unique Selling Point

Der Family Planner bietet Familienkalender, Schichtkalender und einfache Doodle-Anbindung in einer App. Es gibt keinen Grund mehr zwischen den anderen Apps hin- und herzuwechseln. Zusätzlich bieten wir exklusiv das automatische Überwachen der Dienstpläne. Wir nehmen unsere Kunden sehr ernst, was sich in offener Kommunikation und gezielter Verarbeitung von Kundenfeedback in nutzerorientierte Updates widerspiegelt.

Marktanalyse

2015 gab es in Deutschland rund 8 Millionen Familien mit mindestens einem Kind unter 18 Jahren (1). 68% aller Mütter von Kindern unter 15 Jahren in Deutschland sind berufstätig (2). Überträgt man diese 68% auf die 8 Millionen Familien - in der heutigen Gesellschaft kann man davon ausgehen, dass der Vater ebenfalls berufstätig ist - sprechen wir von insgesamt 5,44 Millionen Familien mit Kindern unter 15 Jahren, in denen beide Elternteile arbeiten. Wendet man den Prozentsatz der Erwerbstätigen in Deutschland, welche Schichtdienst leisten, 17,4% in 2015 (3) - sagen wir 16% - auf diese 10,88 Millionen Elternteile an, so haben wir ca. 1,7 Millionen potenzielle Nutzer in Deutschland. Unsere App lässt sich jedoch auch ohne Weiteres in Österreich und der Schweiz vertreiben. Über diese beiden Länder lassen sich schwer vergleichbare Zahlen finden. Wenden wir jedoch die gleichen Zahlen, wie bei Deutschland an, so ergibt sich folgendes: Die Gesamteinwohnerzahl beträgt 16,5 Millionen (A: 8,5Mio., CH: 8Mio.). 10% dieser Zahl ergibt die Anzahl der Familien mit mindestens einem Kind unter 18 Jahren (Deutschland: 8 Mio. Familien auf 80 Mio. EW), also 1,65 Millionen. In der Schweiz (4) und in Österreich (5) sind gar 80% der Mütter von Kindern unter 15 Jahren erwerbstätig. Wir rechnen also mit 1,32 Millionen Familien, ergo 2,64 Millionen Elternteilen. 16% von 2,64 Millionen ergeben 422.400 potenzielle Nutzer in Österreich und der Schweiz. In der DACH-Region warten also insgesamt über 2,1 Millionen potenzielle Nutzer auf uns.

2.4 MARKETING

Produktpolitik

Wir wollen unsere App zuerst für unsere später näher definierte Zielgruppe anbieten, nämlich Eltern im Schichtdienst. Allerdings wollen wir für verschiedene Zielgruppen angepasste Apps veröffentlichen, die die speziellen Bedürfnisse der Zielgruppen erfüllen sollen.

Preispolitik

Unsere App wird in vollem Umfang kostenlos angeboten. Umsatz wollen wir durch die Einbindung von Werbung erzielen. Wir halten uns aber die Option offen, eine auf Abonnements basierende Version zu veröffentlichen, die komplett auf Werbung verzichtet und zusätzliche Funktionen bietet.

Kommunikationspolitik

Unsere App wollen wir hauptsächlich über Social-Media-Kanäle bewerben. Hierfür werden wir besonders am Anfang auf Facebook und Twitter für unsere App werben und auf beiden Plattformen Profile erstellen. Um nicht komplett von diesen Plattformen abhängig zu sein, erstellen wir eine eigene Website, auf der wir für unsere App werben. Die Seite wollen wir möglichst gut für Suchmaschinen optimieren.

Vertriebspolitik

Der Vertrieb unserer App erfolgt zunächst ausschließlich über den Google Play Store und den Apple App Store. Mittelfristig stellen wir uns vor, den Vertrieb auf den Amazon Store auszuweiten und unsere App für Android als Download auf unserer Website anzubieten.

2.5 ENTWICKLUNGSSTAND

Bisher ist die App-Idee formuliert worden und wir haben die Anforderungen komplett erhoben und analysiert. Als nächsten Schritt haben wir die Architekturplanung für unsere App und die Infrastruktur für den Betrieb vorgesehen. Die Entwicklung des Designs für die App und die Corporate Identity wollen wir auslagern. Auf Grundlage des Designs wollen wir einen Prototyp erstellen und damit erstes Nutzerfeedback sammeln, mit dem wir die App bis zur endgültigen Veröffentlichung verbessern wollen.

3. KUNDEN

3.1 ZIELGRUPPE

Unsere Hauptzielgruppe sind Eltern, zwischen 20 und 40 Jahre, welche im Schichtdienst arbeiten, Kinder unter 18 Jahren haben und Smartphones besitzen.

Immer mehr Menschen haben Zugang zum Internet und Smartphones werden immer günstiger. 2016 nutzten 95% der 14- bis 29-Jährigen und 93% der 30- bis 49-Jährigen ein Smartphone. Auch abgesehen von diesen Zahlen ist davon auszugehen, dass Menschen aus unserer Zielgruppe fast immer ein Smartphone besitzen, da dieses heutzutage in Bezug auf Familienorganisation und -kommunikation fast unabdingbar ist.

Für Personen unserer Zielgruppe ist Zeit ein äußerst kostbares Gut. Und für dieses sind sie auch bereit einen gewissen Preis zu zahlen.

3.2 KUNDENBINDUNG

Wir werden, ganz speziell am Anfang, viel Kundenfeedback über die App selbst einholen. Dies wird uns, neben den Kommentaren in den jeweiligen App Stores, dabei helfen die Nutzererfahrung zu verbessern. Auf negative Kommentare werden wir konstruktiv antworten und Verbesserungen, an denen wir arbeiten, offen an die Nutzer kommunizieren. Wenn die App final ist, können wir uns vorstellen die meist gewünschten Features seitens der Nutzer nach und nach zu implementieren.

Die offene Kommunikation und das Eingehen auf Kundenwünsche wird, zusammen mit dem kostenlosen Vertrieb unserer App, für eine hohe Kundentreue sorgen.

Unsere Produktpolitik sieht außerdem vor nachfolgend noch weitere Apps zu entwickeln, die jeweils auf andere Zielgruppen zugeschnitten sind. Dies wird auch in Zukunft für neue Kunden sorgen, wobei wir hoffen, dass Bestandskunden neue Apps an Bekannte herantragen, die der Zielgruppe entsprechen.

4. UNTERNEHMEN

4.1 GRÜNDER

Gründerteam:

Adrian Defèr, 29

- Teil der Zielgruppe
- studiert Informatik im Bachelor an der FU Berlin
- hat eine große Datenbank und eine Onlineanwendung zur Verwaltung dieser Datenbank mitentwickelt
- hat viel Erfahrung in der Entwicklung von grafischen Oberflächen gesammelt

Konstantin Bork, 23

- hat das Bachelor-Studium in Informatik abgeschlossen
- studiert Informatik im zweiten Master-Semester an der FU Berlin
- arbeitet seit über zwei Jahren in der IT-Industrie
- hat Erfahrungen bei der App-Entwicklung für Android
- hat zweimal am Funpreneur-Wettbewerb der FU Berlin teilgenommen

Motivation und Gründungsgeschichte:

Als Vater, der einen Nebenjob im Schichtdienst hat und dessen Partnerin ebenfalls im Schichtdienst arbeitet, fällt es manchmal schwer, all das mit dem noch andauernden Vollzeitstudium in Einklang zu bringen. Es dreht sich viel darum, wer wann Dienst hat und wer wann, außerhalb der KITA-Zeiten, auf unseren Sohn aufpassen kann, wenn der jeweils andere arbeitet oder gar etwas außerhalb der Familie unternehmen möchte. Unsere Arbeitgeber können unsere Dienstplanwünsche nicht zu 100% berücksichtigen und manchmal ist der Plan des einen früher geschrieben, mal der des anderen. So fällt es schwer

zu jeder Zeit im Bilde zu sein, ob es in den nächsten Wochen oder Monaten Konstellationen gibt, bei denen die Betreuung unseres Kindes nicht sichergestellt ist. Für uns ist das der wichtigste Aspekt, von anderen Terminen und Verabredungen mal ganz abgesehen. All die organisatorischen Probleme fallen einem natürlich spätestens dann auf, wenn alle Daten zusammengetragen auf dem Familienkalender niedergeschrieben wurden. Doch wenn dies so weit ist, ist es manchmal schon zu knapp, um eine Betreuung zu organisieren oder zu versuchen auf der Arbeit Dienste zu tauschen.

Aus diesen Gründen habe ich schon länger nach einer technologischen Lösung für dieses Problem gesucht, die einen automatisch benachrichtigt, wenn es Probleme bei der Kindesbetreuung gibt, und es ermöglicht auf einen Blick zu sehen, wann man freie Zeit für sich und vor allem gemeinsame Freizeit mit seinem Partner hat.

Da eine solche Applikation noch nicht existiert und ich der Meinung bin, dass außer uns noch viele andere Paare in dieser Situation stecken, habe ich mich dazu entschlossen eine solche Applikation selbst zu entwickeln. Und mit Konstantin Bork, einem langjährigen Übungspartner, habe ich einen passenden und überaus fähigen sowie motivierten Partner für dieses Vorhaben gefunden.

4.2 MITARBEITER

Benötigte Mitarbeiter

Zum Start unseres Unternehmens benötigen wir eine/n Controller/in. Diese Person möchten wir, wenn möglich, zu einem vollwertigen Gründungsmitglied machen, um sie fest an unser Unternehmen zu binden. Für die Entwicklung des Designs der App und des Unternehmens wollen wir einen externen Designer beauftragen. Die Entwicklung der Website wollen wir ebenfalls auslagern, damit wir uns komplett auf die Entwicklung der App konzentrieren können.

Ab der zweiten Hälfte unseres ersten Geschäftsjahres möchten wir einen weiteren Softwareentwickler einstellen, um die schnelle Weiterentwicklung der Anwendung mit Hilfe von gesammeltem Kundenfeedback sicherzustellen.

Ab dem zweiten Geschäftsjahr planen wir unsere Lücken zu schließen und die Effektivität unseres Vorhabens aufrecht zu erhalten und möglichst noch zu steigern. Hierfür wollen wir einen weiteren Softwareentwickler und eine Person für unsere Marketing-Aktivitäten einstellen.

4.3 STANDORT

Der Standort unseres Unternehmens wird Berlin sein. Neben persönlichen Gründen ist der Ruf Berlins in der Start-Up-Szene ausschlaggebend für uns, hier unser Unternehmen zu gründen. In unseren Augen ist die Nähe zu anderen Start-Ups in unserer Branche hilfreich, um ein Netzwerk aufzubauen, Partnerschaften zu schließen und Erfahrungen auszutauschen.

Im ersten Jahr werden wir hauptsächlich in Coworking Spaces und von zuhause aus arbeiten. Einerseits können wir uns dadurch den Aufwand eines eigenen Büros ersparen und in dieser Zeit unseren Fokus auf die Entwicklung unserer App legen. Andererseits bietet uns dies die Möglichkeit, unser Netzwerk aufzubauen und potenzielle Mitarbeiter kennenzulernen. Der genaue Standort spielt für uns in dieser Phase also eine untergeordnete Rolle.

Ab dem zweiten Jahr werden wir Büroräume anmieten, um unsere interne Kommunikation bei der wachsenden Anzahl an Mitarbeitern zu verbessern. Die Büroräume sollen zentral liegen, sehr gut an den öffentlichen Nahverkehr angebunden und für unsere Mitarbeiter somit schnell und einfach zu erreichen sein. Außerdem sollen sie darauf ausgelegt sein, dass wir mindestens zwei Jahre weitere Mitarbeiter einstellen können, ohne umziehen zu müssen.

4.4 RECHTSFORM

Als Rechtsform haben wir uns zunächst für die GbR entschieden. Für uns sprechen die einfache Gründung und der geringe Verwaltungsaufwand dafür, diese Rechtsform zumindest anfangs für unser Unternehmen zu wählen. Wenn unser Unternehmen eine gewisse Größe erreicht, wollen wir eine Kapitalgesellschaft gründen. Hierzu werden wir uns juristisch beraten lassen, wenn der Zeitpunkt gekommen ist.

5. FINANZEN

5.1 UMSATZ

Umsatz wollen wir hauptsächlich über Werbung generieren, die wir in unserer App anzeigen. Nach unserer Recherche können wir dabei mit etwa 6€ für jeden iOS- und 4€ pro Android-Nutzer rechnen⁵. Wir planen mittels Marketings über soziale Medien mit 500 Nutzern pro Plattform im ersten Monat nach Veröffentlichung unserer App, was uns 5.000€ einbringt. Am Ende des ersten Jahres erwarten wir für jede Plattform 2.000 aktive Nutzer. Dies soll einen Umsatz von 20.000€ Erlösen. Am Ende des dritten Jahres erwarten wir 15.000 Nutzer je Plattform. Diese Nutzerzahlen Erlösen einen Umsatz von 150.000€. Nachfolgend ist eine genaue Übersicht über unseren geplanten Umsatz.

	1. Jahr												2. Jahr				3. Jahr			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Umsatzerlöse (Σ)	0	0	0	0	0	0	5,0	10,0	15,0	17,0	18,0	20,0	30,0	40,0	50,0	60,0	80,0	105,0	125,0	150,0
Android	0	0	0	0	0	0	2,0	4,0	6,0	6,8	7,2	8,0	12,0	16,0	20,0	24,0	32,0	42,0	50,0	60,0
iOS	0	0	0	0	0	0	3,0	6,0	9,0	10,2	10,8	12,0	18,0	24,0	30,0	36,0	48,0	63,0	75,0	90,0

⁵ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/177351/umfrage/monatlicher-umsatz-pro-app-user-nach-kategorien/>

5.2 KOSTEN

Unsere Kosten entstehen hauptsächlich durch das Personal. Im ersten Jahr rechnen wir damit, dass wir nur in Teilzeit mit 20 Stunden pro Woche für unser Unternehmen arbeiten, u.a. um unsere Studien abzuschließen. Dadurch sparen wir pro Mitarbeiter die Hälfte an Gehaltskosten. Außerdem sparen wir uns durch die Arbeit in Coworking Spaces im ersten Jahr die Unterhaltskosten eines eigenen Büros. Ab dem zweiten Jahr steigen die Kosten einerseits dadurch, dass wir mehr Personen einstellen und in Vollzeit in unserem Unternehmen arbeiten, andererseits wollen wir ein eigenes Büro anmieten, was für uns Investitionskosten für die Einrichtung und Unterhaltskosten bedeutet. Ein genauer Überblick über unsere Kosten befindet sich im Anhang.

5.3 PRIVATENTNAHME

Alle Gründer erhalten 1.800€ pro Monat als Gehalt im ersten Jahr bei 20 Stunden Arbeit pro Woche. Mit Beginn des zweiten Jahres erhöht sich das Gehalt der Gründe aufgrund der Erhöhung der Arbeitszeit auf 40 Stunden pro Woche auf 3.600€ pro Monat. Die Privatentnahmen sind in der Finanzplanung als Teil der Personalgehälter ausgewiesen.

5.4 KAPITALBEDARF UND FINANZIERUNG

Um mit unserer Arbeit beginnen zu können, benötigen wir besonders für die Entwicklung der iOS-Version unserer App zwei aktuelle MacBook Pro für jeweils 2.000€. Außerdem benötigen wir am Anfang weitere 6.000€ für die Erstellung unserer Website und des Designs unserer App. Für den Bezug unseres Büros benötigen wir im zweiten Jahr weitere 10.000€ für Büromöbel. Um unsere geplanten Verluste im ersten Jahr ausgleichen zu können, benötigen wir weitere 25.000€. Der Kapitalbedarf soll zunächst durch private Ersparnisse gedeckt werden, außerdem wollen wir in den ersten sechs Monaten Gebrauch vom EXIST-Gründerstipendium machen.

6. ANHANG

Gewinn- und Verlustrechnung

Alle Beträge in T Euro und ohne MwSt

	1. Jahr												2. Jahr				3. Jahr			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Umsatzerlöse (Z)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	5,0	10,0	15,0	17,0	18,0	20,0	30,0	40,0	50,0	60,0	80,0	105,0	125,0	150,0
Android	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0	4,0	6,0	6,8	7,2	8,0	12,0	16,0	20,0	24,0	32,0	42,0	50,0	60,0
iOS	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,0	6,0	9,0	10,2	10,8	12,0	18,0	24,0	30,0	36,0	48,0	63,0	75,0	90,0
III	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mietnahmen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Lizenzgebühren	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Zinserträge	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Betriebsbeitrag	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	5,0	10,0	15,0	17,0	18,0	20,0	30,0	40,0	50,0	60,0	80,0	105,0	125,0	150,0
- Materialaufwand (Z)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vorprodukt 1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
- Personalaufwand (Z)	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5	8,7	8,7	8,7	8,7	8,7	8,7	82,8	82,8	82,8	82,8	82,8	82,8	82,8	82,8
Löhne Gehälter	5,4	5,4	5,4	5,4	5,4	5,4	7,2	7,2	7,2	7,2	7,2	7,2	64,8	64,8	64,8	64,8	64,8	64,8	64,8	64,8
Soziale Abgaben	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	18,0	18,0	18,0	18,0	18,0	18,0	18,0	18,0
freiwillige Leistungen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
- Abschreibungen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
- Zinsaufwand	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
- Sonstbetriebl.Aufwand (Z)	1,0	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	2,0	2,0	2,0	1,5	1,5	1,5	11,6	11,5	11,5	11,5	12,2	12,1	12,1	12,1
Mieten	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5
Strom, Gas, Wasser	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Versicherungen Beiträge	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Bürobedarf	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Telefon, Fax, Internet	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
Porto	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,6	0,6	0,6	0,6	1,2	1,2	1,2	1,2
Leasinggebühren	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Kraftfahrzeugkosten	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Werbung, Repräsentation	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	1,0	1,0	0,5	0,5	0,5	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0
Werbe- und Reisekosten	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Rechts- und Beratungskosten	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
Sonstiges	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
Betriebsaufwand	7,5	7,4	7,4	7,4	7,4	7,4	10,7	10,7	10,7	10,2	10,2	10,2	97,7	94,3	94,3	94,3	99,1	94,9	94,9	94,9
Betriebsergebnis	-7,5	-7,4	-7,4	-7,4	-7,4	-7,4	-5,7	-0,7	4,3	6,8	7,8	9,8	-67,7	-54,3	-44,3	##	-19,1	10,1	30,1	55,1
Offentl. Zuschüsse (Z)	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Investitionszulagen																				
EXIST Grundstipendium	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Steuern auf Erträge	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	1,9	2,9	3,2	3,4	3,8	5,7	7,6	9,5	11,4	15,2	20,0	23,8	28,5
Ausgewiesenes Ergebnis	-2,0	-1,9	-1,9	-1,9	-1,9	-1,9	-6,6	-2,6	1,5	3,6	4,4	6,0	-73,4	-61,9	-53,8	##	-34,3	-9,8	6,4	26,6

Investitions- und Abschreibungsplanung

Investitions- und Abschreibungsplanung	1. Jahr												2. Jahr				3. Jahr			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Macbook Pro	2,0																			
Abschreibung													0,7				0,7			
Macbook Pro	2,0																			
Abschreibung													0,7				0,7			
Webseite-Erstellung	2,0																			
Abschreibung													0,7				0,7			
Design	4,0																			
Abschreibung													1,3				1,3			
Büromöbel													10,0				0,8			
Abschreibung																				
Investition 6																				
Abschreibung																				
Investition 7																				
Abschreibung																				
Investition 8																				
Abschreibung																				
Investition 9																				
Abschreibung																				
Investition 10 etc.																				
Abschreibung																				
Investitionen insgesamt	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Abschreibungen insgesamt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,3	0,0	0,0	0,0	4,1	0,0	0,0	0,0

Alle Beträge in Euro und ohne MwSt