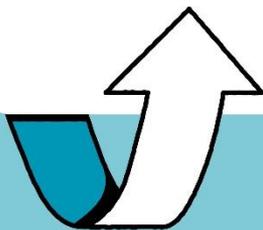


**GRÜNDUNGS- UND  
NACHFOLGETAGE**

**2024**

**Einfach Gründen.**



**6.11.  
UND  
7.11.**

**How to Businessplan**

Nicole Kus

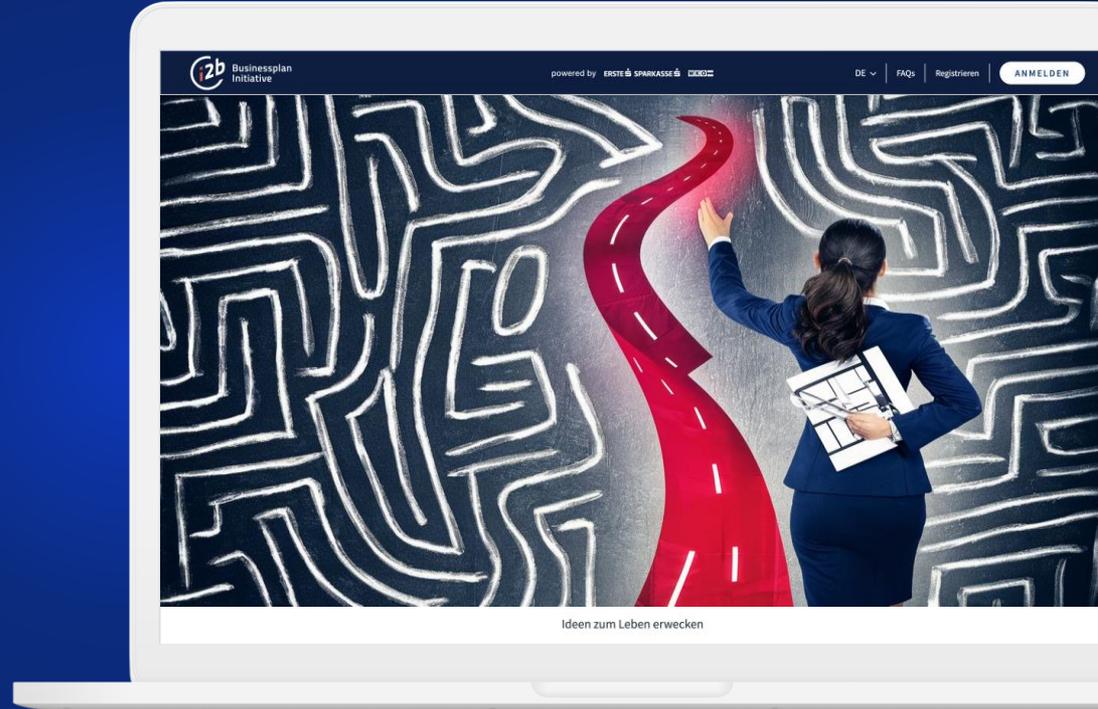
→ [gruenderservice.at](https://gruenderservice.at)

# Erfolgsfaktor Businessplan

# Businessplan

Wozu?

Der Businessplan ist Ihr „roter Faden“ auf dem Weg zur Selbstständigkeit.









# Alles nach Plan



# Der Businessplan

# Businessplan

## Aussehen und Form

- 20-30 Seiten
- Vollständigkeit
- Rechtschreibung
- Übersichtlichkeit
- Graphische Aufbereitung



Der erste Eindruck zählt

# Businessplan

## Struktur

- Deckblatt
- Inhaltsverzeichnis
- Executive Summary
- Produkt bzw. Dienstleistung
- Unternehmen & Management
- Branche, Markt & Wettbewerb
- Marketing & Vertrieb
- Erfolgs- & Finanzplanung
- Anhang

# Businessplan

## Executive Summary

- Weckt das Interesse des Lesers
- umfasst 1-2 Seiten
- wird zum Schluss geschrieben

### Geht auf folgende Punkte ein

- Die Idee
- Die Vermarktung
- Das Team
- Die Finanzen
- Das Unternehmen
- Der Erfolg



# Businessplan

## Produkt / Dienstleistung

- Beschreibung
- *Kundennutzen*
- Nachhaltigkeit
- *USP / Alleinstellungsmerkmal*
- Stärken & Schwächen
- Markenschutz und Patente
- Innovationsgrad
- Leistungserstellung



# Businessplan

Welches Problem wird gelöst?

*Kundennutzen*



# Businessplan

Was zeichnet dich aus?

*USP /*

*Alleinstellungsmerkmal*



# Businessplan

## Unternehmen & Management

### ◌ *Gründer (-team)*

Erfahrungen

Fähigkeiten

### ◌ Informationen zum Unternehmen (Standort)

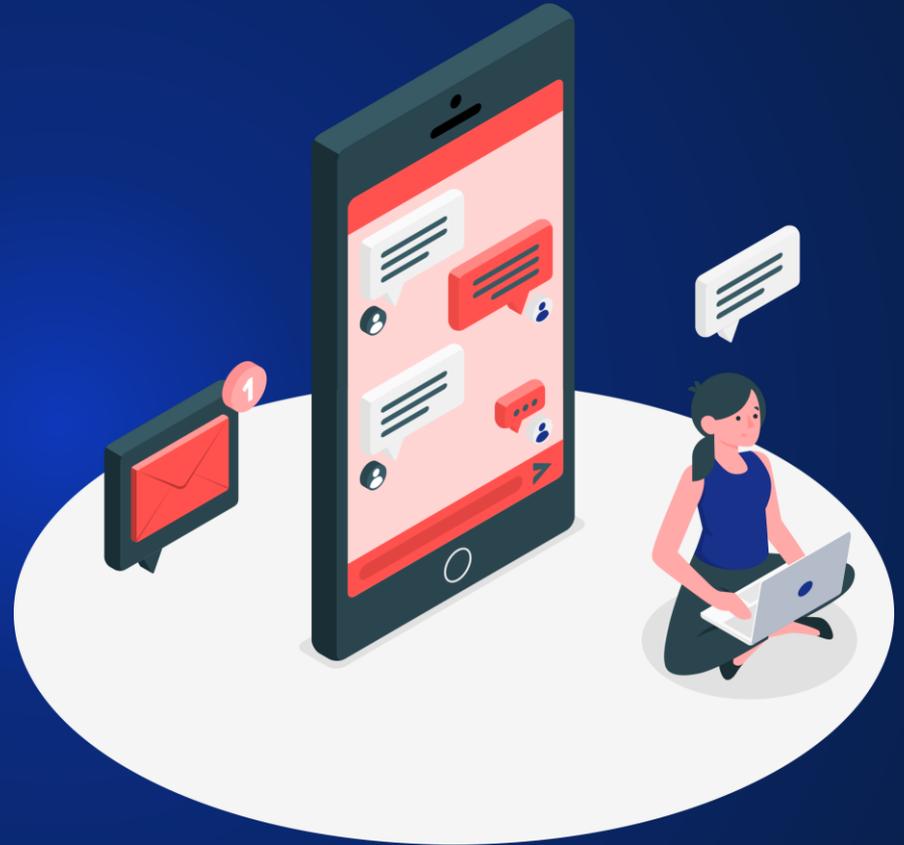
### ◌ Status der Gründung

### ◌ Organisationsstruktur

### ◌ Unternehmensanalyse / SWOT-Analyse

### ◌ Ziele

### ◌ Umsetzungsplanung



# Businessplan

## Zusammenspiel

### *Gründer (-team)*

Erfahrungen

Fähigkeiten



# Businessplan

## Branche, Markt und Wettbewerb

- Branche
- Markt & Absatzpotenzial
- *Zielgruppen*
- Trends
- *Konkurrenzanalyse*
- Markteintrittsbarrieren & Abhängigkeiten



# Businessplan

Zielgruppe VIP-Loge Londoner Oper

*Zielgruppen*





# Businessplan

## Zielgruppe - Personas



# Henry Mitchell – Der wohlhabende Geschäftsmann

- Alter: 62 Jahre
- Beruf: CEO eines internationalen Unternehmens.
- Einkommen: Sehr hoch (über 500.000 £ jährlich)
- Lebensstil: Luxuriös, häufig auf Geschäftsreisen, Networking auf hochkarätigen Events.
- Standort: London, UK
- Hobbies und Interessen: Kunst und Kultur, Philanthropie, Golf, exklusive Events besuchen

## Motivationen:

- Eindruck auf Geschäftspartner und Kunden machen
- Zugang zu exklusiven und luxuriösen Erlebnissen
- Networking in einem gehobenen Umfeld
- Unterstützung der lokalen Kulturszene

## Herausforderungen

- Zeitmangel aufgrund von beruflichen Verpflichtungen
- Hohe Erwartungen an Service und Qualität



## Marketingstrategie:

- Persönliche Einladungen zu exklusiven Veranstaltungen und Besichtigungen der VIP-Logen
- Hochwertige Broschüren und digitale Inhalte, die die luxuriösen Aspekte und Vorteile der VIP-Logen betonen
- VIP-Events und exklusive Networking-Gelegenheiten in der Oper

# Charlotte Davis – Die kulturbegeisterte Philanthropin

- Alter: 38 Jahre
- Beruf: Kunstmäzenin und Vorsitzende einer wohltätigen Stiftung
- Einkommen: Hoch (über 200.000 £ jährlich)
- Lebensstil: Kulturell engagiert, häufig auf gesellschaftlichen Veranstaltungen, engagiert in der Kunstszene
- Standort: London, UK
- Hobbies und Interessen: Kunst und Musik, Wohltätigkeitsarbeit, Networking mit Künstlern und Kulturförderern

## Motivationen:

- Förderung und Unterstützung der lokalen Kulturszene
- Zugang zu exklusiven kulturellen Erlebnissen
- Möglichkeiten zur Vernetzung mit Gleichgesinnten und Künstlern
- Prestige und gesellschaftliches Ansehen

## Herausforderungen

- Auswahl der besten kulturellen Investitionen
- Bedürfnis nach authentischen und einzigartigen Erlebnissen



## Marketingstrategie:

- Zusammenarbeit mit kulturellen Stiftungen und Organisationen
- Einladung zu speziellen Veranstaltungen, die kulturellen und philanthropischen Zwecken dienen
- Präsentation der VIP-Logen als ideale Plattform für exklusive Kultur- und Wohltätigkeitsveranstaltungen

# James Wilson – Der aufstrebende junge Unternehmer

- Alter: 30 Jahre
- Beruf: Gründer und Geschäftsführer eines erfolgreichen Startups
- Einkommen: Mittel bis hoch (über 100.000 £ jährlich)
- Lebensstil: Dynamisch, technologieaffin, networking-orientiert
- Standort: London, UK
- Hobbies und Interessen: Technologie und Innovation, Start-up-Events, moderne Kunst und Musik, exklusive Erlebnisse

## Motivationen:

- Aufbau eines prestigeträchtigen Images für sein Unternehmen
- Schaffung von einzigartigen Erlebnissen für Mitarbeiter und Geschäftspartner
- Zugang zu exklusiven Netzwerken und potenziellen Investoren
- Erleben und Genießen von Kunst und Kultur

## Herausforderungen

- Begrenztes Budget im Vergleich zu etablierten Unternehmen
- Suche nach innovativen und wertvollen Investitionen



## Marketingstrategie:

- Spezielle Pakete für Startups und junge Unternehmen anbieten
- Kooperationen mit Technologie- und Innovationsveranstaltungen
- Nutzung sozialer Medien und digitaler Plattformen, um die Vorteile und Erlebnisse der VIP-Logen hervorzuheben

# Businessplan

Branche, Markt und Wettbewerb

*Konkurrenzanalyse*



# Businessplan

Wer ist meine Konkurrenz?

*Konkurrenzanalyse*



# Businessplan

## Wer ist meine Konkurrenz?

- Pizza
- Sushi
- Lieferservice
- Suppe
- Weckerl
- Kebap
- Bowl
- Burger
- Schnitzel
- Supermarkt



# Businessplan

## Marketing & Vertrieb

- Marketingstrategie & *Kommunikationskanäle*
- Vertriebsstrategie & Vertriebskanäle
- Preisgestaltung
- Kundenservice & Zahlungskonditionen



# Businessplan

## Was kostet ein Inserat?

### Kommunikationskanäle

## Wofür haftet der Reiseveranstalter?

Urlaub. Auch wenn sich das Flugchaos des vergangenen Sommers kaum wiederholen wird: Wer bei allfälligen Problemen haftet, ist auch heuer noch ein Thema.

Wien. Und schon wieder zirkelt es sich als Annullationsrisiko und streckenweise auch die laufende Urlaubsmotiv nicht ein. Heute im Vorjahr Personalengang zu Tausenden Flugverspätungen und teilweise zu Chaos auf Flughäfen geführt, ist das Problem heuer wieder für dieses Jahr (insbesondere bei den Flügen nach Ost- und Südosteuropa) zu erwarten, sagt Ryanair-Chef Eddie Luce kürzlich in Brüssel.

### WIRTSCHAFTSRECHT

VON CHRISTINE KARY

diepresse.com/wirtschaftsrecht

Chaos, das wir vergangenen Sommer hatten, aber es wird nicht per se wieder, sagt Luce, der im Urlaub nach unklarer, sehr klarer wurde vorwiegend im August einige Flüge stornieren müssen. Grund seien Lieferverzögerungen beim Flugzeughersteller Boeing, bei wesentlichen Auswirkungen auf die Kunden und Kunden rechtlich nicht.

Für jene, die jetzt ihren Urlaub planen, heißt dies wohl: Etwas Grund zu extremer Sorge gibt es nicht – wohl aber sollte man sich ein Bild machen, dass es immer noch eine hohe Wahrscheinlichkeit ist, bis in 2024 gewissen „Normalzustand“ gehen kann. Zudem, auch das zuletzt abgeleitete Thema: Warum ist noch nicht angekommen?

Was zur nächsten Frage führt: Wer haftet, sollte es schließlich zu einer längeren Verzögerung bei der Urlaubreise kommen? Und man angesichts der Unklarheit über die Haftung, wenn man eine Pauschalreise bucht? Denn dann gilt es ja ein Reiseveranstalter, der für zu sorgen, dass man gut am Ziel kommt. Um es gleich vorwegzunehmen: Gerade bei Flugverspätungen hat sich die Haftung eines Reiseveranstalters, der nicht zugleich auch die Airline betreibt, in engen Grenzen.

1 **Wie gilt als Pauschalreise und welche Haftung und damit verbunden?**  
Eine Pauschalreise muss nicht unbedingt „all inclusive“ sein. Dafür genügt es, wenn mindestens zwei verschiedene Reiseleistungen zu einem Gesamtpaket kombiniert werden – dazu zählen Personalbeförderung, Unterkunft, Anvermietung, aber auch sonstige touristische Leistungen, wenn diese ein wesentliches Merkmal des Gesamtpakets darstellen. Grundsätzlich ist dann der Reiseveranstalter für die Erfüllung aller im Pauschalvertrag vereinbarten Leistungen verantwortlich, und zwar auch für solche, die nicht selbst, sondern ein anderes Unternehmen zu erfüllen hat.

Für geleistete Zahlungen ist der Reiseveranstalter ein Insolvenzschutz. Geht der Veranstalter pleite und kann die Reise deshalb nicht stattfinden, bekommt man sein Geld zurück. Wobei allerdings bei der Pauschalreiseverpflichtung gegen geltendes Recht, wenn die Reise vorangeht, werden dürfen. Beispielsweise darf ein österreichischer Reiseveranstalter bei Reiseverspätung erst maximal 20 Tage vor der Abreise mehr als 20 Prozent ersatzvergütungen, bei überhöhten Ausstellungen können der überhöhten Teil im Unvollständigen abgerechnet sein, wenn das Europäische Verbraucherzentrum Österreich auf seine Homepage.

Abhängig von der Reiseveranstalter pleite, sondern z.B. die im Rahmen des Gesamtpakets gebuchte Fluglinie, muss der Veranstalter



—/—/—

einem Gesamtpaket kombiniert werden – dazu zählen Personalbeförderung, Unterkunft, Anvermietung, aber auch sonstige touristische Leistungen, wenn diese ein wesentliches Merkmal des Gesamtpakets darstellen. Grundsätzlich ist dann der Reiseveranstalter für die Erfüllung aller im Pauschalvertrag vereinbarten Leistungen verantwortlich, und zwar auch für solche, die nicht selbst, sondern ein anderes Unternehmen zu erfüllen hat.

2 **Welche Ausgleichsmaßnahmen sind bei Flugverspätungen?**  
Kann ein Flug zu spät oder nicht zum geplanten Zeitpunkt am Ziel an, hat man laut EU-Fluggastreuerordnung Anspruch auf eine Ausgleichszahlung von 250 bis 600 Euro je nach der gebuchten Flugzeit. „Dafür muss dem Passagier ein Essen und Getränke angeboten werden“, sagt Maria Semrad, korrekte beim Europäischen Verbraucherzentrum, zur „Presse“. Das gilt auch bei Pauschalreisen. Zwar lassen Reiseveranstalter oft Unterstützung bei der Geldmehrfachung an – rechtlich dann verpflichtet sind sie nicht.

3 **Was ist die Haftung für die Annullierung der Reise?**  
Vom Reiseveranstalter einer Pauschalreise kann man bei einer längeren Flugverspätung Preisänderung verlangen, und zwar ab der fünften Stunde fünf Prozent des ungenutzten Tagespreises. Für jede weitere Stunde: Abhängig von der Reiseveranstalter pleite, sondern z.B. die im Rahmen des Gesamtpakets gebuchte Fluglinie, muss der Veranstalter

sich um die Überbuchung auf einer anderen Airline kümmern. Und gilt es die die Teil der Pauschalvertrag gebuchte Unterkunft nicht mehr, hat man Anspruch auf eine gleichwertige Unterbringung.

4 **Haftet auch das Reisebüro für die vereinbarte Reiseplanung?**  
Ein Reisebüro, das lediglich als Vermittler tätig wurde, haftet nicht für die Reiseleistungen selbst – diese Haftung trifft den Reiseveranstalter. Für die Verantwortlichkeiten für die Reiseleistungen selbst und haftet daher z.B. für mangelnde Sorgfalt bei der Auswahl der Reiseveranstalter.

5 **Haftet auch das Reisebüro für die vereinbarte Reiseplanung?**  
Ein Reisebüro, das lediglich als Vermittler tätig wurde, haftet nicht für die Reiseleistungen selbst – diese Haftung trifft den Reiseveranstalter. Für die Verantwortlichkeiten für die Reiseleistungen selbst und haftet daher z.B. für mangelnde Sorgfalt bei der Auswahl der Reiseveranstalter.

### STREITFALL DER WOCHE

VON CHRISTINE KARY

Mietwohnung ist zum Wohnen da, nicht zum Lüften. Keine Pflicht zum Stoßlüften alle paar Stunden.

Wird darf man eine Mietwohnung (bestimmte) Erstantisch ist wird das stoffig. So auch im Fall einer neu erworbenen, feuchte, haushaltswirtschaft, in der es schon kurz nach der Übergabe immer wieder zu Schimmelbildung kam.

Die Vermieterin gab der Mieterin die Schuld daran. Diese war mit ihrer Familie nicht gleich nach der Übergabe im Juni, sondern erst im September 2016 eingezogen. Und auch dann habe sie nicht das, die Vermieterin vorgeschriebene Lüftungsverhalten an den Tag gelegt. Alle drei bis vier Stunden sollte man Stoßlüften für zehn Minuten öffnen müssen – diese regelmäßige Stoßlüften habe sie jedoch unterlassen.

Immer wieder beantragte die Vermieterin das und forderte die Mieterin schriftlich zum Stoßlüften auf. Zum 31. August 2017 kündigte die Mieterin die Mietwohnung. Die Vermieterin verlangte die Kosten für die Sanierung der Wohnung und die Kosten für die Sanierung der Wohnung.

Die Mieterin verlangte die Kosten für die Sanierung der Wohnung und die Kosten für die Sanierung der Wohnung. Die Mieterin verlangte die Kosten für die Sanierung der Wohnung und die Kosten für die Sanierung der Wohnung.

Die Mieterin verlangte die Kosten für die Sanierung der Wohnung und die Kosten für die Sanierung der Wohnung. Die Mieterin verlangte die Kosten für die Sanierung der Wohnung und die Kosten für die Sanierung der Wohnung.

Die Mieterin verlangte die Kosten für die Sanierung der Wohnung und die Kosten für die Sanierung der Wohnung. Die Mieterin verlangte die Kosten für die Sanierung der Wohnung und die Kosten für die Sanierung der Wohnung.

Die Mieterin verlangte die Kosten für die Sanierung der Wohnung und die Kosten für die Sanierung der Wohnung. Die Mieterin verlangte die Kosten für die Sanierung der Wohnung und die Kosten für die Sanierung der Wohnung.

## GRÜNDER:INNEN AUFGEPASST!

Reichen Sie Ihren Businessplan bis **1. Oktober 2023** auf [www.i2b.at](http://www.i2b.at) Wettbewerben ein und nutzen Sie die Chance auf Preise im Gesamtwert von über **200.000 Euro** für Ihren Start in die Selbstständigkeit!

contact@i2b.at | +43 699 189 737 28 | [www.i2b.at](http://www.i2b.at)



NEU Sonderpreis GreenTech  
ÖSTERREICH'S GRÜNDERWETTBEWERB 2023

# Businessplan

## Erfolgs- und Finanzplanung

- Gründungs- und Investitionskosten
- Kostenplanung
- Absatz- und Umsatzrechnung
- Plan-Gewinn- und Verlustrechnung
- Ausführliche Planung (Plan4You)
- Kapitalbedarf und Finanzierungsquellen
- Finanzierungslösung (fundnow)



# Businessplan

## Anhang

- Lebenslauf
- Zeugnisse
- Referenzen
- Zulassungen und Genehmigungen
- Verträge und schriftliche Vereinbarungen
- Satzung und Firmenbuchauszug
- Profile der Schlüsselpersonen
- Organigramm
- Imagebroschüre
- Patente und Schutzrechte
- Marktrelevante Informationen

# Businessplan

Worauf besonders zu achten ist



Kundensegmentierung  
Wer ist meine Zielgruppe?  
Wer ist mein erster Kunde?  
Ein Produkt/eine  
Dienstleistung ist nie für  
alle relevant



Wettbewerbsanalyse  
Ein Produkt/eine  
Dienstleistung ist nie  
konkurrenzlos. Welcher  
Anbieter erfüllt die selben  
oder ähnliche Bedürfnisse?



USP  
Der USP muss klar  
herausgearbeitet werden.

# Businessplan

Worauf besonders zu achten ist



## Gründungsteam

Was ist Ihr Hintergrund/  
Ihre Kompetenz um Ihre  
Idee erfolgreich  
umzusetzen?



Unternehmens-  
prozesse/Organisation  
Sorgen Sie frühzeitig  
für Struktur



## Preispolitik

Optimale Preisfindung,  
kostendeckend, wie viel ist  
der Zielgruppe das Produkt/  
die Dienstleistung wert?

# i2b Services

# Services

## Überblick



# Services

## i2b Handbuch

Hilfreicher Leitfaden  
Das i2b Handbuch ist als  
Arbeitsbuch zur Erstellung eines  
Businessplans zu verwenden



# Services

## i2b Online-Assistent

Editor zur angeleiteten  
schriftlichen Erfassung  
eines Businessplans

### Online Editor

- Executive Summary
- Produkt/Dienstleistung
- Unternehmen & Management

#### Management und (Gründungs)-Team

Welche Personen sind Teil des Gründungsteams und über welche Vorerfahrung verfügen diese Personen? Welche Rolle haben die Personen im Unternehmen? Gibt es „Know How“ das Sie nicht im Team haben? Wenn ja, wie schließen Sie diese Lücke? Durch Vergabe an Externe? Durch Aufnahme von Personal oder zusätzlichen Gesellschaftern?

← → Paragraph ▾ **B** *I* U ☰ ☰ ☰ ☰ ▾

Die Firma "XYZ" wurde im April 2019 gegründet. XYZ leitet sich aus ...

POWERED BY TINY

# Services

## i2b Word-Vorlage

### Zur angeleiteten Erarbeitung eines Businessplans (offline)

entsprechende Verträge (Gesellschaftsvertrag etc.)? Gibt es externe Kooperationspartner und welche Vor- und Nachteile sind diesbezüglich denkbar? Status der Unternehmensgründung: Welche wesentlichen Schritte der Unternehmensgründung wurden bereits gesetzt (Registrierung der Marke, Firmenbucheintrag, Beantragung der Gewerbeberechtigung, evtl. Zusagen vorab etc.)?

#### 3.3. Organisationsstruktur

Stellen Sie mittels eines Organigramms die (geplante) Organisationsstruktur inkl. eventuell ausgelagerter Tätigkeitsbereiche (z.B. Buchhaltung) dar. Sind Funktionen bereits besetzt sollte dies klar erkennbar sein.

#### 3.4. Unternehmensanalyse / SWOT-Analyse

Was sind die Kernaufgaben Ihres Unternehmens? Welches Geschäftsmodell haben Sie vorgesehen? SWOT-Analyse: Identifizieren Sie Stärken und Schwächen im Verhältnis zu Ihren Konkurrenten. Setzen Sie diese Stärken und Schwächen den Trends gegenüber, so ergeben sich Chancen und Risiken für Ihr Geschäftsmodell und leiten Sie gegebenenfalls Maßnahmen ab.

#### 3.5. Ziele

Setzen Sie sich Ziele (kurz-, mittel- und langfristig), an denen Sie Ihren Fortschritt messen können. Die gesetzten Ziele sollen SMART (spezifisch, messbar, realistisch, relevant und zeitlich festgelegt). Nützlichem Modell: **Balanced Scorecard**.

#### 3.6. Umsetzungsplanung

Welche einzelnen Schritte haben Sie innerhalb der nächsten Jahre zur erfolgreichen Etablierung Ihres Unternehmens geplant (Personal, Standort, ...)? Welche Meilensteine haben Sie festgelegt? Bis zu welchen Terminen möchten Sie Ihre Planungsmaßnahmen konkret umgesetzt haben (Fortsetzung des Produktes, Finanzierungen abgeschlossen, Gewerbeberechtigung erhalten, ...)? Welche Aufgaben und Meilensteine hängen direkt voneinander ab? Welcher ist der kritische Pfad bei der Umsetzung bzw. Start-up Phase? Welche Meilensteine haben Sie für die Nachgründungsphase geplant?

#### 4. Branche, Markt & Wettbewerb

##### 4.1. Branche

Beschreiben Sie die Branche, in der Sie tätig werden wollen: Die Größe der Branche (Anzahl der Unternehmen), die Struktur der Branche (Betriebsgröße, kleinteilige Strukturen oder wenige Platzhirsche), Besonderheiten und Spielregeln (z.B. Öffnungszeiten, Gratis-Servicelösungen, Anzahlungen, Stammkundenrabatt, Trends in Bezug auf Preise, Nachfrage. Nützlichem Modell: Branchenstrukturanalyse nach Porter (Five Forces)

##### 4.2. Markt & Absatzpotential

Mit dem Markt ist im Unterschied zur Branche nicht die Summe der Anbieter gemeint, sondern jene der Nachfrager. Wichtige Kenngrößen sind Volumen, Preis, Umsatz und Wachstum. Basierend auf den Marktzahlen leiten Sie das Absatzpotential Ihres Unternehmens ab. Versuchen Sie plausible Einschätzungen für die Zukunft nieder zu schreiben und setzen Sie Ihr Absatzziel für die Einstiegsphase niedriger an, da die Markteroberung schrittweise erfolgen wird.

5

##### 4.3. Zielgruppe

Welche Zielgruppe sprechen Sie mit Ihrem Angebot an? Über welche Merkmale sowie kaufentscheidende Faktoren wie Altersgruppe, Interesse, Vorlieben, Werte, Verhaltensweise etc. verfügt Ihre Zielgruppe? Richtet sich Ihr Angebot an Privatkunden (B2C) oder an Unternehmen (B2B)?

##### 4.4. Trends

Beschreiben Sie aktuelle Trends. Besonders interessant sind Technologie-getriebene Veränderungen sowie Trends im Kundenverhalten. Auf welche Art und Weise berücksichtigen Sie diese Trends und nützen diese sogar für Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung?

##### 4.5. Konkurrenzanalyse

Vergleichen Sie Ihr Produkt / Ihre Dienstleistung mit dem Angebot der wichtigsten Mitbewerber. Nutzen Sie die Übersichtstabelle Konkurrenzanalyse auf unserer Website (unter Downloads). Eine umfassende Konkurrenzanalyse hilft Ihnen Ihre Stärken und Schwächen im Vergleich zu anderen Unternehmen zu identifizieren und Ihr Angebot zu optimieren.

##### 4.6. Markteintrittsbarrieren & Abhängigkeiten

Gibt es rechtliche, wirtschaftliche oder regionale etc. Markteintrittsbarrieren und wie wollen Sie damit umgehen? Bestehen Abhängigkeiten zu Lieferanten, Kunden oder Mitbewerbern wie z.B., dass nur ein Produktionsunternehmen Ihr Produkt erstellen kann?

#### 5. Marketing & Vertrieb

##### 5.1. Marketingstrategie & Kommunikationskanäle

Stellen Sie Ihre Marketingstrategie mit den daraus abgeleiteten Marketingmaßnahmen (inkl. Markteintrittsstrategie) dar. Welche Kommunikationskanäle und Werbemittel wollen Sie nutzen?

##### 5.2. Vertriebsstrategie & Vertriebskanäle

Stellen Sie Ihre Vertriebsstrategie mit den daraus abgeleiteten vertriebslichen Maßnahmen dar. Wie wollen Sie Ihr Produkt / Ihre Dienstleistung verkaufen (Online Shop, Geschäftslokal, über Dritte, ...)?

##### 5.3. Preisgestaltung

Welchen Endverkaufspreis wollen/können Sie erzielen? Zum einen muss der Verkaufspreis kostendeckend sein, zum anderen marktauglich. Für innovative Produkte/Dienstleistungen ist es einfacher einen höheren Preis zu verlangen, für traditionelle Produkte/Dienstleistungen muss man sich tendenziell an vorherrschenden Preisen orientieren, außer Sie können plausibel argumentieren, warum bei Ihnen ein höherer Preis gerechtfertigt ist (z.B. durch eine höhere Qualität).

##### 5.4. Zahlungskonditionen & Kundenservice

Welche Zahlungskonditionen legen Sie fest (Zahlfristen, Rabatte, Mahnspesen ...)? Wie gehen Sie mit Service und Beschwerdeanfragen Ihrer Kunden um?

6

# Services

## eLearning

Modul 1  
Die i2b Services –  
How to

Modul 2  
Executive  
Summary

Modul 3  
Produkt und  
Dienstleistung

Modul 4  
Branche, Markt  
und Wettbewerb

Modul 5  
Marketing und  
Vertrieb

Modul 6  
Unternehmen und  
Management

Modul 7  
Erfolgs- und  
Finanzplanung

Modul 8  
Geschäftsmodell  
testen

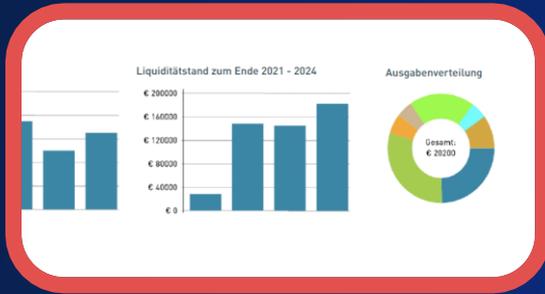
# Services

## Musterbusinesspläne



# Services

## Nützliche Tools



plan4you.online



fundnow



insurance4business

Break-Even-Rechner

ZUSAMMENFASSUNG

Umsatzeinnahmen	
Name	...
Umsatzeinnahmen	...
Breite	...

KOSTENPOSTEN (ohne MwSt.)	
Umsatz	10.000,00
Material	2.500,00
Mieten	500,00

Break-Even	
Break-Even-Umsatz	183.571,48
Break-Even-Umsatz	183.571,48
Break-Even-Umsatz	183.571,48

Break-Even-Rechner

Zahlen im Griff

Tragen Sie in die nachfolgende Tabelle die Nettobeträge pro Monat (ohne Umsatzsteuer) für alle übrigen Betriebsausgaben ein...

Geschäfts- und Raumkosten (Gebäude/Lokal/Büro)	Monat €	Jahr €
Miete/Pacht/Leasing		
Franchisengebühren		
Betriebskosten		
Energie		
Reinigung		
...		
Summe Monat/Jahr/Anteil		

Leasing (ohne Kfz)	Monat €	Jahr €
Büro- und Geschäftseinrichtung		
IT, Telekom		
Maschinen		
...		
Summe Monat/Jahr/Anteil		

Zahlen im Griff

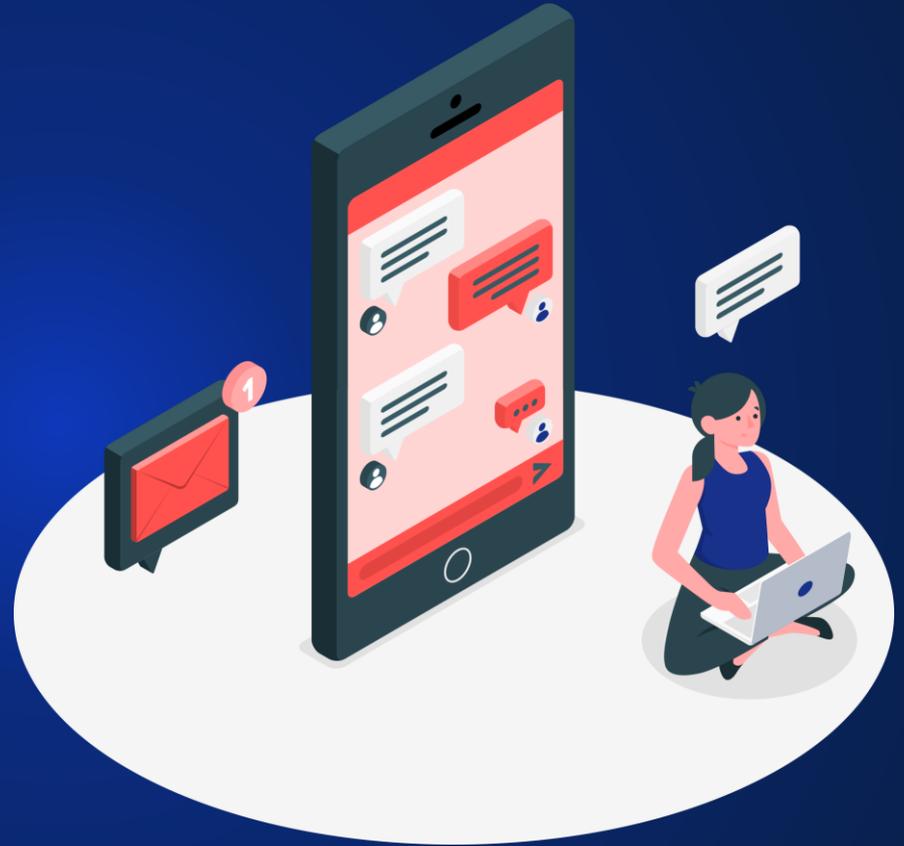


Mindestumsatzrechner

# Services

## Expert:innen-Feedback

Detaillierte Fachfeedbacks auf den  
Businessplan durch unsere Expert:innen



# Services

## Expert:innen



Steffen Gessner



Elfriede Kraft



Kambis Kohansal Vajargah



Birgit Polster



Jiaran Wang

Für unser Fachfeedback Service stehen Ihnen österreichweit über 150 Expert:innen zur Verfügung.

# Services

## Österreichweites Partnernetzwerk



# i2b Businessplan Wettbewerb

# Wettbewerb

## Kategorien und Sonderpreise



Dienstleistung, Gewerbe, Handel



Technologie & GreenTech



Ein-Personen-Unternehmen



Studierende



Betriebsnachfolge



Social Business



Preise im Gesamtwert von über 200.000 Euro

# Wettbewerb

## Die Einreichung

Registrieren Sie sich und reichen Sie Ihren finalen Businessplan über Ihren kostenlosen myi2b-Account ein.

## Das Finale

Die 5 Besten einer Kategorie treten in dieser Pitching-Veranstaltung vor einer rund 40-köpfigen Jury an.

## Die Prämierung

Die Gewinner:innen werden bei einer großen öffentlichkeitswirksamen Gala ausgezeichnet.

Wettbewerbs Timeline 2024

29.09.2024

19.11.2024

05.12.2024

Einreichungen jederzeit möglich

Einreichschluss

Finale – Pitch

Preisverleihung

# Kontakt



Lisa Rupp

Stv. Geschäftsführerin

[rupp@i2b.at](mailto:rupp@i2b.at)



Nicole Kus

Projektmanagerin

[kus@i2b.at](mailto:kus@i2b.at)



Emanuel Bröderbauer

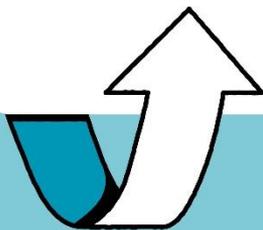
Geschäftsführer

[emanuel.broederbauer@erstebank.at](mailto:emanuel.broederbauer@erstebank.at)

**GRÜNDUNGS- UND  
NACHFOLGETAGE**

**2024**

**Einfach Gründen.**



**6.11.  
UND  
7.11.**

→ [gruenderservice.at](https://gruenderservice.at)