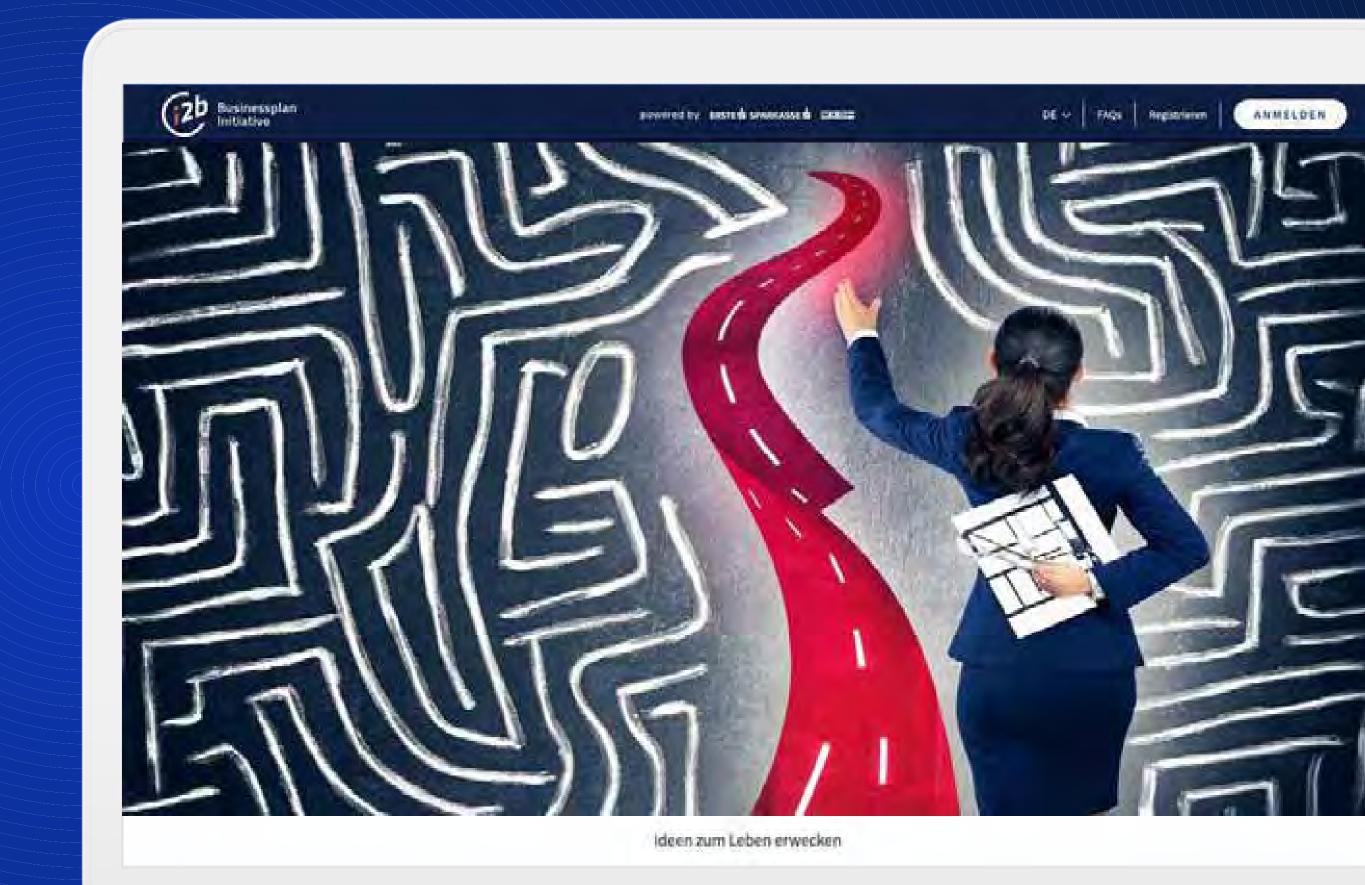


## Erfolgsfaktor Businessplan

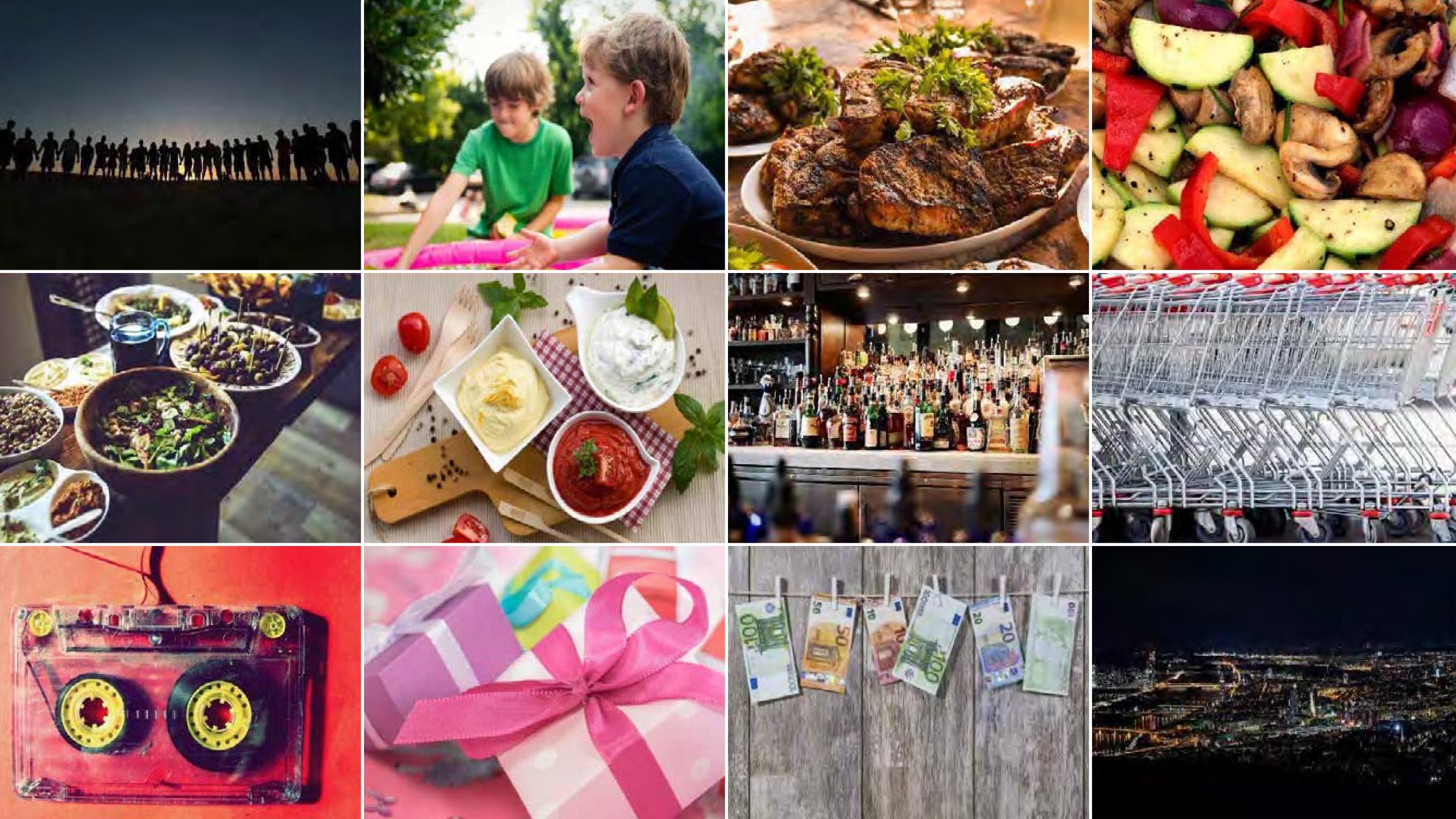
# Businessplan Wozu?

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



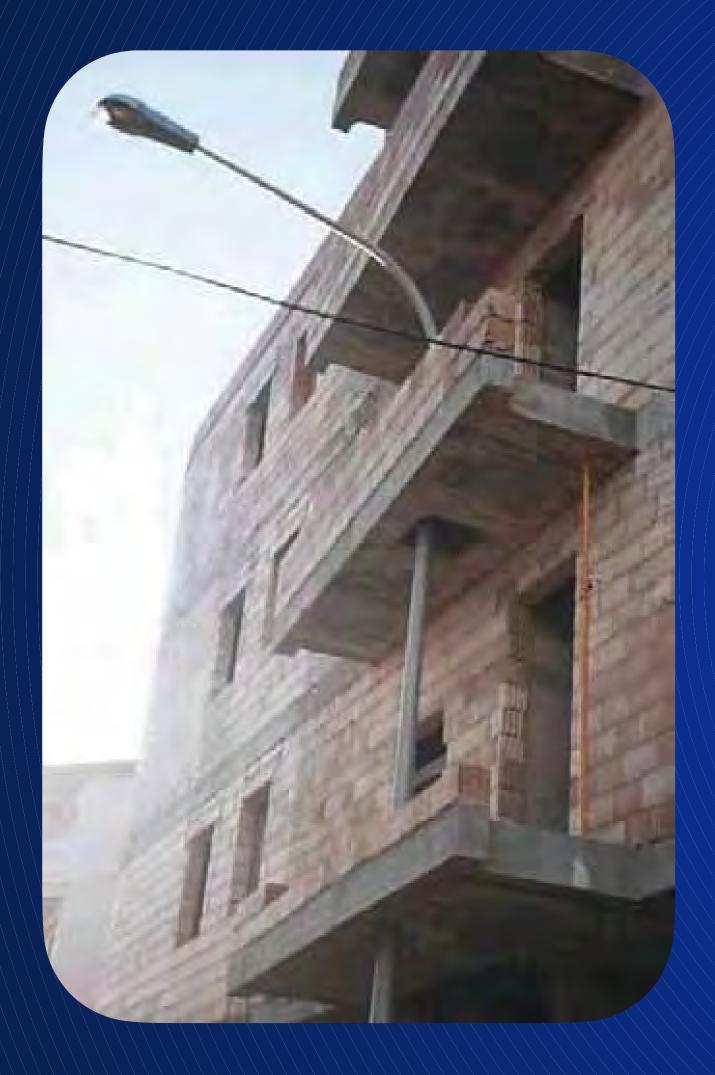






#### Alles nach Plan









#### Businessplan Aussehen und Form

- C 20-30 Seiten
- Vollständigkeit
- C Rechtschreibung
- CÜbersichtlichkeit
- C Graphische Aufbereitung

Der erste Eindruck zählt



#### Businessplan Struktur

- C Deckblatt
- Inhaltsverzeichnis
- C Executive Summary
- C Produkt bzw. Dienstleistung
- Unternehmen & Management

- C Branche, Markt & Wettbewerb
- Marketing & Vertrieb
- Erfolgs- & Finanzplanung
- C Anhang





### Businessplan **Executive Summary**

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

#### Geht auf folgende Punkte ein

- C Die Idee
- C Das Team
- C Das Unternehmen

- C Die Vermarktung
- C Die Finanzen
- C Der Erfolg









### Businessplan Produkt / Dienstleistung

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







Welches Problem wird gelöst?

CKundennutzen



# Businessplan Was zeichnet dich aus?

C USP / Alleinstellungsmerkmal





### Businessplan Produkt / Dienstleistung

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



# Businessplan Unternehmen & Management

C Gründer(-team)

Erfahrungen

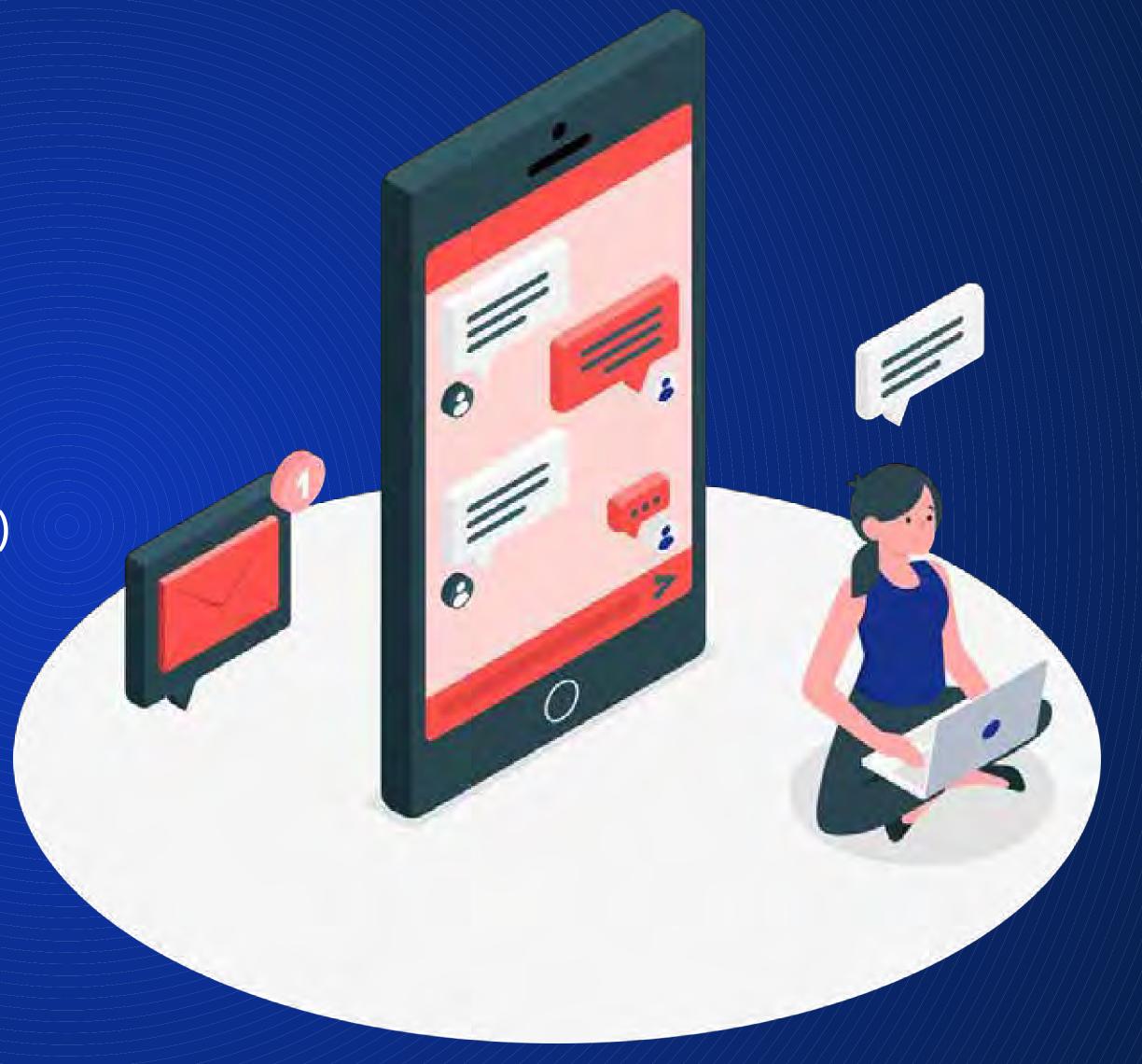
Fähigkeiten

Informationen zum Unternehmen (Standort)

- C Status der Gründung
- C Organisationsstruktur
- C Unternehmensanalyse / SWOT-

Analyse

- C Ziele
- C Umsetzungsplanung





### Businessplan Zusammenspiel

Gründer(-team) Erfahrungen Fähigkeiten



# Businessplan Unternehmen & Management

C Gründer(-team)

Erfahrungen

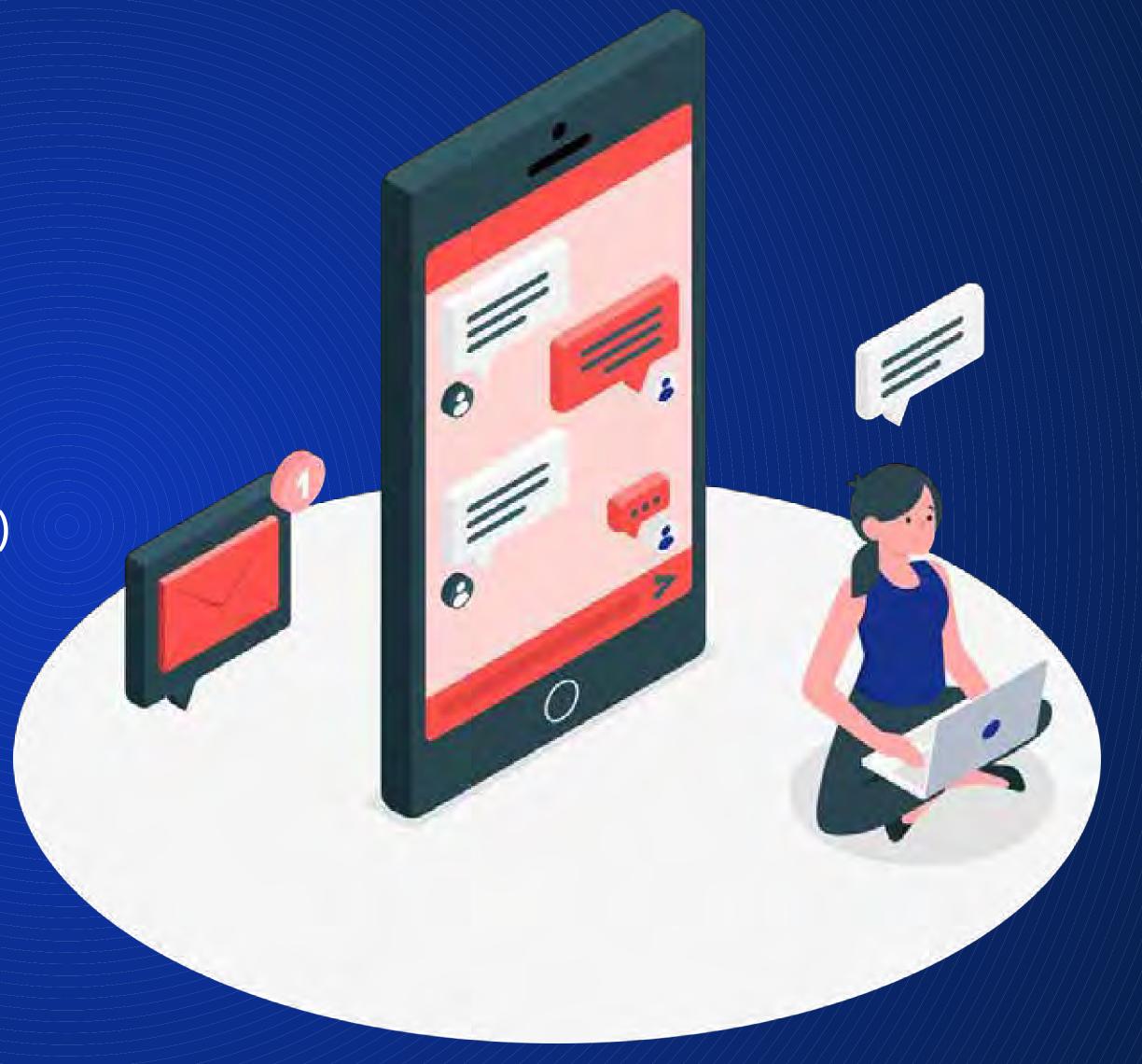
Fähigkeiten

Informationen zum Unternehmen (Standort)

- C Status der Gründung
- C Organisationsstruktur
- C Unternehmensanalyse / SWOT-

Analyse

- C Ziele
- C Umsetzungsplanung





### Businessplan Branche, Markt und Wettbewerb

- C Branche
- C Markt & Absatzpotenzial
- C Zielgruppe
- **C** Trends
- C Konkurrenzanalyse
- C Markteintrittsbarrieren & Abhängigkeiten





Zielgruppe - Personas



#### Henry Mitchell – Der wohlhabende

Geschäftsmann O Beruf: CEO eines internationalen Unternehmens.

O Einkommen: Sehr hoch (über

500.000 £ jährlich) 🔘 Lebensstil: Luxuriös, häufig auf Geschäftsreisen, Networking auf hochkarätigen Events.

Standort: London, UK

O Hobbies und Interessen: Kunst und Kultur, Philanthropie, Golf, exklusive Events besuchen <u>Motivationen:</u>

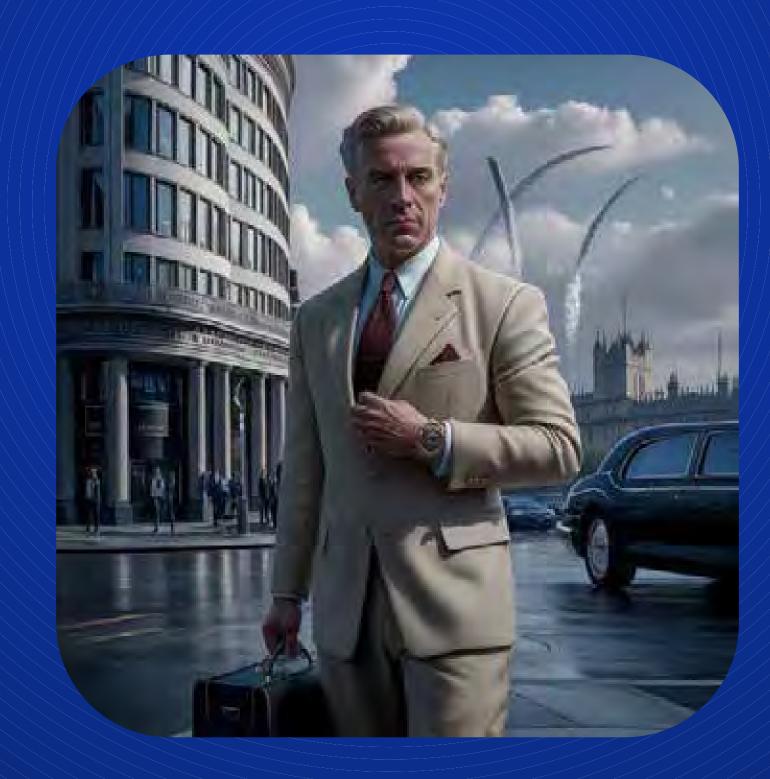
 Eindruck auf Geschäftspartner und Kunden machen

Alter: 62 Jahre

- Zugang zu exklusiven und luxuriösen Erlebnissen
- Networking in einem gehobenen Umfeld
- Unterstützung der lokalen Kulturszene

#### <u>Herausforderungen</u>

 Zeitmangel aufgrund von beruflichen Verpflichtungen



#### 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

Hohe Erwartungen an Service und Qualität

#### Charlotte Davis - Die kulturbegeisterte Philanthropin

O Alter: 38 Jahre O Beruf: Kunstmäzenin und Vorsitzende einer wohltätigen Stiftung O 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

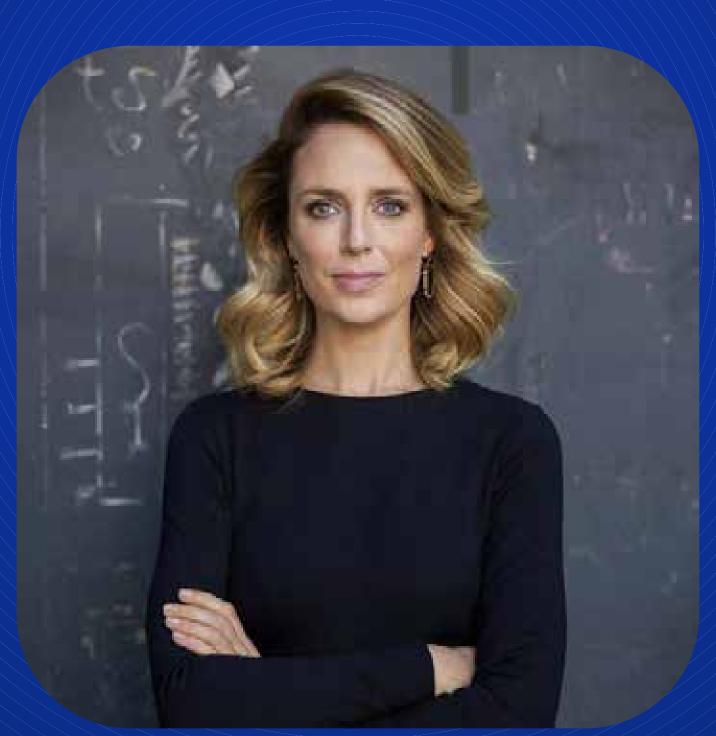
mit Künstlern und Kulturförderern

#### **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

Wer ist meine Konkurrenz?

C Konkurrenzanalyse



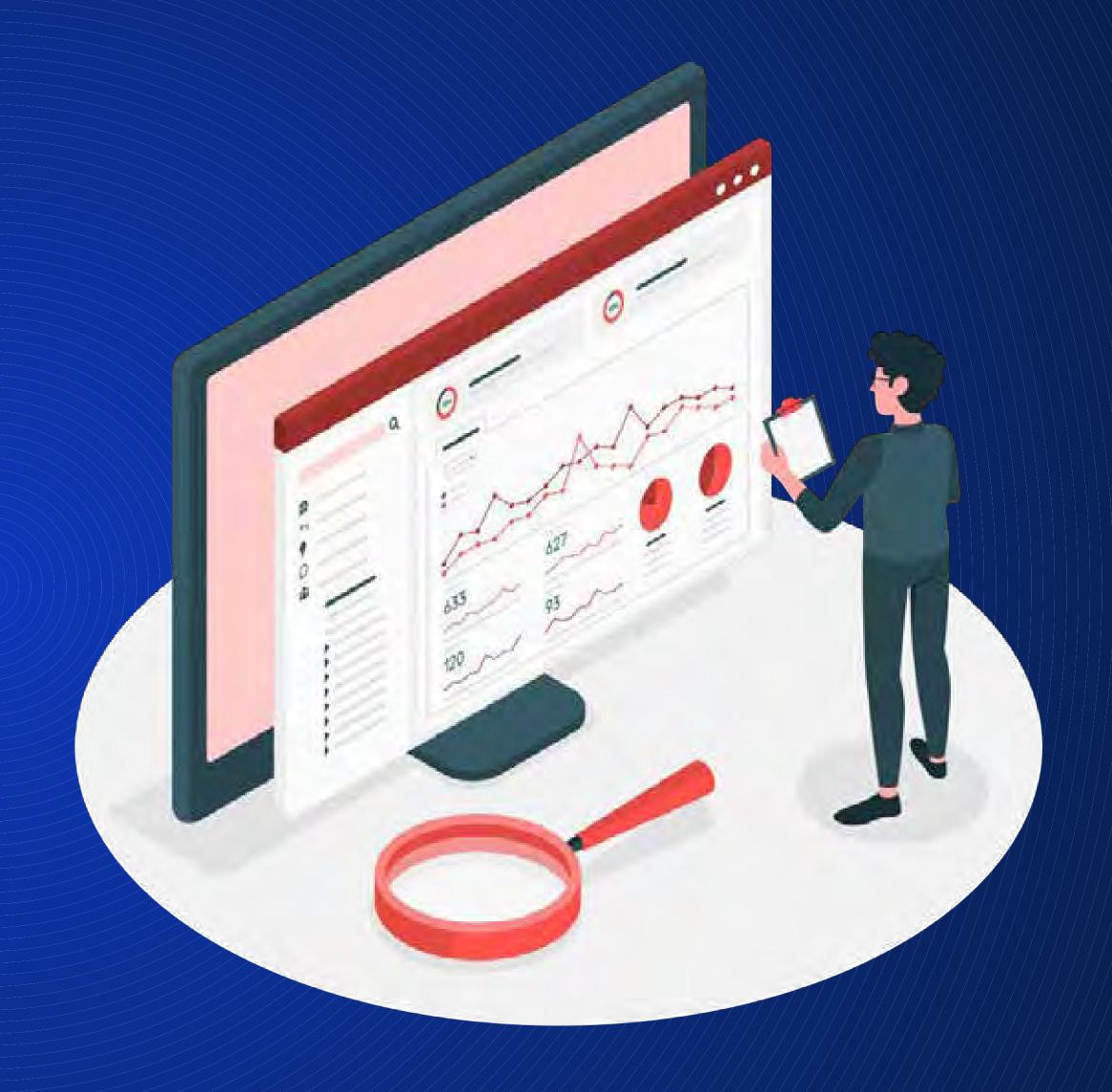
#### Wer ist meine Konkurrenz?

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



### Businessplan Marketing & Vertrieb

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





Was kostet ein Inserat?

C Kommunikationskanäle

#### Wofür haftet der Reiseveranstalter?

Urlaub. Auch wenn sich das Flugchaos des vergangenen Sommers kaum wiederholen wird: Wer bei attfälligen Problemen haber, be auch beuer noch ein Thema.

Wise, that ordine mirely leadings and arough talls by party die ber Figer I'de baddingsommer was the meditarable Histor too Varjohr Personalhannen Executes Prophecients ainlitelymen is Olam ad Phylisles publishes, let have become been been Joyn Rivallawa hitu tumantini, Riva arming to North Auditors and Plays hillion within farmer become purhassiorc signs Remain Chall Eddler Will mes Mostlick, as Bestern.

Bland Budfel, breedy atter built techn allies, JUST o'records touched their

#### WIRTSCHAFTS

VOR ARBITRATIVA VARI

Chairs, this are integragement from Sport Byctimes, albeit an which regular best-MAX were, single Millson, due in Div. rigers much ankloslights wisser for little morder assemblifiels his Assembl vide His souths storn. Janua Physicoglassoc Boolog, Mil. mineralist functions of more company business artificial including of the Investigation (see a company of the c

nets -, with also with man was - everydate denieties strendster. sh in his 2013 greatment Juny selectoristing terriphones

Was our ellehower Proge Illian spirongen titl sich die 160mg vermille sexwannel XI Tagever dans emplicher und je piede: rous Virganibes, for wild be. He State note in 2t Propos

the final-new and Limites such seculing a data all their Yermanns and we follow (District All places and Schollege) and Schollege and Scholleg beliefering Directors, Autore - exists als Yel day Proximation options options (policy tehal-The best die seed from March recovery above such montage two privates Date Acid mich mich with two hoppish-such ages such die places. Bests diet with 10mm recovery press dress for the places of electricity according to the places. Simul on vettigaer Begar gill an ... you was entirely Making Asi Go. ... wrongs Distributioning. Actual provides, give to come. Set to done do brownership. 2 White despendence on much provide with Verylage region. To the Edwards give by the Z. eleberto Engangement

There Warmersky and other index markey do makes there; has now has the flagmentation militaria an elleringum had. - operationing Australia and state EuChi) hallowing date for industrial little principals. Superational state of the anti-control of the design of the control of the contro The halfest follow of byhallifold may make individuals up theorems. These as half and polymers they. And an even demonstration between years Diagnossy Vandigiously had natural Softs like Vancounties player environment. Decile extreme and inches our discuss matter, until the to Orlandonne Assemble District and Ariza die Nobe Stedard nater. Communicative and Language. Seem, \$10. Tryages, No Security man augmente der Montafankalt untflieber, bekommt zum sehr den au die Mehre sanahm sage me Novo tim, were that one. Lift world. Water alreitage to Marin bound to the both time one for the University on As-Foundation leaded Dess date: day Foundation revenues go: proclam Verbrandesproprose and gerialess hallon have in Online for an argent date over the property of the control tunelinum Espale Int Physics - white Scientessandles law, Select Gelopalisachung au - sedalah

View Verminder view Fair

4 months and on thinking for grade duck the Adrian beredit, in reproposalismen. But Oberheimen unbileven hade man bet inter his supposalismen the Oberheimen grade from the Committee of the 1 Margit de Penndaderen und und der den bestehnt bei der Bestehntrangen unter der bei der Bestehntrangen unter der bestehntrangen unter der bestehntrangen unter der bestehntrangen unter der bestehntrangen und der bestehntrangen u Andread all techniques made. Dallies too parks, mondant at M. das his fields to additional or with the contract and factor dates in H. Sin-

#### Oter worse the Unightee des date. 3 gloodingaling personnell

mattered over host light literate strangerist, and himself blank helpful mitted shelf in the fingersphing pr and do make dispersions one and for either in roll to Newton treating on firt on 10th Late, for Confections

#### Notice work day theirsteins für die

ground on more employees and more than Commendative getter for any Colleges and provide any other management and the Commendative and Colleges and Colleges and Colleges and the Colleges and the

#### STREITFALL

DOT WORKE

VINCENTIAL COST Mietwohoung kt zum Wohnen da. nicht zum Lüften Konselfficht namfährli-

Million alle paux Seundert.

W to day! man when Mark tendromy tendrome ferming all yeld do seeing 50 mich on half some here and thomas field you demandering to decide what buy park day Dist. gather immed swindles be

Authors Building Law. The Vennieuma gat, day Mirrorly die Scheid dans. Disease area may theer Benedite stalle' globils lated, dee Ohee galler law bank, workless and n Negrorottee Street mingray gent Blad mich dame halve the rate by they . The Martinesonia collectors' an also the go Rept. (Clim Havi Jose Have Report Report tion likely and all of Females Relied has notes Missesso All daring bellevious or otherwise broaded Intelliger Residilation hader the

Juntary worker benefit gettis day Catelannectic Alan and hatlette its Missiste periods inchestificate period, beliefe gen Little and Jugo, 54 Am. get 200. Sirvings in with this by their Minteresting sergen printfalls nations gen Selfmute' and Ver purmounts The Gootte. Market Louis, Propriet Southfree affect for tribt, sode to that Rober Old St. Dave Street. many roled start. Welcome received and plate man Treskindegen, day Limita 图54 届出 ( ) [ 图 3/204]

Moltabio suly oslythis clients unfrequelige softers and States. Risches. Myschen, Whichemakeen thin. Meanwhiles, but Ton Mingon, dan Automities over OCAL In more Wohning Authoriticity wices, 17 limb began from on the Queter work, presurers abrete beithou lithe mate had neg lightly Niver mode Malliothers' april 100 Ver splinter degrees to purbe your Milane seekengen.



#### GRUNDER: INNEN AUFGEPASSTI Rechen Sie Ihren Businessplan bis 1, Oktober 2023 auf www.i2b.at/Wettbewerb en und nutzen Sie die Chance auf Press im Gesambwirt von uber 200.000 Euro contact@i2b.at | +43 699 189 737 28 | www.i2b.at

### Businessplan Marketing & Vertrieb

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



### Businessplan Erfolgs- und Finanzplanung

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



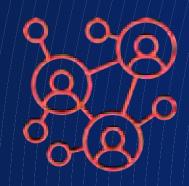


### Businessplan Anhang

- C Lebenslauf
- C Zeugnisse
- Referenzen
- C Zulassungen und Genehmigungen
- C Verträge und schriftliche Vereinbarungen
- Satzung und Firmenbuchauszug

- Profile der Schlüsselpersonen
- Organigramm
- C Imagebroschüre
- Patente und Schutzrechte
- Marktrelevante Informationen

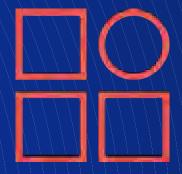
#### Worauf besonders zu achten ist



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?



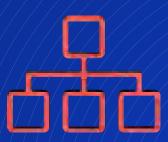
USP Der USP muss klar herausgearbeitet werden.



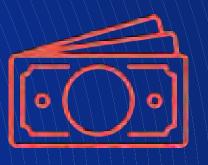
#### Worauf besonders zu achten ist



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



Unternehmensprozesse/Organisation Sorgen Sie frühzeitig für Struktur



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

Unsere Top-Tipps für Ihren Businessplan



# Businessplan Top-Tipps für Ihren Businessplan

- C Schreiben Sie einen Businessplan und vermeiden Sie dadurch blinde Flecken.
- C Überzeugen Sie durch Klarheit und holen Sie Unterstützer ins Boot.
- Gehen Sie auf Schwächen und Risiken ein nur dadurch bleiben Sie glaubwürdig.

- C Achten Sie auf die Gestaltung, da der erste Eindruck zählt.
- C Auf die Länge kommt es an, daher gilt: "Weniger ist mehr".
- Ger Sie Ihre Idee verkaufen, oder eben nicht.





### i2b Services

#### Services Überblick







#### Services Überblick



Wissensvermittlung



Informationen







Wettbewerb



Netzwerk

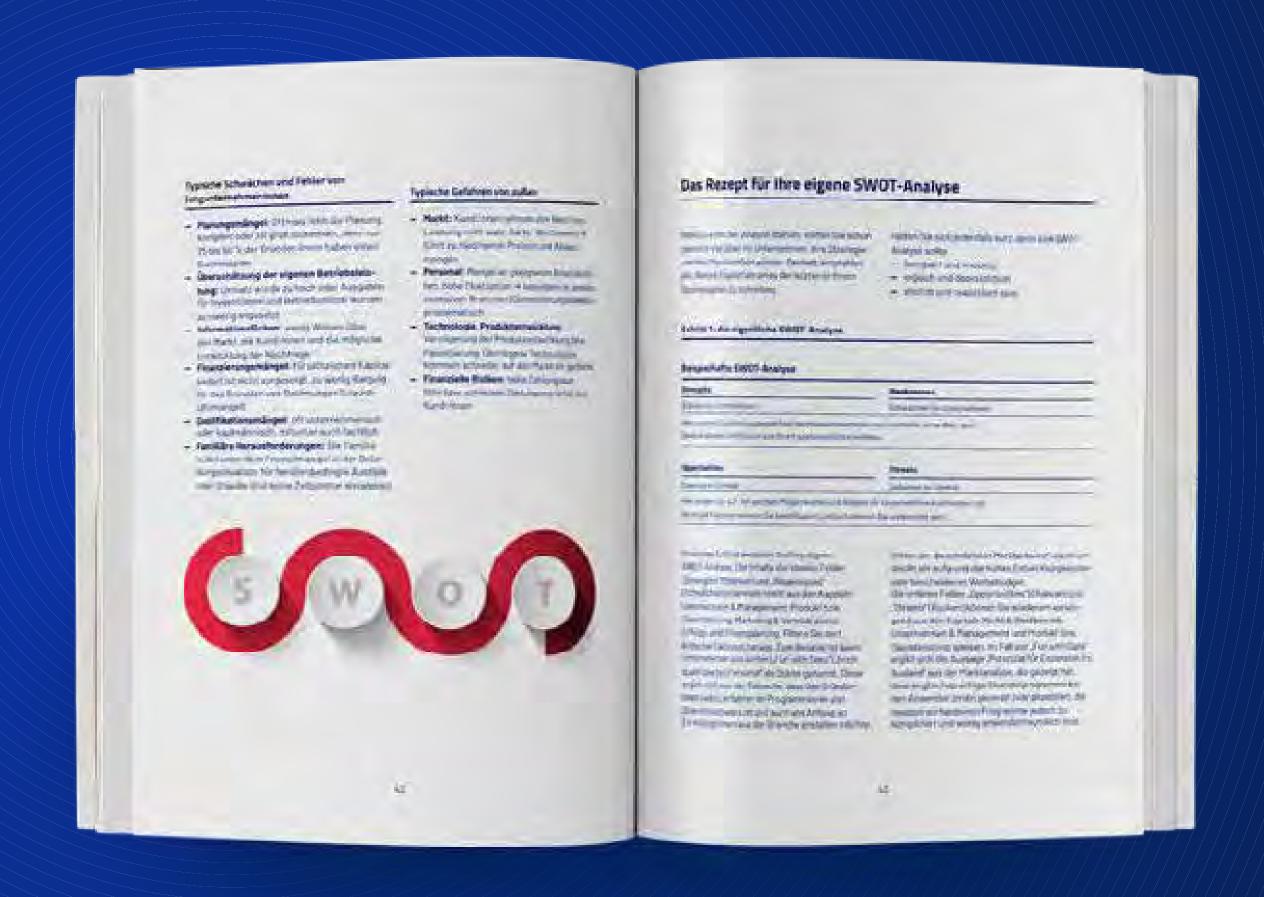






#### Services i2b Handbuch

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



## Services i2b Word-Vorlage

Zur angeleiteten Erarbeitung eines Businessplans (offline)

entspreshendy Vertrage (Casellachoftswirting etc.)? (Slot en exercic Respershonsourin med with the first formation and disstragated demons? Stocks day Uncomplimensgründung welche wesentlichen Schritte der Uncomplimensgründung wurden bereits gesetzt (Registrierung der Mariet, Firmenburthenteng, Spantragung der Einwirtbellerun hitgarig, syil. Zusagen verüb ert.)?

### i i Organizara control to

Stellen Sie mittels eines Organignamen die (geplante) Organisationistruktur inkl. eventuell insgehignerer Titagkeinstereiche (r.K. ihudmulsung) dar. Sust i untskinne bevert beseit i sollte das klar privamina sein.

### THE EUROPEAN PROPERTY OF A SHARED VALUE AND ASSESSMENT

Was sind die Kernaufgstern ihres Unterwillmeits? Werübes Geschöftsmodell haben Sie vorgesehen? SWDT-Antiliese sternifizieren Sie Labren und schweden im Vertigibte zu ihren Kankumenten Sesten für wiese Starken und Schwatzen den Trenta gegenöber, wi ergeben sich Chancan und Flüken für ihr Geschöftsmodelt und leiten Ein gegebenenfalls Maßnahmen ab.

### There

Setzen Sie sich Ziele (Kurz-, miche- und langfritzig), an dynen sie ihnen Korsushnot mepsen Komen. Die gesetzten Ziele sollen SMART (spezifisch, mesetze, resistisch, referent und retrie in Fertgelagt). Mitaliones Absolut Balanced Setzen seit.

### Till Orrightsinianianiani

### A. Branchi, Millih & Weltbewerb

### 8.2 Property

Beschreiben Sie die Branche, in der Sie tötig werden welden. Die Größe der Branche (Ansahl ner i kommekenen), die Sruksur der Branche (Bestänbigniße, Meimeilige Mindrusen oder wersige Pfeluhirsches Besoinderheilen und Spielrpych (z.B. Offmingswitten, Grots Servicelistungen, Anachkungen, Stammkunderenbutt, Trends in Bezag auf Preise Nochfrage, Mitzisches Modeli Branchenbakturonalpse woch Porter (Pive Forces).

### ALT ANAPHI III por no mantimitro)

Allt dam Markt ist im Linteratried our Brasche eicht die Summe der Anblyter gemeint, schaom Jone der Nachfrager. Wichtigt Kenngrößen und Volumen Preis. Umsatz ima Worthstum: Besierend auf den Marktnutten beten Sie des Absatzpotentiel ihren-Unterzehmens ab. Versuchen Sie steutöber Einschatzungen für die Zukunft nieder zu sehreiben und seizen Sie die Absatzunf für die Einsteignahmen niedrigen an, da die Markteroberung schnistweise erfeigen wird.

### 11 10/02/20

Walche Delaruppe sprechen Sie mit Ihrem Angebot an Füber wolche Merkmale sowie kunfendscheidende Euksonen wir Ahtrogroppe, Intereuse, Vorliebers, Werte, Verhahmunnsweit, verfügt ihre Zielgruppie? Richtet sich ihr Angebot an Privotkunden (B2C) oder an Unterpeismen (B2BF)

### 0.10 TSH621

Result/e-ben hie pktivelle Trends, eensmillers interestant and Technologie-getrichers. Verhalerungen suwar Trends im Syndiapspapapapap. Auf welche Art und Wesse besockstotigen Sie diese Trends und nützen diese sogar für No Produkt/öhre Dienstleisting?

### J | Far openin Days

Vergrassen hin Dir Prodokt / Bre Dienstleitung mit dem Angeleit der wichtigten Militerverber. Musyen Sie die Übersichtstobelle Konkumenzoscher zuf versenn Website fünder Downloods). Eine umfassende Konkumenzosche hijt ihnen ihre Storken und Schreichen im Vergleich zu auder im Unterminnen zu Identiffswein und ihr Register) zu optimieren.

### A Reference of the same of Limited Assessment

Titul es nechtivité, withinfillehe vider regionne etc. Altri i teintri i tributivité une mul une mulei. Sir dannit umgehe à Seutehen Adhangigkeiten to Liefenniten. Kunitén vider Millieweytems uie t.H., dans mir din Phalluktionsintementèmen Me Phallukt entletich kann?

### 5. Markeling & Vintriab

### 5.1 Manetical mayor & Keymmank Arom Links

Stellen Sie //we Marketingstrotegie mit den dervos physierieten Marketingmissien //w/ Marktestrittstephysie den Wyliche Kommunikätionskangle und Wertermitel worlen Jaautzen /

### 3.2 Mentales seeing & Verreits at the

### Science Problement Service

Weichen Endenkanfsprag, walken/könum; Sie krzielen? Zum meen muss der Verkoufsprag. Küslendeckend ihret, zum underen marattebijlich. Für Innovative Produkte/Dienklichtungen ist es einfacher einen höheren Freis zu verlangen, für traditionelle Produkte/Dienklichtungen zeuts man sich Landengiell an vorherrichtenden Freisen onlehberen, zuläer Sie können plausttel ist aumgestieren, warum bin Innoven haberer Preis gerechtfertigt ist (2.8. durch eine höhere Qualitat).

### 1.4. Tability promotomyn-8. spodeni soci-

Werktie Ziehlungskondireinen legen Sie (tar (dan)blissen, handere, Mandaposon ...) / Wirgeben Sie mit Service und Beschwerdeanfragen ihrer kunden um?



## 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











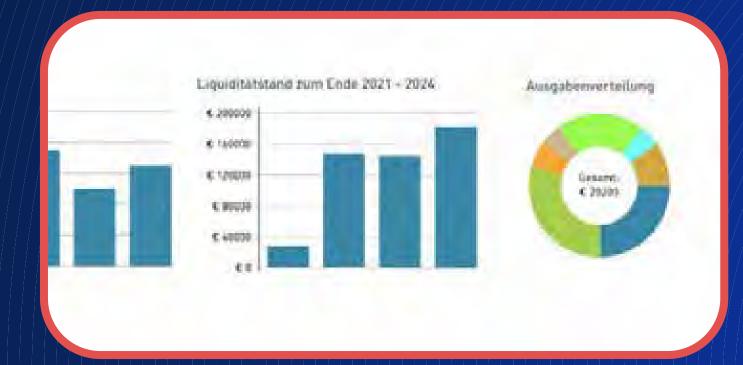








## Services Nützliche Tools



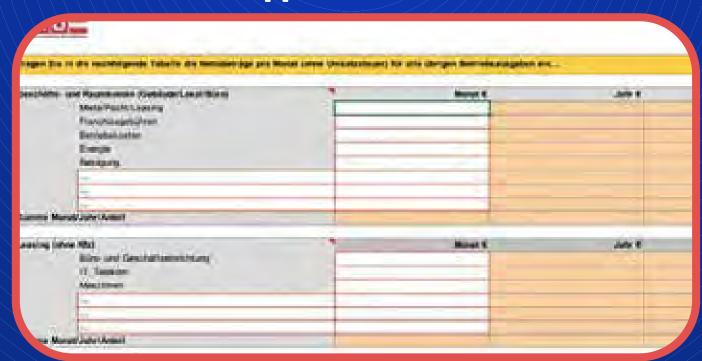
plan4you.onlin



Break-Even-



fundno W



Zahlen im Busine Reship B Griff



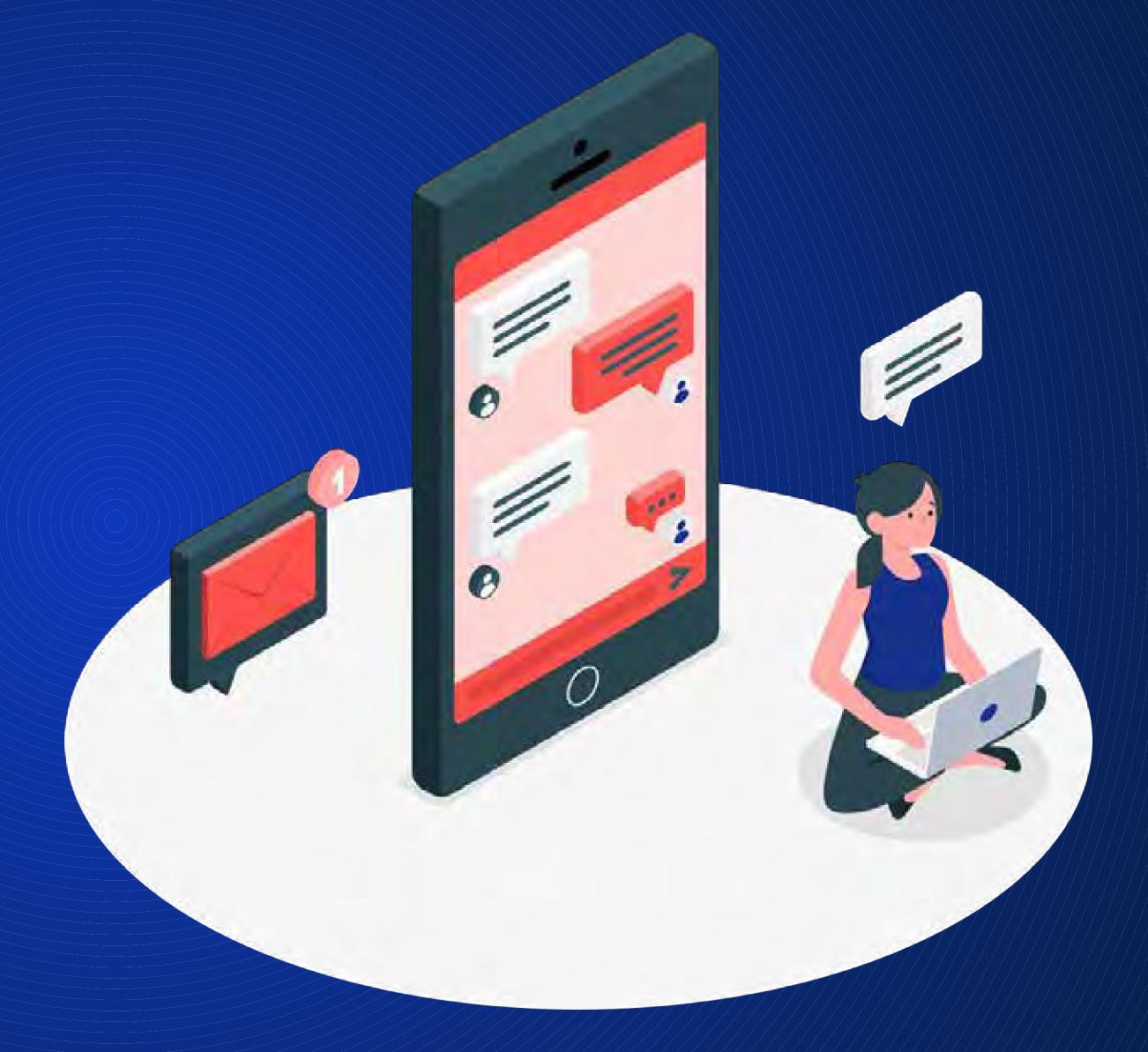
insurance4busines



Mindestumsatzrechn er

# 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 <u>über 150 Expert:innen</u> zur Verfügung.



# Services Österreichweites Partnernetzwerk



































































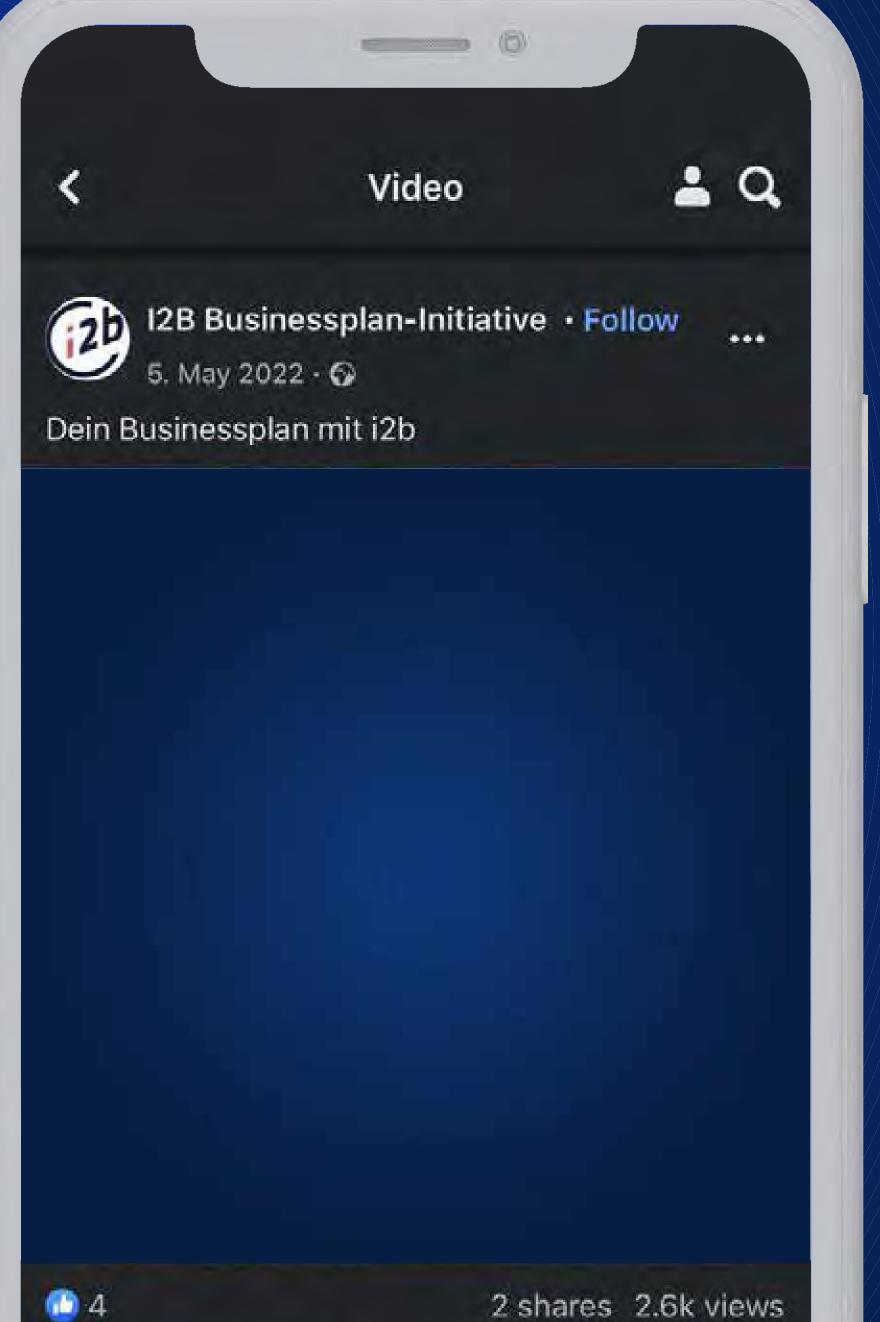




## i2b Businessplan Wettbewerb

## Wettbewerb





## Wettbewerb

### Kategorien und Sonderpreise



Dienstleistung, Gewerbe, Handel



Studierend



Technologie & GreenTech



Betriebsnachfol





Ein-Personen-Unternehmen



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 2025

28.09.2025

17.11.2025

04.12.2025

Einreichungen jederzeit möglich

Einreichschluss

Finale – Pitch

Preisverleihun





## Kontakt



Lisa Rupp Stv. Geschäftsführerin rupp@i2b.at



Nicole Kus Projektmanagerin kus@i2b.at



Emanuel Bröderbauer Geschäftsführer emanuel.broederbauer@erstebank. /at/