

# Inhalte eines Geschäftsplans

## *Deckblatt / Allgemeine Daten*

Deckblatt und allgemeine Daten stellen eine Kurzzusammenfassung des Geschäftsplans dar, damit die Leserinnen und Leser sich einen schnellen Überblick verschaffen können. Aufgelistet werden sollten:

- Firmierung / Name der Schülerfirma
- Name und Ort der Schule
- Adresse und weitere Kontaktdaten
- Namen der Verfasserinnen und Verfasser
- Einbindung in die Schulorganisation
- Kurzdarstellung der Idee
- Organisationsstruktur / Abteilungen
- Partnerunternehmen
- Bisherige Erfolge

## *Geschäftsidee / Nachhaltigkeit*

Die Geschäftsidee wird so beschrieben, dass sie auch von Laien und Außenstehenden verstanden werden kann. Folgende Punkte sollten berücksichtigt werden:

- Welches Produkt oder welche Dienstleistung soll verkauft werden?
- Welches Problem wird mit der Idee / dem Produkt / der Dienstleistung gelöst und welchen Nutzen haben die Kundin und der Kunde konkret davon?
- Worin ist das Produkt / die Idee besser als das der Konkurrenten?
  - Falls dies nicht genau bekannt ist, könnte vorab eine Konkurrenzanalyse gemacht werden?
- Welche Entwicklungsschritte sind noch zu leisten?
- Wie erfolgt die Produktions- und Kapazitätsplanung? Wer macht sie und wie?
- Wie sehen die voraussichtlichen Kosten des Produktes aus und wie viel soll es kosten?
- Was an der Geschäftsidee ist nachhaltig?

## *Marktanalyse*

Die Marktanalyse soll Aufschluss darüber geben, ob das Produkt oder die Dienstleistung auch nachgefragt wird. Dazu wird die Zielgruppe genauer beschrieben und ihre Bedürfnisse, beispielsweise in einer Befragung ermittelt:

- An wen richtet sich das Angebot?
- Gibt es Zielgruppen, die besonders gut zum Produkt passen (Alter, Geschlecht, Beruf, Einkommen usw.)?
- Wie viele Interessentinnen und Interessenten gibt es wohl?
- Haben die Interessentinnen und Interessenten besondere Erwartungen an das Produkt oder die Dienstleistung?
- Wie hoch ist die Kaufkraft der Zielgruppe?

Wichtig können auch Fragen zu Mitbewerberinnen und Mitbewerbern sein:

- Gibt es ähnliche Unternehmen am Markt?
- Welche Qualität haben deren Produkte oder Dienstleistungen?
- Zu welchem Preis bieten sie ihre Produkte oder Dienstleistungen an?
- Zu welchen Zeiten?

## *Rechtsform*

Hier wird kurz begründet, warum sich die Schülerfirma für eine bestimmte Rechtsform entschieden hat. Weitere Informationen sind auch im Kapitel *Rechtsformen* der Handreichung *Schülerfirmen organisiert wie richtige Unternehmen* zu finden.

## *Unternehmensziele*

Hier werden die angestrebten Ziele des Unternehmens beschrieben. Wichtig hierbei ist, dass es bei einer Schülerfirma niemals primär um das Ziel der Gewinnmaximierung geht. Vielmehr rücken neben den ökonomischen Zielgrößen wie Umsatz, Gewinn oder Marktanteile andere Ziele in den Vordergrund, etwa aus dem *sozialen Bereich* (z. B. Unterstützung sozialer Projekte) oder aus dem *ökologischen Bereich* (z. B. besonders ressourcenschonende und umweltverträgliche Produkte/Produktion). Weitere Informationen hierzu sind auch im Kapitel *Nachhaltigkeit* der Handreichung *Schülerfirmen organisiert wie richtige Unternehmen* zu finden.

## *Standort und Einrichtung*

Hier wird beschrieben, über welche räumlichen und sächlichen Ressourcen die Schülerfirma verfügen kann. Dazu zählen beispielsweise:

- die Anzahl und Größe der Räume
- das Mobiliar
- die vorhandene Ausstattung mit Werkzeugen, Geräten und Maschinen
- gegebenenfalls Vereinbarungen mit der Schulleitung oder externen Partnern über die Nutzung von Ressourcen
- eine Prognose über zukünftige Investitionen in Standort und Einrichtung

## *Marketing und Vertrieb*

Das Marketing ist eines der zentralen Elemente in einem Geschäftsplan. Hier wird dargelegt, wie das Produkt oder die Dienstleistung vermarktet wird.

Wichtige Bestandteile erfolgreichen Marketings sind:

- Zielgruppengerechte Werbung und Gestaltung der Werbemittel
- Intensität der Werbung (unter Berücksichtigung der Kosten)
- Auswahl von passenden Medien (z. B. Flyer, Plakate, Homepage, Schülerzeitung)
- Alternative, ungewöhnliche Wege, um Kundinnen und Kunden zu überzeugen
- Preiskalkulation auf Basis der Kaufkraft der Zielgruppe und möglicher Mitbewerberinnen und Mitbewerber
- Vertriebswege und Gestaltung der Verkaufsräume
- Gestaltung von Logos und Briefköpfen
- Gestaltung der Verpackung für die Produkte

## *Organisation und Personal*

Die Schülerfirma braucht im laufenden Geschäftsbetrieb klare Strukturen. Deshalb wird in diesem Teil des Geschäftsplans beschrieben, welche Aufgaben im Geschäftsbetrieb anfallen und wie

- diese Aufgaben aufgeteilt und Abteilungen zugeordnet werden sollen,
- die Zusammenarbeit der Abteilungen aussehen soll (Organigramm),
- Entscheidungsprozesse organisiert werden und welche Befugnisse die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben sollen,

- das Personal qualifiziert und weitergebildet werden kann,
- die Entlohnung gestaltet werden soll,
- neues Personal gefunden werden kann und
- externe Partner (etwa Kooperationsbetriebe, beratende Verbände etc.) unterstützen können, wenn eigene Erfahrungen oder Fähigkeiten fehlen.

## *Kapitalbedarf und Finanzplanung*

In der Gründungsphase der Schülerfirma fallen Kosten beispielsweise für die Ausstattung mit Geräten, Maschinen, Werkzeugen oder auch für das Marketing an. Zu dieser Zeit gibt es jedoch noch keine Einnahmen aus dem Geschäftsbetrieb. Deshalb werden im Kapitalplan die Kosten aufgelistet und dem Gründungskapital gegenübergestellt.

Für den weiteren Geschäftsbetrieb werden in der Finanzplanung die laufenden Kosten und die erwarteten Einnahmen aufgelistet. Dabei ist darauf zu achten, dass die Schülerfirma zu jeder Zeit zahlungsfähig (liquide) bleibt. Die Finanzplanung muss zumindest das erste Geschäftsjahr, sollte aber möglichst auch die Folgejahre umfassen.

Stand: 28.01.2023 / Krohn/Dethlefsen

Quelle: In Anlehnung an <http://schuelergeno.de/download/NI>