



Unternehmensberatung Unternehmerheld

Businessplan
Stand: 01.06.2020

KONTAKTDATEN

Unternehmensberater Unternehmerheld
Tel. 01234 - 567890
unternehmerheld@unternehmensberatung.de
www.unternehmerheld-unternehmensberater.de

Gründungsdatum

Juni 2020

Executive Summary

„Die Innovationsberatung von André Schneider steht für eine Beratung auf höchstem Niveau. Ich fungiere als Ideengeber und Umsetzer strategischer Geschäfts- und Innovationsziele.“

Gründer:

Ich gründe als selbstständiger Unternehmensberater und biete in freiberuflicher Tätigkeit meine Beratungsleistung insbesondere für Start-ups und Kleinunternehmen an. Ich verfüge über eine langjährige Erfahrung als Unternehmensberater und habe mich auf das Thema Innovationsberatung spezialisiert.

Zielkunden:

Meine Zielkunden sind insbesondere Jungunternehmen in den ersten drei Jahren ab Gründung, um sie bei der Umsetzung ihrer Ideen in ein wirtschaftlich erfolgreiches Produkt zu unterstützen.

Daneben spreche ich erfolgreich am Markt etablierte Kleinunternehmen an, die bei der Weiterentwicklung ihres Innovationsprozesses einen Bedarf haben.

Geschäftsidee:

Ich begleite meine Kunden bei der Ausgestaltung ihrer Innovationsprozesse und bei der Durchführung von Innovationsprojekten. Dadurch helfe ich ihnen ihre Innovationschancen zu identifizieren, diese vorzubereiten und dann effizient umzusetzen.

Markt:

Der Markt für Unternehmensberatungen wächst seit Jahren konstant. Dabei stieg der Umsatz in meinem Spezialthema Business Development & Innovation überproportional mit zuletzt 12,3%. Die Markterwartungen werden für die nächsten Jahre weiterhin positiv geschätzt.

Den etablierten Mitbewerbern fehlt häufig eine klare Fokussierung auf das Thema Innovationsberatung. Durch meine langjährige Spezialisierung werde ich hier als Qualitätsführer auftreten.

Strategie:

Ich verbinde die fachliche Tiefe im Themenfeld Innovationsmanagement mit umfassenden Projektmanagementmethoden. Dadurch biete ich meinen Kunden in diesem Spezialgebiet ein Angebot von der Ideenfindung über die Konzipierung bis hin zur Umsetzung.

Darüber hinaus biete ich eine eigenentwickelte Software zum Management von Innovationsprojekten an, das von meinen Kunden unabhängig von meiner Einbindung erworben werden kann.

Marketing:

Meine Neukunden gewinne ich insbesondere über die Nutzung meines bestehenden Netzwerks. Dieses werde ich laufend über Teilnahme an Fachveranstaltungen erweitern. Im digitalen Bereich werde ich eine fachliche Präsenz in den sozialen Medien bei LinkedIn und Xing aufbauen. Hier werde ich mich als fachlicher Ansprechpartner in meinem Themenfeld präsentieren.

Zudem werde ich durch die Veröffentlichung von redaktionellen Beiträgen auf einschlägigen Onlineportalen und in Fachmedien Aufmerksam erzeugen. Meine Buchungen als Speaker auf Fachveranstaltungen werde ich zudem für

Akquise von Neukunden verwenden können.

Unternehmen:

Das Unternehmen wird zunächst von mir als Einzelunternehmer gegründet. In den nächsten Jahren plane ich den schrittweisen Aufbau eines Teams aus jungen Mitarbeitern sowie Partnern.

Der Aufbau einer Reputation wird in der Anfangszeit im Vordergrund stehen. Qualitativ hochwertige Projektergebnisse werde mich nach und nach bei Kunden etablieren.

Finanzen:

Der Umsatz ergibt sich aus der abgerechneten Beratungsleistung für eigene Beratung und die der zukünftigen Mitarbeiter. Durch den sukzessiven Aufbau und der Entwicklung der Mitarbeiter wird im 2. Geschäftsjahr mit einem Gesamtumsatz von ca. 170.000 Euro gerechnet. Dieser kann jährlich um durchschnittlich 30% gesteigert werden.

Die höchsten Kosten ergeben sich daher auch aus den Personalkosten, die ca. 50% des Umsatzes ausmachen. Die Betriebskosten und Marketingkosten belaufen sich durchschnittlich auf jeweils 10% des Umsatzes. Wobei die Marketingausgaben zu Beginn einen höheren Anteil haben.

Die Liquidität wird zum einen durch eine Eigeneinlage von 20.000 Euro und zum anderen durch einen KfW-Förderkredit in Höhe von 55.000 Euro und einer Laufzeit von 5 Jahren sichergestellt.

Chancen & Risiken:

Die größten Chancen bestehen durch den Eintritt in einen seit Jahren stark wachsenden Markt in einem Thema, das zudem überproportional hohes Wachstum verzeichnet. Staatliche Unterstützungsprogramme geben hierbei eine zusätzliche Chance.

Die Eintrittsbarrieren sind zwar gering. Jedoch besteht eine hohe Anzahl an Mitbewerbern, die versuchen in dem Markt Fuß zu fassen. Dies werde ich durch den Aufbau meiner Reputation als "der Experte" für Innovationsmanagement begegnen.

Inhaltsverzeichnis

Executive Summary

1. Gründer
2. Zielkunden
3. Geschäftsidee
4. Markt & Wettbewerb
5. Strategie
6. Marketing
7. Unternehmen
8. Finanzen
9. Chancen & Risiken
10. Meilensteine

1. Gründer

1.1 Gründer

Über 7 Jahre habe ich Erfahrungen bei der Unternehmensberatung in einem mittelständischen Beratungsunternehmen in Frankfurt am Main mit Schwerpunkt Innovationsberatung gesammelt. Zuletzt war ich als Senior Manager für die Leitung und Durchführung von Projekten bei diversen kleinen und mittleren Unternehmen verantwortlich. In dieser Zeit baute ich mir ein umfassendes Fach- und Methodenwissen im Innovations- sowie Projektmanagement auf, das ich nun als selbstständiger Unternehmensberater meinen Kunden zur Verfügung stelle.

Mein Studium habe ich im Fach Betriebswirtschaftslehre an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz mit den Schwerpunkten Management and Digital Transformation absolviert. Der Wunsch zur Gründung meines eigenen Unternehmens hat mich seit Beginn meines Studiums begleitet.

Geboren in Paderborn wohne ich derzeit in Frankfurt am Main, bin verheiratet und habe einen Sohn. Für den Erfolg meines Unternehmens bin ich gerne bereit, für einige Zeit ein niedrigeres Gehalt in Kauf zu nehmen. Durch langjährige Erfahrungen sowie durch regelmäßige Fortbildungen garantiere ich eine jederzeitige fachliche Qualifikation, die dem neuesten Stand entspricht.

1.2 Gründerprofile



André Schneider

Gründer

Gründungsmotivation

Seit vielen Jahren begleitet mich der Wunsch nach einer Selbstständigkeit. Die eigenständige Mitwirkung als Innovationsberater für kleine und mittlere Unternehmen ist eine ideale Voraussetzung, zum nachhaltigen Erfolg meiner Kunden beizutragen.

Qualifikation & Kompetenzen

Ich bringe neben breiten betriebswirtschaftlichen Kenntnissen eine Spezialisierung in Innovationsmanagement und der Digitalisierung von Unternehmensabläufen mit. Darüber hinaus verfüge ich über ein Set an Methodenkenntnissen, die mich zu einem exzellenten Unternehmensberater machen. Dazu gehören insbesondere mein geschultes analytisches Vorgehen, mein fundiertes Know-how an neuesten Projektmanagementmethoden sowie professionelle Präsentationstechniken.

Zudem habe ich Freude an der Arbeit mit Menschen. Ich freue mich darauf, mein eigenes Unternehmen zu vermarkten. Ein gutes Produkt in der Akquise an den Kunden zu bringen liegt mir und wird neben den fachlichen Leistungen ein fundamentaler Bestandteil meiner Beratungsarbeit sein.

1.3 Ziele

Als Innovationsberater und Ideengeber unterstütze ich meine Kunden bei der Entwicklung und Umsetzung strategischer Geschäfts- und Innovationsziele. Ich entwickle mit ihnen neue Prozesse, Nutzererlebnisse, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle und helfe damit, neue Märkte zu erschließen.

Ich werde mich und mein zukünftiges Team innerhalb von 5 Jahren als eine der Top-3-Innovationsberatungen für

Kleinbetriebe im Rhein-Main Gebiet etabliert haben.

In den ersten 12 Monaten der Gründung steht der Aufbau eines Kundennetzwerks im Fokus. Die Akquise von Neukunden wird, neben der erfolgreichen Durchführung von ersten Projekten, die meiste Zeit in Anspruch nehmen.

Mittelfristig strebe ich den Aufbau eines Teams aus Beratern an. Dieses wird neben Jungberatern auch aus erfahrenen Mitarbeitern und Partnern bestehen.

2. Zielkunden

2.1 Zielkunden

Als Kunden spreche ich grundsätzlich alle Kleinunternehmen unabhängig von Branche und Unternehmensform an.

Hierbei fokussiere ich mich zum einen auf Jungunternehmen in den ersten 3 Jahren ab Gründung mit einem Jahresumsatz von bis zu 2 Mio. Euro und mit bis zu 9 Mitarbeitern.

Zum anderen spreche ich erfolgreich etablierte Unternehmen mit einem Jahresumsatz von bis zu 20 Mio. Euro und einer Mitarbeiterzahl von bis zu 40 Mitarbeitern an, die sich ca. 5 bis 10 Jahre nach Gründung in einer Neufindungsphase befinden.

Darüber hinaus sind meine Zielkunden aktuelle oder potenzielle Investoren, die in die o.g. Unternehmen investiert haben oder dies beabsichtigen.

Zum persönlichen Kontaktaufbau und Nutzung der räumlichen Nähe werde ich mich zu Beginn insbesondere auf Unternehmensstandorte im Rhein-Main-Gebiet konzentrieren. Ansprechpartner in den jeweiligen Unternehmen sind die Gründer bzw. die Geschäftsführung sowie deren Investoren.

2.2 Probleme & Bedürfnisse

Unabhängig von der Unternehmensgröße bzw. vom Unternehmensalter entstehen in jedem Markt laufend Innovationen. Dabei ergeben sich beispielsweise immer wieder ähnliche Herausforderungen bzw. Fragestellungen:

- Wie erfolgt die Bewertung von Neuentwicklung auf ihre Wettbewerbsfähigkeit?
- Wie erfolgt die Durchführung der Planung von technologischen Neuentwicklungen?
- Wie lassen sich Produktionsverfahren oder Dienstleistungen effizient gestalten?
- Wie reagiert man frühzeitig auf Marktveränderungen?
- Wo und wie erhält man Fördermittelunterstützung zur Realisierung von Ideen?

Diese Grundfragen haben dabei für jedes Unternehmen eine unterschiedliche Bedeutung. Aber insbesondere Start-ups haben häufig das Problem in der Anfangsphase von ihrem eigenen Erfolg überrollt zu werden. Eine Geschäftsidee, die positiv bewertet wurde und sich nun in der Produktentwicklung befindet, erfordert oft die volle fachliche Aufmerksamkeit der Gründer. Dabei entstehen Engpässe bei der Umsetzung in ein wirtschaftlich erfolgreiches Produkt bzw. eine Dienstleistung. Produkttests mit Kunden und die Herausforderungen beim Marketing und Vertrieb werden in dieser Phase häufig unterschätzt. Daher besteht der Bedarf an einer Beratung zu einer umfassenden Innovationsstrategie.

Nach 5 bis 10 Jahren haben etablierte Kleinunternehmen wirtschaftliche Erfolge erlebt, erste Produkte bzw. Dienstleistungen wurden erfolgreich abgesetzt. Die Weiterentwicklung des Kerngeschäfts erfordert so viel Aufmerksamkeit, dass neue Innovationen häufig nicht optimal genutzt werden. Teilweise werden diese zwar in die Umsetzung gegeben, allerdings wird hier die Weiterentwicklung aus Marktperspektive vernachlässigt. Spätestens in dieser Phase entsteht der Bedarf an der Etablierung eines umfassenden Innovationsprozesses. Als Innovationsberater helfe ich hier bei der Ideenentwicklung, Konzeptionierung, Umsetzung, Einführung und Marktdurchdringung von Ideen und Erneuerungen.

Typische Unternehmensberatungen sprechen meine Kundengruppen oft nicht an, da sie Lösungen bieten, die nicht auf Kleinunternehmen passen. Zudem werden die Leistungen zu Preisen angeboten, die für Start-ups und Kleinunternehmen nicht finanzierbar sind. Diese Lücken werde ich durch meine Beratungsleistung schließen.

3. Geschäftsidee

3.1 Produkt / Dienstleistung

Meine Dienstleistung Innovationsberatung erfolgt unternehmensindividuell und branchenspezifisch. Ich unterstütze Unternehmen bei der Ideenentwicklung, Konzeptionierung, Umsetzung, Einführung und Marktdurchdringung ihrer Produkte und Dienstleistungen. Dabei bediene ich mich der Instrumente der systematischen Planung, Steuerung, Kontrolle und Evaluation im jeweiligen Unternehmen. D.h. es kommen zur Entwicklung von Ideen nicht nur Kreativitätstechniken zum Einsatz, sondern ich setze auch alle zur Verfügung stehenden Instrumente der Ideenverwertung ein, um aus einer Idee ein wirtschaftlich erfolgreiches Produkt oder Dienstleistung zu machen.

In der Beratung stelle ich mein Innovationsmanagement-Know-how und Methodenwissen zur Verfügung, übernehme gleichzeitig Teile des Innovationsprozesses und führe dieses selbstständig durch.

In der Unternehmensberatung umfasst mein Produktspektrum hierbei insbesondere folgende Leistungen:

- Durchführung von Innovations- und Ideenworkshops (inkl. Vor-, Nachbereitung und Moderation)
- Erstellung von Produktanalysen aus Nutzersicht zur Gewährleistung von Produktverwertbarkeit
- Durchführung des internen Managements von Innovationsprojekten
- Umsetzungsbegleitung
- Übernahme von zeitlich befristeten Managementaufgaben

Daneben biete ich das von mir entwickelte Innomag-Tool zur Abbildung und Steuerung aller Innovationsaktivitäten, von der Prozessoptimierung bis hin zur Entwicklung disruptiver Innovationen, an. Dieses wird abgestimmt auf die jeweiligen Unternehmensanforderungen und kann unabhängig von meiner Beratungsleistung erworben werden.

Außerdem begleite ich Unternehmen bei Förderprogrammen für Innovationsberatung der Bundesregierung (go-inno). Potentialanalysen von Innovationen, Realisierungskonzepte und die Begleitung durch Projektmanagement gehören somit zu meinen von staatlicher Seite geförderten Leistungen.

3.2 Kundennutzen

Ich begleite meine Kunden bei der Ausgestaltung ihrer Prozesse und Durchführung von Innovationsprojekten. Somit hilft meine Beratungsleistung Unternehmen dabei:

- Innovationschancen zu identifizieren
- Konzepte zu entwickeln, wie diese realisiert werden können
- die Umsetzung der Innovation voranzutreiben
- sicherzustellen, dass die verfolgten Innovationsziele nie aus den Augen verloren werden
- ihre Mitarbeiter zu motivieren, die formulierten Ziele zu erreichen.

Zudem werden Produkte und Dienstleistungen bzw. Produktionsweisen verbessert, wodurch der direkte wirtschaftlicher Nutzen messbar wird. Dies geschieht beispielsweise durch folgende Punkte:

- Erhöhung der Kaufbereitschaft
- Steigerung der Weiterempfehlungsrate
- Reduzierung der Beschwerdewahrscheinlichkeit
- Erhöhung der Zahlungsbereitschaft,

- Kosteneinsparung bei der Produktion

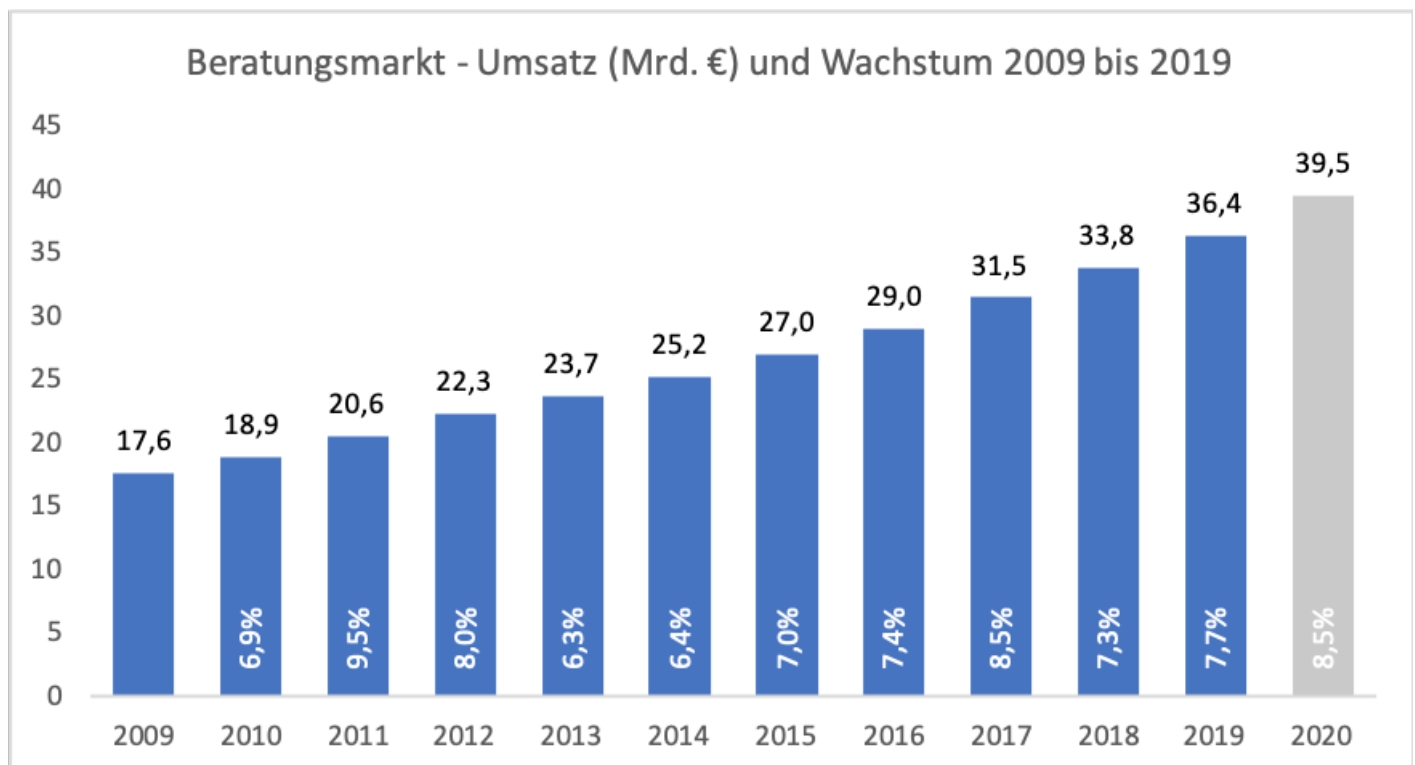
Da Beratung nur eine begrenzte bzw. einmalige Ausgabe bedeutet und nicht langfristig Kosten verursacht, sind die Leistungen zudem mit überschaubaren Kosten verbunden.

4. Markt & Wettbewerb

4.1 Markt

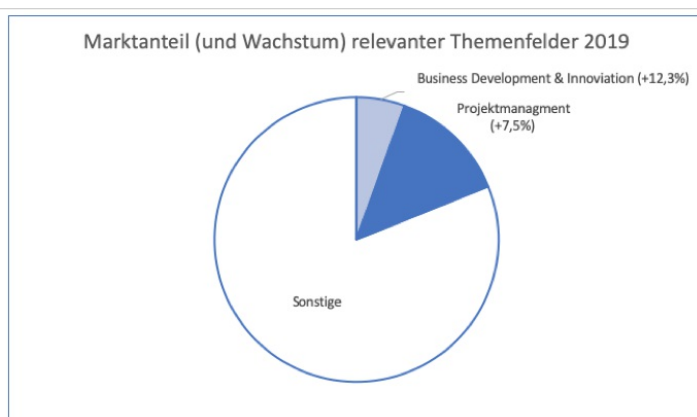
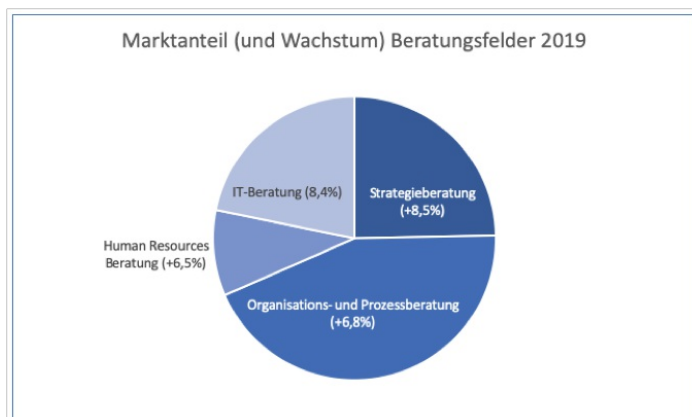
Marktentwicklung

Der Markt für Beratungsdienstleistungen wächst in Deutschland seit 10 Jahren kontinuierlich. Dabei verzeichnete der Markt Wachstumsraten zwischen 6,3% und 9,5% pro Jahr. Im Jahr 2019 stieg der Gesamtumsatz um 7,7% auf zuletzt EUR 36,4 Mrd. an. Prognosen gehen von einem weiteren Wachstum im Jahr 2020 aus.



Der tiefere Blick in die unterschiedlichen Beratungsfelder ergibt einen genaueren Einblick in die für meine Beratungsleistung relevante Entwicklung. 2019 entfielen ca. 44% des Marktes auf Organisations- und Prozessberatung, ca. 25% auf Strategieberatung, ca. 22% auf IT-Beratung und ca. 10% auf Human Resource-Beratung. Die Wachstumsraten der einzelnen Felder schwankten zwischen 6,5% und 8,5%.

Das Themenfeld Business Development & Innovation hatte 2019 einen Marktanteil von 5,5%, Projektmanagement verzeichnete einen Marktanteil von 13,4%. Somit fokussiere ich mich auf ca. 19% des Marktes wobei insbesondere das Themenfeld Business Development & Innovation ein stark überdurchschnittliches Wachstum von 12,3% im Jahr 2019 zu erreichen konnte.



Anzahl Unternehmen und Personal

Insgesamt existieren ca. 20.000 Beratungsunternehmen in Deutschland. Hierbei entfallen ca. 55% (11.000) auf das kleinste Segment mit einem Gesamtumsatz von unter EUR 250.000 im Jahr. Die größten 200 Beratungsunternehmen mit einem Gesamtumsatz von über EUR 50 Mio. bringen es auf einen Marktanteil von ca. 42%

In der Beratungsbranche waren 2019 ca. 155.000 Mitarbeiter beschäftigt. Von diesen waren ca. 130.000 als Berater und 25.000 im Backoffice angestellt.

Markterwartungen

Für 2020 erwarten 90% der deutschen Unternehmen laut Eurobarometer-Umfrage eine Konstanz oder sogar Verschlechterung der wirtschaftlichen Lage. Allerdings ergab gleichzeitig eine Umfrage des Bundesverbands Deutscher Unternehmensberater, dass trotzdem von 65% der etablierten Unternehmensberatungen weiterhin ein steigender Umsatz erwartet wird.

Im Durchschnitt wird für 2020 ein Umsatzanstieg um 8,5% erwartet. Somit läge der Gesamtmarkt in diesem Jahr bei EUR 39,5 Mrd.

Der erwartete Wachstumswert trifft auch auf die oben aufgeführten relevanten Themenfelder zu. In Business Development & Innovation wird ein Wachstum von 7,7%, im Bereich Projektmanagement von 6,7% erwartet.

4.2 Mitbewerber

Potenziell kommen alle Unternehmensberatungen mit einer thematischen Ausrichtung auf Innovationsmanagement als Mitbewerber in Frage. Allerdings konzentrieren sich die großen Mitbewerber mit über 10 Mitarbeitern eher auf Großunternehmen und verlangen zu hohe Tagessätze für meine Zielgruppe. Viele kleine und mittelständische Unternehmensberatungen mit Spezialisierung auf Digitalisierungsberatung versuchen zwar auch das Thema Innovationsberatung abzudecken, verfügen hier aber über zu wenig Erfahrung, um glaubwürdig als Mitbewerber in Frage zu kommen.

Folgende im Rhein-Main-Gebiet etablierte Beratungsunternehmen wurden als wichtigste Mitbewerber identifiziert:

Name	Mitarbeiter	Themen-Schwerpunkte
Tanja Schebing Unternehmensberatung	1	Unternehmensnachfolge, Unternehmenskultur, Innovation, Digitalisierung, Fördermittel

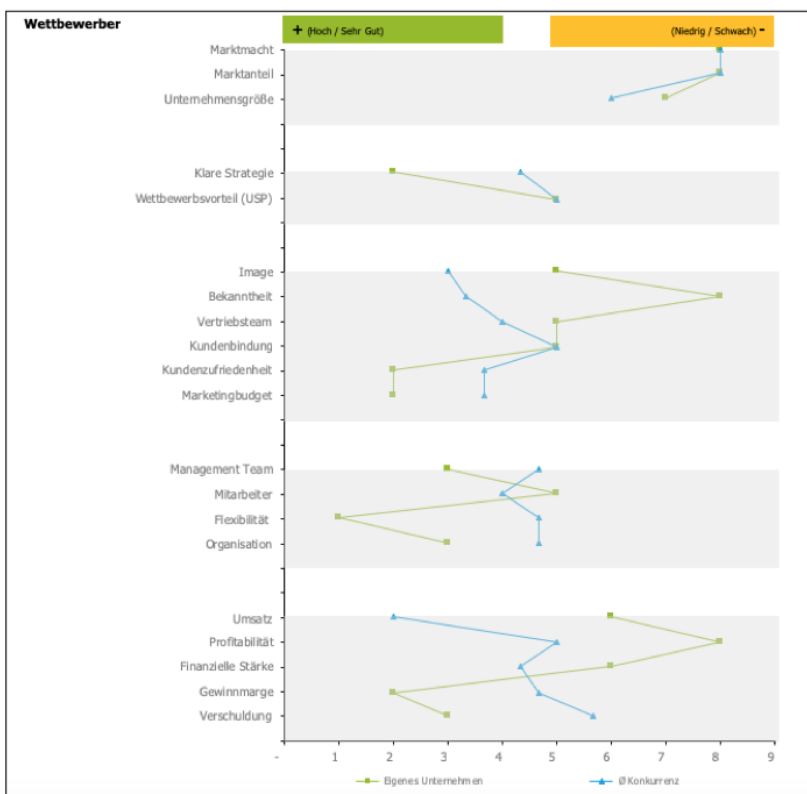
Unlimity Unternehmensberatung	1	Innovations-Prozesse, Digitale Transformation, Design Thinking, Business Modell Generation, Collaboration Software, Markenpositionierung
Tomorrow Innovationsberatung	4	Innovationsberatung, Coaching, Software
Gosimfy	6	Innovationsmanagement, Digitale Transformation, Change Management

4.3 Konkurrenzanalyse

Meine Zielgruppe wird somit fast ausschließlich von sehr kleinen Beratungsunternehmen mit Spezialisierung auf Innovationsberatung angesprochen. Im Rhein-Main Gebiet existieren zahlreiche Einzelberater in diesem Bereich. Einige davon haben sich in den letzten zwei Jahren im Markt etabliert und bereits ein kleines Team an Innovationsberatern aufgebaut.

Um meine Positionierung einzuschätzen habe ich eine Vergleichsanalyse mit drei Hauptwettbewerbern durchgeführt. Hierbei wird deutlich, dass der Markt für Innovationsberatung eine sehr geringe Konzentration aufweist und keine hohen Eintrittsbarrieren vorweist. Meine Strategie einer klaren Fokussierung auf ein Beratungsthema verschafft mir einen strategischen Vorteil gegenüber der Konkurrenz. Im Marketing werde ich meinen Nachteil an Bekanntheit und Image mit einem hohen Marketingbudget begegnen. Organisatorisch kann ich durch Flexibilität, insbesondere zu Beginn, gegenüber der Konkurrenz punkten.

Die Konkurrenzanalyse wird anhand folgender Graphik veranschaulicht:



5. Strategie

5.1 Alleinstellungsmerkmal

Im Vergleich zu meinen Mitbewerbern, decke ich nicht nur das fachliche Know-how im Thema Innovationsmanagement ab, sondern verbinde dies darüber hinaus mit strategischem Organisationstalent. Das bedeutet ich biete alle üblichen Unternehmensberatungsleistungen bei gleichzeitiger fachlicher Tiefe an.

Daneben biete ich noch ein Tool zum Management von Innovationsprojekten, das über meine Einbindung in das Unternehmen hinaus für das Innovationsmanagement genutzt werden kann.

5.2 Positionierung

Die Stundensätze für Beratungsleistungen unterscheiden sich stark und liegen üblicherweise zwischen 100 und 300 Euro. Abhängig vom Themengebiet und der Unternehmensgröße können die Sätze allerdings auch noch weit darüber liegen.

Da sich meine Zielkunden eher in der Anfangsphase der Unternehmensentwicklung befinden, sind sie sehr preissensitiv im Hinblick auf Ausgaben in dieser Größenordnung. Daher werde ich meine Beratungsleistung am unteren Ende der Spanne für 120 Euro pro Stunde anbieten. Zudem erhalten Start-ups Rabatte von 10% bis 20%.

Durch meine Fokussierung auf Spezialthemen werde ich als Experte in meinen Themengebieten wahrgenommen. Es werden Beratungsleistungen auf höchstem Niveau aber für kleine Unternehmen angeboten. Dies rechtfertigt die vergleichsweise hohen Kosten des Service.

6. Marketing

6.1 Kundengewinnung

Mein Marketing für Neukundengewinnung werde ich zu Beginn auf vier Kanäle konzentrieren:

- Nutzung und Ausbau des vorhandenen Netzwerks
- Aufbau Präsenz in Sozialen Medien, insb. LinkedIn und Xing
- Aufbau der eigenen Website
- Fach-Veröffentlichungen sowie Auftritte als Speaker bei Veranstaltungen

Insbesondere zu Beginn rechne ich mit einem sehr hohen Aufwand, der für die Neukundengewinnung investiert werden muss. Die ersten drei Monate investiere ich hierfür meine gesamte Arbeitszeit. Langfristig plane ich für Akquise und Organisation einen Aufwand von ca. 50% bis 60% ein.

Netzwerkaufbau

Durch meine bisherige Anstellung habe ich bereits Kontakte zu Entscheidungsträgern bei potenziellen Kunden aufgebaut. Diese werden insbesondere zu Beginn von mir auf meine Neugründung und das Angebot aufmerksam gemacht.

Zudem werde ich verschiedene gesellschaftliche Veranstaltungen sowie Fachveranstaltungen nutzen, um persönliche Kontakte zu potenziellen Neukunden aufzubauen.

Präsenz in Sozialen Medien

Als relevante Medien für Innovationsberater habe ich LinkedIn sowie Xing identifiziert. Hier vernetze ich mich mit bestehenden Kontakten und kann durch mein Profil von potenziellen Neukunden identifiziert werden. Durch Teilnahme an Diskussionen in Fachgruppen werde ich relevante Kunden auf mich aufmerksam machen. Zudem kann ich eigene Fachbeiträge bewerben und somit meine Bekanntheit erhöhen.

Website

Meine eigene Website werde ich als Aushängeschild für mein Angebot zügig erstellen. Hier werde ich neben meiner fachlichen Expertise meine bisherigen Referenzen präsentieren. Zudem kann ich potenzielle Kunden auch fachlich, bspw. durch Blogbeiträge, ansprechen.

Veröffentlichungen

Neben der Publizierung von Beiträgen auf meiner eigenen Website strebe ich redaktionelle Beiträge zu meinem Fachgebiet auf einschlägigen Onlineportalen und in Fachmedien an. Zudem werde ich zeitliche Freiräume für das Schreiben eines Fachbuchs verwenden. Dies soll innerhalb eines Jahres erstellt und im Rahmen eines Eigenverlags veröffentlicht werden.

Gleichzeitig nutze ich die dadurch aufgebaute Wahrnehmung als Fachspezialist für Innovationsberatung, um als Speaker bei diversen Veranstaltungen aufzutreten. Diese Veranstaltungen nutze ich sodann zur Akquise.

6.2 Kundenbindung

Neben der Überzeugung durch fachliche Expertise und qualitativ hochwertige Ergebnisse werde ich meine Kunden durch eine langfristige Vertrauensbasis an mich binden. Ich werde laufend enge Rücksprache mit meinen Ansprechpartnern halten, um ihre zukünftigen Bedürfnisse einschätzen zu lernen.

Die Kunden müssen immer das Gefühl vermittelt bekommen, durch meine Beratungsleistung einen hohen langfristigen Mehrwert erhalten zu haben. Dies wird sie überzeugen, mich auch für zukünftige Projekte einzubeziehen bzw. mich weiterzuempfehlen.

Insbesondere bei Stammkunden werde ich die Möglichkeit nutzen, besondere Angebote anzubieten. Zudem werde ich Preisnachlässe bei Buchungen ab einem Zeitraum von 30 Tagen anbieten, um die Kundenbindung und Planungssicherheit zu erhöhen.

7. Unternehmen

7.1 Unternehmen

Als Freiberufler benötige ich für meine Gründung zunächst keine formale Rechtsform und kann somit schnell und einfach gründen. Es gelten keine besonderen Vorschriften oder Regulierungen für die Tätigkeit.

Eine Kooperation mit anderen Unternehmensberatern würde in Form einer Partnerschaft und Zusammenschluss in einer GbR möglich sein.

Zur Beschränkung der finanziellen Haftung besteht darüber hinaus später die Möglichkeit der Umwandlung in eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) oder eine Unternehmergesellschaft (UG).

7.2 Team/ Mitarbeiter

Die Gründung erfolgt zunächst alleine. Nach erfolgreicher Akquise und Durchführung erster Projekte ist die Einstellung eines Research-Analysten geplant. Zur Reduzierung des organisatorischen Aufwands soll zu dieser Zeit auch die Einstellung eines Office Managers, zunächst in Teilzeit zu 50%, erfolgen. Bei Bedarf kann diese Unterstützung dann erhöht werden.

Mittelfristig plane ich die Einstellung von weiteren Consultants, abhängig von der Projektentwicklung. Zudem kommt ggf. auch eine Kooperation in Form von Partnerschaften mit anderen Unternehmensberatern in Frage.

7.3 Kritische Erfolgsfaktoren

Als Unternehmensberater bestehen für mich keine formellen oder technischen Markteintrittsbarrieren. Dies wird beispielsweise durch die hohe Anzahl an Mitbewerbern deutlich.

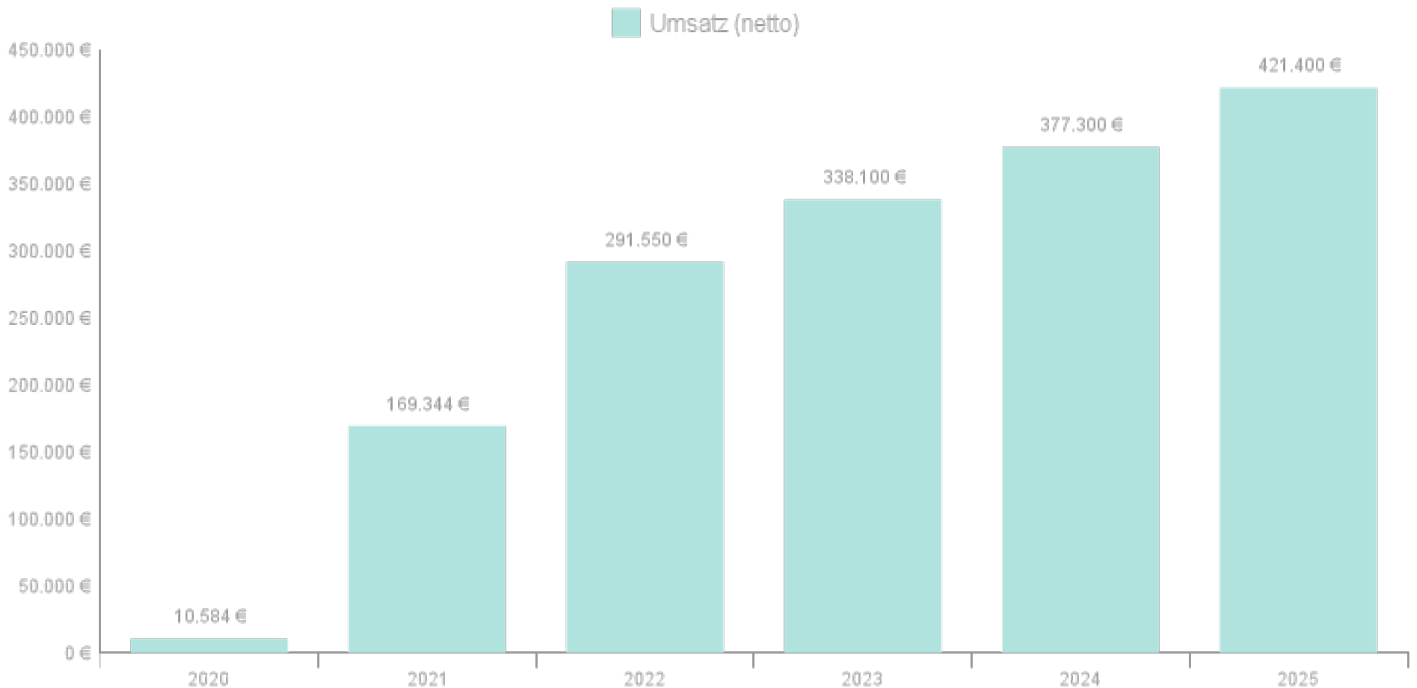
Allerdings wird eine fehlende Reputation zu Beginn der kritische Erfolgsfaktor sein. Daher sind insbesondere zu Beginn höhere Marketingausgaben notwendig. Außerdem werden erfolgreich abgeschlossene Projekte und zufriedene Kunden langfristig meine Marktbekanntheit erhöhen.

Für meine Zielgruppe kleiner Unternehmen zählt darüber hinaus die "Mund-zu-Mund"-Propaganda bzw. die persönliche Empfehlung von Kunden untereinander. Aus diesem Grund ist für mich von entscheidender Bedeutung, dass ich verstärkt Netzwerkarbeit betreibe und mich hiermit einbringen kann.

Zudem sehen ich einen Erfolgsfaktor in meiner Spezialisierung auf das Themenfeld Innovationsberatung. Dieses ermöglicht mir, mich gezielt am Markt zu positionieren.

8. Finanzen

8.1 Umsatz



Die Umsatzposten der ersten fünf Jahre ergeben sich aus den abrechenbaren Beratungstagen von mir und den zwei geplanten Mitarbeitern. Dabei fließen pro Jahr jeweils 25 Urlaubstage, 10 Feiertage und 10 Krankheitstage in die Kalkulation ein.

Aufgrund des Akquisebedarfs wird in den ersten 3 Monaten mit keinen abrechenbaren Tagen geplant. Danach steigen diese sukzessive von 20% auf bis zu 50% im Monat an. Für meine Beratungsleistung wird ein durchschnittlicher Stundensatz von 120 Euro angenommen.

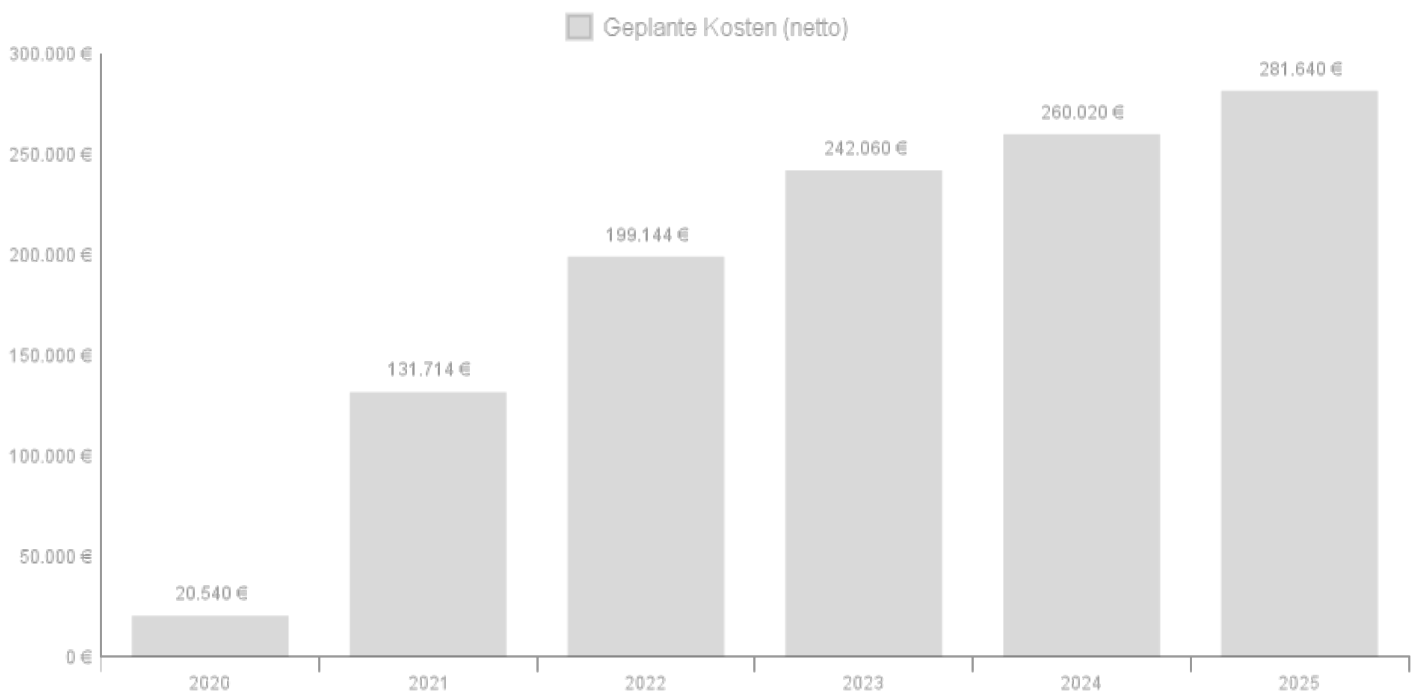
Für den ersten Mitarbeiter wird eine Auslastung von 55% bei einem Stundensatz von 80 Euro angenommen. Danach steigen die Auslastung und der Stundensatz jährlich an.

Ähnlich wird der Consultant ab 2022 berechnet, allerdings mit einem Stundensatz von 100 Euro und einer Auslastung von 50% zu Beginn.

Dies bedeutet, dass das Gründungsjahr mit einem Umsatz von ca. 10.000 Euro abgeschlossen wird. Danach erfolgt eine Umsatzausweitung zum einen durch die Erhöhung der eigenen abrechenbaren Tage. Zum anderen kann der Umsatz durch den Einsatz der Mitarbeiter ausgeweitet werden. Daher wird der Umsatz innerhalb der ersten 5 Jahre auf über 400.000 Euro im Jahr steigen.

Umsatzplanung	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Beratungsleistung (eigene)	10.584 €	98.784 €	107.800 €	117.600 €	127.400 €	137.200 €
Anzahl Stunden	90	840	916,7	1.000	1.083,3	1.166,7
Beratungsleistung (Analyst)		70.560 €	88.200 €	102.900 €	122.500 €	142.100 €
Anzahl Stunden		900	1.125	1.312,5	1.562,5	1.812,5
Beratungsleistung (Consultant)			95.550 €	117.600 €	127.400 €	142.100 €
Anzahl Stunden			975	1.200	1.300	1.450
Geplanter Umsatz (netto)	10.584 €	169.344 €	291.550 €	338.100 €	377.300 €	421.400 €

8.2 Kosten



Der Hauptteil der Kosten entfällt auf Personalkosten. Die Einstellung von Mitarbeitern ist Schritt für Schritt ab Januar 2021 geplant. Zu diesem Zeitpunkt erfolgt die Einstellung eines Research-Analysten mit einem Bruttoeinstiegsgehalt von 36.000 Euro. Außerdem wird zu diesem Zeitpunkt ein Office-Manager mit einer 50%-Stelle und einem Bruttojahresgehalt von 45.000 Euro eingestellt. Im Januar 2022 erfolgt die Einstellung eines Consultants mit 48.000 Euro Einstiegsgehalt. Zu diesem Zeitpunkt wird mit einer Erhöhung der Officemanager-Stelle auf 100% gerechnet. Dem Analysten und dem Consultant werden jährliche Sonderzahlungen und Gehaltserhöhungen gewährt.

Die angenommenen Kosten für das Marketing belaufen sich zu Beginn auf ca. 25.000 Euro jährlich für folgende Posten:

- Ausgaben für Google Ads EUR 4.200
- Instandhaltung Website EUR 3.600
- Messebesuche EUR 2.400
- Werbekosten zum Promoten von LinkedIn-Beiträgen EUR 1.800
- Suchmaschinenoptimierung der Website EUR 6.000
- Ausgaben für Advertorial auf Fachseiten für ca. EUR 5.000
- Ausgaben für Kundenbindung EUR 2.400

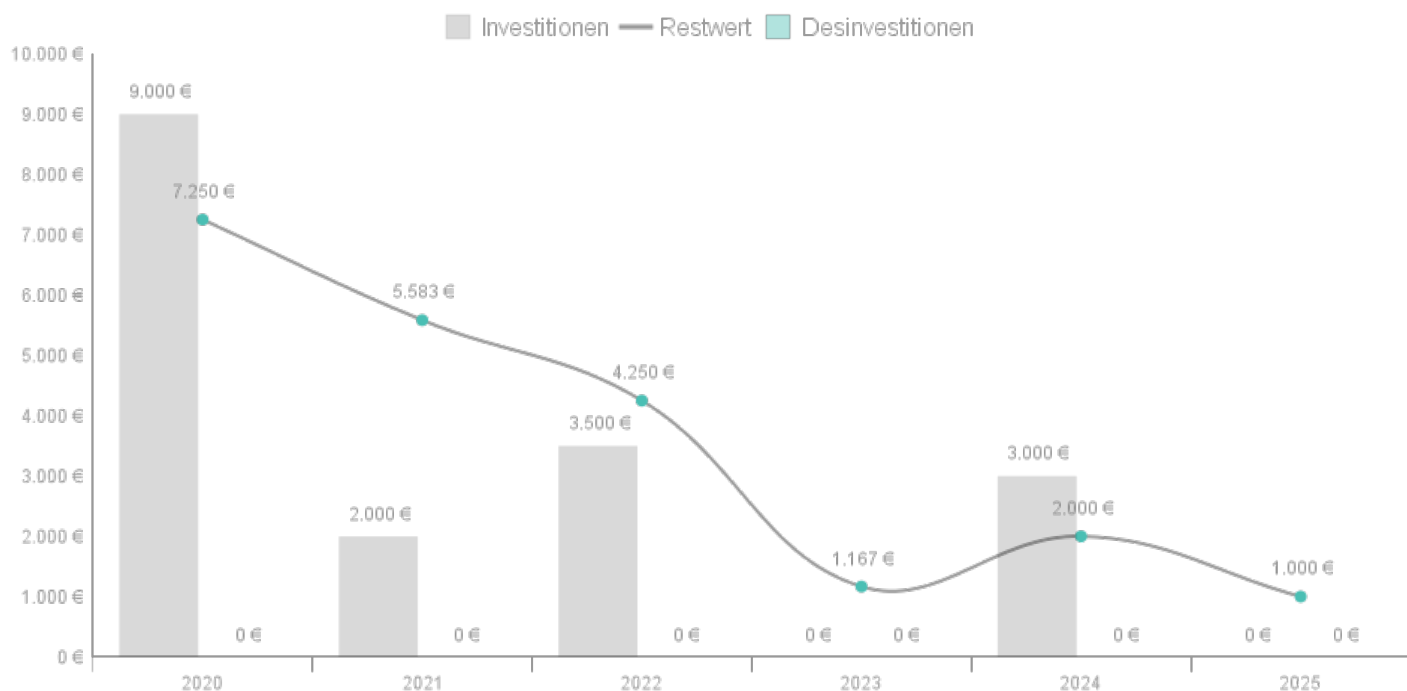
In den Folgejahren erhöhen sich die Marketingausgaben für Adwords, Socialmedia, SEO und Kundenpflege. Pro Jahr steigen die Marketingausgaben somit um ca. 10% an.

Die Kosten jährlichen Betriebskosten belaufen sich auf 35.000 Euro und steigen bis 2025 auf ca. 40.000 Euro jährlich an. Diese beinhalten insbesondere folgende Posten

- Miete für repräsentatives Büro EUR 30.000
- Nebenkosten ca. EUR 2.000
- Sonstige Kosten (Büromaterial, Software, Datenbanken, Weiterbildung etc.) ca. EUR 2.400
- Auftragsunabhängige Reisekosten (z.B. für Akquisetermine), EUR 2.400
- Buchführungskosten, EUR 600 zu Beginn, EUR 300 Anstieg pro Jahr

Kosten	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Direkte Kosten						
Personal		71.964 €	132.964 €	171.260 €	185.920 €	204.240 €
Marketing	3.300 €	25.200 €	28.200 €	31.200 €	34.200 €	37.200 €
Betriebskosten	17.240 €	34.550 €	37.980 €	39.600 €	39.900 €	40.200 €
Geplante Kosten (netto)	20.540 €	131.714 €	199.144 €	242.060 €	260.020 €	281.640 €

8.3 Gründungskosten & Investitionen



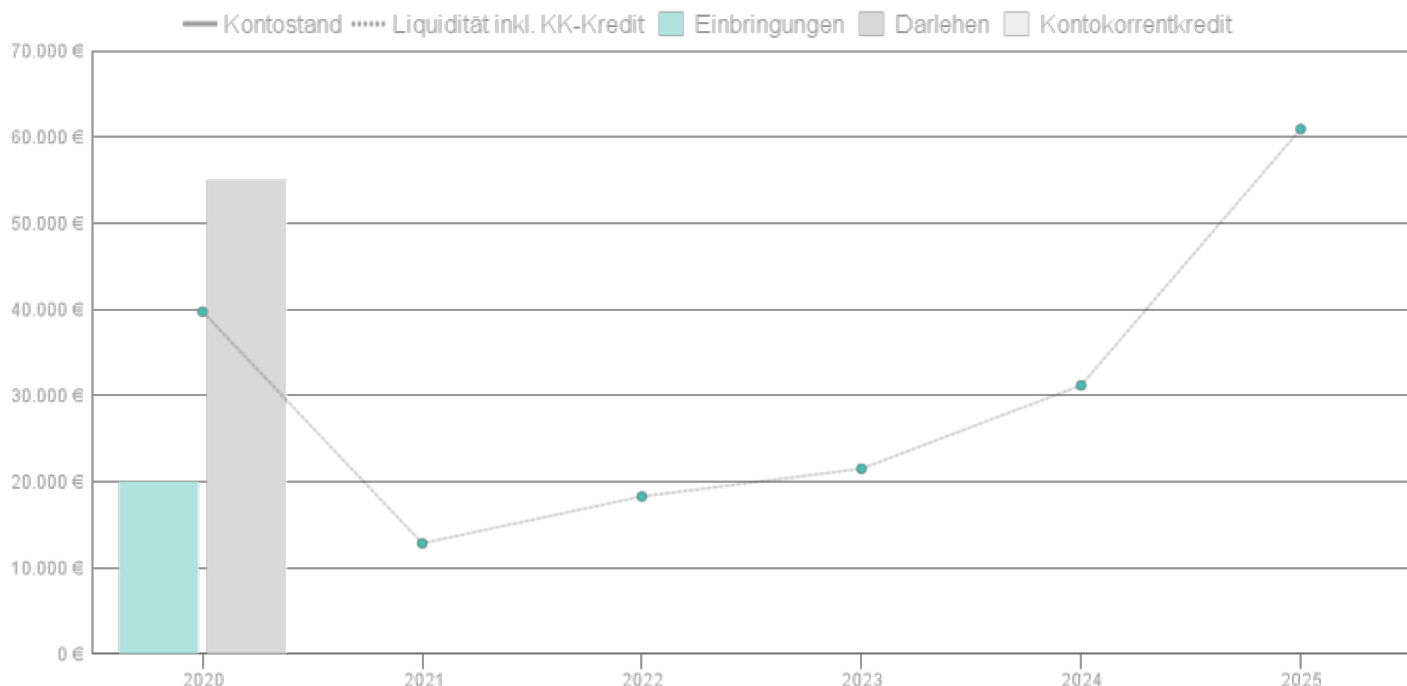
Die einmaligen Gründungskosten zu Beginn wurden mit ca. 3.200 Euro angesetzt.

Die Einrichtung von Arbeitsplätzen der Mitarbeiter (Computer, Büro etc.) werden mit 2.000 bis 4.000 Euro angesetzt.

Die Erstellung der Website erfordert Kosten von 5.000 Euro im Jahr 2021 sowie nochmals 3.000 Euro für einen Relaunch im Jahr 2024.

Investitionen	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Gründungskosten		3.209 €				
Arbeitsplatz Analyst		2.000 €				
Arbeitsplatz Consultant			3.500 €			
Arbeitsplatz (eigener)	4.000 €					
Website Erstellung	5.000 €					
Website Relaunch					3.000 €	
Investitionen (netto)	9.000 €				3.000 €	

8.4 Liquidität & Finanzierung

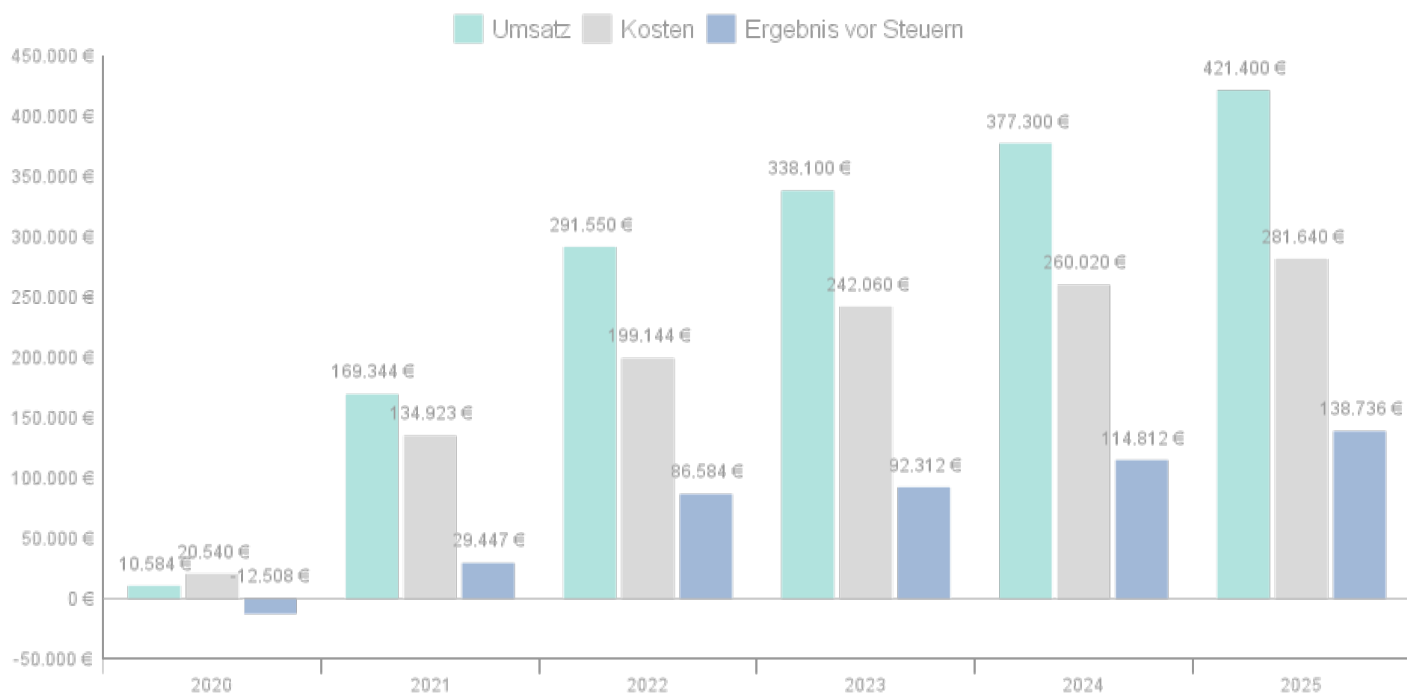


Zu Beginn der Geschäftstätigkeit erfolgt eine Einbringung in Höhe von 20.000 Euro. Darüber hinaus wird ein KfW-Förderkredit in Höhe von 55.000 Euro mit einem Zinssatz von 2,5% und einer Laufzeit von 5 Jahren aufgenommen. Dadurch wird laufend eine ausreichende Liquidität gewährleistet.

Für die Deckung der Privatausgaben werden für das erste Halbjahr 2.000 Euro entnommen. Im 2. und 3. Jahr erhöht sich die Privatentnahme um jeweils 1.000 Euro pro Monat. Ab dem 4. Jahr wird eine Auszahlung von 65.000 Euro pro Jahr möglich, die in den Folgejahren um jeweils 10.000 Euro ansteigen kann.

Liquidität (Wert inkl. Ust.)	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Geschäftstätigkeit	-13.196 €	47.273 €	126.071 €	147.271 €	176.349 €	205.983 €
Investitionstätigkeit	-10.710 €	-2.380 €	-4.165 €		-3.570 €	
Finanzierungstätigkeit	74.198 €	-9.323 €	-14.729 €	-14.385 €	-14.042 €	-5.749 €
Steuern	1.422 €	-23.448 €	-53.741 €	-64.667 €	-74.073 €	-85.481 €
Konto nach Steuern (31.12)	51.714 €	63.836 €	117.273 €	185.493 €	270.157 €	384.910 €
Private Entnahme	-12.000 €	-39.000 €	-48.000 €	-65.000 €	-75.000 €	-85.000 €
Puffer						
Kontostand (31.12)	39.714 €	12.836 €	18.273 €	21.493 €	31.157 €	60.910 €

8.5 Rentabilitätsrechnung



Das Gründungsjahr 2020 wird mit einem Verlust von ca. 12.000 Euro abgeschlossen. Allerdings erfolgt der Break-even bereits im darauffolgenden Jahr, in dem mit einem Gewinn von knapp 30.000 Euro gerechnet wird.

Innerhalb von 5 Jahren kann somit ein Nachsteuerergebnis von über 120.000 Euro erzielt werden.

GuV (Werte ohne Ust.)	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Betriebseinnahmen	10.584 €	169.344 €	291.550 €	338.100 €	377.300 €	421.400 €
Direkte Kosten	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Rohertrag	10.584 €	169.344 €	291.550 €	338.100 €	377.300 €	421.400 €
Weitere Kosten	20.540 €	134.923 €	199.144 €	242.060 €	260.020 €	281.640 €
Ergebnis vor AfA & Zinsen	-9.956 €	34.422 €	92.406 €	96.040 €	117.280 €	139.760 €
Zinsen & Abschreibungen	2.552 €	4.975 €	5.822 €	3.728 €	2.468 €	1.024 €
Ergebnis vor Steuern	-12.508 €	29.447 €	86.584 €	92.312 €	114.812 €	138.736 €
Steuern	0 €	0 €	8.257 €	9.019 €	12.011 €	15.193 €
Ergebnis nach Steuern	-12.508 €	29.447 €	78.327 €	83.293 €	102.800 €	123.542 €
Bruttomarge	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %
EBITDA Marge	-94,1 %	20,3 %	31,7 %	28,4 %	31,1 %	33,2 %
Netto Umsatzrendite	-118,2 %	17,4 %	26,9 %	24,6 %	27,2 %	29,3 %

9. Chancen & Risiken

9.1 SWOT Analyse

Folgende Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken sehe ich für meine Innovationsberatung.

Stärken

- Fachliche Expertise
- Führungserfahrung
- Vertriebsstärke
- Finanzielle Rücklagen

Schwächen

- Noch kein diversifizierter Kundenstamm
- Beschränktes Themengebiet im Vergleich zu Großberatungen
- Keine Bekanntheit bzw. Expertenpositionierung

Chancen

- Wachsender Markt für Beratungsleistungen
- Überdurchschnittlich wachsender Markt für Spezialgebiet
- Steigende Chancen bei positiver gesamtwirtschaftlicher Entwicklung
- Umfangreiche staatliche Innovationsförderungen

Risiken

- Sicherung der hohen Beraterqualität
- Geeignete Fachkräfte für die Unternehmenserweiterung finden
- Scheinselbständigkeit falls nur ein Kunde
- Steigende Risiken bei negativer gesamtwirtschaftlicher Entwicklung
- Starker Wettbewerb

9.2 Chancenmaximierung & Risikominimierung

Per Definition trifft das Beratungsfeld Innovationsberatung laufend auf einen hohen Bedarf an neuen Themen und Methoden. Somit werde ich regelmäßig an Fortbildungen in dem Bereich teilnehmen und mich mit einschlägiger Literatur eigenständig fortbilden.

Dem starken Wettbewerb in meinem Themenfeld werde ich zum einen durch den Aufbau einer Kundenwahrnehmung als "der Experte" für Innovationsberatung begegnen. Zum anderen werde ich die Qualität meiner Projekte als Chance nutzen in dem stark umkämpften Umfeld als qualitativ hochwertiger Berater zu fairen Preisen wahrgenommen zu werden.

Aufgrund der zukünftig zu erwartenden Bedeutung von Innovations- und Digitalisierungsthemen sehe ich das Risiko einer negativen gesamtwirtschaftlichen Entwicklung kontrollierbar. Die Risiken einer negativen Entwicklung von einzelnen Branchen werde ich durch die Branchen-Diversifizierung meines Kundenstamms ausgleichen.

10. Meilensteine

10.1 Realisierungsfahrplan

Maßnahme	Jun. 20	Jul. 20	Aug. 20	Sep. 20	Okt. 20	Nov. 20	Dez. 20	Jan. 21	Feb. 21	Mrz. 21	Apr. 21	Mai. 21
Businessplan finalisieren	■											
Finanzierung beantragen	■											
Büro suchen & anmieten	■	■	■									
Website erstellen	■											
Personal suchen & einstellen						■	■	■	■	■	■	■

10.2 Meilensteine

Datum	Meilensteine
30.06.20	Finanzierung sichergestellt
30.06.20	Unternehmensstart
01.09.20	Erste Umsätze
01.04.21	Break Even erzielt

