



OMG MEDIA GmbH

Businessplan

Gründer

Peter Schäfer

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|----|
| Management Summary..... | 4 |
| Die Geschäftsidee..... | 6 |
| Ausgangssituation | 6 |
| Herausforderung & Lösung | 7 |
| Unternehmensanalyse | 9 |
| Geschäftsmodell..... | 9 |
| Produkte..... | 9 |
| OMG Ready App..... | 10 |
| OMG Fundus Plattform | 10 |
| Zukünftige Produkte..... | 11 |
| Ablaufbeschreibung | 11 |
| Was bisher erreicht wurde | 12 |
| Mission | 13 |
| Vision..... | 13 |
| Management-Team | 13 |
| Mitarbeiter | 14 |
| Personalentwicklung | 14 |
| Standort | 15 |
| Rechtsform des Unternehmens..... | 15 |
| Rechtliche Rahmenbedingungen | 15 |
| Marktanalyse..... | 16 |
| Zielgruppe | 16 |
| Beschreibung & Entwicklung des Zielmarktes..... | 16 |
| Marktpotenzial | 18 |
| Marktvolumen..... | 19 |
| Wettbewerbsanalyse..... | 20 |
| Direkter Wettbewerb | 20 |
| Indirekter Wettbewerb..... | 20 |
| Substitute | 20 |

| | |
|--|----|
| Alleinstellungsmerkmal / USP | 20 |
| SWOT-Analyse | 22 |
| Stärken | 22 |
| Schwächen | 22 |
| Chancen..... | 23 |
| Risiken | 23 |
| Marketing & Vertrieb | 24 |
| Marketingstrategie | 24 |
| Vertriebsstrategie | 24 |
| Positionierungs- und Preisstrategie..... | 24 |
| Marketing- und Vertriebsmaßnahmen..... | 25 |
| Attention | 25 |
| Search / Interest..... | 26 |
| Desire / Action..... | 27 |
| Share | 27 |
| After Sales (-Prozess)..... | 28 |
| Finanzplanung..... | 29 |
| Annahmen..... | 29 |
| Gesamterwartung | 30 |
| Gründungskosten und -investitionen | 31 |
| Gewinn-und-Verlust-Rechnung | 33 |
| Liquiditätsplan..... | 34 |
| Jahr 1..... | 34 |
| Jahr 2..... | 36 |
| Jahr 3..... | 37 |

Management Summary

Unser Geschäftsmodell ist die Entwicklung einer App, mit deren Hilfe Verbraucher schnell und unkompliziert Produkte kaufen können, die sie zuvor in einer Serie, einem Spielfilm, einem Musikvideo, bei Darstellern oder Influencern gesehen haben. Die App verbindet somit Verbraucher und Produkthersteller miteinander. Der Verbraucher kann schnell und einfach im TV gesehene Produkte kaufen und den Produzenten werden bisher brachliegende Umsatzmöglichkeiten eröffnet.

Der Standort des Unternehmens ist Berlin. Die Wahl fiel auf diesen Standort, da es einerseits sich als Startup- und Technikmetropole anbietet und andererseits sich viele potentielle Geschäftskunden in unmittelbarer Nähe befinden.

Unsere Zielgruppe ist in zwei Kategorien zu teilen: Zum einen die Endverbraucher und zum anderen unsere Geschäftspartner. Die Zielgruppe für die Verbraucher App OMG Media Ready sind in Deutschland lebende Personen im Alter zwischen 14 – 69 Jahren, die einen regelmäßigen Fernsehkonsum aufweisen und Online-Shopping betreiben. Als Zielgruppe für die OMG Fundus Plattform sind eine Vielzahl an Unternehmen, die in der Herstellung von Kleidung, Schuhen & Accessoires tätig sind.

Geht man davon aus, dass lediglich zwei Prozent der jährlichen E-Commerce Umsätze durch in TV und Fernsehen inspirierte Käufe generiert werden, entspricht das einem Marktvolumen von 1,2 Milliarden Euro. wir gehen darüber hinaus von rund 50 Millionen potentiellen App-Nutzern aus.

Das erste Jahr nach Darlehensvergabe wird voraussichtlich nicht mit einem positiven Unternehmensergebnis abgeschlossen werden können. Dies ändert sich jedoch im Laufe der beiden darauffolgenden Jahre, in denen der Gewinn vor Steuer auf knapp drei Millionen Euro steigt. Die gesamten Gründungskosten und -investitionen belaufen sich auf rund 40.000 Euro. zuzüglich der Personal- und Marketingkosten, abzüglich 25.000 Euro Eigenkapital und zuzüglich eines Puffers besteht ein Kapitalbedarf in Höhe von rund 300.000,00 Tausend Euro. Diesen Kapitalbedarf möchte ich Fremdfinanzieren.

Die Geschäftsidee

Ausgangssituation

Der durchschnittliche Deutsche zwischen 14 – 69 Jahren konsumiert rund vier Stunden täglich TV-Angebote¹. Spielfilme und Musikvideos. Heutzutage gibt es unzählige TV-Formate. Sie alle haben eines gemeinsam: Schauspieler, Darsteller und Moderatoren, die eine Vielzahl an Kleidung und Accessoires tragen. Zudem werden diverse Requisiten für das Setting genutzt. Der Verbraucher vor den TV-Geräten sieht also täglich hunderte an Produkten. Das Problem, sieht ein Verbraucher ein Produkt wie ein schönes Kleid oder eine coole Sonnenbrille an einem der Schauspieler und möchte dieses Produkt unbedingt kaufen, hat er so gut wie keine Anhaltspunkte und Informationen dazu. Wer ist der Hersteller? Wie ist der Preis? Wo gibt es das Produkt zu kaufen? Der Produkt- oder Markenname ist dem Verbraucher nicht bekannt und die allgemeine Suche nach Hinweisen, wo das gesuchte Produkt zu erhalten ist, gestaltet sich über das World Wide Web häufig schwierig und erfolglos. Das ersehnte Kleidungsstück gerät somit schnell wieder in Vergessenheit und die Kaufoption geht verloren. Eine eigens durchgeführte Umfrage ergab, dass fast 90 Prozent der Befragten diese Situation bereits öfters erlebt haben und über 80 Prozent an einer App interessiert wären, die das Problem lösen könnte.²

Genau aus diesem Grund haben wir im September 2020 die OMG Media GmbH gegründet. Unsere OMG Ready App soll den Verbrauchern vor den digitalen TV-Geräten Abhilfe bei dem oben geschilderten Problem schaffen. Die App ist kostenlos und in den bekannten App Stores erhältlich. Sieht der Verbraucher in Zukunft in einer Se-

¹ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/2913/umfrage/fernsehkonsument-deutscher-in-minuten-nach-altersgruppen/>

² Eigens erstellte Umfrage

rie, einem Film oder einem Video das OMG Ready Symbol oder einen Hinweis, können alle in der Sendung gesehenen Kleidungsstücke und Accessoires bequem über die App nachgekauft werden.

Herausforderung & Lösung

Wie in der Ausgangssituation bereits erwähnt, bleiben täglich Kaufintentionen von Verbrauchern beim Schauen von TV-Formaten ungenutzt, da keine Anhaltspunkte und Informationen übermittelt werden, wie und wo ein gesehenes Produkt gekauft werden kann. Ziel der OMG Media ist es, eine Plattform zu entwickeln, auf der Zuschauer alles kurz zuvor im TV-Gesehene direkt kaufen können, ohne lange und frustrierende Suche. Egal ob Kleider, Schuhe, Schmuck, Tische oder Betten.

Über verschiedene Suchparameter können die Produkte über die OMG Ready App aufgefunden werden. Somit wird eine einfache und bequeme Suche gewährleistet. Der Verbraucher benötigt hierzu generell nur eine Information zum geschauten TV-Format wie zum Beispiel den Namen des Schauspielers oder der Serie. Dazu kann im User-Interface der App über die Suchfunktion „Serie auswählen“ oder „Darsteller auswählen“ ein Suchauftrag gestartet werden. Im Anschluss werden dem Verbraucher alle Waren aus dem geschauten TV-Format angezeigt. Diese können über die OMG Ready App online gekauft werden. Nach erfolgreicher Bestellung des Artikels über die App erhält der Verbraucher seine Ware am nächsten Tag durch einen der OMG Media Business Partner zugesandt.

Die Business Partner von OMG Media sind die Hersteller der gezeigten Waren und die Produzenten der TV-Formate. Die Nutzung der OMG Fundus Plattform für Business Partner eröffnet ihnen ganz neue Möglichkeiten und Dimensionen der TV-Vermarktung von Produkten. Aktuell ist es beispielsweise auf privaten TV-Sendern er-

laubt, maximal 20 Prozent der gesamten Sendezeit an Werbepartner zu vergeben.³ Öffentlich-rechtliche Sender dürfen laut Staatsvertrag maximal 20 Minuten Werbung senden⁴. Dieses ist die klassische TV-Werbung in Form von Werbespots. Streaming Dienste wie Amazon Prime oder Maxdome zeigen in ihren kostenpflichtigen Mitglieder-Versionen nur vor und nach Filmen und Serien wenige TV Werbespots.⁵ Streaming -Marktführer Netflix verzichtet aktuell komplett auf Werbeschaltungen,⁶ befindet sich aber zunehmend in einer schwierigen Lage aufgrund des steigenden Wettbewerbs.⁷

Durch die Nutzung der OMG Fundus Plattform eröffnen sich für diese Branche bis jetzt brach liegende Umsatzmöglichkeiten, die gezielt angegangen und aktiviert werden können. Die Nutzung der Plattform ist zudem auch für Hersteller kostenlos und bietet somit einen weiteren Vorteil der Zweckmäßigkeit für die Erschließung neuer Umsatzmöglichkeiten.

³ <https://www.zdf.de/zdfunternehmen/werbefernsehen-104.html>

⁴ ebd.

⁵ <https://www.giga.de/news/werbung-bei-netflix-streaming-anbieter-spricht-klartext/>

⁶ ebd.

⁷ https://www.chip.de/news/Druck-auf-Netflix-steigt-Apple-Disney-und-Co.-jagen-den-Streaming-Anbieter_180075100.html

Unternehmensanalyse

Geschäftsmodell

Unser Geschäftsmodell ist die Entwicklung der App, mit Hilfe derer Verbraucher schnell und unkompliziert Produkte kaufen können, die zuvor in einer Serie, einem Spielfilm, einem Musikvideo oder digitalen Magazin gesehen wurden. Nach Einblendung des OMG Ready Symbols oder ein Hinweis innerhalb des entsprechenden TV-Formates, ist die OMG App direkte Anlaufstelle für die Suche nach dem gewünschten Produkt.

Neben der OMG App für Verbraucher gibt es noch die Plattform OMG Fundus. Diese ist Herstellern von Waren und Produzenten oder Kostümbildnern vorbehalten. Dort können die jeweiligen Verantwortlichen der Unternehmen auswählen, was zu ihrer Produktion passt und welche Produkte in der App angezeigt werden sollen. Diese Waren werden bei OMG Ready als Link unter dem Datum der Ausstrahlung und des Namens hinterlegt, sodass der Zuschauer direkten Zugriff auf alle notwendigen Informationen hat. Der Beitritt in die Plattform OMG Fundus ist auch für die Hersteller, Produzenten und Kostümbildner kostenlos. Der Hersteller zahlt nur per verkaufter Ware Provision. Diese wird bei den Sendeanstalten, Produzenten, Schauspielern und OMG Media aufgeteilt.

Produkte

Unser Produkt umfasst eine App und eine Plattform, die Verbraucher und Produzenten verbindet. Diese bringen beiden Parteien einen enormen Mehrwert: Der Verbraucher kann schnell und einfach im TV gesehene Produkte kaufen und den Produzenten werden bisher brachliegende Umsatzmöglichkeiten eröffnet. Im Folgenden werden beide Produkte und ihre Funktionen erklärt.

OMG Ready App

Slogan

OMG Ready – get what you see! – See it... Buy it... Get it!

Zielgruppe

Verbraucher vor TV-Endgeräten (unter anderem auch iPad und Mobiltelefone)

Nutzung

kostenlos

Funktionsweise

Über die kostenlose OMG Ready App kann der Verbraucher direkt auf eben gesehene Produkte in einer Sendung zugreifen und alle Informationen inklusive der Kaufmöglichkeiten abfragen. OMG steht dabei für "Oh My God", welches häufig als Chatabkürzung gebraucht wird und ein Ausruf für besonderes Erstaunen ist. Dies soll stellvertretend für die emotionale Reaktion stehen, die Verbraucher beim Sehen eines besonders tollen Produkts im TV zeigen.

OMG Fundus Plattform

Zielgruppe

Hersteller von Waren, Produzenten, Kostümbildner

Nutzung

kostenlos

Funktionsweise

Über die kostenlose OMG Fundus Plattform können die Business Partner ihre Waren, die in den TV-Produktionen gezeigt wurden, über eine Datenbank / Schnittstelle eingeben somit über die OMG Ready App den Verbrauchern anzeigen lassen. Die Produkte werden als Link unter dem Datum der Ausstrahlung der TV-Produktion und des Namens des Schauspielers, der die Kleidung getragen hat, hinterlegt. Somit hat der Zuschauer direkten Zugriff auf alle wichtigen Informationen und kann das Produkt mit Hilfe verschiedener Suchparameter auffinden.

Zukünftige Produkte

Mittelfristig planen wir zudem die Etablierung der folgenden Produkte:

- ✓ Weiterentwicklung der App, um direkt auf einen Touch Screen mit einem Klick alle notwendigen Informationen über ein Produkt zu sehen und die Auswahl zur späteren Ansicht zu speichern.
- ✓ Weiterentwicklung der App, um über einen Audio-Mitschnitt die ausgestrahlte Serie zu identifizieren und die dazugehörigen Produktinformationen anzeigen zu lassen

Ablaufbeschreibung

Die Plattform wird von OMG Media zur Verfügung gestellt und gepflegt. Die Händler nutzen vorgegebenen Listen für die Produktinformationen und stellen alle relevanten Daten wie Bilder und Preisangaben zur Verfügung. Die Produktionsfirmen wiederum erfassen die Informationen wann ein Kleidungsstück von welchem Schauspieler getragen wurde. Ebenfalls können nach der abgedrehten Szene Aufnahmen für die Verwendung in der App erstellt werden. Diese Informationen werden im Anschluss den entsprechenden TV-Formaten durch die Produktionsfirmen zugeordnet. Dabei liegt die Entscheidungsgewalt, welche Produkte angezeigt werden, ausschließlich bei

den entsprechenden Partnern. Der OMG Fundus Plattform ist eine Datenbank hinterlegt.

Hersteller und Produzenten, die mit OMG Media zusammenarbeiten, integrieren in ihre TV-Produktion das OMG Ready Symbol oder zeigen einen Hinweis, zB. Bei Beginn und Ende eines Formats. Dieses informiert den Verbraucher vor dem Endgerät, dass die gezeigten Produkte aus der gesehenen Sendung über die OMG Ready App aufzufinden sind. Nach Öffnen der App kann der Verbraucher über die Produktschnellsuche die gewünschte Ware anzeigen lassen. Dazu kann der Name des Schauspielers oder der Name der Sendung eingegeben werden. Im Anschluss zeigt die App alle aufgeführten Produkte an, die der Verbraucher über einen hinterlegten Link mit einer Kaufoption, erwerben kann. Die technische Abwicklung läuft komplett über die OMG Fundus Plattform, jedoch obliegt der rechtliche Kaufvertrag der Ware alle damit verbundenen Aktionen dem Hersteller. Die Plattform sichert bei diesem komplexen Kaufgeschäft ab, dass jeder beteiligte Business Partner seinen zugesicherten Anteil erhält und jeder Kauf erfasst wird.

Was bisher erreicht wurde

- ✓ GmbH Gründung Berlin
- ✓ Prototyp der App (anbei vier Bilder vom Prototyp)
- ✓ Kontaktaufnahme zu Sendeanstalten
- ✓ Erstellung Produktvideos & Webseite
- ✓ Kontaktaufnahme/Kostenvoranschläge von IT-Seite für die Plattform



Mission

Unsere Mission ist es, alle Verbraucher und alle digitalen Medien zu vereinen und die bestmögliche App für das schnelle Auffinden von gezeigten Produkten in Filmen oder Serien zu werden sowie durch innovative Lösungsansätze, eine Motivation und Inspiration für unser Umfeld zu sein.

Vision

Wir möchten der erste und marktführende App Anbieter im Bereich der schnellen und unkomplizierten Produktaufindung von Waren aus Serien, Filmen, Musikvideos , von Darstellern oder Influencer werden sowie die erste Wahl für Geschäftspartner aus diesem Bereich, die ihre Waren über die OMG Fundus Plattform platzieren.

Management-Team

Gründer der OMG Media GmbH ist Peter Schäfer.

Peter Schäfer wurde am 05. Februar 1965 in Essen geboren. Nach seiner schulischen Laufbahn absolvierte er eine Ausbildung zum Groß- und Außenhandelskaufmann. Im Anschluss an diese Tätigkeit bewegte Peter Schäfer sich im europäischen Investment Banking Bereich. Nach Stationen in Amsterdam und London fasste er den Entschluss zur Selbstständigkeit im Finanzsektor. Sein Tätigkeitsfeld wurde um weitere internationale Standorte wie Dubai und Düsseldorf erweitert. Seit rund zehn Jahren ist Peter Schäfer ausschließlich im Eigenhandel tätig.

Aufgrund seiner internationalen Erfahrungen sowie den umfassenden Kenntnissen aus dem Finanzsektor ist Herr Schäfer bestens für die Gründung eines neuen Unternehmens geeignet. Durch sein umfangreiches Wissen und Gespür für den Markt, hat er eine Marktlücke im Milliardengeschäft rund um das Thema Werbung im TV identifiziert. Darüber hinaus zeigt er eine hohe Motivations- und Arbeitsbereitschaft sowie die Leidenschaft, einen eigenen Betrieb zu führen und erfolgreich zu machen.

Mitarbeiter

Zurzeit sind alle Tätigkeiten rund um die App-Entwicklung an externe Firmen ausgelagert.

Personalentwicklung

Mittelfristig sollen eigene Mitarbeiter für die Weiterentwicklung der OMG Ready App sowie der Pflege der OMG Fundus Plattform eingestellt werden.

Standort

Der Standort des Unternehmens ist die Hauptstadt Berlin. Die Wahl fiel auf diesen Standort, da es einerseits sich als Startup- und Technikmetropole anbietet⁸ und andererseits sich viele potentielle Geschäftskunden in unmittelbarer Nähe befinden. Darüber hinaus ist der Standort für den Erwerb der App durch die Verbraucher zweitrangig, da es ein digitales Produkt ist und über das Internet weltweit zur Verfügung gestellt werden kann.

Rechtsform des Unternehmens

Aufgrund der Größe des Vorhabens, der mittelfristig geplanten Expansion sowie der persönlichen Risikobegrenzung wurde im September 2020 eine Kapitalgesellschaft gegründet, die OMG MEDIA GmbH.

Rechtliche Rahmenbedingungen

Neben der bereits erfolgten ordentlichen Gründung des Unternehmens müssen keine weiteren rechtlichen Rahmenbedingungen für die Durchführung des Vorhabens berücksichtigt werden.

Da wir uns jedoch im Digitalbereich bewegen und die von der europäischen Union verabschiedete Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) vor allem auf Dienstleister wie uns zutrifft, werden wir dennoch besonders auf datenschutzrechtliche Themen achten.

⁸ <https://www.businesslocationcenter.de/startups-berlin/>

Marktanalyse

Zielgruppe

Unsere Zielgruppe ist in zwei Kategorien zu teilen: Zum einen die Endverbraucher und zum anderen unsere Geschäftspartner. Die Zielgruppe für die Verbraucher App OMG Media Ready sind in Deutschland lebende Personen im Alter zwischen 14 – 74 Jahren, die einen regelmäßigen Fernsehkonsum aufweisen und Online-Shopping betreiben. Als Zielgruppe für die OMG Fundus Plattform sind eine Vielzahl an Unternehmen, die an der Film- und Fernsehbranche beteiligt sind.

Beschreibung & Entwicklung des Zielmarktes

Der Online-Handel verzeichnet seit Jahren einen hohen Anstieg der Umsätze.⁹ Im vergangenen Jahr 2019 lag er bei knapp 60 Milliarden Euro Umsatz.¹⁰ Die nachfolgende stellt die jährliche Steigerung der Umsätze im E-Commerce dar.

Spitzenreiter ist die Produktkategorie Bekleidung mit jährlichen 9 Milliarden Euro Umsatz¹¹. Weitere beliebte Warengruppen sind Computer- und Elektronikartikel mit rund 6 Milliarden Euro Umsatz¹². Sonstigen Waren aus dem Handel wie Möbel und Spielwaren ergeben zusammen einen jährlichen Umsatz von 4 Milliarden Euro.¹³

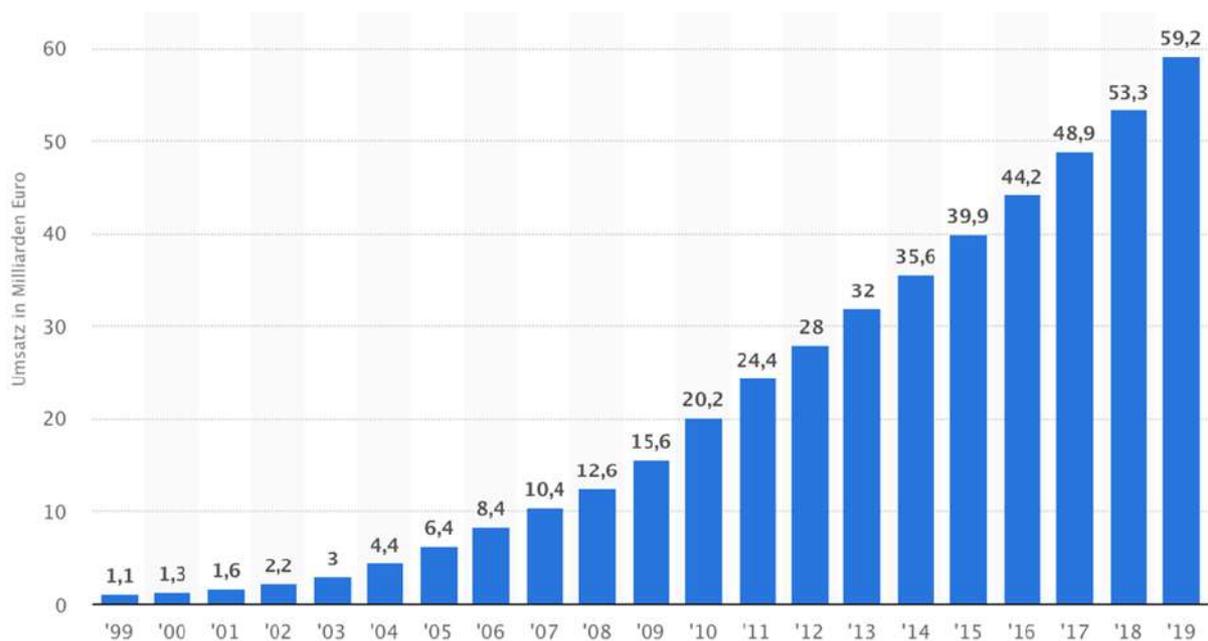
⁹ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/3979/umfrage/e-commerce-umsatz-in-deutschland-seit-1999/>

¹⁰ ebd.

¹¹ <https://www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Grosshandel-Einzelhandel/einzelhandel-online-handel.html>

¹² ebd.

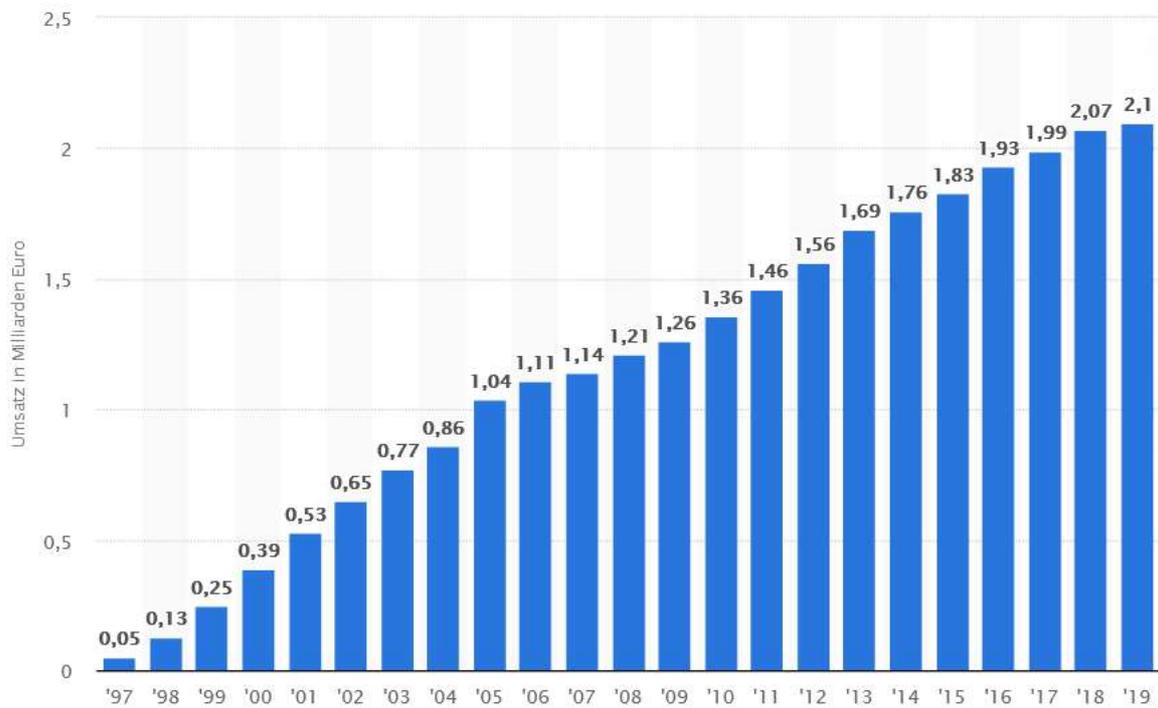
¹³ ebd.



Grafik 1: Umsatz durch E-Commerce (B2C) in Deutschland in den Jahren 1999 bis 2019, Quelle: Statista 2020

Rund 1,35 Millionen Personen in Deutschland schauen laut der AWA 2019 sehr gerne Teleshopping-Sendungen oder Einkaufsfernsehen. Mittlerweile buhlen 20 Teleshoppingprogramme hierzulande um die Gunst der Zuschauer und machen diese Sparte zu einem festen Bestandteil der Fernsehlandschaft. Die Umsätze mit Teleshopping in Deutschland lagen im Jahr 2018 bei mehr als zwei Milliarden Euro. Laut einer VPRT-Prognose werden die Umsatzerlöse 2019 einen Wert von rund 2,1 Milliarden Euro erreicht haben. Der Anteil von Teleshopping an den Gesamtumsätzen im privaten deutschen Fernsehen lag im Jahr 2016 bei rund 20 Prozent.¹⁴

¹⁴ <https://de.statista.com/themen/3276/teleshopping/>



Grafik 2: Entwicklung der Umsätze mit Teleshopping in Deutschland¹⁵

Marktpotenzial

Das Marktpotenzial beschreibt die theoretische Gesamtkapazität des Zielmarktes. Somit entspricht das Marktpotenzial den maximal möglichen Ab- oder Umsatz unseres Produkts oder die maximale Anzahl potenzieller Kunden.

¹⁵ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/205567/umfrage/prognostizierter-nettoumsatz-im-teleshopping/>

In Deutschland leben rund 83 Millionen Einwohner¹⁶. Davon befinden sich etwa 72,5 Millionen Menschen über einem Alter von 14 Jahren.¹⁷ Knapp 89 Prozent¹⁸ dieser Personen nutzen das Internet (in etwa 64,5 Millionen Personen) von denen 77 Prozent¹⁹ angeben, Online-Shopping zu betreiben. Dies ergibt rund 50 Millionen potentielle Kunden für die Nutzung der OMG Ready App.

Marktvolumen

Währenddem das Marktpotenzial die Obergrenze der Ab- oder Umsatzmöglichkeit bei der anvisierten Zielgruppe widerspiegelt, beschreibt das Marktvolumen die tatsächlich realisierten Ab- oder Umsätze eines Produktes, einer Branche oder eines Marktes.

Der jährliche E-Commerce Umsatz in Deutschland liegt bei rund 60 Milliarden Euro.²⁰

Geht man davon aus, dass lediglich zwei Prozent der jährlichen E-Commerce Umsätze durch in TV und Fernsehen inspirierte Käufe generiert werden, entspricht das einem Marktvolumen von 1,2 Milliarden Euro.

¹⁶ <https://de.statista.com/themen/20/einwohnerzahl/>

¹⁷ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1365/umfrage/bevoelkerung-deutschlands-nach-altersgruppen/>

¹⁸ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/36146/umfrage/anzahl-der-internetnutzer-in-deutschland-seit-1997/>

¹⁹ <https://de.statista.com/infografik/15987/online-shopping-in-deutschland/>

²⁰ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/3979/umfrage/e-commerce-umsatz-in-deutschland-seit-1999/>

Wettbewerbsanalyse

Direkter Wettbewerb

Zum direkten Wettbewerb zählen alle Unternehmen mit der gleichen Zielgruppe und dem gleichen Angebot wie wir. Aktuell existiert kein vergleichbarer Anbieter auf dem Markt, weshalb es keinen direkten Wettbewerb gibt.

Indirekter Wettbewerb

Der indirekte Wettbewerb befindet sich in der gleichen Branche und bietet den gleichen Kundennutzen an. Dazu zählen Online-Shops wie Zalando und About You, die die Produktkategorie „Shop The Look“ anbieten. Diese zeigt Kaufoptionen von Kleidungsstücken und Accessoires an, die beispielsweise von Stars und Sternchen getragen wurden.

Substitute

Als Substitute betrachten wir Produkte und Dienstleistungen mit dem gleichen Kundennutzen, die jedoch nichts mit unserem Angebot oder unserer Branche zu tun haben. Hierunter fallen beispielsweise prominente Personen, die Ihre Reichweite auf den Sozialen Medien nutzen um bestimmte Produkte zu vermarkten und dafür Geld zu erhalten.

Alleinstellungsmerkmal / USP

Der USP (Unique Selling Proposition), auch Alleinstellungsmerkmal genannt, ist ein einzigartiges Nutzer- oder Verkaufsversprechen, wodurch sich ein Produkt oder eine Dienstleistung vom Wettbewerb abhebt und dem Kunden einen Mehrwert bietet.

Nach dem Motto: „Gesehen, Bestellt, Bekommen“ bietet die OMG Ready App Verbrauchern die Möglichkeit Produkte aus Filmen, Serien, Musikvideos, von Darstellern und Influencern direkt zu kaufen. Mit nur wenigen Informationen zum TV-Format kann der Verbraucher sich über die Suchfunktion eine Liste mit allen gezeigten Produkten anzeigen lassen und bequem über die App zu sich nach Hause bestellen.

Es besteht darüber hinaus die Möglichkeit, gezielte, individuell auf die Wünsche des Produzenten abgestimmte Werbung zu schalten, die exakt seine Zielgruppe trifft. Beispielsweise im Genre "Vorabendprogramm / ZG Jugendliche". So kann der Produzent genau die Personen ansprechen, die er für seine Mode haben möchte.

SWOT-Analyse

Die SWOT-Analyse spiegelt die Strengths (Stärken), Weaknesses (Schwächen), Opportunities (Chancen) und Threats (Risiken/Bedrohungen) des Unternehmens oder des Vorhabens wider. Hierbei handelt es sich bei den Stärken und Schwächen um interne Faktoren und bei den Chancen und Bedrohungen um externe Faktoren. Basierend auf der vorangegangenen Unternehmens- und Marktanalyse können wir folgende Schlüsse ziehen:

Stärken

- ✓ Hohe persönliche und fachliche Qualifikation des Gründers durch langjährige Erfahrung aus vorherigen Tätigkeiten
- ✓ Zukunftsorientiertes und innovatives Geschäftskonzept
- ✓ Hoher Kundennutzen durch einzigartiges Dienstleistungsangebot
- ✓ Hoher Kundennutzen und hohe Kundenorientierung
- ✓ Zusätzliches Know-how durch externe Spezialisten
- ✓ Überzeugender Online-Auftritt

Schwächen

- Unsere Dienstleistung wurde noch nicht erprobt. Da man jedoch aufgrund der Kraft von Influencern sehen kann, dass Menschen kaufen, was Sie bei prominenten Personen sehen, ist diese Schwäche jedoch eher theoretischer Natur.
- Das gesamte Unternehmen sowie Organisation und Abläufe müssen erst aufgebaut werden
- Unternehmen ist am Markt noch nicht etabliert & bekannt

Chancen

- ✓ Stark wachsender Markt
- ✓ Keine direkte Konkurrenz im Zielmarkt
- ✓ Kontinuierlicher Ausbau des Angebots und Anpassung an Kundenbedürfnisse
- ✓ Sukzessive Erschließung weiterer Vertriebskanäle

Risiken

- Durch neue starke Wettbewerber könnte sich die Wettbewerbsposition verschlechtern
- Veränderung des Nutzerverhaltens sowie des Markt- und Branchenumfelds

Marketing & Vertrieb

Marketingstrategie

Die Marketingstrategie basiert auf dem erweiterten AIDA Model: dem ASIDAS Model. ASIDAS ist die Abkürzung für: Attention (Aufmerksamkeit), Search (Suche), Interest (Interesse), Desire (Verlangen), Action (Handlung/Kauf) und Sharing (Teilen). Durch die Etablierung des Internets und zuletzt der sozialen Medien, wurden „Search“ und „Share“ hinzugefügt. Das Modell spiegelt die verschiedenen Stadien des Verhaltens- und Kaufentscheidungsprozesses eines Kunden wider. Die Marketingmaßnahmen werden sich am ASIDAS-Model orientieren, um jedes Stadium des Entscheidungsprozesses des potenziellen Kunden zu begleiten.

Vertriebsstrategie

Nach der Kontaktherstellung zum potenziellen Klienten für die OMG Fundus Plattform (online oder offline), werden alle Projektanforderungen und Wünsche des Kunden besprochen. Der Vertragsabschluss beinhaltet alle Vereinbarungen.

Positionierungs- und Preisstrategie

Wir streben zunächst den Markteintritt und dortige Etablierung an. Die Nutzung der App ist sowohl für Verbraucher als auch Hersteller kostenlos. Der Gewinn der OMG Media wird durch ein Provisionsmodell an den verkauften Produkten in der App generiert. Um die entsprechenden Businesspartner wie Hersteller, Produktionsfirmen und Kostümbildner für eine Zusammenarbeit gewinnen zu können, nutzen wir zum Start lediglich ein Provisions-Modell.

Nach erfolgreicher Positionierung können mit hinzukommenden potentielle Businesspartnern höhere Provisionen sowie gegebenenfalls Pauschalen und Nutzungsbeiträge verhandelt werden.

Marketing- und Vertriebsmaßnahmen

Aus Anbietersicht kann man nur eines tun, um jeden Schritt des ASIDAS Models zu beeinflussen: Gut vorbereitet sein. Das heißt:

- ✓ Die richtigen Annahmen über das Verhalten der Zielgruppe treffen
- ✓ Relevante und passende Produkt- und Unternehmensinformationen erstellen
- ✓ Die Nutzung der App für sowohl Anbieter als auch Nutzer so einfach wie möglich gestalten

Attention

Im ersten Schritt geht es darum, Aufmerksamkeit für unser Unternehmen und unser Produkt zu generieren. Das heißt, wir müssen zur richtigen Zeit am richtigen Ort sein. Hierzu werden wir sowohl online als auch offline werben.

Im Offlinebereich soll unser Bekanntheitsgrad durch das Erstellen von sogenanntem „Sponsored Content“ oder das Führen von Interviews und das Platzieren von Werbung und Anzeigen in lokalen (Online-) Zeitungen und Zeitschriften sukzessive gesteigert werden. Des Weiteren werden wir an Fach- und Verbrauchermessen teilnehmen und im Radio Werbung schalten, um auch überregional im Offlinebereich in Erscheinung zu treten.

Des Weiteren werden wir uns auf sogenanntes „Empfehlungsmarketing“ konzentrieren, wobei wir durch unsere Kunden in ihren entsprechenden Netzwerken und Kontakten aufgrund eines exzellenten Service und unserer Nähe zu den Kunden weiterempfohlen werden.

Im Onlinebereich stehen die sozialen Medien sowie Google im Vordergrund. Das Werbeformat von Google „*Google Ads*“ ermöglicht die suchanfragengenaue Ausstrahlung von Anzeigen. Das heißt, dass unsere Anzeigen nur ausgestrahlt werden, wenn jemand explizit nach beispielsweise unseren Produkten sucht. Dies neutralisiert nahezu den Streuverlust im Vergleich zu konventionellen Werbemethoden. Darüber hinaus werden wir in regelmäßigen Abständen (voraussichtlich täglich) Bilder und Videos von unseren Produkten sowie von zufriedenen Kunden über Instagram, Facebook und Pinterest veröffentlichen. Besonders gut gelungenen Postings können zudem durch bezahlte Werbung promotet werden und eine deutlich höhere Reichweite erlangen und mehr potenzielle Kunden ansprechen.

Zudem ist ein unsere Online-Visitenkarte durch eine moderne Website unerlässlich. Dabei achten wir ebenfalls auf die Einhaltung unseres Corporate Designs, um gegenüber Wettbewerbern und anderen Dienstleistungen hervorzutreten.

Auch werden wir sogenanntes „Influencer Marketing“ betreiben. Beim Influencer Marketing kooperiert man mit Personen, die durch Ihre Beliebtheit auf den Social-Media-Kanälen eine große Reichweite erzielen. Selektiert werden sie auf Basis unserer Zielgruppe. Dies ermöglicht eine rasante und deutschlandweite Bekanntheitssteigerung.

Search / Interest

Nachdem der Interessent auf OMG Media aufmerksam geworden ist und sein Interesse geweckt wurde, wird er sich über uns informieren wollen. An dieser Stelle ist es wichtig, dass er Informationen findet, die sich positiv auf uns auswirken.

Für den Interessenten gibt es grundsätzlich zwei Wege der Informationsbeschaffung: Zum einen mittels einer (Internet-) Recherche und zum anderen indem er sich in seinem persönlichen Netzwerk informiert.

Da wir uns noch in der Gründungsphase befinden und somit noch nicht auf dem Markt sind, wird sich die Informationsbeschaffung voraussichtlich auf die Internetrecherche beschränken. Daher ist es essentiell, dass die oben beschriebenen Maßnahmen stimmig ineinandergreifen.

Desire / Action

Nachdem sich der Interessent durch seine Informationssuche von uns überzeugt hat, möchte er unsere App downloaden und nutzen. In diesem Schritt geht es darum, dem Interessenten möglichst alle Steine aus dem Weg zu räumen, die ihn an der Nutzung unserer App hindern könnte. Dies realisieren wir vor allem durch unser starkes Preis-Leistungs-Verhältnis, da der Erwerb der OMG Ready App sowie die Nutzung der OMG Fundus Plattform ist kostenlos.

Share

Im letzten Schritt „Share“ geht es darum, dass unsere Kunden die gemachten Erfahrungen ihrem Netzwerk mitteilen. Früher, als es noch kein Internet und vor allem keine Social-Media-Kanäle gab, hat dieses Mitteilungsbedürfnis verhältnismäßig kleine Wellen geschlagen. Heutzutage ist das anders und kann sowohl positive als auch negative Auswirkungen haben. Da man nur sehr schwer beeinflussen kann, was die Kunden sagen, sollte man sich sowohl auf positive als auch negative Szenarien vorbereiten.

Da wir davon überzeugt sind, ein Angebot mit großem Mehrwert auf dem Markt zu bringen, werden wir dem Kunden möglichst oft die Möglichkeit bieten, seine positiven Erfahrungen zu teilen – letztendlich bedeutet dies natürlich auch wertvolle und kostenfreie Werbung.

Ziel ist es, möglichst viele positive Kundenstimmen in Form von Rezensionen zu sammeln, sodass wir diese für die Verkaufsargumentation und zum Generieren von Vertrauen nutzen können. Am relevantesten sind hierbei die App-Bewertungen in den App-Stores. Diese ermöglichen eine gute Darstellung unserer App was wiederum die Downloadbereitschaft der User fördert.

Um die Verbreitung von negativem Feedback weitestgehend zu vermeiden, werden Online-Kommentare und -Bewertungen ernstgenommen sowie adäquat und individuell beantwortet. Transparenz, Ehrlichkeit und eine lösungsorientierte Einstellung sind in diesem Fall die „*Keys To Success*“.

After Sales (-Prozess)

Im Rahmen des After-Sales-Prozesses werden wir einen Newsletter mit branchenrelevanten Informationen und Neuigkeiten über unsere Produkte etablieren. Hierdurch geraten wir nicht in Vergessenheit und können gegebenenfalls gute Rezensionen und entsprechenden Weiterempfehlungen generieren.

Finanzplanung

Annahmen

Der folgenden Darstellung können die Annahmen für die Kalkulation der Finanzplanung entnommen werden:

- Wir gehen von folgender Umsatzentwicklung in den ersten drei Jahren nach Darlehensvergabe aus:

| | Jahr 1 | Jahr 2 | Jahr 3 |
|--|---------------------|-----------------------|-----------------------|
| Reichweite (in Prozent vom Marktpotential)* | 0,15% | 0,50% | 1,00% |
| Anzahl Nutzer / Jahr | 75.000 | 250.000 | 500.000 |
| Durchschnittliche Anzahl Bestellungen / Nutzer / Jahr | 3 | 4 | 5 |
| Durchschnittlicher Umsatz pro Bestellung bei Produkten** | 42,02 € | 42,02 € | 42,02 € |
| Durchschnittlicher Umsatz pro Bestellung bei Influencer | 84,03 € | 84,03 € | 84,03 € |
| Ø-Höhe der Provision für Produkte (in Prozent) | 5,50% | 5,50% | 5,50% |
| Ø-Höhe der Provision für Influencer (in Prozent) | 5,00% | 5,00% | 5,00% |
| Umsatz durch Produkte (90% der Bestellungen) | 467.962,18 € | 2.079.831,93 € | 5.199.579,83 € |
| Umsatz durch Influencer (10% der Bestellungen) | 94.537,82 € | 420.168,07 € | 1.050.420,17 € |
| Gesamtumsatz | 562.500,00 € | 2.500.000,00 € | 6.250.000,00 € |
| Ø-Umsatz / Monat | 46.875,00 € | 208.333,33 € | 520.833,33 € |

* 50 Mio. Menschen, siehe Marktpotential in BP

**Quelle: Statista "Durchschnittlicher Bestellwert in Webshops"

- Die voraussichtlichen (Weiter-) Entwicklungskosten der App betragen 20 Prozent vom Umsatz, betriebliche Kostensteigerung jährlich 5 Prozent.
- Das monatliche Geschäftsführergehalt beträgt 2.000,00 Euro brutto und steigt sukzessive im Laufe der Geschäftsentwicklung.
- Anfangs wird aus Gründen der Flexibilität auf Mitarbeiter verzichtet und mit Agenturen gearbeitet. Kurzfristig sollen jedoch Mitarbeiter in den folgenden Positionen angestellt werden:
 - Eine Sekretärin
 - Eine Marketingmanager & ein Berater

Gesamterwartung

Die nachfolgende Grafik zeigt die erwartete Unternehmensentwicklung der kommenden drei Jahre. Grundsätzlich ist zwar von einer höheren Unternehmensperformance auszugehen, jedoch basiert das nachfolgende Zahlenwerk sicherheitshalber auf dem sogenannten „Conservative Case“.

Das erste Jahr nach Darlehensvergabe wird voraussichtlich nicht mit einem positiven Unternehmensergebnis abgeschlossen werden können. Dies ändert sich jedoch im Laufe der beiden darauffolgenden Jahre, in denen der Gewinn vor Steuer auf über 2,5 Millionen Euro steigt.



Gründungskosten und -investitionen

Die kompletten Gründungskosten und Einlage der GmbH wurden seitens des Gründers getragen.

| Gründungskosten | | |
|------------------------|-------------------|-------------------|
| Administrative Kosten | Netto | Brutto |
| Anwalts- / Notarkosten | 2.000,00 € | 2.380,00 € |
| Eintragung Marken | 580,00 € | 690,20 € |
| Kosten RA | 398,00 € | 473,62 € |
| Firmengründung | 190,00 € | 226,10 € |
| Businessplan | 1.499,00 € | 1.783,81 € |
| Gesamt | 4.667,00 € | 5.553,73 € |

| Gründungsinvestitionen | | |
|--------------------------------------|---------------------|---------------------|
| Entwicklungskosten | Netto | Brutto |
| Entwicklung Kunden App und Plattform | 200.000,00 € | 238.000,00 € |
| Marketingkosten | Netto | Brutto |
| Design | 1.000,00 € | 1.190,00 € |
| Werbematerial | 2.000,00 € | 2.380,00 € |
| Homepage | 1.000,00 € | 1.190,00 € |
| Geschäftsausstattung | Netto | Brutto |
| Telefon/Fax/AB | 1.000,00 € | 1.190,00 € |
| PC | 20.000,00 € | 23.800,00 € |
| Drucker | 1.000,00 € | 1.190,00 € |
| Sonstiges | 500,00 € | 595,00 € |
| Weitere Investitionen | Netto | Brutto |
| Sonstiges | 5.000,00 € | 5.950,00 € |
| Gesamt | 231.500,00 € | 275.485,00 € |

| Gesamt Gründungskosten & -investitionen | | |
|--|---------------------|---------------------|
| | Netto | Brutto |
| Kosten beim Gründungsstart | 236.167,00 € | 281.038,73 € |
| Marketing- und Vertriebskosten 1. Quartal | 75.000,00 € | 89.250,00 € |
| Eigenkapital | | 25.000,00 € |
| Kapitalbedarf | 286.167,00 € | 345.288,73 € |
| Kapitalbedarf inkl. Kapitalpuffer | 300.475,35 € | 362.553,17 € |

Gewinn-und-Verlust-Rechnung

Der Gewinn- und Verlustrechnung entnehmen wir die Profitabilität unseres Vorhabens. Wie beschrieben, ist von einer exponentiell wachsenden Unternehmung auszugehen, dessen Umsatz sich vom ersten auf das dritte Geschäftsjahr vervielfachen wird.

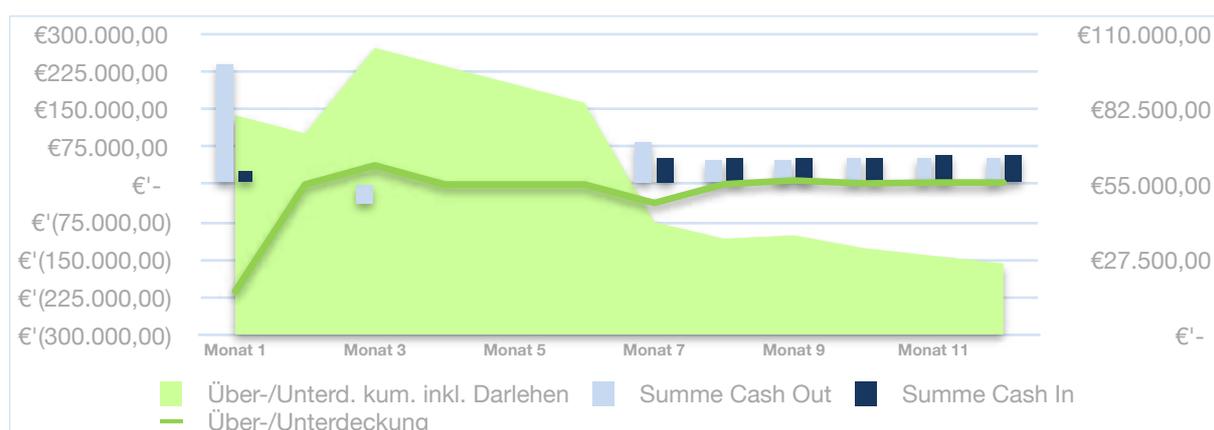
| Gewinn-und-Verlust-Rechnung | | | |
|--|----------------------|---------------------|-----------------------|
| Posten | Jahr 1 | Jahr 2 | Jahr 3 |
| Umsatzerlöse (Netto) | 267.187,50 € | 1.482.812,50 € | 4.281.250,00 € |
| Gründungskosten | 4.667,00 € | - € | - € |
| App-Weiterentwicklung | 53.437,50 € | 296.562,50 € | 856.250,00 € |
| Personalaufwand (inkl. 30% Personal-NK) | 15.000,00 € | 90.000,00 € | 291.543,73 € |
| Marketing- und Vertriebskosten | 150.000,00 € | 307.500,00 € | 322.875,00 € |
| Internet/Telefonie | 9.000,00 € | 18.450,00 € | 19.372,50 € |
| Versicherungen & Beiträge | 12.000,00 € | 24.600,00 € | 25.830,00 € |
| Steuer- und Rechtsberatung & Sonstige Aufwände | 18.000,00 € | 36.900,00 € | 38.745,00 € |
| EBITDA | 5.083,00 € | 708.800,00 € | 2.726.633,77 € |
| Abschreibungen | 7.833,33 € | 7.333,33 € | 7.333,33 € |
| EBIT | - 2.750,33 € | 701.466,67 € | 2.719.300,44 € |
| Zinsen | 20.250,00 € | 16.200,00 € | 12.150,00 € |
| EBT | - 23.000,33 € | 685.266,67 € | 2.707.150,44 € |
| Steuern (30%) | - € | 205.580,00 € | 812.145,13 € |
| Jahresüberschuss/-fehlbetrag | - 23.000,33 € | 479.686,67 € | 1.895.005,31 € |

Liquiditätsplan

Der Liquiditätsplan gewährt Einsicht in die Geldströme eines Unternehmens. Die folgenden Grafiken illustrieren die Summe der Geldeingänge und -ausgänge, die monatliche Über- und Unterdeckung sowie die kumulierte Über- und Unterdeckung inklusive Berücksichtigung des Darlehens.

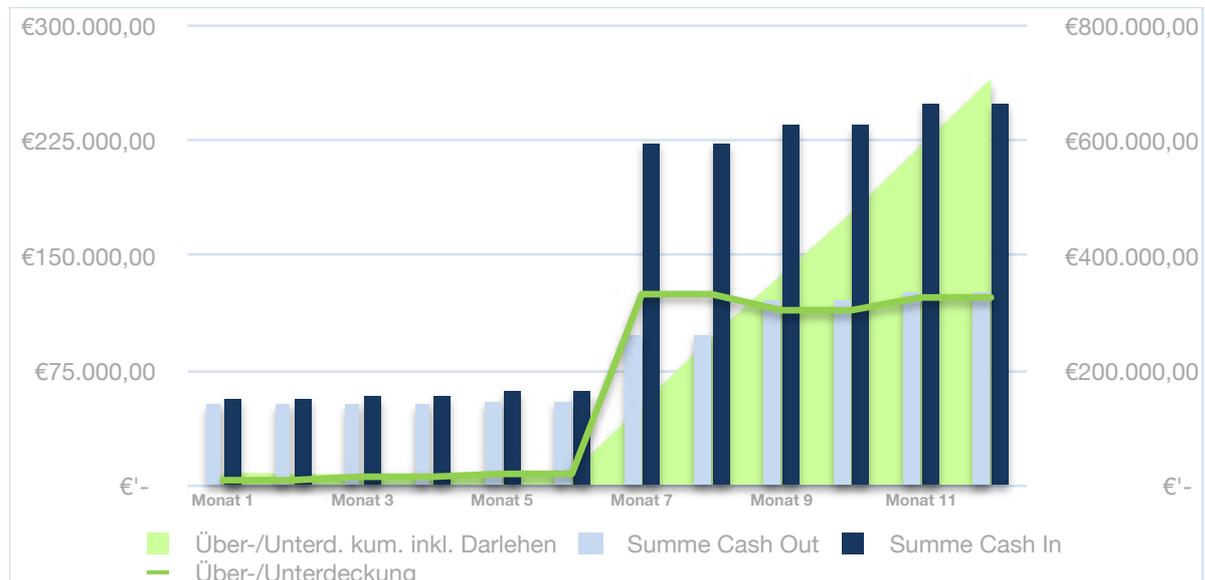
Im Liquiditätsplan haben wir bereits ein Darlehen in Höhe von 300.000 Euro berücksichtigt. Für das Darlehen setzen wir eine Tilgungsdauer von 5 Jahren zu einem Zinssatz in Höhe von 6,75 Prozent an.

Jahr 1



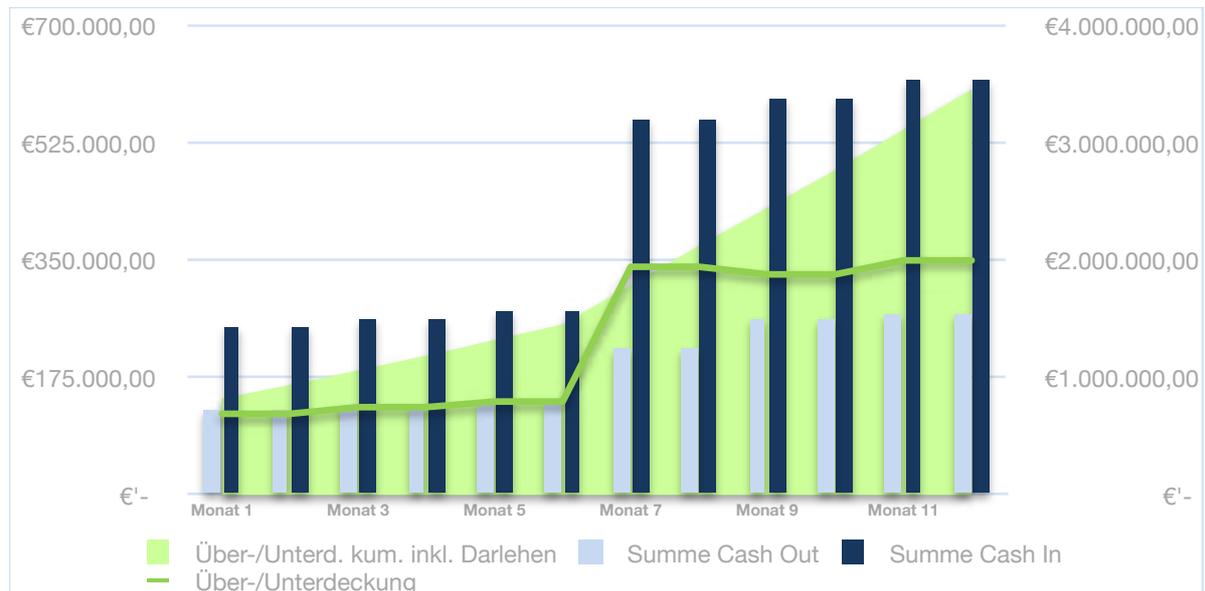
| Posten | Jahr 1 | | | | | | | | | | | |
|--|----------------------|--------------------|----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | Monat 1 | Monat 2 | Monat 3 | Monat 4 | Monat 5 | Monat 6 | Monat 7 | Monat 8 | Monat 9 | Monat 10 | Monat 11 | Monat 12 |
| I. Liquide Mittel | | | | | | | | | | | | |
| Kasse/bank | - € | -213.000,00 € | -213.000,00 € | -175.000,00 € | -175.000,00 € | -175.000,00 € | -175.000,00 € | -211.927,50 € | -211.370,00 € | -203.403,75 € | -201.422,50 € | -197.566,25 € |
| Kasse/bank inkl. Darlehen | - € | 80.312,50 € | 73.625,00 € | 104.937,50 € | 98.250,00 € | 91.562,50 € | 84.875,00 € | 41.260,00 € | 35.130,00 € | 36.408,75 € | 31.702,50 € | 28.871,25 € |
| II. Einzahlungen | | | | | | | | | | | | |
| Umsatzerlöse | - € | - € | - € | - € | - € | - € | 50.203,13 € | 50.203,13 € | 52.992,19 € | 52.992,19 € | 55.781,25 € | 55.781,25 € |
| Privateinlagen/Eigenkapital | 25.000,00 € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € |
| Summe Cash In | 25.000,00 € | - € | - € | - € | - € | - € | 50.203,13 € | 50.203,13 € | 52.992,19 € | 52.992,19 € | 55.781,25 € | 55.781,25 € |
| III. Auszahlungen | | | | | | | | | | | | |
| Gründungsinvestitionen | 238.000,00 € | - € | - € | - € | - € | - € | 37.485,00 € | - € | - € | - € | - € | - € |
| App-Weiterentwicklung | - € | - € | - € | - € | - € | - € | 10.040,63 € | 10.040,63 € | 10.598,44 € | 10.598,44 € | 11.156,25 € | 11.156,25 € |
| Personalaufwand (inkl. 30% Personal-NK) | - € | - € | - € | - € | - € | - € | 2.500,00 € | 2.500,00 € | 2.500,00 € | 2.500,00 € | 2.500,00 € | 2.500,00 € |
| Internet/Telefonie | - € | - € | - € | - € | - € | - € | 1.785,00 € | 1.785,00 € | 1.785,00 € | 1.785,00 € | 1.785,00 € | 1.785,00 € |
| Marketing- und Vertriebskosten | - € | - € | - € | - € | - € | - € | 29.750,00 € | 29.750,00 € | 29.750,00 € | 29.750,00 € | 29.750,00 € | 29.750,00 € |
| Versicherungen & Beiträge | - € | - € | - € | - € | - € | - € | 2.000,00 € | 2.000,00 € | 2.000,00 € | 2.000,00 € | 2.000,00 € | 2.000,00 € |
| Steuer- und Rechtsberatung & Sonstige Aufwände | - € | - € | - € | - € | - € | - € | 3.570,00 € | 3.570,00 € | 3.570,00 € | 3.570,00 € | 3.570,00 € | 3.570,00 € |
| Vorsteuer (2 Monate verzögert) | - € | - € | - 38.000,00 € | - € | - € | - € | - € | - € | - 5.177,50 € | 807,50 € | 1.163,75 € | 1.163,75 € |
| Summe Cash Out | 238.000,00 € | - € | - 38.000,00 € | - € | - € | - € | 87.130,63 € | 49.645,63 € | 45.025,94 € | 51.010,94 € | 51.925,00 € | 51.925,00 € |
| Über-/Unterdeckung | -213.000,00 € | - € | 38.000,00 € | - € | - € | - € | - 36.927,50 € | 557,50 € | 7.966,25 € | 1.981,25 € | 3.856,25 € | 3.856,25 € |
| IV. Über-/Unterdeckung kumuliert | | | | | | | | | | | | |
| Darlehensauszahlung | 300.000,00 € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € |
| Tilgung Darlehen | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € |
| Zinsen | 1.687,50 € | 1.687,50 € | 1.687,50 € | 1.687,50 € | 1.687,50 € | 1.687,50 € | 1.687,50 € | 1.687,50 € | 1.687,50 € | 1.687,50 € | 1.687,50 € | 1.687,50 € |
| Über-/Unterd. kum. inkl. Darlehen | 80.312,50 € | 73.625,00 € | 104.937,50 € | 98.250,00 € | 91.562,50 € | 84.875,00 € | 41.260,00 € | 35.130,00 € | 36.408,75 € | 31.702,50 € | 28.871,25 € | 26.040,00 € |

Jahr 2



| Jahr 2 | | | | | | | | | | | | |
|--|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Posten | Monat 1 | Monat 2 | Monat 3 | Monat 4 | Monat 5 | Monat 6 | Monat 7 | Monat 8 | Monat 9 | Monat 10 | Monat 11 | Monat 12 |
| I. Liquide Mittel | | | | | | | | | | | | |
| Kasse/Bank | -193.710,00 € | -190.210,00 € | -186.710,00 € | -180.978,75 € | -175.247,50 € | -167.641,25 € | -160.035,00 € | - 35.227,75 € | 89.579,50 € | 203.921,17 € | 318.262,83 € | 440.937,83 € |
| Kasse/Bank inkl. Darlehen | 26.040,00 € | 23.190,00 € | 20.340,00 € | 19.721,25 € | 19.102,50 € | 20.358,75 € | 21.615,00 € | 140.072,25 € | 258.529,50 € | 366.521,17 € | 474.512,83 € | 590.837,83 € |
| II. Einzahlungen | | | | | | | | | | | | |
| Umsatzerlöse | 55.781,25 € | 55.781,25 € | 58.570,31 € | 58.570,31 € | 61.359,38 € | 61.359,38 € | 223.125,00 € | 223.125,00 € | 235.520,83 € | 235.520,83 € | 247.916,67 € | 247.916,67 € |
| Privateinlagen/Eigenkapital | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € |
| Summe Cash In | 55.781,25 € | 55.781,25 € | 58.570,31 € | 58.570,31 € | 61.359,38 € | 61.359,38 € | 223.125,00 € | 223.125,00 € | 235.520,83 € | 235.520,83 € | 247.916,67 € | 247.916,67 € |
| III. Auszahlungen | | | | | | | | | | | | |
| Gründungsinvestitionen | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € |
| App-Weiterentwicklung | 11.156,25 € | 11.156,25 € | 11.714,06 € | 11.714,06 € | 12.271,88 € | 12.271,88 € | 44.625,00 € | 44.625,00 € | 47.104,17 € | 47.104,17 € | 49.583,33 € | 49.583,33 € |
| Personalaufwand (inkl. 30% Personal-NK) | 2.500,00 € | 2.500,00 € | 2.500,00 € | 2.500,00 € | 2.500,00 € | 2.500,00 € | 12.500,00 € | 12.500,00 € | 12.500,00 € | 12.500,00 € | 12.500,00 € | 12.500,00 € |
| Internet/Telefonie | 1.785,00 € | 1.785,00 € | 1.785,00 € | 1.785,00 € | 1.785,00 € | 1.785,00 € | 1.874,25 € | 1.874,25 € | 1.874,25 € | 1.874,25 € | 1.874,25 € | 1.874,25 € |
| Marketing- und Vertriebskosten | 29.750,00 € | 29.750,00 € | 29.750,00 € | 29.750,00 € | 29.750,00 € | 29.750,00 € | 31.237,50 € | 31.237,50 € | 31.237,50 € | 31.237,50 € | 31.237,50 € | 31.237,50 € |
| Versicherungen & Beiträge | 2.000,00 € | 2.000,00 € | 2.000,00 € | 2.000,00 € | 2.000,00 € | 2.000,00 € | 2.100,00 € | 2.100,00 € | 2.100,00 € | 2.100,00 € | 2.100,00 € | 2.100,00 € |
| Steuer- und Rechtsberatung & Sonstige Aufwände | 3.570,00 € | 3.570,00 € | 3.570,00 € | 3.570,00 € | 3.570,00 € | 3.570,00 € | 3.748,50 € | 3.748,50 € | 3.748,50 € | 3.748,50 € | 3.748,50 € | 3.748,50 € |
| Vorsteuer (2 Monate verzögert) | 1.520,00 € | 1.520,00 € | 1.520,00 € | 1.520,00 € | 1.876,25 € | 1.876,25 € | 2.232,50 € | 2.232,50 € | 22.614,75 € | 22.614,75 € | 24.198,08 € | 24.198,08 € |
| Summe Cash Out | 52.281,25 € | 52.281,25 € | 52.839,06 € | 52.839,06 € | 53.753,13 € | 53.753,13 € | 98.317,75 € | 98.317,75 € | 121.179,17 € | 121.179,17 € | 125.241,67 € | 125.241,67 € |
| Über-/Unterdeckung | 3.500,00 € | 3.500,00 € | 5.731,25 € | 5.731,25 € | 7.606,25 € | 7.606,25 € | 124.807,25 € | 124.807,25 € | 114.341,67 € | 114.341,67 € | 122.675,00 € | 122.675,00 € |
| IV. Über-/Unterdeckung kumuliert | | | | | | | | | | | | |
| Darlehensauszahlung | -190.210,00 € | -186.710,00 € | -180.978,75 € | -175.247,50 € | -167.641,25 € | -160.035,00 € | - 35.227,75 € | 89.579,50 € | 203.921,17 € | 318.262,83 € | 440.937,83 € | 563.612,83 € |
| Tilgung Darlehen | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € |
| Zinsen | 1.350,00 € | 1.350,00 € | 1.350,00 € | 1.350,00 € | 1.350,00 € | 1.350,00 € | 1.350,00 € | 1.350,00 € | 1.350,00 € | 1.350,00 € | 1.350,00 € | 1.350,00 € |
| Über-/Unterd. kum. inkl. Darlehen | 23.190,00 € | 20.340,00 € | 19.721,25 € | 19.102,50 € | 20.358,75 € | 21.615,00 € | 140.072,25 € | 258.529,50 € | 366.521,17 € | 474.512,83 € | 590.837,83 € | 707.162,83 € |

Jahr 3



| Jahr 3 | | | | | | | | | | | | |
|--|---------------------|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Posten | Monat 1 | Monat 2 | Monat 3 | Monat 4 | Monat 5 | Monat 6 | Monat 7 | Monat 8 | Monat 9 | Monat 10 | Monat 11 | Monat 12 |
| I. Liquide Mittel | | | | | | | | | | | | |
| Kasse/Bank | 563.612,83 € | 684.704,50 € | 805.796,17 € | 936.804,50 € | 1.067.812,83 € | 1.207.154,50 € | 1.346.496,17 € | 1.686.799,20 € | 2.027.102,23 € | 2.356.074,53 € | 2.685.046,82 € | 3.034.852,45 € |
| Kasse/Bank inkl. Darlehen | 707.162,83 € | 822.242,00 € | 937.321,17 € | 1.062.317,00 € | 1.187.312,83 € | 1.320.642,00 € | 1.453.971,17 € | 1.788.261,70 € | 2.122.552,23 € | 2.445.512,03 € | 2.768.471,82 € | 3.112.264,95 € |
| II. Einzahlungen | | | | | | | | | | | | |
| Umsatzerlöse | 247.916,67 € | 247.916,67 € | 260.312,50 € | 260.312,50 € | 272.708,33 € | 272.708,33 € | 557.812,50 € | 557.812,50 € | 588.802,08 € | 588.802,08 € | 619.791,67 € | 619.791,67 € |
| Privateinlagen/Eigenkapital | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € |
| Summe Cash In | 247.916,67 € | 247.916,67 € | 260.312,50 € | 260.312,50 € | 272.708,33 € | 272.708,33 € | 557.812,50 € | 557.812,50 € | 588.802,08 € | 588.802,08 € | 619.791,67 € | 619.791,67 € |
| III. Auszahlungen | | | | | | | | | | | | |
| Gründungsinvestitionen | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € |
| App-Weiterentwicklung | 49.583,33 € | 49.583,33 € | 52.062,50 € | 52.062,50 € | 54.541,67 € | 54.541,67 € | 111.562,50 € | 111.562,50 € | 117.760,42 € | 117.760,42 € | 123.958,33 € | 123.958,33 € |
| Personalaufwand (inkl. 30% Personal NK) | 12.500,00 € | 12.500,00 € | 12.500,00 € | 12.500,00 € | 12.500,00 € | 12.500,00 € | 36.090,62 € | 36.090,62 € | 36.090,62 € | 36.090,62 € | 36.090,62 € | 36.090,62 € |
| Internet/Telefonie | 1.874,25 € | 1.874,25 € | 1.874,25 € | 1.874,25 € | 1.874,25 € | 1.874,25 € | 1.967,96 € | 1.967,96 € | 1.967,96 € | 1.967,96 € | 1.967,96 € | 1.967,96 € |
| Marketing- und Vertriebskosten | 31.237,50 € | 31.237,50 € | 31.237,50 € | 31.237,50 € | 31.237,50 € | 31.237,50 € | 32.799,38 € | 32.799,38 € | 32.799,38 € | 32.799,38 € | 32.799,38 € | 32.799,38 € |
| Versicherungen & Beiträge | 2.100,00 € | 2.100,00 € | 2.100,00 € | 2.100,00 € | 2.100,00 € | 2.100,00 € | 2.205,00 € | 2.205,00 € | 2.205,00 € | 2.205,00 € | 2.205,00 € | 2.205,00 € |
| Steuer- und Rechtsberatung & sonstige Aufwände | 3.748,50 € | 3.748,50 € | 3.748,50 € | 3.748,50 € | 3.748,50 € | 3.748,50 € | 3.935,93 € | 3.935,93 € | 3.935,93 € | 3.935,93 € | 3.935,93 € | 3.935,93 € |
| Vorst. (2 Monate verzögert) | 25.781,42 € | 25.781,42 € | 25.781,42 € | 25.781,42 € | 27.364,75 € | 27.364,75 € | 28.948,08 € | 28.948,08 € | 65.070,49 € | 65.070,49 € | 69.028,82 € | 69.028,82 € |
| Summe Cash Out | 126.825,00 € | 126.825,00 € | 129.304,17 € | 129.304,17 € | 133.956,67 € | 133.956,67 € | 217.509,47 € | 217.509,47 € | 259.829,79 € | 259.829,79 € | 269.986,04 € | 269.986,04 € |
| Über-/Unterdeckung | 121.091,67 € | 121.091,67 € | 131.008,33 € | 131.008,33 € | 139.341,67 € | 139.341,67 € | 340.303,03 € | 340.303,03 € | 328.972,29 € | 328.972,29 € | 349.805,63 € | 349.805,63 € |
| IV. Über-/Unterdeckung kumuliert | | | | | | | | | | | | |
| Darlehensauszahlung | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € | - € |
| Tätigung Darlehen | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € | 5.000,00 € |
| Zinsen | 1.012,50 € | 1.012,50 € | 1.012,50 € | 1.012,50 € | 1.012,50 € | 1.012,50 € | 1.012,50 € | 1.012,50 € | 1.012,50 € | 1.012,50 € | 1.012,50 € | 1.012,50 € |
| Über-/Unterd. kum. inkl. Darlehen | 822.242,00 € | 937.321,17 € | 1.062.317,00 € | 1.187.312,83 € | 1.320.642,00 € | 1.453.971,17 € | 1.788.261,70 € | 2.122.552,23 € | 2.445.512,03 € | 2.768.471,82 € | 3.112.264,95 € | 3.456.058,08 € |

**Vielen Dank
für die Berücksichtigung
meines Businessplans!**

Peter Schäfer