aws Preseed | Seedfinancing

– Innovative Solutions
**Businessplan Vorlage** (Version 2024.1)

**Erläuterung:**

Der Businessplan ist die schriftliche Darstellung Ihres Vorhabens sowie Ihres (geplanten) Unternehmens. Er gibt einen umfassenden Einblick in Ihre (geplante) unternehmerische Tätigkeit und die Bedeutung Ihres Vorhabens.

**Wichtig:**

Für den Förderungsantrag sind im Business Plan die vorgegebenen **Überschriften / Themenfelder** **verpflichtend** zu verwenden und der vorgegebene **Umfang** **zwingend einzuhalten**.

**Förderungsanträge, die von diesem Standard abweichen, werden** ­­– im Sinne der Gleichbehandlung aller Förderungswerbenden – **formal abgelehnt.**

**Verpflichtende Vorgaben**

**Umfang: 25 Seiten** (+/- 5 Seiten maximale Abweichung!)

inkl. Deckblatt und Inhaltsverzeichnis

**Inhalt: Überschriften / Themenfelder gem. Vorlage**

sinngemäß nach den Vorgaben im Inhaltsverzeichnis

**Layout: individuell gestaltbar**

[1. Executive Summary 3](#_Toc157697489)

[2. Produkt bzw. Dienstleistung 3](#_Toc157697490)

[2.1 Produkt-/Dienstleistungsbeschreibung 3](#_Toc157697491)

[2.2 Entwicklungsstand bzw. Status Quo des Produkts/Dienstleistung 3](#_Toc157697492)

[2.3 Impact-bezogene Innovation 3](#_Toc157697493)

[2.4 USP, Stärken & Schwächen 3](#_Toc157697494)

[2.5 Schutzrechte 3](#_Toc157697495)

[2.6 Wertschöpfungskette & Leistungserstellung 4](#_Toc157697496)

[3. Gesellschaftlicher Mehrwert/Impact 4](#_Toc157697497)

[3.1 Themenfeld(er) der gesellschaftlichen Wirkung 4](#_Toc157697498)

[3.2 Beschreibung des positiven, unmittelbaren Beitrags des Vorhabens (Wirkung/Impact) zum ausgewählten Themenbereich 4](#_Toc157697499)

[3.3 Darstellung der Wirkungslogik 5](#_Toc157697500)

[3.4 Digital & Green Transformation (falls zutreffend) 6](#_Toc157697501)

[4. Markt & Wettbewerb 6](#_Toc157697502)

[4.1 Marktgröße und -wachstum 6](#_Toc157697503)

[4.2 Zielgruppen & Marktanteil 6](#_Toc157697504)

[4.3 Wettbewerbsanalyse 6](#_Toc157697505)

[4.4 Markteintrittsbarrieren 7](#_Toc157697506)

[4.5 Marktpositionierung 7](#_Toc157697507)

[5. Marketing & Vertrieb 7](#_Toc157697508)

[5.1 Marketingstrategie & Kommunikationskanäle 7](#_Toc157697509)

[5.2 Vertriebsstrategie 7](#_Toc157697510)

[5.3 Preisgestaltung/ Erlösmodell 7](#_Toc157697511)

[6. Unternehmen und Management 8](#_Toc157697512)

[6.1 Informationen zum (geplanten) Unternehmen 8](#_Toc157697513)

[6.2 Management & (Gründungs)-Team 8](#_Toc157697514)

[6.3 Organisationsstruktur 8](#_Toc157697515)

[6.4 Kooperationspartnerschaften 8](#_Toc157697516)

[7. Status quo des Vorhabens und integrale Planung 8](#_Toc157697517)

[7.1 Status quo 8](#_Toc157697518)

[7.2 Integrale Planung 8](#_Toc157697519)

[8. Erfolgs- und Finanzplanung 9](#_Toc157697520)

[8.1 Gründungskosten & Gründungsinvestitionen 9](#_Toc157697521)

[8.1.1 Laufende Kosten 9](#_Toc157697522)

[8.1.2 Kapitalbedarf & Finanzierungsquellen 9](#_Toc157697523)

[8.1.3 Planbilanz und Plan-Gewinn- und Verlustrechnung 9](#_Toc157697524)

[8.2 Derzeitige Finanzierung und Organisation des Rechnungswesens 9](#_Toc157697525)

[9. SWOT-Analyse 10](#_Toc157697526)

1. Executive Summary

Wir empfehlen diese Zusammenfassung erst dann zu verfassen, wenn Sie den gesamten Businessplan erstellt haben.

1. Produkt bzw. Dienstleistung
	1. Produkt-/Dienstleistungsbeschreibung

Bitte beschreiben Sie das Produkt bzw. die Dienstleistung. Welches Kundenproblem lösen Sie? Was sind die zentralen Merkmale des Produkts/der Dienstleistung? Ist das Produkt/die Dienstleistung in Modulen aufgebaut? Falls ja, beschreiben Sie die Module.

* 1. Entwicklungsstand bzw. Status Quo des Produkts/Dienstleistung

Wie ist der aktuelle Entwicklungsstand? Liegt bereits ein Prototyp vor? Muss dieser erst entwickelt werden? Oder haben Sie bereits eine erste Kleinserie produziert? Gibt es erste Dienstleistungskunden?

* 1. Impact-bezogene Innovation

Um welche Art der Innovation handelt es sich bei Ihrem Vorhaben? Worin besteht der Kern Ihrer Innovation? Liegen die Kompetenzen und das Kernwissen für diese Innovation im Gründungsteam oder werden diese von Dritten bezogen bzw. geleistet?

Beschreiben Sie den Innovationsgrad Ihrer Geschäftsidee: Wie viel besser löst Ihre Innovation das adressierte gesellschaftliche Problem im Vergleich zu bereits bestehenden Lösungen in Österreich oder weltweit?

* 1. USP, Stärken & Schwächen

Bitte beschreiben Sie den „Unique Selling Point“ (USP) Ihres Produktes/Ihrer Dienstleistung. Welche Stärken und Schwächen haben Ihre Produkte und/oder Dienstleistungen im Vergleich zum Mitbewerb? Warum sollen Kundinnen und Kunden bei Ihnen kaufen? Was hebt Sie von der Konkurrenz ab?

* 1. Schutzrechte

Welche Schutzrechtsstrategie verfolgen Sie?

Wie haben Sie Ihre Entwicklung abgesichert (z. B. Patent, Muster oder Markenschutz)?

Wer ist Eigentümerin bzw. Eigentümer der Schutzrechte?

Steht Ihnen das Know-how allein zur Verfügung oder können es auch andere Unternehmen nutzen?

* 1. Wertschöpfungskette & Leistungserstellung

Zeigen Sie in Ihrem Businessplan eine klare Wertschöpfungskette auf und wie Sie sich in diese eingliedern. Bei der Leistungserstellung geht es dann um die Prozesse, die klar und effizient ausgearbeitet sein sollten.

Geben Sie einen kurzen Überblick über die Produktion/Leistungserstellung Ihrer geplanten Produkte/Dienstleistungen. Erfolgt sie zur Gänze/teilweise in Ihrem Unternehmen oder außer Haus?

Über welche Produktionskapazitäten verfügt das Unternehmen, was sind die wesentlichen beschränkenden Faktoren der Produktion?

Welche besonderen Gründe waren für die Wahl der Betriebsstätte Ihres Unternehmens ausschlaggebend (z. B. Nähe zu Kundinnen und Kunden oder Kooperationspartnerinnen und -partnern, Verkehrsanbindung, sonstige Infrastruktur, günstige Grundstückspreise, Finanzierungen/Förderungen)? Müssen rechtliche Vorschriften erfüllt werden (z. B. Auflagen laut Betriebsanlagengenehmigung)?

Nennen Sie Ihre wichtigsten Lieferantinnen und Lieferanten und deren Standort (z. B. Lieferantinnen und Lieferanten, von denen Sie wesentliche Anteile Ihres Materialaufwandes, besonders „sensibler“ Vorprodukte [z. B. mit großem Know-how-Anteil] oder Dienstleistungen beziehen oder an die Sie langfristig gebunden sind).

1. Gesellschaftlicher Mehrwert/Impact
	1. Themenfeld(er) der gesellschaftlichen Wirkung

Bitte erläutern Sie, in welche(s) der folgenden 6 Themenfelder Sie Ihr Vorhaben einordnen und warum:

* Diversität / Gleichstellung / Integration / Inklusion
* Umwelt / Ressourcen / Klimaschutz
* Gesundheit / Pflege
* Bildung
* Mobilität / Transport
* Stadtentwicklung / Leben am Land / Wohnen
	1. Beschreibung des unmittelbaren positiven Impacts des Vorhabens

Beschreiben Sie hier nun detaillierter, welches Problem Sie in einem oder mehreren Themenbereichen identifizieren konnten und wie Ihr Gründungsvorhaben dieses bzw. diese löst. Evaluieren Sie die Tiefe bzw. Reichweite des (intendierten) Impacts und gehen Sie auch quantitativ auf Ihre angestrebten Ziele ein. Wie kann die tatsächliche Wirkung überprüft / gemessen werden? Welche Schritte planen Sie dazu?

* 1. Darstellung der Wirkungslogik

Beschreiben Sie hier nun anhand der Wirkungstreppe die Logik und verschiedenen Stufen der intendierten Wirkung Ihrer Geschäftsidee.

*Abbildung 1: Wirkungstreppe*

7 Gesellschaft verändert sich

6 Lebenslage der Zielgruppen ändert sich

5 Zielgruppen ändern ihr Handeln

4 Zielgruppen verändern Bewusstsein bzw. Fähigkeiten

3 Zielgruppen akzeptieren Angebote

2 Zielgruppen werden erreicht

1 Aktivitäten finden wie geplant statt

Ab dieser Stufe spricht man von Wirkung.

OUTPUT

IMPACT

OUTCOME

* 1. Digital & Green Transformation (falls zutreffend)

„Twin Transition“ bezeichnet das Ziel, den CO² -Ausstoß und den Ressourcenverbrauch zu verringern (grüne Transformation), die Digitalisierung voranzutreiben (digitale Transformation) und dabei möglichst Synergien zu erzeugen.

Falls zutreffend: Inwiefern handelt es sich bei Ihrem Vorhaben, dass im Sinne dieser „Twin Transition“ die Themen Digitalisierung & Nachhaltigkeit verbindet?

1. Markt & Wettbewerb
	1. Marktgröße und -wachstum

Die Marktgröße ist die erste wichtige Kennzahl für Ihren Markt.

Versuchen Sie, die Gesamtgröße des Marktes für die geplanten Produkte/Dienstleistungen nach Zielgruppen gegliedert mengenmäßig (z. B. in Stück) und wertmäßig anzugeben. Mögliche Quellen: Statistiken, eigene Recherchen, Erhebung durch ein Marktforschungsinstitut.

Stellen Sie die weitere Entwicklung des Marktes für die geplanten Produkte/Dienstleistungen in den nächsten Jahren dar (z. B. erwartete Zuwachsraten) und erläutern Sie die wichtigsten Faktoren für diese Entwicklung (z. B. absehbare technische Neuerungen, Trends im Käuferverhalten).

Falls Marktstudien vorliegen, legen Sie diese bitte bei.

* 1. Zielgruppen & Marktanteil

Welche Marktsegmente sprechen Sie mit Ihrem Angebot an?

Wer soll die geplanten Produkte/Dienstleistungen kaufen? Beschreiben Sie alle für die einzelnen Produkte/Dienstleistungen in Frage kommenden Zielgruppen (aufgeteilt in derzeitige und künftige Zielgruppen), z. B. gegliedert nach Branche, Unternehmensgröße oder nach Einkommensschichten, Privatkunden oder Unternehmen. Reihen Sie diese Zielgruppen nach ihrer Wichtigkeit (z. B. nach dem geplanten Umsatz) für Sie.

In welchen Regionen/Ländern befinden sich Ihre Kundinnen und Kunden?

Geben Sie den aktuellen Auftragsstand, Ihre wichtigsten Kundinnen und Kunden und deren Standort sowie die Zahl der insgesamt belieferten Kundinnen und Kunden an.

Welcher Marktanteil wird in den nächsten Jahren von Ihnen angestrebt?

* 1. Wettbewerbsanalyse

Wenn Sie den Markt analysiert haben, sollten Sie sich der Wettbewerbssituation widmen. Gehen Sie auf den direkten, aber auch indirekten Mitbewerb ein.

Nennen Sie die wichtigsten derzeit am Markt befindlichen Konkurrenzprodukte/-dienstleistungen und deren Hersteller.

Welche wesentlichen Vorteile bieten Ihre Produkte/Dienstleistungen gegenüber diesen Produkten/Dienstleistungen aus Kundinnen- und Kundensicht (z. B. niedrigerer Preis, besseres Service, kürzere Lieferzeiten, größere Funktionalität oder Zusatznutzen)?

Welche Nachteile bestehen aus Kundinnen- und Kundensicht?

Eventuell können Sie den Vergleich mit Konkurrenzprodukten in Form einer Übersichtstabelle vornehmen, die die zentralen Features der Produkte/Leistungen enthält.

* 1. Markteintrittsbarrieren

Gibt es rechtliche Anwendungsbeschränkungen für Ihre geplanten Produkte/Dienstleistungen bzw. lassen sich solche künftige absehen (z. B. Zulassungsbestimmungen, Gewerbeberechtigungen, Abfall-, Emissionsbestimmungen, Einfuhr- oder Ausfuhrbeschränkungen)?

* 1. Marktpositionierung

Nach der Analyse des Mitbewerbs und der Alleinstellungsmerkmale, können Sie die Positionierung bestimmen. Am besten geht das mit einem Positionierungskreuz.

1. Marketing & Vertrieb
	1. Marketingstrategie & Kommunikationskanäle

Marketingstrategie und die daraus abgeleiteten Marketingmaßnahmen inkl. Zeitplan.

Welche Kommunikationsmittel (z. B. Inserate, Kataloge, Messebesuche oder Telefonmarketing) benützen Sie, um Ihre geplanten Produkte/Dienstleistungen auf Ihren Zielmärkten bekanntzumachen?

Die geplanten Maßnahmen fließen in das Marketingbudget ein. Dieses wiederum ist dann Bestandteil des Finanzplans. Planen Sie etwas höhere Marketingausgaben zu Beginn, um Ihr Angebot bekannt zu machen.

* 1. Vertriebsstrategie

Wie ist der Vertrieb Ihrer Produkte/Dienstleistungen organisiert? Direkt durch eine unternehmensinterne Vertriebsabteilung oder indirekt durch Partner, Vertreter, Makler etc?

Gibt es Vertriebsvereinbarungen, LOIs, Vorgespräche etc.?
Nennen Sie allfällige Vertriebspartner

* 1. Preisgestaltung/ Erlösmodell
* Preisliste der Produkte/ Dienstleistungen
* Verrechnen Sie laufende Gebühren/Lizenzen, zusätzliche Wartungsverträge, Rabatte nach Abnahmemenge etc.
1. Unternehmen und Management
	1. Informationen zum (geplanten) Unternehmen
* Wie ist der Firmenwortlaut und das (geplante) Datum der Unternehmensgründung?
* Geben Sie folgende Eckdaten des (geplanten) Unternehmens bekannt: Rechtsform, Firmensitz, Beteiligungsverhältnisse
* Status / Zeitplan zur Unternehmensgründung oder zu geplanten Änderungen der Unternehmensstruktur
* Gibt es schon entsprechende Verträge (Gesellschaftsvertrag, ...)?

* 1. Management & (Gründungs)-Team

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

Bitte fügen Sie aussagekräftige Lebensläufe der maßgeblichen Personen an

Wie erfolgt die Entlohnung der Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer des Unternehmens? (z. B. Fixgehalt, erfolgsabhängige Gehaltskomponenten).

* 1. Organisationsstruktur

Hier sollten Sie mittels eines Organigramms die (geplante) Organisationsstruktur darstellen. Sind Funktionen bereits besetzt, sollte dies klar erkennbar sein.

* 1. Kooperationspartnerschaften

Gibt es bereits Kooperationspartner\*innen, Mentor\*innen oder andere wichtige Schlüsselpersonen? Worin besteht die Kooperation? Beschreiben Sie die Zusammenarbeit und fügen Sie gegebenenfalls bestehende LOIs oder Kooperationsverträge bei.

1. Status quo des Vorhabens und integrale Planung
	1. Status quo

Wo stehen Sie derzeit in Bezug auf die Umsetzung Ihrer Geschäftsidee und Ihrem Gründungsvorhaben? Welche Vorarbeiten sind bereits getätigt worden? Gibt es bereits bestehende (Test-)Kund\*innen? Was sind die wichtigsten nächsten Schritte?

* 1. Integrale Planung

Nehmen Sie hier bitte Bezug auf die integrale Planung. Warum haben Sie sich die aufgelisteten Ziele/Meilensteine gesetzt? Was hat höchste Priorität und warum? Wie haben Sie vor, diese Ziele/Meilensteine zu erreichen? Was könnte Sie an der Zielerreichung hindern?

1. Erfolgs- und Finanzplanung

Der Finanzplan ist das Herzstück des Businessplans. Im Finanzteil wird ersichtlich, ob und wie gut sich Ihr Vorhaben unter verschiedenen Szenarien lohnt. Der erste Schritt besteht darin, den Finanzplan zu erstellen. Dazu gehört eine Plan Gewinn- und Verlustrechnung, eine Liquiditätsplanung sowie eine Plan-Bilanz. Ziel ist es, den Kapitalbedarf zu ermitteln sowie festzustellen, wie gut sich Ihr Vorhaben rentiert.

* 1. Gründungskosten & Gründungsinvestitionen

Ein Unternehmen zu gründen, bedeutet auch, zu investieren. Neben den Gründungskosten wie z.B. Anwalts- und Steuerberatungskosten fallen abhängig von der Branche auch Investitionen an.

8.1.1 Laufende Kosten

Ihre Existenzgründung sollten Sie im Normalfall für die ersten 12-18 Monate durchfinanzieren. Da Sie in der Regel nicht direkt ab Gründung profitabel arbeiten, müssen Sie bedingt durch die laufenden Kosten zusätzlichen Kapitalbedarf einrechnen.

8.1.2 Kapitalbedarf & Finanzierungsquellen

Gründungsinvestitionen, Gründungskosten und laufende Kosten ergeben den gesamten Kapitalbedarf Ihrer Existenzgründung. Wir raten Ihnen allerdings, beim Kapitalbedarf zusätzlich einen Puffer einzurechnen um für einen etwas schwächer als erwarteten Geschäftsverlauf vorbereitet zu sein. Wenn Sie den Kapitalbedarf beziffert haben, müssen Sie sich Gedanken machen, wie Sie den Bedarf decken möchten. Im Businessplan müssen Sie eine überzeugende Finanzierungsstrategie erarbeiten.

8.1.3 Planbilanz und Plan-Gewinn- und Verlustrechnung

beispielsweise Plan4You, Excelplanung oder sonstige Tools

* 1. Derzeitige Finanzierung und Organisation des Rechnungswesens

Erläutern Sie bitte die Ihrem Unternehmen derzeit zur Verfügung stehenden Finanzierungsmöglichkeiten (z. B. Höhe und Besicherung des Betriebsmittelrahmens, Laufzeit, Zinssatz und Besicherung langfristiger Bankkredite)

Wer führt die Buchhaltung (z. B. eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Steuerberaterinnen und - berater)?

In welcher Form und in welchen Abständen werden Daten des Rechnungswesens ausgewertet (z. B. monatliche/ quartalsweise Aufwands/ Ertragsrechnung, jährliche Gewinn- und Verlustrechnung)?

Werden in Ihrem Unternehmen eine Liquiditätsplanung und/oder eine Kostenrechnung durchgeführt?

1. SWOT-Analyse

Die bekannte SWOT-Analyse beginnen Sie mit sich selbst – es geht darum, Stärken und Schwächen im Verhältnis zu Ihren Konkurrenten zu identifizieren. Setzen Sie diese Stärken und Schwächen den Trends gegenüber, so ergeben sich Chancen und Risiken für Ihr Geschäftsmodell.