

BUSINESS 4 FUTURE?

NACHHALTIGE
BUSINESSPLÄNE
ENTWICKELN



B4F



trafo e.V.

BUSINESS 4 FUTURE?

ist ein Projekt des Trafo e.V. Das Impact Hub Leipzig
ist Co-Entwickler. Gefördert wird das Projekt durch:

SACHSEN



Die Maßnahme wird mitfinanziert mit Steuermitteln
auf Grundlage des von den Abgeordneten des
Sächsischen Landtages beschlossenen Haushaltes.



stiftung
nord-süd
brücken

Brot
für die Welt

mit Mitteln des
Kirchlichen
Entwicklungsdienstes

Gefördert durch ENGAGEMENT GLOBAL mit Mitteln des

**ENGAGEMENT
GLOBAL**

Service für Entwicklungsinitiativen



BMZ



Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung

Für den Inhalt dieser Publikation ist allein trafo e.V. verantwortlich, die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt von
Engagement Global oder des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung wieder.* LDS (Landesdirektion)



trafo e.V.

Trafo – Nachhaltigkeit in Bildung e.V.

www.trafo-leipzig.de
info@trafo-leipzig.de
Kochstraße 70 c/o Kümritz
04275 Leipzig
VR667

Gestaltung: arm-in-stein.de



Hallo!

Dieses Heft hilft dir, einen nachhaltigen Business-Plan zu erstellen!

Wir führen dich Schritt für Schritt von der ersten Entwicklung einer Idee bis hin zur Erstellung eines Finanzplans!

Nach jedem Schritt kannst du auf der letzten Seite die wichtigsten Punkte für deine Unternehmensgründung eintragen!

Hintergrundinfos und
Hilfestellungen gibt es hier:



Der Trafo e.V. arbeitet an der Schnittstelle Demokratie und Nachhaltigkeit und entwickelt hierfür Materialien und Projekttag. Wir sind jederzeit für Nachfragen, Beratungen und Netzwerkkontakte ansprechbar.

Design Thinking

... von der Idee
zum Produkt

Dieser Prozess dauert in
der Praxis mehrere Jahre

der Ansatz des Design Thinking
hilft dabei, kreative Lösungen
ziel- und bedürfnisorientiert
zu entwickeln



Phase 1

Erforschen und
Verstehen

- Für wen wollen wir etwas entwickeln?
- Welche Bedürfnisse gibt es?



Phase 2

Ideen entwickeln

- Welche Möglichkeiten gibt es?
- Wie können wir der Zielgruppe helfen?



Phase 3

Prototypen
bauen

- Wie könnte es funktionieren?
- Wie können wir die Ideen ausprobieren?



Phase 4

Testen und
Anpassen

- Was hält die Zielgruppe von der Idee?
- Wie können wir sie verbessern?



Phase 5

Ausarbeiten

- Wie setzen wir die Idee um?
- Wie stellen wir sie vor?



Brainstorming als kreative
Methode zur Sammlung
von Ideen

... Ideen entwickeln
und sortieren

Regeln

- Keine Kritik und Wertung
- Ermutigung zu wilden Ideen
- Beim Thema bleiben
- Aufbauen auf den Ideen von anderen
- Visuell denken
- Je mehr Ideen, desto besser!

Was stört uns am meisten in Bezug auf Nachhaltigkeit?

Wer oder was ist verantwortlich?

Für welche Ideen haben wir uns entschieden?

1 Kernidee

... was ist eure Kernidee?



der GOLDENE KREIS ist ein einfaches und wirksames Hilfsmittel, um Unternehmensvisionen, Marketingideen und Motivationskonzepte zu entwerfen

WARUM tun wir das?

WIE tun wir das?

WAS tun wir?

WIE sind wir nachhaltig?

Aufmerksamkeit

Angebot: Eure Leistungen und Erfahrungen!



... bringt es auf den Punkt und überzeugt!

Interesse

Alleinstellungsmerkmal: Auf Bedürfnisse der Kund:innen eingehen!



Verlangen

Passgenau: Eure maßgeschneiderte Lösung!



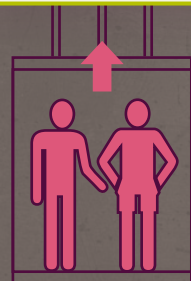
Handlung

Appell: Jetzt zugreifen!



Elevator Pitch

Verständlich, konkret, authentisch, prägnant und packend!



Stakeholderanalyse

... wer sind die Stakeholder?

die Stakeholder sind Akteure, die von eurem Unternehmen in irgendeiner Form betroffen sind



Welche Personen, Organisationen oder Gruppen sind für euch relevant?

intern

extern

	😊	😬	😊	
	😊	😊	😊	
	😊	😞	😊	
	😊	🚀	😊	
	😊	😬	😊	
	😊	😞	😊	
	😊	😬	😊	

wer?

wie?

Empty box for 'wer?' (Who?)

Empty box for 'wie?' (How?)

... wie sieht der Markt aus?



Recherchiert vier ähnliche Angebote am Markt und tragt ihre Stärken und Schwächen ein!



Für ein nachhaltiges Unternehmen ist es wichtig Beziehungen zu unterhalten und zu verbessern!

... eine gute Beziehung zu den Stakeholdern



Wie werdet ihr verschiedene Stakeholder einbinden bzw. euch ihnen gegenüber aufstellen? (Zusammenarbeit, Konkurrenz, friedliche Koexistenz)

3

Kund:innen

... wer sind unsere Kund:innen?

So kann man mich erreichen:

Das brauche ich:

Das wünsche ich mir:



Name:

Alter:

Geschlecht:

Job:

Einkommen:

Familienstand:

...

:

Personas sind ganzheitliche Portraits von fiktiven Personen und Ansprechpartner:innen. Sie helfen, die Bedürfnisse der Zielgruppe zu identifizieren

... wie erreichen wir
unsere Kund:innen?

Print

Digital

Events

Öffentlichkeitsarbeit

eigene Medien
produzieren

Werbung

...

Öffentlichkeitsarbeit dient dazu,
die Außenwirkung von Unternehmen
durch zielgerichtete Kommunikation
zu gestalten und zu beeinflussen

4 Name und Logo



Name: einzigartig, kurz und positiv!
Recherchiert, ob ein anderes Unternehmen
den Namen schon benutzt!

Name

Slogan



Logo

1

Slogan: kurzer, einprägsamer
Satz! Denkt an eure Kund:innen,
was spricht sie an?



Logo: Ein Logo muss immer
gut aussehen! Auch wenn es klein
gedruckt wird oder in
schwarz/weiß!

2

3

das Eisbergmodell
visualisiert die sichtbaren
und unsichtbaren Elemente
der Unternehmenskultur

Was macht unser Unternehmen aus?



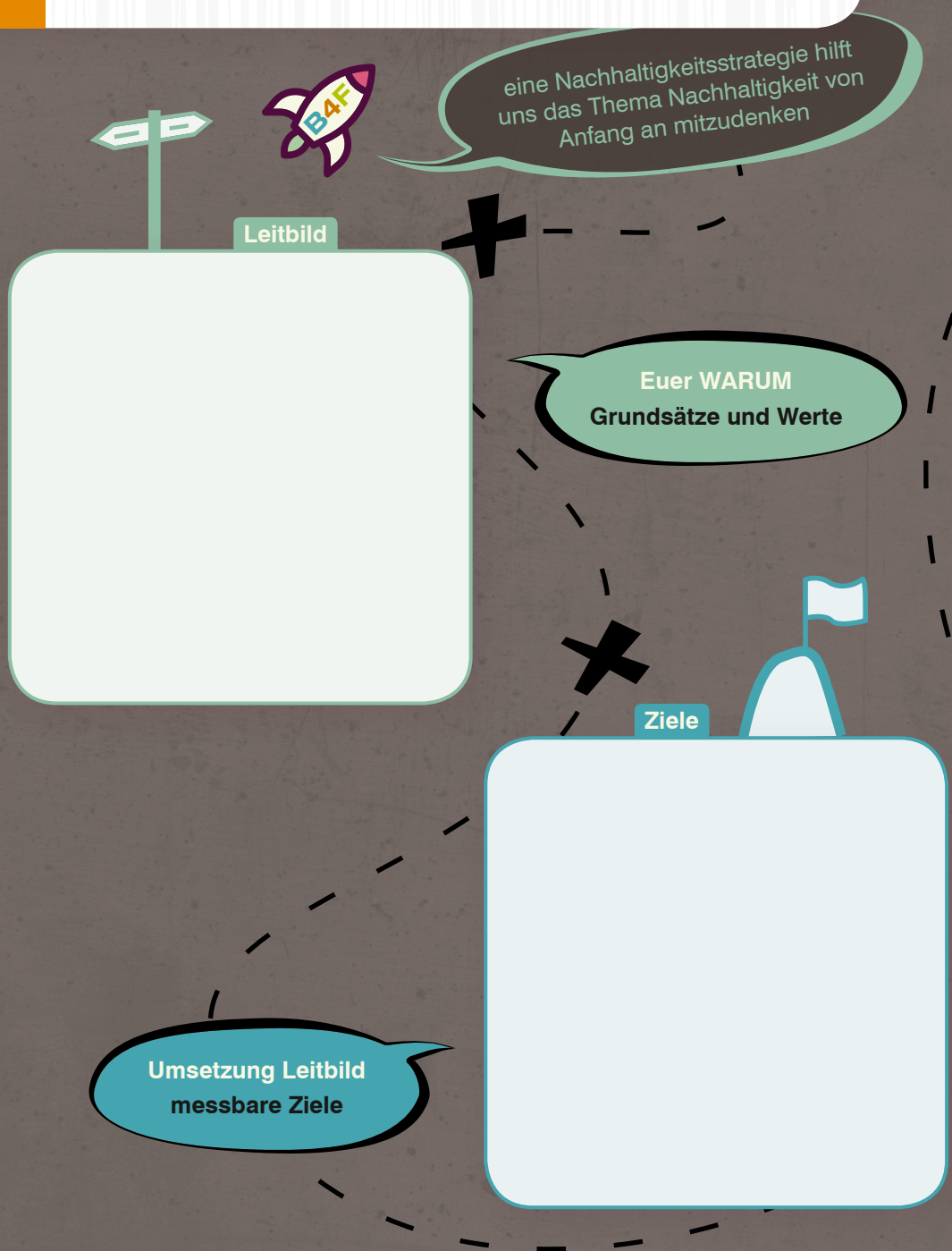
Macht es konkret, anschaulich, plastisch!
Ergänzt weitere Punkte im Eisberg!

Leitbild
Ziele Philosophie
Strategie Organisation
äußere Erscheinung

sichtbarer Teil
des Eisbergs

Werte Bedürfnisse Einstellungen Emotionen
Beziehungen Ängste Zugrunde liegende Annahmen
verdeckte Regeln

unsichtbarer Teil
des Eisbergs



Produkte

Nachhaltige Herstellung
Recyceln, Lieferkette



Team

Diversität

Weiterbildung, Familie
und Beruf

Prozesse/Gebäude



Klimaneutral
effiziente Abläufe

euer Unternehmen hat positive (grüner Stift) und negative (roter Stift) Auswirkungen auf die Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft



Unternehmen

Welchen Beitrag leistet euer Unternehmen (Sonne) und welche Verbesserungsmöglichkeiten und Herausforderungen (Wolke) seht ihr?



WIRTSCHAFT

Ressourcensparende
Produktion

Geschäftsbeziehungen

Transparenz

Hierarchien

kurzfristiges und
langfristiges Handeln

...

...





SOZIALES

Engagement in
der Region

Arbeitsbedingungen

Mitarbeitendenvielfalt

Lieferketten

Umgang mit
Mitarbeitenden

...

...



UMWELT

Gebäudenutzung

Materialien

Kantine

Produktionsweisen

Abfall

...

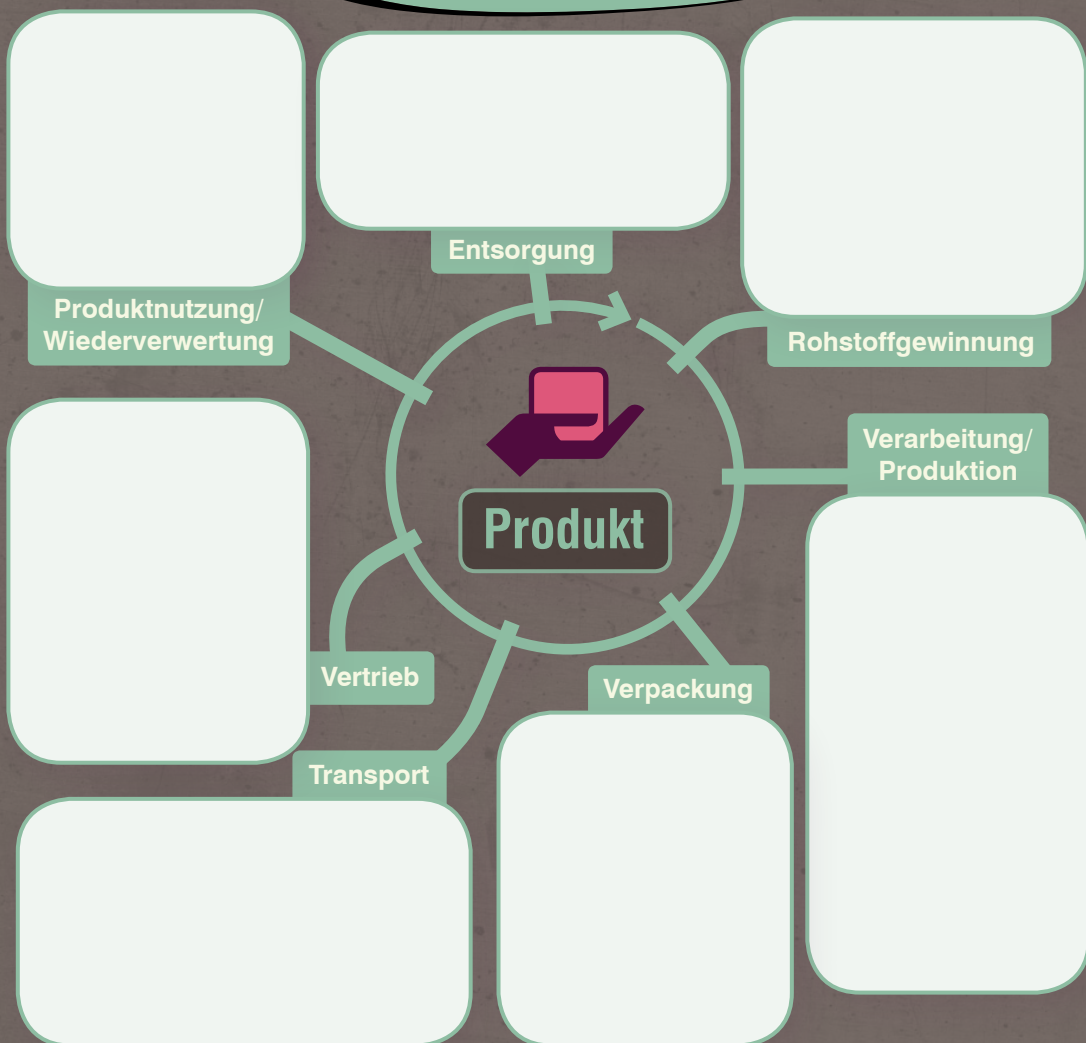
...

... wo kaufen wir ein?

die Lieferkette beinhaltet den Einkauf von Rohstoffen und Vorprodukten, sowie die Produktion in Fremdfirmen



Woher kommen die Produkte, Einzelteile und Zutaten? Wo finden die Arbeitsschritte statt?

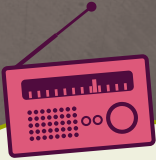


Nachhaltigkeitsmarketing

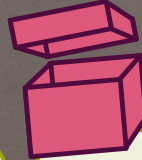
eine verständliche
und nachvollziehbare
Kommunikation steigert
die Kund:innenbindung
und erhöht die Zahlungs-
bereitschaft



Wie erklärt ihr das
euren Kund:innen..



... in der Werbung



... auf der Verpackung



Welche Umwelt- und
Sozialsiegel sind für
euch wichtig?
Malt die Symbole
in den Kasten!



Der Finanzplan ist der
Businessplan in Zahlen
ausgedrückt!

drei wichtige Erkenntnisse kann
ich mit einem Finanzplan zeigen

1

Rentabilitätsvorschau

Kann man damit
Geld verdienen?



G

 Umsatz 	-	 Kosten	=	 Gewinn 

2

Finanzierungsbedarf

Wieviel Geld brauchen
wir im ersten Jahr?



Gründungskosten

hier pauschal 15.000 €

Herstellkosten Summe aus

A

Investitionskosten

B

Personalkosten

C

Marketingkosten

D

sonstige Betriebskosten

E

Puffer der Gesamtkosten (ca. 10-15%)

abzüglich Umsatz

= Finanzierungsbedarf

3

Finanzierung planen



Woher kommt das Geld?

Eigenes Geld

Darlehen

Investor:innen (Beteiligungen)

Sponsor:innen/Spenden

Crowdfunding

A

Herstellungskosten



Erfasse alle Kosten, die im Zusammenhang mit der Erstellung des Produktes / der Dienstleistung entstehen!

Material (nachhaltig):

(Rohstoffe: Holz, Lebensmittel, Materialien etc.)

Was

z.B. Holz (300 € für 1m³ Holz x 500m³ Bedarf im Jahr)

Kosten

z. B. Kosten Holz pro Jahr (150.000 €)

Verpackung

(Pappe, Glas, Füllmaterial)

Was

z.B. Verpackungen (1 € für eine Verpackung x 5000 Stück Bedarf im Jahr)

Kosten

z. B. Kosten Verpackung pro Jahr (5.000 €)

Versand

(Online, Händler, Direkt, Einzelhandel)

Was

z.B. Versand direkt (5,6 € pro Versand Paket x 1000 Pakete Bedarf im Jahr)

Kosten

z.B Kosten Versand direkt pro Jahr (5.600 €)

8

Finanzplan

Erfasse alle Anlagen und Maschinen, Server, Rechner usw. die zur Erstellung des Produktes bzw. Dienstleistungen benötigt!



B

Investitionskosten

Was im 1., 2., 3., ... Jahr

z. B. Server

z. B. Laptop

Kosten

5.000 € (Neupreis)

1.200 € (Neupreis)

C

Personalkosten

Anzahl Mitarbeitende

Gehalt pro MA

Gesamtkosten pro Jahr

D

Marketingkosten

Social Media

Printwerbung

Suchmaschine / SEO, Website

Gesamtkosten pro Jahr

E

Sonstige Betriebskosten

Was	Kosten pro Jahr
Miete	
Büromaterial	
Reisekosten	
Steuerberatung	
Rechtsberatung	
Versicherungen	
Sonstige weitere Kosten	
Gesamtkosten pro Jahr	

G

Gesamtkosten

A

+

B

+

C

+

D

+

E

=

Ermittle hier die
Gesamtkosten
pro Jahr!

H

Umsatz

Leite von deinen
Herstellungskosten den
Verkaufspreis und die
prognostizierte
Absatzmenge ab!

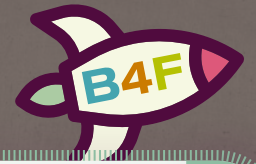
Verkaufspreise bei Produkten
(Herstellkosten + Gewinnmarge)
x Absatzmenge pro Jahr
= **Umsatz** (Einnahmen gesamt)

Verkaufspreis

Absatzmenge pro Jahr

Umsatz

UNSER BUSINESS 4 FUTURE



Name

4

Logo

4

Unsere Kernidee

1

Unsere Stakeholder

2

Unsere Kund:innen
wünschen sich

3

Das macht unser Unternehmen nachhaltig

5

Wir haben Auswirkungen auf

6

Unser Einkauf ist nachhaltig, weil

7

Unsere Umsätze, Kosten und Gewinne

8