

# Businessplanung in neuen Märkten



## Lernziele:

Die Studierenden sollen **Kenntnisse** (Fachkompetenz) zur selbständigen Erstellung eines Businessplans erwerben, einschließlich der Planrechnungen.

Sie sollen die Kenntnisse über den Prozess einer erfolgreichen Existenzgründung sowie alternativer Finanzierungsmodelle unter Integration der Möglichkeiten einer öffentlichen Förderung des Vorhabens erlangen (Praktikervortrag/-vorträge).

Sie sollen die Kenntnisse insbesondere auf neue Märkte und **Geschäftsideen im Bereich E-Business** anwenden können.

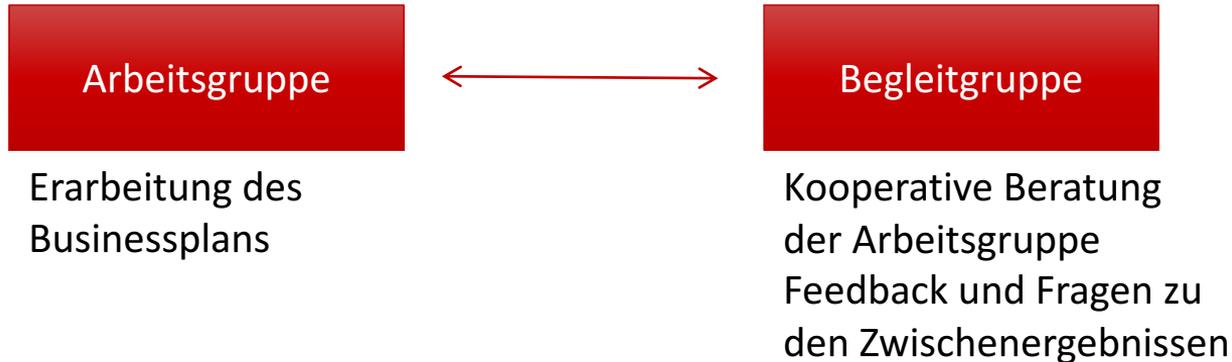
Sie sollen die **Fähigkeit** erwerben, einen Businessplan selbständig erstellen zu können (Methodenkompetenzen: Recherche, Machbarkeitsbeurteilung, kooperative/kollegiale Beratungsprozesse moderieren bzw. an diesen teilnehmen).

## Credits und Workflow:

- 6 Credit
- Workload  $6 \cdot 25$  Stunden = 150 h (90 h Selbststudium + 60 h Kontaktzeit)
- Selbststudium: Recherche/Einzelarbeit + Gruppenarbeit (Teamsitzungen, Abstimmungen im Team)
- Kontaktzeit: fachliche Inputs (Dozent u. Gastvorträge), Ergebnis-/Zwischenpräsentationen mit begleitender/anschließender kooperativer/kollegialer Beratung durch Begleitgruppe.

## Gruppenbildung:

- Bildung von sechs Arbeitsgruppen → sechs Businesspläne
- Gruppengröße (Ziel: vier bis fünf Teilnehmer/innen je Gruppe)
- Paarbildung für den kooperativen/kollegialen Betreuungsprozess:



Gruppenbildung durch die Teilnehmer

Zuordnung der Begleitgruppe durch den Dozenten (Zufallsprinzip)

## Vorkenntnisse:

Grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse in den Themenfeldern:

- Geschäftsidee und Geschäftsmodelle (Teilmodelle), Business Canvas
- Gewerblicher Rechtsschutz
- Rechtsformen/Rechtsformenwahl, geeignete Rechtsform für Start-Ups, Gründungskosten u. rechtsformspezifischer Aufwand, Gründungsprozess (rechtliche und formale Erfordernisse, Pflichtmitgliedschaften und (An-)Meldeerfordernisse)
- Steuerliche Grundüberlegungen (relevante Steuerarten: Umsatzsteuer, Einkommens-/Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Zahlungswirksamkeit (Abführungs-/Vorauszahlungstermine, Verlustbehandlung))

## Vorkenntnisse:

Grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse in den Themenfeldern:

- Kostenrechnung und Kalkulation
- Bilanzierung und Bewertung (Anschaffungs-/Herstellungskosten, Abschreibungen)
- Liquidität, Liquiditätsrechnungen
- Kapitalbedarfsermittlung und Möglichkeiten der Kapitalbedarfsdeckung (Eigen-/Fremdfinanzierung, Venture Capital, Crowdfunding (Mezzanine-Kapital), Förderkredite)
- Bilanz-/Erfolgs-/Liquiditätsanalysen (Kennzahlen); Break-Even Analyse
- Güterwirtschaftliche Pläne (Beschaffung, Lagerhaltung, Produktion, Personal, Logistik, Absatz)

## Vorkenntnisse:

Grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse in den Themenfeldern:

- Marktforschung (Quellen, Methoden, relevante Datenbasen)
- Ermittlung Markt- und Absatzpotenziale (Abgrenzung relevanter Markt, Kaufkraft und Kaufverhalten, Wettbewerbssituation und prognostizierte Marktanteile)
- Umsetzung Marketingmix (Produktinnovationen und Produktpolitik, Preisbildung/Kalkulation, preispolitische Anpassungen im Zeitverlauf, Kommunikationspolitik und kommunikationspolitische Maßnahmen, Vertriebsmöglichkeiten und Vertriebsweggestaltung inkl. Partnervertriebe und kooperative Vertriebsformen)

***Wie sind Ihre Vorkenntnisse? Wo haben Sie einen verstärkten Informationsbedarf?***

## Methodik (Lehrformen):

### Online-Lehre

Adobe Connect (Input und Praktikervorträge, Teilnehmerpräsentationen)

Lernplattform Moodle ([lms.edu4business.de](https://lms.edu4business.de))

→ Nachrichtenform, Gruppenforen auf [lms.edu4business.de](https://lms.edu4business.de)

### Präsenz-Lehre

kooperative/kollegiale Beratung

Gruppenberatung durch Dozenten

fachliche Inputs und Reflexion (Diskussion)

## Prüfungsleistung:

**Hausarbeit**

**Businessplan (Abgabe und Präsentation) 11.07.2017**

**Zwischenpräsentationen**

**Geschäftsidee und  
Geschäftsmodell**

11.4./24. u.25.4.(Präsentation und kooperative Beratung)

**Markt- und  
Wettbewerb**

15./16.05.(Präsentation und kooperative Beratung)

**Beschaffung/Produktion  
Kernprozesse**

05./06.06.(Präsentation und kooperative Beratung)

**Kapitalbedarf und  
Finanzierung**

26./27.06. (Präsentation und kooperative Beratung)

## Prüfungsleistung (Bewertung)

Hausarbeit

100 Prozent der Gesamtnote

Zwischenpräsentationen

zwei Präsentationen je Gruppe (ohne Bewertung/nur Teilnahme)

kooperative/kollegiale  
Beratung

zwei Beratungen (Ergebnis/Prozess) je Gruppe Feedback durch Empfängergruppe

## Gruppeneinteilung (Zielgröße 4 Personen)

Gruppe: Nr.			
Name:	Vorname	E-Mail	registriert auf edu4business (ja/nein)

großer  
Info-Bedarf

## Themenprioritäten

Thema	1	2	3	4	5	6
• Geschäftsidee und Geschäftsmodelle (Teilmodelle), Business Canvas						
• Gewerblicher Rechtsschutz						
• Rechtsformen/Rechtsformenwahl, geeignete Rechtsform für Start-Ups, Gründungskosten u. rechtsformspezifischer Aufwand, Gründungsprozess (rechtliche und formale Erfordernisse, Pflichtmitgliedschaften und (An-)Meldungserfordernisse)						
• Steuerliche Grundüberlegungen (relevante Steuerarten: Umsatzsteuer, Einkommens-/Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Zahlungswirksamkeit (Abführungs-/Vorauszahlungs- termine, Verlustbehandlung)						
• Kostenrechnung und Kalkulation						
• Bilanzierung und Bewertung (Anschaffungs-/Herstellungskosten, Abschreibungen)						
• Liquidität, Liquiditätsrechnungen						
• Kapitalbedarfsermittlung und Möglichkeiten der Kapitalbedarfsdeckung (Eigen-/Fremdfinanzierung, Venture Capital, Crowdfunding (Mezzanine-Kapital), Förderkredite						

großer  
Info-Bedarf

## Themenprioritäten

Thema	1	2	3	4	5	6
• Bilanz-/Erfolgs-/Liquiditätsanalysen (Kennzahlen); Break-Even Analyse						
• Güterwirtschaftliche Pläne (Beschaffung, Lagerhaltung, Produktion, Personal, Logistik, Absatz)						
• Marktforschung (Quellen, Methoden, relevante Datenbasen)						
• Ermittlung Markt- und Absatzpotenziale (Abgrenzung relevanter Markt, Kaufkraft und Kaufverhalten, Wettbewerbssituation und prognostizierte Marktanteile)						
• Umsetzung Marketingmix (Produktinnovationen und Produktpolitik, Preisbildung/Kalkulation, preispolitische Anpassungen im Zeitverlauf, Kommunikationspolitik und kommunikationspolitische Maßnahmen, Vertriebsmöglichkeiten und Vertriebswegegestaltung inkl. Partnervertriebe und kooperative Vertriebsformen)						
•						
•						