



American German  
Business Club Berlin e.V.

# BEST BUSINESS PLAN COMPETITION

American German Business Club Berlin e.V.

## VORLAGE DES BUSINESSPLANS

Ziel dieser Vorlage ist es, den Schülern ein praxisorientiertes Grundgerüst zur Verfügung zu stellen, das sie bei der Erstellung ihres Businessplans unterstützend begleitet.

Die hier angeführten Beispiele basieren auf der Grundlage eines in der Praxis erstellten Businessplans, der bei der Gründung eines Biotechnologie Unternehmens verwendet wurde.

Udo von Massenbach et al.

# VORLAGE ZUM BUSINESSPLAN

## Inhaltsverzeichnis:

Über die Zielstellung dieser Vorlage .....	2
1) Geschäftskonzept.....	3
1.1) Produkt bzw. Dienstleistung vorstellen .....	3
1.2) Produkt- bzw. Dienstleistungsentwicklung.....	3
1.3) Alleinstellungsmerkmale .....	4
1.4) Zielgruppendefinition und Kundennutzen.....	5
2) Geschäftssystem und Organisation .....	5
2.1) Rechtsform, Organisationsstruktur und Standort.....	5
2.2) Personalplanung .....	5
3) Markt- und Branchenanalyse .....	6
3.1) Analyse des brancheninternen Wettbewerbs.....	7
3.2) Analyse von Zugangsbarrieren / Bedrohung durch neue Anbieter.....	8
3.3) Analyse von Lieferanten .....	8
3.4) Analyse von Abnehmern .....	8
3.5) Analyse von Bedrohungen durch Ersatzprodukte .....	8
3.6) Analyse von bürokratischen Hürden in der Branche (optional).....	9
4) SWOT-Analyse .....	9
5) Marketing Strategie und Umsatzplanung.....	10
5.1) Marketing und Aufbau von Vertriebskanälen .....	10
5.2) Umsatzkalkulation.....	10
6) Finanzierungskonzept.....	11
6.1) Kapitalbedarf: Finanzierung der Gründung und der betrieblichen Anlaufphase .....	11
6.2) Finanzierungskonzept: Gegenüberstellung Mittelverwendung vs. Mittelherkunft .....	11
7) Finanzkennzahlen.....	12
7.1) Gewinn- und Verlustrechnung.....	12
7.2) Umsatzentwicklung und Breakeven.....	12
8) Verzeichnis von Links im Internet.....	13
9) Ansprechpersonen und Kontaktdaten .....	14

## Über die Zielstellung dieser Vorlage

Der Best Business Plan Wettbewerb ist ein jährliches Format, das in der Organisation des American German Business Clubs Berlin e.V. liegt und in Kooperation mit teilnehmenden Berliner Schulen durchgeführt wird.

Die Vorlage zum Best Business Plan Wettbewerb wurde mit der Zielsetzung verfaßt, den Schülern ein praxisorientiertes Grundgerüst zur Verfügung zu stellen, das sie bei der Erstellung ihres Businessplans unterstützend begleitet. Nützliche und praxisorientierte Hinweise sollen die Arbeit erleichtern, jedoch das schöpferische Denken einem nicht abnehmen.

Diese Vorlage beinhaltet Erläuterungen, die sich auf die Struktur und einzelne Teilabschnitte des Businessplans beziehen. Sie werden in Zielstellungen, Beispiele, Nützliche Hinweise und Links zu jeweiligen Themenbereichen unterteilt.

- Zielstellungen: Die Zielstellung soll dem Schüler/in erste Denkanstöße geben, worüber er/sie in diesem Teilabschnitt schreiben soll. Sie gibt wichtige Hinweise zu den Bestandteilen einzelner Teilabschnitte, die sich im Businessplan wiederfinden sollen.
- Beispiele: Die angeführten Beispiele basieren auf der Grundlage eines in der Praxis erstellten Businessplans, das bei der Gründung eines Biotechnologie Unternehmens verwendet wurde. Die Beispiele wurden vereinfacht und an die Zielstellung dieser Vorlage angepaßt.
- Nützliche Hinweise: geben dem Schüler/in viele nützliche Tipps, verweisen auf weiterführende Erklärungen zum jeweiligen Themenbereich und machen auf die Struktur des Businessplans aufmerksam.
- Links zum Thema: geben dem Schüler/in die Möglichkeit sich je nach Bedarf über die Themenbereiche im Internet weiter zu informieren.

Am Ende dieser Vorlage – unter Punkt 8 – finden Sie ein Verzeichnis von externen Internet Links. Dies ist eine äußerst nützliche und von Wirtschaftsexperten zusammengestellte Informationsquelle, die jeder Schüler je nach Bedarf und eigenem Wissensstand, bei der Businessplan-Erstellung verwenden kann. Beispielsweise haben Sie die Möglichkeit, das vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie zur Verfügung gestellte eTraining-Tool kennenzulernen und dabei herausfinden welche Inhalte absolut unverzichtbar für einen „guten“ Businessplan sind.

Die Verfasser dieser Vorlage sind der Überzeugung, dass jeder in der Lage ist einen vielversprechenden Businessplan zu erstellen und zwar unabhängig vom Alter, Erfahrungsschatz oder Wissensstand. Was entscheidend für einen „guten“ Businessplan ist, ist der investierte Arbeitsaufwand beim Zusammentragen relevanter Daten und Zusammenführen dieser Informationen in eine durchdachte und runde Business-Story. Die Vorlage zum Best Business Plan Wettbewerb gibt dabei eine Struktur vor und soll als Orientierung verstanden werden, die den Teilnehmern erläutert, worauf es bei der Businessplan-Erstellung tatsächlich ankommt. Die Vorlage holt die Schüler dort ab, wo sie gerade stehen und leistet eine Hilfsstütze bei der Erstellung ihres persönlichen Businessplans.

Der jährlich stattfindende Best Business Plan Wettbewerb hat es sich zur Aufgabe gemacht, das unternehmerische Denken der jüngeren Generation strukturiert zu fördern. Die Teilnahme am Wettbewerb soll den Schülern einen möglichst realen Kontext des Unternehmertums, in all seinen Facetten, nahebringen.

Der American German Business Club Berlin wünscht allen Teilnehmern viel Erfolg beim diesjährigen Best Business Plan Wettbewerb!

American German Business Club Berlin e.V.

## 1) Geschäftskonzept

Zielstellung: stellen sie das Leistungsprofil, Technologiefeld, aktuelle Herausforderungen / Ideen / Ziele ihres unternehmerischen Vorhabens vor.

Beispiel: das Unternehmensprofil und das Geschäftskonzept.

Die [Firma Innovations GmbH] ist ein auf die Produktion, Dienstleistung und Forschung und Entwicklung orientiertes Unternehmen, mit dem Firmensitz in Berlin, das sich hauptsächlich auf regenerative Biotechnologie fokussiert hat. Herr [Max Mustermann] beabsichtigt die [Firma Innovations GmbH] im Rahmen einer [Neugründung/Unternehmensnachfolge/Ausgliederung aus der Universitätseinrichtung] an den künftigen Standort umzusiedeln. Herr [Mustermann] beabsichtigt die Firmensitzumsiedlung durchzuführen, um die künftige Forschungs- und Entwicklungsarbeit bei der Entwicklung moderner regenerativer Technologien an einem Standort bündeln zu können.

Die [Firma Innovations GmbH] verfügt über eine einzigartige technologische Plattform, die auf biologischen und bionischen Prinzipien der Geweberegeneration basiert. Diese Methoden werden bei der Produktion regenerativer Medizinprodukte, die im Heilungsprozeß verwendet werden, benutzt. Gegenwärtig sind in diesem Bereich mehr als [55] weltweit bekannte Patente bei verschiedenen nationalen Patentbehörden angemeldet.

### 1.1) Produkt bzw. Dienstleistung vorstellen

Zielstellung: stellen Sie das innovative Produkt bzw. Dienstleistungen vor.

Beispiel: zwei unterschiedliche Produktlinien auf Grundlage einer Biotechnologie.

Das Ziel des Gründungsvorhabens ist die Entwicklung und Markteinführung eines mit Stammzellen angereicherten Wundheilungsgels, das im Verfahren der Wundheilung angewendet wird. Die Behandlung chronischer Wunden und schwerer Verbrennungen des 2. und 3. Grades durch autologe Zellen, haben im Rahmen erster Behandlungsmaßnahmen sehr erfolgreiche Ergebnisse gezeigt. Die durchgeführten klinischen Studien haben ergeben, daß die Anwendung von Feuchtigkeits- und Kühlgelen, die mit autologen Zellen angereichert sind, die Bildung von Wundflüssigkeiten stark reduzieren und zugleich den Zellenwachstum und Zellerneuerung bedeutsam begünstigen.

Aufgrund der weltweit einzigartigen und verjüngenden Eigenschaften von Stammzellen möchte sich die [Firma Innovations GmbH] mit einer weiteren Produktlinie auf den Kosmetik- und Beauty-Bereich konzentrieren. Dadurch beabsichtigt das Unternehmen sein Produktportfolio zu erweitern und damit den Zugang zu einem seit Jahren stark wachsenden Marktsegment (jährliche Wachstumsraten von bis zu 20%) zu erlangen.

### 1.2) Produkt- bzw. Dienstleistungsentwicklung

Zielstellung: Erläutern Sie welche Forschungs- und Entwicklungsarbeit in die Produktentwicklung bereits investiert wurde bzw. welche Entwicklungsarbeit geplant ist.

Beispiel 1: Sicherung des Know-hows durch eigenständige Entwicklungsarbeit.

Das gegenwärtige [Produkt/Dienstleistung] ist Gegenstand eigenständiger Entwicklungsarbeit, die im Rahmen universitärer Forschungs- und Entwicklungsarbeit [schulischer Ausbildung/sportlicher Betätigung/Hobby Aktivitäten] über einem Zeitraum von [zwei Jahren] durchgeführt wurde. Die Forschungs- und

Entwicklungsarbeit soll künftig im Rahmen einer Kooperation mit anerkannten und auf dem Gebiet der Geweberegeneration aktiven [Sachverständigen/Lehrern/Sportlern/ Unternehmen] weiter betrieben werden.

Beispiel 2: Sicherung des Know-hows durch einen Wissens- und Technologietransfer.

Das gegenwärtige [Produkt/Dienstleistung] ist Gegenstand einer umfangreichen und jahrelangen Forschungs- und Entwicklungsarbeit, die an der Fraunhofer Gesellschaft für Hauttransplantation [Berliner Humboldt Universität/ anderer Forschungseinrichtungen] betrieben wurde. Im Ergebnis wurden die Grundlagen bionischer und biologischer Heilungsprozesse durch die Anwendung von Stammzellen erforscht und weitgehend für den täglichen Gebrauch freigegeben. Die [Firma Innovations GmbH] beabsichtigt die Forschungsergebnisse im Rahmen des von der [Fördereinrichtung/z.B. IBB Bank] finanzierten Wissens- und Technologietransfers in das Unternehmen zu übertragen. Die übertragenen Forschungsergebnisse werden als innovative Technologiegrundlage für die Weiterentwicklung des eigenen Produktes verwendet und in eigener Regie weiter geführt. Das Know-how sichert der [Firma Innovations GmbH] einen erheblichen Wettbewerbsvorteil gegenüber der am Markt befindlichen Konkurrenz.

Hinweis: Bitte beachten Sie daß, falls ein Wissens- und Technologietransfer geplant wird, in die Finanzierungsstruktur unter Punkt 6 aufgenommen werden soll.

Nützlicher Hinweis: Anhand der oben angeführten Beispiele 1 und 2 ist ersichtlich, daß eine Produkt- oder Dienstleistungsentwicklung Gegenstand der eigenen Forschungs- und Entwicklungsarbeit oder das Ergebnis eines Technologie- und Wissenstransfers sein kann. Ziel eines solchen Transferprogramms ist die Förderung von Forschungs- und Entwicklungsvorhaben zur Verbesserung des Technologie- und Wissenstransfers zwischen den Wissenschaftseinrichtungen und der am Markt tätigen Unternehmen.

[Link](#) zum Förderprogramm. [ILB-](#)

### 1.3) Alleinstellungsmerkmale

Zielstellung: Erläutern Sie was Ihr Produkt bzw. Dienstleistung einzigartig macht.

Beispiel: Beschreibung der Alleinstellungsmerkmale und der Einzigartigkeit des Behandlungsverfahrens

Obwohl es im Bereich der Produktion regenerativer Medizinprodukte [weltweit] mehr als [55] anerkannte Patente gibt, unterscheidet sich das hier angewandte Heilverfahren grundlegend von den gegenwärtig am Markt existierenden Heilungsmethoden.

Bei der Behandlung von schweren Verbrennungen des 2. und 3. Grades sowie chronischen Wunden sind deutschlandweit keine Methoden/Produkte mit vergleichbaren therapeutischen Ansätzen bekannt. Am US-amerikanischen Markt wurde im Jahr 2012 eine vergleichbare medizinische Substanz zugelassen. Dabei handelte es sich um ein zelluläres Arzneimittelwirkstoff, der durch einen isolierten Wachstumsfaktor die Zellerneuerung und Zellenwachstum in der obersten Hautschicht fördert. Jedoch wurde das Präparat nach einiger Zeit von der US-amerikanische Zulassungsbehörde FDA wieder vom Markt genommen, weil befürchtet wurde, daß der isolierte Wachstumsfaktor das Krebsrisiko bei krebsanfalligen Patienten signifikant erhöht.

Das von der [Firma Innovations GmbH] entwickelte Wundheilungsgel basiert auf der Stammzelltechnologie, daß sich die natürlichen Selbstheilungskräfte des Körpers zunutze macht. Dabei wird das mit Stammzellen angereicherte Hydrogel an verbrannte bzw. geschädigte Zellstrukturen aufgetragen. Im Rahmen des Heilverfahrens docken die freien Stammzellen an Rezeptoren der geschädigten Hautzellen in der Dermis und Epidermis an. Während des sog. Transformationsprozesses verändern die Stammzellen ihre zelluläre Struktur und werden zu gesunden Hautzellen, die das neue Gewebe der Dermis bzw. Epidermis bilden. Somit

ist die von der [Firma Innovations GmbH] entwickelte Stammzellentechnologie ein einzigartiges Heilungsverfahren, das bislang noch nicht zum Einsatz kam.

Links zum Thema [Alleinstellungsmerkmale](#) unter: [Weitere Informationen und Downloads](#).

#### 1.4) Zielgruppendefinition und Kundennutzen

Zielstellung: Erläutern Sie wer die Zielgruppe Ihres Unternehmens ist und definieren Sie den Kundennutzen.

Beispiel: Die Zielgruppendefinition.

Die mit dem neuen und innovativen Verfahren behandelnde Zielgruppe sind Patienten mit chronischen Wunden, die durch Hautgeschwüre oder diabetische Erkrankungen (diabetischer Fuß) verursacht wurden, Operations- und Traumawunden, sowie Verbrennungen des 2. und 3. Grades. Bei allen getesteten Patienten haben sich Behandlungserfolge innerhalb kürzester Zeit (7 bis 14 Tage) gezeigt.

Links zum Thema [Zielgruppen](#) unter: [Weitere Informationen und Downloads](#).

Beispiel: Definition des Kundennutzens für alle Parteien durch die Anwendung der Behandlungsmethode.

Der Kundennutzen definiert sich für teilnehmende Parteien ganz unterschiedlich.

- Kundennutzen für behandelnde Patienten: Die Patienten profitieren von der personalisierten Biotechnologie, die die Behandlungszeit auf 7 bis maximal 14 Tage verkürzt. Darüber hinaus verringert sich das Behandlungsrisiko durch anschließende Wundentzündungen um 90 Prozent.
- Kundennutzen für Krankenhäuser: Krankenhäuser profitieren von der neuen Behandlungsmethode insofern, daß sich die Behandlungszeiten verkürzen und damit die Kapazität behandelnder Patienten im Laufe eines Jahres erhöht. Dies führt man darauf zurück, daß sich der Behandlungszeitraum auf durchschnittlich 9 Tage verkürzt wird (anstatt 21 Tage).
- Kundennutzen für Krankenkassen: durch die Anwendung der innovativen Behandlungsmethode steigt die Erfolgsrate schätzungsweise auf ca. 95% und verringert damit Rückkehrquoten behandelnder Patienten in die Krankenhäuser. Als logische Konsequenz, sparen Krankenkassen anfallende Behandlungskosten für versicherte Patienten.

## 2) Geschäftssystem und Organisation

### 2.1) Rechtsform, Organisationsstruktur und Standort

Zielstellung: Erläutern Sie die Wahl der Rechtsform. Stellen Sie die Organisationsstruktur Ihres Unternehmens vor. Haben Sie bereits einen Standort für Ihr Unternehmen festgelegt? Welchen Vorteil versprechen Sie sich davon?

Links zum Thema [Rechtsform](#), [Standort](#) und [Standortanalyse](#) unter: [Weitere Informationen und Downloads](#).

### 2.2) Personalplanung

Zielstellung: Stellen Sie die Personalstruktur des Unternehmens vor inkl. der Qualifikationen, Beschreibung der Aufgabenfelder und anfallender Personalkosten. Haben Sie vor Innovationsassistenten einzustellen? (beschreiben Sie die Aufgabenfelder, Personalkosten, Kostensenkung durch Fördermöglichkeiten).

Beispiel: Beschreibung der Personalstruktur.

## VORLAGE ZUM BUSINESSPLAN

Die [Firma Innovations GmbH] beabsichtigt hochqualifiziertes Personal einzustellen, die folgende Aufgabenfelder wahrnehmen werden:

- Chief Executive Officer (die Verantwortlichkeiten beschreiben, Jahresgehalt: 7,000€ x 12 = 84,000€)
- Product Development Officer (die Verantwortlichkeiten beschreiben, Jahresgehalt: 4,500€ x 12 = 54,000€)
- Clinical Research and Regulatory Affairs (die Verantwortlichkeiten beschreiben, Jahresgehalt: 4,000€ x 12 = 48,000€)
- IP and Legal Affairs (die Verantwortlichkeiten beschreiben, Jahresgehalt: 3,500€ x 12 = 42,000€)
- Business Development (die Verantwortlichkeiten beschreiben, Jahresgehalt: 3,000€ x 12 = 36,000€)
- Public Relations (die Verantwortlichkeiten beschreiben, Jahresgehalt: 2,500€ x 12 = 30,000€)

Hinweis: die hier ermittelten Personalkosten in Höhe von EUR 294,000 werden unter Punkt 6.1 und 6.2 bei der Kalkulation des Kapitalbedarfs beachtet.

Nützlicher Hinweis: Der Bund sowie die Bundesländer bieten unterschiedliche Förderprogramme für Existenzgründer an. Im Rahmen der Personalplanung können beispielsweise Innovationsassistenten eingestellt werden, deren zwei Jahresgehälter zur Hälfte durch Zuschüsse vom Bund/Bundesland finanziert werden. Ziel dieser Förderprogramme ist es den Startups Zugang zu hochqualifiziertem Personal zu ermöglichen, um damit Grundlagen für Innovationen innerhalb junger Unternehmen zu stärken. Zur Finanzierung von Betriebsmitteln, wozu auch die Personalkosten zählen, können auch Förderprogramme der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) in Anspruch genommen werden.

Links zu Förderprogrammen finden Sie unter: [Innovationsassistent der IBB](#), [KfW Förderprogramme](#), [Förderdatenbank des BMWi](#).

### 3) Markt- und Branchenanalyse

Zielstellung: stellen Sie die Branche vor, in der Ihr Unternehmen tätig ist. Handelt es sich um eine junge, dynamische und schnell-wachsende Branche oder eher um eine reife und langsam-wachsende Branche? Welche Branchentrends und Aussichten (positive, negative) erwarten die Marktteilnehmer in den kommenden 5 Jahren?

Beispiel: Beschreibung der Branche für chronische Wunden

In Deutschland leiden fast 4 Millionen Menschen jährlich an chronischen Wunden. Am häufigsten entstehen sie durch eine Erkrankung der Venen an den Beinen, durch Störungen der Blutversorgung bei Diabetespatienten oder einer peripheren arteriellen Verschlusskrankheit. Wird eine akute Wunde nicht richtig versorgt oder treten im Laufe der Wundheilung Komplikationen auf, kann daraus eine chronische Wunde entstehen.

Gemäß der Angaben des Deutschen Diabetiker Bundes e.V. sind die Zahlen jährlicher Neuerkrankungen mit schwierigen Folgekomplikationen u.a. an Augen, Nieren und Füßen besorgniserregend. Rund 2.000 Neuerblindungen, 2.300 neue Dialysepatienten und etwa 40.000 Amputationen bzw. Patienten mit chronischen Wunden werden Jahr für Jahr gezählt. Die Zahlen lassen darauf schließen, daß der Markt für chronische Wunden in Deutschland rasant ansteigt. Derzeit kostet die Behandlung chronischer Wunden die deutsche Krankenkassen ca. 9,5 Milliarden Euro jährlich, Trend steigend.

Der Umsatz der deutschen Wundbehandlungsbranche belief sich im Jahr 2014 auf rund 5,2 Milliarden Euro (Herstellerumsatz). In den vergangenen 10 Jahren wurde ein durchschnittlicher jährlicher Wachstumstrend von 8% verzeichnet. Der Branchenumsatz kommt hauptsächlich aus folgenden drei Teilssegmenten:

Operationswunden und Traumata (46,7%), Wunden durch Hautgeschwüre (37%) und Verbrennungen 2. und 3. Grades (16,3%).

Quellen: [Initiative Chronische Wunden](#)

Nützlicher Hinweis: die deutsche Wirtschaft ist in Verbänden organisiert bzw. unterteilt. Verbände liefern öffentlich zugängliche Informationen durch jährliche veröffentlichte Branchenreports. Diese liefern belastbare Daten, Branchenzahlen, Entwicklungstrends und Prognosen für die Zukunft.

Links zur Übersicht über die deutschen Verbände finden Sie unter: [Deutsches Verbände Forum](#), [Verbände.de](#), [IHK Branchen](#).

Links zum Thema [Marktdaten aus unterschiedlichen Branchen](#).

### 3.1) Analyse des brancheninternen Wettbewerbs

Zielstellung: Stellen Sie Ihre Wettbewerber vor? Wie schätzen Sie den brancheninternen Wettbewerb ein (intensiv oder schwach)? Existieren auf dem Markt alternative Hersteller/Dienstleister, die Ihren Kunden beliefern?

Beispiel: Darstellung der Wettbewerbsprodukte, alternativer Behandlungsmethoden und konkurrierender Wundzentren.

Um den Branchenwettbewerb in der Wundbehandlung ermitteln zu können, muß man den Prozeß der Wundbehandlung grundlegend verstehen. Denn der Branchenwettbewerb wird hauptsächlich durch die Anwendung unterschiedlicher Methoden definiert. Heutige Behandlungsmethoden von chronischen Wunden oder schweren Verbrennungen des 2. und 3. Grades unterscheiden sich grundlegend je nach Art und Tiefe der Verletzung. Wunden werden hauptsächlich mit drei Methoden behandelt:

- chirurgisches oder mechanisches Débridement
- Vakuumtherapie und Anwendung von hyperbaren Sauerstoffen
- Lasertherapie

In Deutschland werden chronische Wunden in spezialisierten Wundzentren behandelt. Dabei richtet sich die Wahl der Behandlungsmethode je nach Art der Wunde. Dem Zustand der Wundheilung wird die größte Aufmerksamkeit geschenkt, denn nicht jede Wunde kann auch mit jeder verfügbaren Methode behandelt werden.

Links zum Thema [Wettbewerb](#) und [Wettbewerbsanalyse](#) unter: [Weitere Informationen und Downloads](#).



### 3.2) Analyse von Zugangsbarrieren / Bedrohung durch neue Anbieter

Zielstellung: Stellen Sie die Zugangsbarrieren zum Markt vor, die Ihr Unternehmen betreffen. (Wirkt sich die Kundenloyalität zu bestimmten Brands negativ auf Ihr Unternehmen aus? Schätzen Sie die Kapitalerfordernisse für einen Markteintritt eher hoch oder niedrig ein? Haben Sie gewisse Herausforderungen: beim Aufbau von Vertriebskanälen; bei Mindestproduktionsmengen; Engpässe bei der Material- und Personalbeschaffung? Haben Sie einen begünstigten Zugang zu Rohmaterial; Subventionen vom Land/Bund; Zugang zum Know-how, Patenten und Gebrauchsmustern am Markt / durch Universitäten und Forschungseinrichtungen? etc.)

### 3.3) Analyse von Lieferanten

Zielstellung: Stellen Sie Ihre Lieferanten vor, bzw. von wem werden Sie mit Rohmaterial beliefert? Ist das Rohmaterial von starken Preisschwankungen betroffen? Sind Sie dadurch von potenziellen Abhängigkeiten negativ betroffen?

### 3.4) Analyse von Abnehmern

Zielstellung: Stellen Sie Ihre Abnehmer vor. Beliefern Sie große Abnehmer, die in der Lage sind Ihre Preise zu drücken, eine bessere Produktqualität durchsetzen wollen oder erweiterte Serviceleistungen erzwingen können? Existieren am Markt Abnehmergruppen, die stark konzentriert sind und große Volumina einkaufen und damit die Preise diktieren?

Beispiel 1: Beschreibung von Abnehmern.

Die Abnehmer des mit Stammzellen angereicherten Wundheilungsgels sind spezialisierte Wundheilungszentren. Diese können bei der Behandlung von Patienten unterschiedliche Behandlungsmethoden anwenden. Wenn sich Wundheilungszentren für eine bestimmte Behandlungsmethode entschieden haben, muß das vollständig dazugehörige Material bereits auf Lager liegen.

Beispiel 2: Beschreibung von Abnehmern, die in der Lage sind Preise zu drücken.

Die [Firma Innovations GmbH] beabsichtigt Wundzentren der HELIOS-Kliniken-Gruppe deutschland- und europaweit mit Stammzellen angereicherten Wundheilungsgels zu beliefern. Die HELIOS-Kliniken-Gruppe ist einer der größten Anbieter von stationärer und ambulanter Patientenversorgung in Deutschland und Europa. Darüber hinaus betreiben HELIOS-Kliniken deutschlandweit 2,756 Wundheilungszentren. Gemäß dem Branchenreport aus dem Jahr 2014 des Bundesverbands deutscher Krankenhausträger werden Marktteilnehmer auf wirtschaftliche Abhängigkeiten bei der Belieferung von großen Krankenhausgesellschaften aufmerksam gemacht. Diese entstehen zumeist durch großvolumige Einkäufe, bei dem Preise diktiert und zu eigenem Gunsten gedrückt werden. Es ist davon Auszugehen das sich auch die [Firma Innovations GmbH] in gewisse Abhängigkeiten vom Abnehmer HELIOS-Kliniken begeben wird, wie z.B. längere Zahlungsfristen, Preisnachlässe bei größeren Bestellungen etc. Diese Abhängigkeiten erhöhen das wirtschaftliche Risiko des Unternehmens, jedoch muß es durch eine geschickte Unternehmensführung kalkulierbar bleiben, damit sie sich nicht negativ auf die Liquidität unseres Unternehmens auswirken.

### 3.5) Analyse von Bedrohungen durch Ersatzprodukte

Zielstellung: Existieren auf dem Markt Substitute, die die gleiche Funktion erfüllen, gleichzeitig aber günstiger sind? Besteht geringe/ausgeprägte Produktloyalität zu Ersatzprodukten? Sind die Umstellungskosten vom

Original auf Substitute hoch/gering? Laufen Lizenzen/Patente für Originalprodukte aus? Ergeben sich dadurch für Sie Möglichkeiten alte Kunden von ihren Wettbewerber zu übernehmen?

### 3.6) Analyse von bürokratischen Hürden in der Branche (optional)

Zielstellung: existieren bürokratische Hürden, die sich negativ auf Ihr Unternehmen oder die gesamte Branche auswirken? Sind Sie in der Lage diese Hürden durch Maßnahmen zu umgehen?

Beispiel: Erfordernis einer umfangreichen klinischen Studie zur Stammzelltechnologie.

Die im Voraus antizipierte Erfordernis einer klinischen Studie vorangegangen an die Unternehmensgründung, wurde im Jahr 2013 eingeleitet und Ende des Jahres 2015 erfolgreich abgeschlossen. Die systematische Anwendung des Wirkstoffes im Rahmen einer zwei jährigen klinischen Studie, hat seine Wirksamkeit und Sicherheit der Stammzellentechnologie nachgewiesen. Vor allem wurde die Bildung neuer Blutgefäße, die neuroprotektiven und zytoprotektiven Funktionen der Stammzellenbehandlung in vitro und in vivo erforscht und für positiv befunden.

Beispiel: Zulassung durch das Bundesinstitut für Arzneimittel und Medizinprodukte (BfArM)

Die BfArM ist aufgrund der Ergebnisse umfangreicher klinischer Studien einvernehmlich zum Entschluß gelangt, der [Firma Innovations GmbH] eine Zulassung für die Herstellung und Markteinführung des mit Stammzellen angereicherten Wundheilungsgels in den deutschen Markt. Das Wundgel wird bei der Behandlung von chronischen Wunden verwendet.

## 4) SWOT-Analyse

Zielstellung: erstellen Sie eine SWOT-Analyse für ihr unternehmerisches Vorhaben.

Beispiel: Im Rahmen einer SWOT-Analyse werden Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken des unternehmerischen Vorhabens analysiert und ausgearbeitet. Diese gehen aus der vorangegangenen Markt- und Branchenanalyse hervor und werden tabellarisch dargestellt.

SWOT-Analyse		Interne Analyse	
		Stärken (Strengths)	Schwächen (Weaknesses)
Externe Analyse	Chancen (Opportunities)	Verfolgen von neuen Marktchancen im Rahmen der strategischen Zielsetzung, die gut zu den Stärken des Unternehmens passen.	Schwächen erkennen und eliminieren, um neue Chancen zu nutzen. Schwächen in Stärken umwandeln.
	Risiken (Threats)	Die am Markt existierenden Risiken erkennen und eigene Stärken nutzen, um sie abzuwehren.	Verteidigungsstrategien entwickeln, um vorhandene Schwächen nicht zum Ziel von Gefahren werden zu lassen.

Links zum Thema [SWOT-Analyse](#) unter: [so einfach erstellen Sie Ihre eigene SWOT-Analyse](#).

## 5) Marketing Strategie und Umsatzplanung

### 5.1) Marketing und Aufbau von Vertriebskanälen

Zielstellung: stellen Sie uns ihr Marketingkonzept vor. Welche Marketingstrategien werden Sie für die Markteinführung ihrer Produkte verfolgen? Wie beabsichtigen Sie die Vertriebskanäle aufzubauen?

Beispiel: Kosteneinsparung durch überflüssige Werbekampagnen.

Um die neuentwickelte Behandlungsmethode in den Markt einzuführen, ist eine Kooperation zwischen drei Partnern geplant.

- Erstens, stellt die [Firma Innovations GmbH] das komplette Know-how, Material und die für die Stammzellenanreicherung verwendeten Maschinen, die für die Herstellung von Wundbehandlungsgels notwendig sind, zur Verfügung.
- Zweitens, die sich an der Markteinführung beteiligende Krankenhäuser sind Kooperationspartner, die die Patienten an ausgewiesene Wundbehandlungszentren verweisen.
- Drittens, in kooperierenden Wundzentren erhalten die Patienten ihre medizinische Wundbehandlung mit der innovativen Methode.

Erste Gespräche, die mit Krankenhäusern, Wundzentren und Krankenkassen geführt wurden, haben ergeben, daß eine Einführung der neuen Behandlungsmethode vor allem eine Einsparung der Behandlungszeit- und damit eine Kosteneinsparung für alle beteiligten Parteien mit sich bringt. Dieser Effekt hat zur Folge, daß somit die [Firma Innovations GmbH] nicht gezwungen ist aufwendige und kostenintensive Werbekampagnen als Teil einer einführenden Marketing-Strategie zu führen. Daraus ergeben sich Kosteneinsparungen, die sich vor allem unmittelbar nach der Unternehmensgründung und Geschäftsaufnahme positiv bemerkbar machen.

### 5.2) Umsatzkalkulation

Zielstellung: erstellen Sie eine Umsatzkalkulation, die auf einem Kosten /pro Stückzahl Modell basiert.

Beispiel: Umsatzkalkulation (die auf einer konservativen Rechnungslegung basiert)

Der Verkaufspreis pro Einheit für das mit Stammzellen angereicherte Hydrogel wird mit EUR 460 beziffert. Eine Einheit enthält 30g Hydrogel angereichert mit 3.500 IU Stammzellen.

Als Basis für die Kalkulation diene der aktuelle Marktpreis des US-amerikanischen Konkurrenten der seine Wundsalbe mit EUR 455 pro Einheit (30g Gel/2.000 IU) beziffert.

Jährlich werden in Deutschland ca. 4 Millionen Patienten (mit chronischen Wunden) behandelt. Im Rahmen einer Konservativen Umsatzkalkulation beabsichtigt die [Firma Innovations GmbH] im 1. Jahr 0,2% der jährlich behandelnden Anzahl von Patienten mit der innovativen Behandlungsmethode zu therapieren.

$4.000.000 \text{ Patienten/Deutschland} \times 0,2\% \text{ Marktanteil} = 8.000 \text{ Patienten}$

$8.000 \text{ Patienten} \times \text{EUR } 460 / \text{ pro Einheit} = \text{EUR } 3.680.000 \text{ Jahresumsatz}$

Der Umsatz aus dem Kosmetik- und Beauty-Bereich soll zu einem späteren Zeitpunkt kalkuliert werden.

Links zum Thema [Umsatzplanung](#) und [Umsatzkalkulation](#).

## 6) Finanzierungskonzept

Zielstellung: errechnen Sie den Kapitalbedarf für die betriebliche Anlaufphase ihres Unternehmens, unter Verwendung der folgenden Tabelle.

### 6.1) Kapitalbedarf: Finanzierung der Gründung und der betrieblichen Anlaufphase

Kapitalbedarf	EUR
<b>Gründungskosten:</b>	
- Beratungen	0,0
- Anmeldung/ Genehmigungen	0,0
- Eintrag ins Handelsregister	0,0
- Notar	0,0
- sonstige Gründungskosten	0,0
<b>Gesamt:</b>	0,00
<b>Kosten für Anlaufphase (Ausgaben bis zum ersten Geldeingang aus Umsatz für den Zeitraum von 1 Jahr):</b>	
- Personalkosten inkl. eigenes Geschäftsführergehalt	0,0
- Beratung	0,0
- Leasing	0,0
- Miete/Pacht	0,0
- Werbung	0,0
- Vertrieb	0,0
- Betriebliche Steuern	0,0
- Versicherungen	0,0
- Reserve für Startphase, Folgeinvestitionen und Unvorhergesehenes	0,0
- sonstige Kosten für Anlaufphase	0,0
<b>Gesamt:</b>	0,00
<b>Anlagevermögen:</b>	
- Patent-, Lizenz-, Franchisegebühren u.ä.	0,0
- Grundstücke/ Immobilien einschl. Nebenkosten	0,0
- Produktionsanlagen, Maschinen, Werkzeuge	0,0
- Betriebs-, Geschäftsansstattung	0,0
- Fahrzeuge	0,0
<b>Gesamt:</b>	0,00
<b>Umlaufvermögen:</b>	
- Material- und Warenlager, Rob-, Hilfs- und Betriebsstoffe	0,0
<b>Kapitaldienst:</b>	
- Zinsen für Existenzgründungsdarlehen/ Bankkredite	0,0
- Tilgung	0,0
<b>Kapitalbedarf Gesamt:</b>	<b>0,00</b>

Link zum Thema [Kapitalbedarfsplanung](#).

### 6.2) Finanzierungskonzept: Gegenüberstellung Mittelverwendung vs. Mittelherkunft

Zielstellung: erstellen Sie ein Finanzierungskonzept, in dem eine Gegenüberstellung der Mittelverwendung und Mittelherkunft dargestellt ist. Nutzen sie dafür die nachfolgend angeführten Links zum Eigenkapital, Fremdkapital und Fördermittel.

Beispiel: eines Finanzierungskonzepts

Mittelverwendung	EUR	%	vs.	Mittelherkunft	EUR	%
- Gründungskosten	25.000	6%		- Eigenkapital (des Gründers)	44.400	10%
- Forschungs- und Entwicklungskosten (ggf. Technologietransfer)	125.000	28%		- Eigenmittel (Venture Capital)	222.000	50%
- Personalkosten (ggf. Innovationsassistent)	294.000	66%		- Fremdkapital (zinsgünstige Bankkredite)	111.000	25%
- Marketing- und Vertriebskosten	0	0%		- Zuschüsse und Fördermittel	66.600	15%
<b>Summe:</b>	<b>444.000</b>	<b>100%</b>		<b>Summe:</b>	<b>444.000</b>	<b>100%</b>

## VORLAGE ZUM BUSINESSPLAN

Nützlicher Hinweis: die Mittel für die Finanzierung Ihres unternehmerischen Vorhabens können aus unterschiedlichen Finanzierungsquellen stammen. Grundsätzlich wird zwischen Eigenkapital, Fremdkapital, Risikokapital (Venture Capital) und Fördermitteln vom Land/Bund unterschieden.

Links zu Eigenkapitalmittel: [BFB Frühphasenfonds Brandenburg GmbH](#), [High-Tech Gründerfonds](#), [Mittelständische Beteiligungsgesellschaft Berlin-Brandenburg mbH](#), weitere Eigenkapitalinvestoren unter: [Bundesverband Deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften \(BvK\)](#).

Links zu Fremdkapitalmittel und Bankbürgschaften: [Kreditanstalt für Wiederaufbau \(KfW\)](#), [Bürgschaftsbank Berlin](#), [Bürgschaftsbank Brandenburg](#).

Links zu Fördermitteln: [Fördermittel der IBB](#), [Fördermittel der KfW](#), [Förderdatenbank des BMWi](#).

## 7) Finanzkennzahlen

### 7.1) Gewinn- und Verlustrechnung

Zielstellung: erstellen Sie eine GuV, unter Verwendung der folgenden Tabelle.

Beispiel: der abgeleiteten Version der Gewinn- und Verlustrechnung nach § 275 HGB

Gewinn- und Verlustrechnung	Monat	Jahr
Umsatzerlöse	0.00	0.00
[+] sonstige betriebliche Erträge	0.0	0.0
[-] Materialaufwand:		
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	0.0	0.0
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	0.0	0.0
[-] Personalaufwand:		
a) Löhne und Gehälter	0.0	0.0
b) soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung	0.0	0.0
[-] Abschreibungen:		
a) auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens	0.0	0.0
b) auf Vermögensgegenstände des Umlaufvermögens	0.0	0.0
[-] sonstige betriebliche Aufwendungen		
a) Raumkosten/Miete	0.0	0.0
b) Energiekosten	0.0	0.0
c) Reparatur/Instandhaltung	0.0	0.0
d) Gebühren/Beiträge für Versicherungen	0.0	0.0
e) Fahrzeugkosten	0.0	0.0
f) Werbe- und Reisekosten	0.0	0.0
g) Vertriebskosten	0.0	0.0
h) Porto, Telefon u.a. Verwaltungskosten	0.0	0.0
i) Buchführung, Beratung	0.0	0.0
[-] Abschreibungen auf das Umlaufvermögens	0.0	0.0
[-] Zinsen und ähnliche Aufwendungen	0.0	0.0
[=] Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	0.00	0.00
[-] Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0.0	0.0
[-] sonstige Steuern		
a) Gewerbesteuer	0.0	0.0
[=] Jahresüberschuss/Jahresfehlbetrag	0.00	0.00

### 7.2) Umsatzentwicklung und Breakeven

Zielstellung: Erstellen Sie eine tabellarische Darstellung der Umsatzentwicklung (3 bis 5 Jahre in die Zukunft). Erläutern Sie, wann die Gewinnschwelle erreicht werden soll?

## 8) Verzeichnis von Links im Internet

Businessplan richtig erstellen:

- eTraining Tool: [BMW-Businessplan](#) leitet Sie anhand von Beispielen und Vorlagen wie man Schritt für Schritt einen Businessplan richtig erstellt.
- Was gehört in Ihren Businessplan? Hier finden Sie [Checklisten](#) zur Vorbereitung des Businessplans.
- Businessplan – [darauf kommt es an!](#) Inhalt und weiterführende [Infotipps](#).
- Gründung im Überblick: [die ersten Gründungsschritte](#).

Welche Rechtsform ist für mein unternehmerisches Vorhaben richtig?

- eTraining Tool zum Thema [Rechtsformen](#) hilft herauszufinden, ob die jeweilige [Rechtsform](#) auch die richtige für Ihr unternehmerisches Vorhaben ist.

Wo finde ich belastbare Daten zu meiner Branche?

- Links zum Thema Branchendaten und Verbände: [Marktdaten aus unterschiedlichen Branchen](#), [IHK Branchen](#), [Deutsches Verbände Forum](#), [Verbände.de](#),

Wie berechne ich mein Kapitalbedarf?

- Link zum Thema Kapitalbedarfsplanung: [Kapitalbedarf und Tilgung](#).

Welche Finanzierungsformen sind für mein Vorhaben geeignet?

- eTraining Tool zum Thema [Gründungs- und Wachstumsfinanzierung](#) hilft Ihnen, typische Finanzierungsfehler zu vermeiden und bereitet Sie auf die [Finanzierung Ihres Vorhabens](#) vor.
- Links zu Eigenkapitalmittel: [IBB Beteiligungsgesellschaft](#), [BFB Frühphasenfonds Brandenburg GmbH](#), [High-Tech Gründerfonds](#), [Mittelständische Beteiligungsgesellschaft Berlin-Brandenburg mbH](#), weitere Eigenkapitalinvestoren unter: [Bundesverband Deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften \(BvK\)](#).
- Links zu Fremdkapitalmittel und Bankbürgschaften: [Kreditanstalt für Wiederaufbau \(KfW\)](#), [Bürgschaftsbank Berlin](#), [Bürgschaftsbank Brandenburg](#).
- Links zu Fördermittel: [Fördermittel der ILB](#), [Fördermittel der IBB](#), [Fördermittel der KfW](#), [Förderdatenbank des BMWi](#).

Gründungsformalitäten: Amtsgericht, Handelsregister, Notar & Co.

- der [BMW-Behördenwegweiser](#) hilft Ihnen herauszufinden welche Formalitäten bei einer Unternehmensgründung auf Sie zukommen.

Gründer- und Unternehmerlexikon:

- Das [Gründer- und Unternehmerlexikon](#) erläutert Begriffe rund um die Existenzgründung und Unternehmensführung und liefert weiterführende Informationen.

## 9) Ansprechpersonen und Kontaktdaten

### **Udo von Massenbach**

c/o American German Business Club Berlin e.V.

P.O, Box 08 0427, 10004 Berlin, Germany

Telefon: +49 171 832 62 53

E-Mail: [President@AGBC-Berlin.de](mailto:President@AGBC-Berlin.de)

### **Christopher Vogelsang**

Telefon: - Mobil: +49 176 310 688 76

- Festnetz: +49 30 536 608 02

E-Mail: [mail@cvogelsang.de](mailto:mail@cvogelsang.de)

ggfs / if necessary

Telefon ( telemóvel): +351 966 728 903

E-Mail: [mail@cvogelsang.eu](mailto:mail@cvogelsang.eu)

# Ablaufplan: Businessplan AG

von Michael Alemu und Christopher Curt Vogelsang

Inhalt	Zeitaufwand	Zeitraum
<b>1. Organisatorisches</b>	90 min	Schuljahresbeginn – Herbstferien (6 Wochen: 540 min)
1.1. Begrüßung Vorstellungsrunde, Anwesenheitsliste, Termin/Raumplanung, gemeinsames Kennenlernen; Gruppen bilden für gemeinsame Geschäftsideen, (nach Interessenfindung(1.3.)).	30 min	
1.2. Was ist die Businessplan AG? Erläuterung des Ziels dieser AG sowie die Möglichkeiten, wie das Wissen aus dieser AG später angewendet werden kann (z. B. als 5. PK, die Teilnahme an landesweiten Wettbewerben, an dem Wettbewerb des American German Businessclub Berlins, etc.) Erläuterung: Was ist ein Businessplan? Wofür wird er benötigt bzw. was ist der Anlass zur Erstellung eines Businessplans?	30 min	
1.3. Ideensammlung Brainstorming zu möglichen Geschäftsideen, erste Analyse zu „Was könnte funktionieren? Woran könnte etwas scheitern?“ Den Schülern sollen während der AG erste Ideen mit auf den Weg gegeben werden. Für welche Idee sie sich entscheiden, können sie außerhalb der AG klären. Sobald sie dann gemeinsame Ideen entwickeln, wird geschaut, welche Gruppen zusammenarbeiten könnten.	30 min	
<b>2. Einführung in das Geschäftsleben</b>	100 min	
2.1. Wie stellen sich die Schülerinnen und Schüler das Eröffnen eines Restaurants vor? <i>Beispiel:</i> Wir wollen ein Restaurant eröffnen. Was gilt es zu beachten? Welche Kosten entstehen? Welche rechtliche Vorgaben müssen beachtet werden? Die Schüler sollen ohne Hilfe zeigen, wie sie sich den Ablauf eines Geschäfts vorstellen. Somit bekommen wir einen Einblick und können besser auf die Schüler eingehen, die vielleicht etwas mehr Hilfe benötigen als andere.	60 min (evtl. auch länger, je nach Erfolg und Wissen der Schüler)	
2.2. Welche Rechtsformen gibt es bei der Selbständigkeit? Einführung in die Rechtsformen, mit Anschauungsmaterial in Kurzform, damit ideal entschieden werden kann für den späteren Businessplan	20 min	
2.3. Welche Arten von Selbstständigkeit gibt es? Dies ist für die Schüler ebenfalls wichtig, damit sie optimal entscheiden können, wie sie die Unternehmensform sowie Ihr virtuelles Geschäft vertreten möchten.	20 min	



<b>3. Businessplan</b>	360 min	
<p>3.1. Aufbau eines Businessplans Der für diese AG erwünschte Aufbau des Businessplans und ihre Inhalte sollen den Schülern erläutert werden. Hierbei wird an die Ergebnisse aus 2.1 angeknüpft. Als Vorlage dient der Businessplan und die Gliederung von Christopher Curt Vogelsang und der der IHK.</p>		
<p>3.2. Question &amp; Answers Den Schülern wird die Möglichkeit gegeben, Probleme zu erläutern und Fragen zu stellen. Eventuell werden Gastredner (u. a. Herrn Udo von Massenbach, Präsident vom American German Business Club Berlin) mit daran teilnehmen, um noch spezieller auf den Wettbewerb einzugehen.</p>	90 min	
<p>3.3. Wichtige Punkte (z.B. Realisierungsplan, Umsetzbarkeit, Risiken, etc.) Hervorheben wichtiger Inhalte des Businessplans, je nach Branche sind verschiedene Aspekte zu beachten.</p>	30 min	
<p>3.4. Rechtliche Besonderheiten Die Schüler müssen wissen, was speziell wichtig ist für Ihren Businessplan, z.B. das Standortrecht für ihr Gewerbe, oder aber auch wie sie ein Geschäft betreiben dürfen, welches Lebensmittel herstellt und vertreibt etc.</p>	20 min	Herbstferien – Weihnachtsferien (8 Wochen: 720 min)
<p>3.5. Möglichkeiten der Finanzierung (Startkapital) Investoren, Erbringung von Mitteln für die Selbständigkeit, inkl. Finanzplanung bei Finanzierungsmodellen.</p>	30 min	
<p><b>4. Recherche und Erstellung des Businessplans</b> Die Schüler erhalten bereits vorher regelmäßig Zeit zum Erarbeiten ihres Businessplans. Ab diesem Zeitpunkt bis zur Abgabe bei der AG-Leitung findet die AG nur jede zweite Woche statt. Die Schüler haben die Möglichkeit eigenständig am Businessplan zu arbeiten und ggf. auftauchende Fragen zu stellen.</p>		
<p><b>5. Abgabe des Businessplans bei der AG-Leitung</b> In den Ferien haben die Schüler so genug Zeit an Ihren Businessplänen zu arbeiten. Hier erfolgen die letzten Arbeiten bis der Businessplan zum Ende AG-Stunde abgegeben wird.</p>		Erste Woche nach Weihnachtsferien
<p><b>6. Vor-Evaluation der Businesspläne</b> Nach Abgabe wird die AG-Leitung die Businesspläne der Schüler einsehen. Darüber hinaus werden die erarbeiteten Businesspläne innerhalb der AG rotiert und die Schüler können in die Businesspläne ihrer Mitschüler einsehen. Hier sollen Anmerkungen, Kritiken und Optimierungsmöglichkeiten von den Schülern notiert werden.</p>		Zweite Woche nach Weihnachtsferien – Winterferien (3 Wochen)
<p><b>7. Finale Arbeitsphase</b> Bis zur finalen Abgabe für den Wettbewerb können die Schüler das erhaltene Feedback von den Mitschülern so-</p>		

wie der AG-Leitung in ihre Businesspläne implementieren.		
<b>8. Finale Abgabe für den Wettbewerb</b> Dieser Punkt richtet sich an das Abgabedatum für den Best Business Plan-Wettbewerb.	<i>steht noch offen</i>	
<b>9. Präsentationsvorbereitung</b> Nach Abgabe des Businessplans wird das Präsentieren der erarbeiteten Businesspläne geschult.		Zeitraum nach Abgabe bis Präsentation beim Wettbewerb
9.1. Wer ist die Zielgruppe? Hier wird erläutert, dass die Präsentation eines Businessplans stark von der Zielgruppe abhängt. Betonen, dass die Relation von Inhalt und Form je nach Zielgruppe abweicht.	30 min	
9.2. Welche Informationen enthält die Präsentation?		
9.2.1. Vorstellung und Verteidigung beim Wettbewerb: Überzeugen von Investoren und Banker		
9.2.2. Colloquium zur 5. PK: Vorstellung gegenüber der betreuenden Lehrkraft, Darstellung der Arbeitsprozesse		
9.3. Erarbeiten der Präsentation Die Schüler erhalten hier die Zeit, um ihre Präsentation vorzubereiten.	<i>steht noch offen</i>	
9.4. Präsentieren in der AG Zur Vorbereitung der jeweiligen Präsentationen werden die Businesspläne innerhalb der AG präsentiert. Das Publikum erhält Vorabinformationen zum Businessplan und wird dazu aufgefordert, sich auf die Präsentation vorzubereiten. Zusätzlich soll das Publikum kritische Fragen zum Konzept verfassen, die im Anschluss gestellt werden. Hierdurch soll eine Prüfungsatmosphäre geschaffen werden.	90 min	
<b>10. Präsentation</b> Zu diesem Zeitpunkt werden die eingeladenen Schüler ihre Businesspläne präsentieren und verteidigen. Abschluss dieser AG bildet das jährlich stattfindende Sommerfest vom American German Business Club, zu dem alle Teilnehmende des Wettbewerbs eingeladen sind.		Schuljahresende