

Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg (BPW 2019)

Seminarprogramm Brandenburg

Gründen ohne Kohle

JACOB **THOMSEN**

- Businesspläne
- Gründungscoaching
- Förderanträge
- Workshops

www.thomsen-beratung.de

Agenda

Gründen ohne Kohle



Bootstrapping



Management



Förderungen



Gründungstools



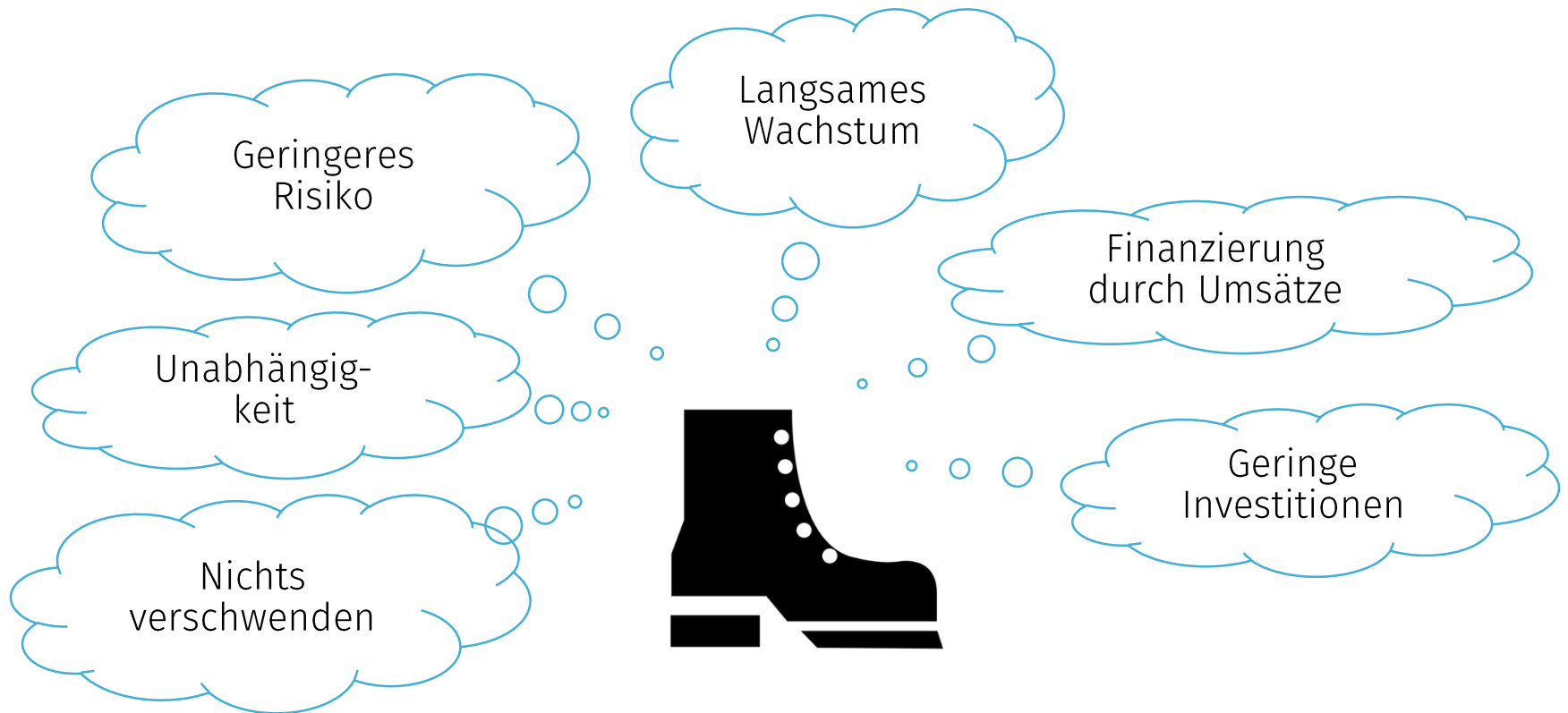
Marketing

Boot Strapping



Bootstrapping

Was bedeutet Bootstrapping?





Microsoft

mymuesli

TEEKAMPAGNE

MailChimp

ebay™

Coca-Cola

GoPro®
Be a HERO. 

Bootstrapping

Vor- und Nachteile

Bootstrapping

-  Spart Risiko
-  Spart erstmal Geld
-  Spart "Aufwand" mit Geldgebern
-  Fokus: Liquidität

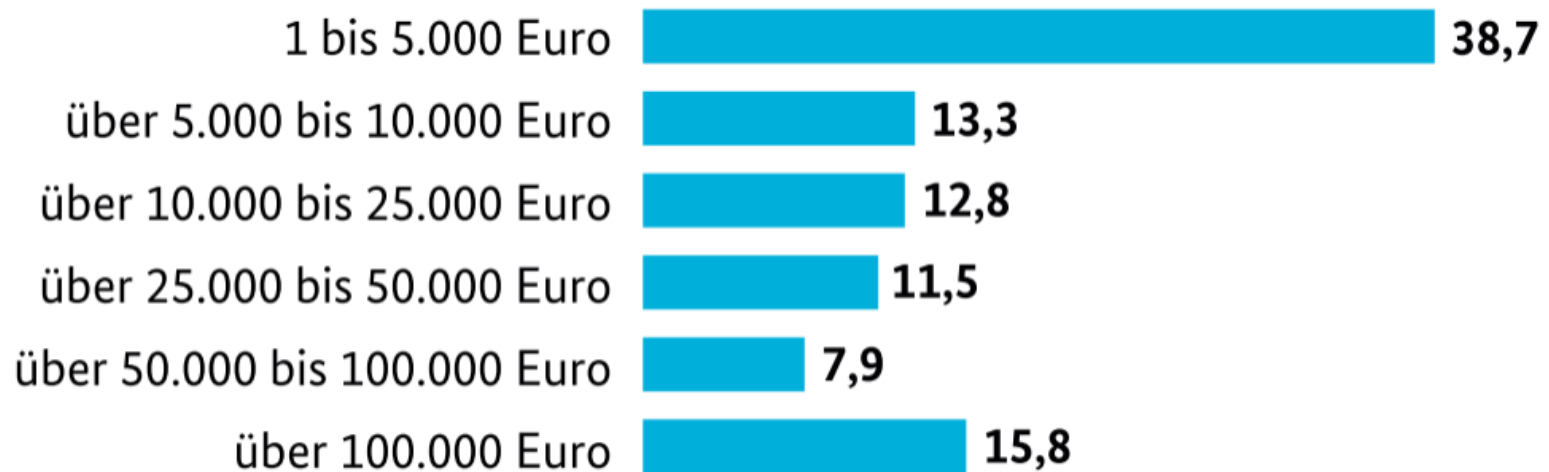


Fremdfinanzierung

-  Schnelles Wachstum
-  Mehr Gewinn?
-  Glaubwürdigkeit
-  Fokus: Rentabilität

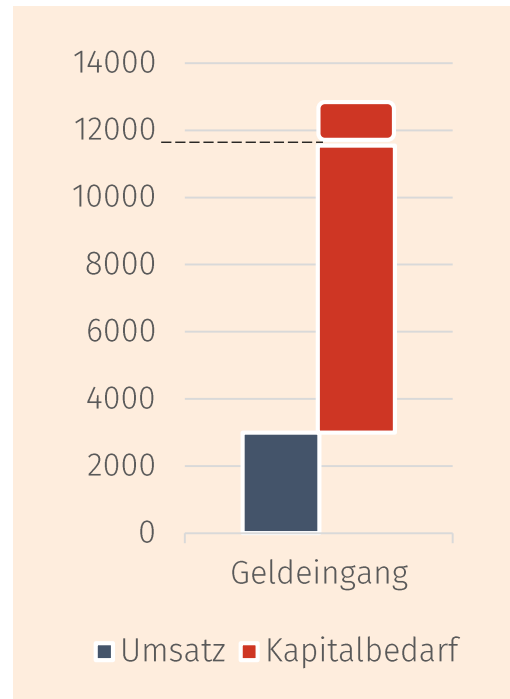
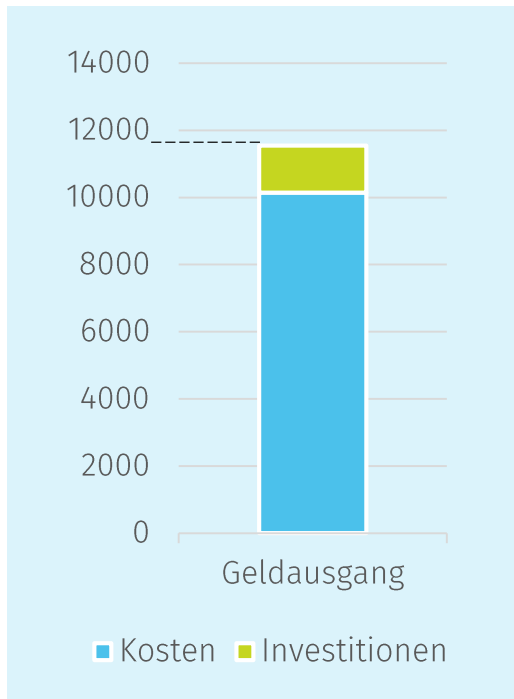
Finanzbedarf

Bei Gründung genutzte externe Finanzmittel 2015



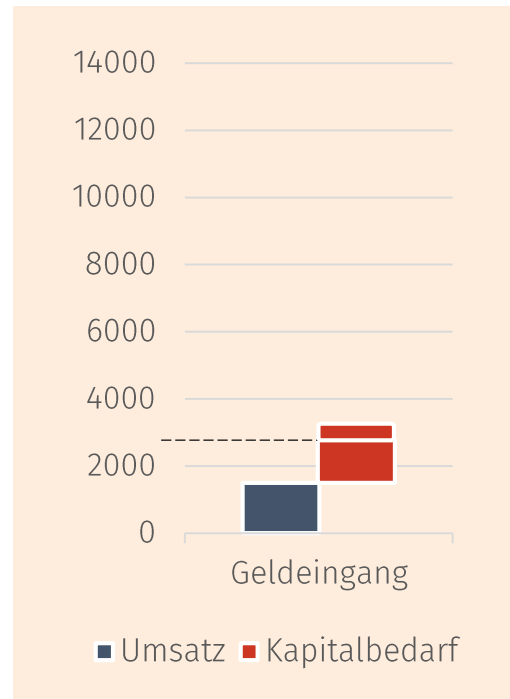
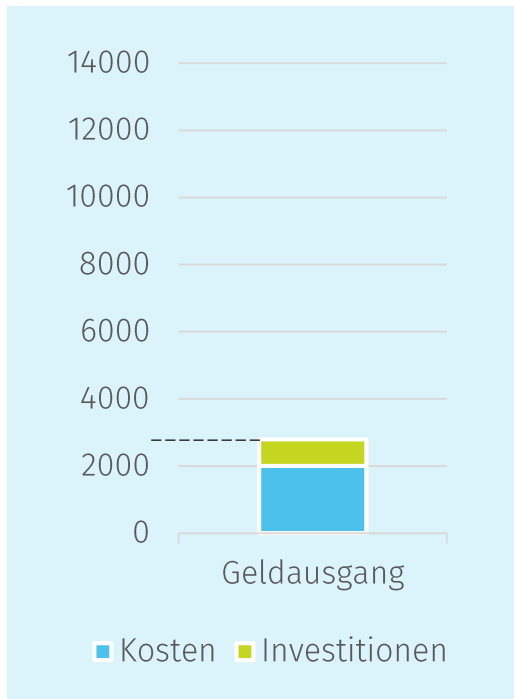
Quelle: KfW-Gründungsmonitor 2015

Finanzierungs-Basics



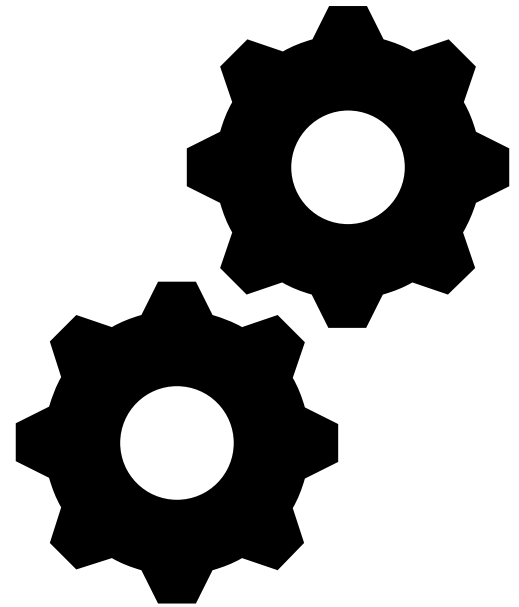
Kapitalbedarf

Bootstrapping



} **Kapitalbedarf**

Management



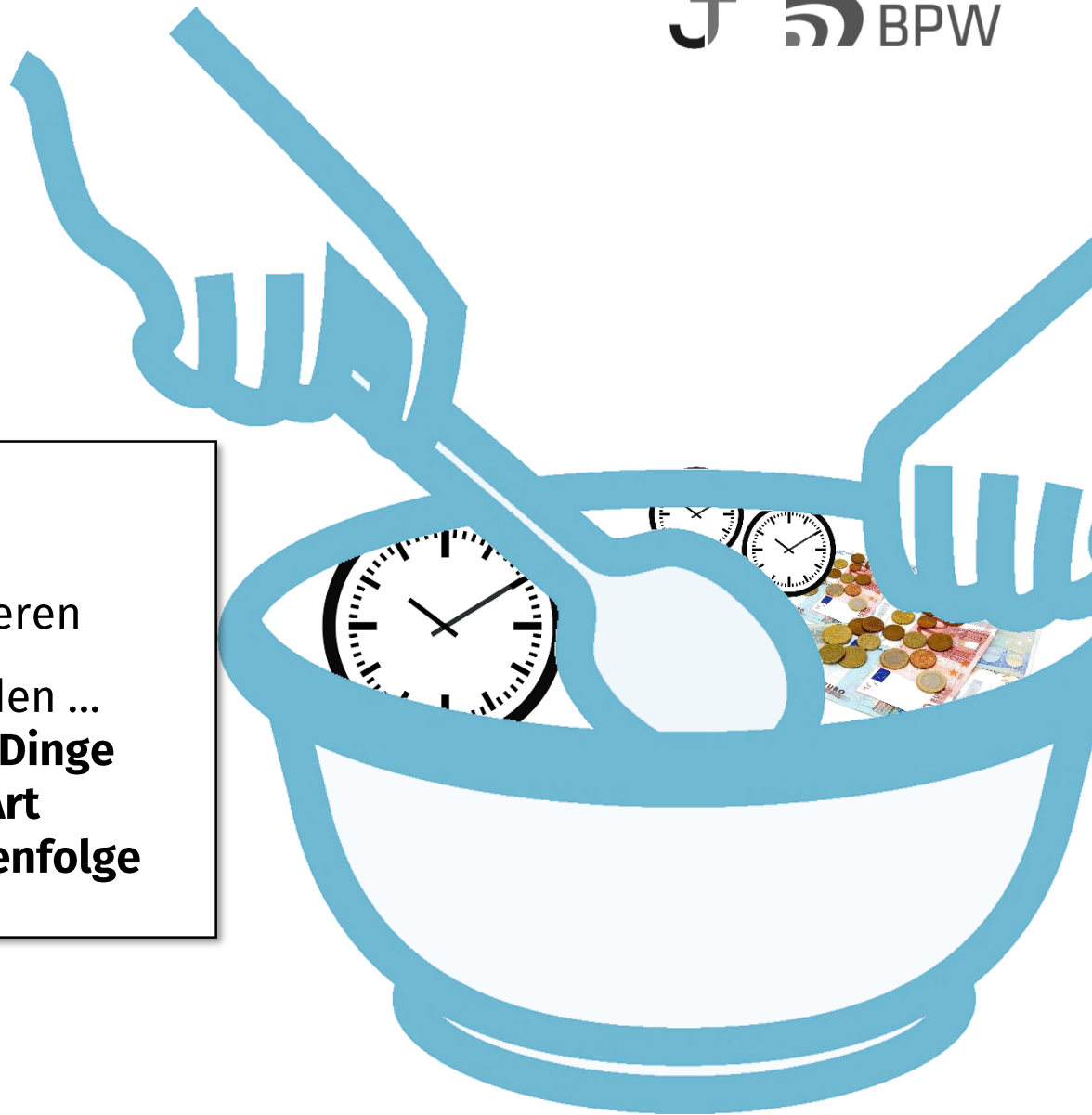
Geschäftsmodell

Welche Geschäftsmodelle kann man gut Bootstrappen?



Erfolgsrezept

- Ressourcen maximieren
- Diese dann verwenden ...
 - für die **richtigen Dinge**
 - auf die **richtige Art**
 - in **richtiger Reihenfolge**



Erfolgsrezept

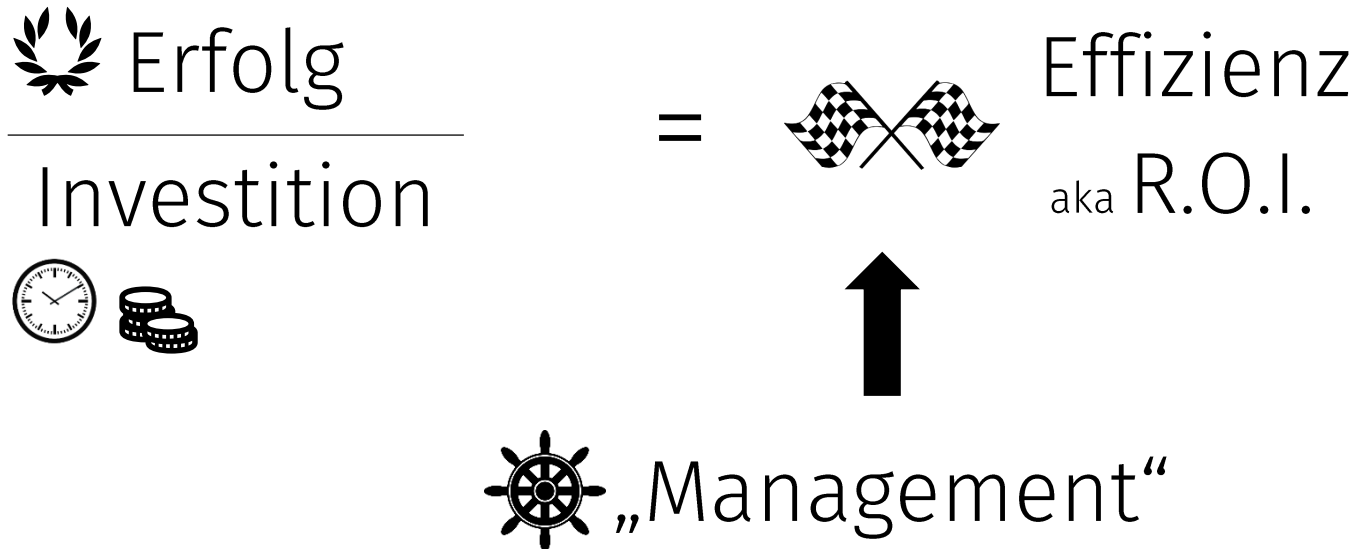
- Ressourcen maximieren
- Diese dann verwenden ...
 - für die **richtigen Dinge**
 - auf die **richtige Art**
 - in **richtiger Reihenfolge**




Effizienz

Ressourcen

Wie geht man mit seinen Ressourcen beim Bootstrapping um?



Management



Tu das Wichtigste zuerst.



Maßnahmen erkennen
und priorisieren



Vorgehen strukturieren



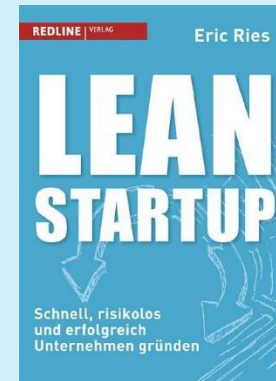
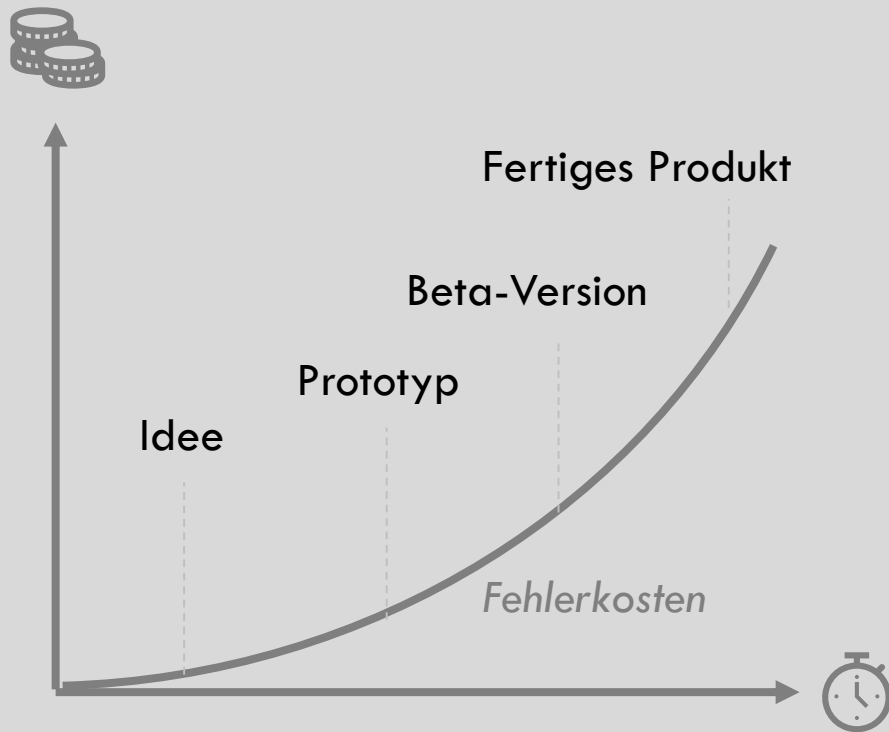
Konsequenz organisieren,
um Geplantes auch zu tun



Erledigt ist
besser als
perfekt

Fehlerkosten

Experimentieren und Lernerfahrung sammeln!

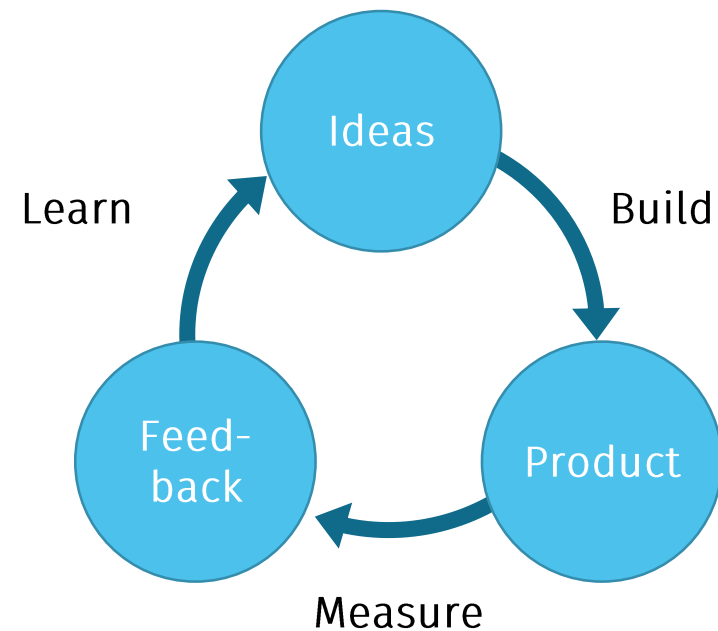


„jede zusätzliche Arbeit über den unabdingbaren Lernprozess hinaus ist Verschwendung“

Lean Startup

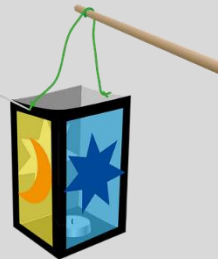
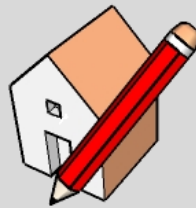
Die Lernen-Bauen-Messen-Schleife

- 👍 Ins Tun kommen.
- 👍 Nicht am Nutzer vorbei entwickeln.
- 👍 Keine Ressourcen verschwenden.



MVP

Das "minimal viable product"



„Das MVP ist der schnellste Weg, die Bauen-Messen-Lernen-Feedbackschleife mit dem geringstmöglichen Aufwand zu durchlaufen.“

Wenn etwas funktioniert, machst du mehr davon. Wenn etwas *nicht* funktioniert, lässt du es bleiben.

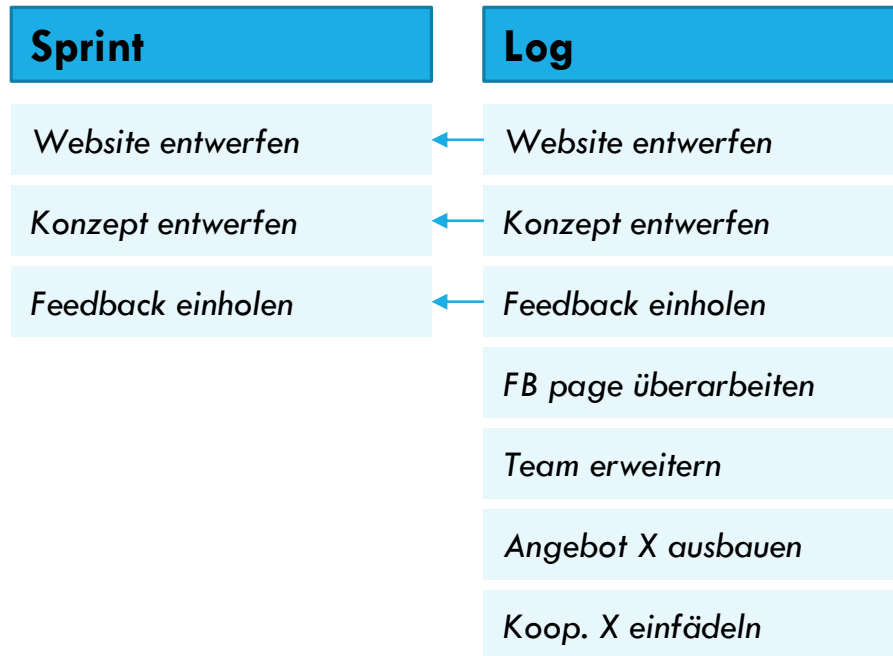
Lean Startup Methodology



*Was ist euer minimal-
funktionsfähiges Produkt?*

Management

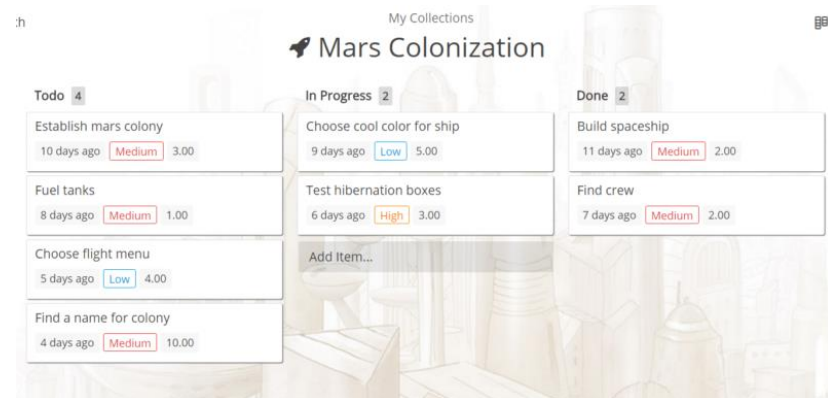
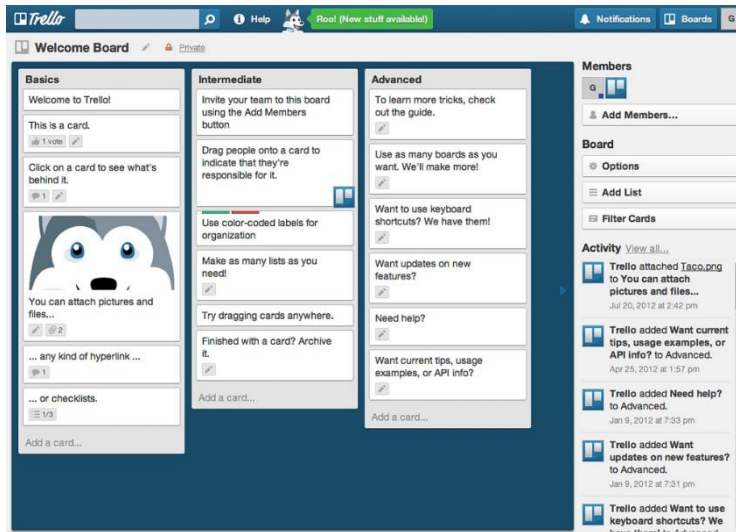
Der iterative/agile Managementprozess





Voraussetzungen

- Spezifisch
- Realistisch
- Konsequenz
- Priorisiert

- Erst Strategie planen
- Dann erst umsetzen






Gründung ☆ Privat | 🏠 Privat  

Jetzt ...

Zielgruppe konkretisieren

Marketingstrategie überlegen

👁️ 1/3 

+ Eine weitere Karte hinzufügen

Liste ...

Prototyp entwickeln

Feedback einholen

0/2

Corporate Identity entwickeln

0/2

Finanzierung planen

+ Eine weitere Karte hinzufügen

Infos ...

Protokolle / Treffen

+ Eine weitere Karte hinzufügen

[+ Eine weitere Liste hinzufügen](#)



🚀 Mars Colonization

To-Do 4

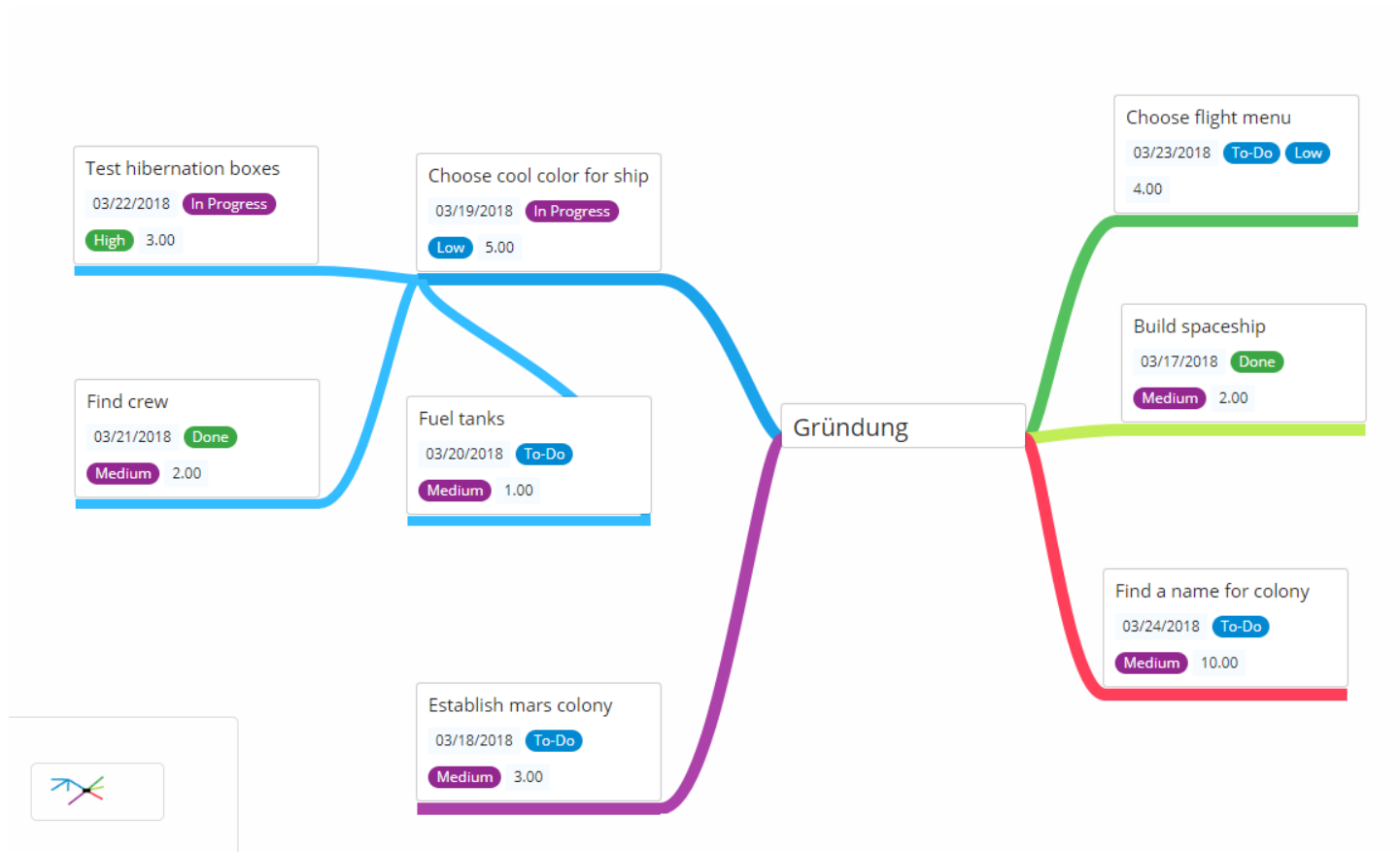
- Establish mars colony
03/18/2018 **Medium** 3.00
- Fuel tanks
03/20/2018 **Medium** 1.00
- Choose flight menu
03/23/2018 **Low** 4.00
- Find a name for colony
03/24/2018 **Medium** 10.00

In Progress 2

- Choose cool color for ship
03/19/2018 **Low** 5.00
- Test hibernation boxes
03/22/2018 **High** 3.00

Done 2

- Build spaceship
03/17/2018 **Medium** 2.00
- Find crew
03/21/2018 **Medium** 2.00





*Was sind eure nächsten
drei Schritte?*



Woran hat et jelegen?

Was beim Bootstrapping schief gehen kann

Einsparpotenziale

Wo man Geld sparen kann

Selber machen?

- Webdesign / Fotos
- Marketingmaterial
- Steuererklärung

Ausstattung?

- Ausstattung teilen
- Gebrauchtkauf/Recycling
- Co-Working
- Mieten statt kaufen

Team?

- Teamgründung
- Anteile statt Lohn
- Jobbörsen

Gratis-Tools?

- Social Media
- Analytics & Co.
- Freeware (z.B. Office)
- Crowddesign

Gründungshilfe

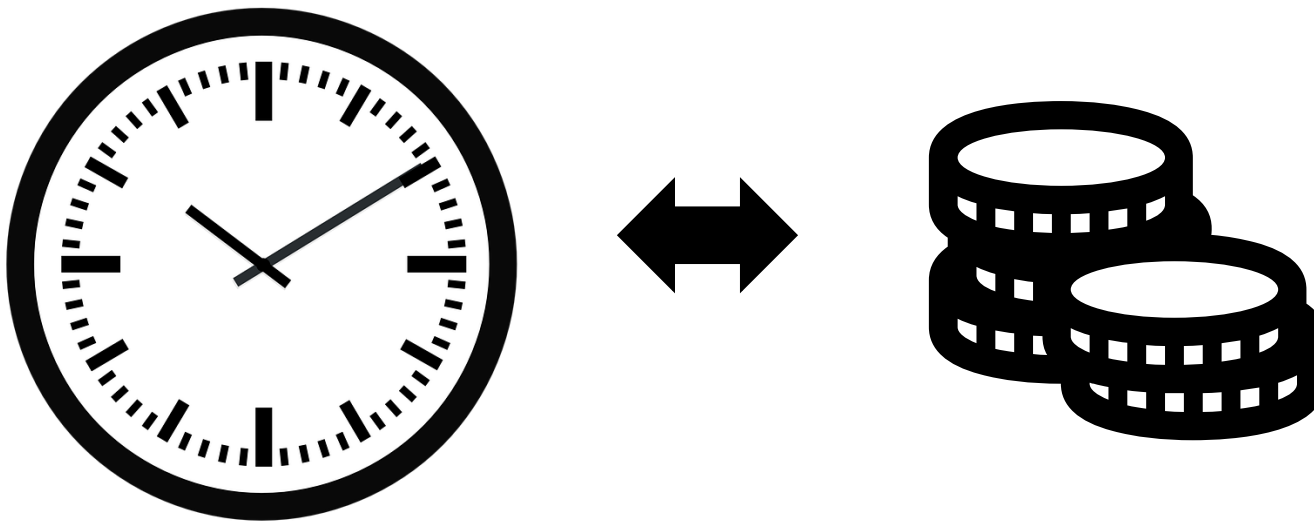
- Networking-Events
- Förderungen
- Räumlichkeiten
- Beratung

Kooperationen?

- Komplementäre Branchen
- Gründungsnetzwerke
- Persönliche Netzwerke

Ressourcen

Wie geht man mit seinen Ressourcen beim Bootstrapping um?



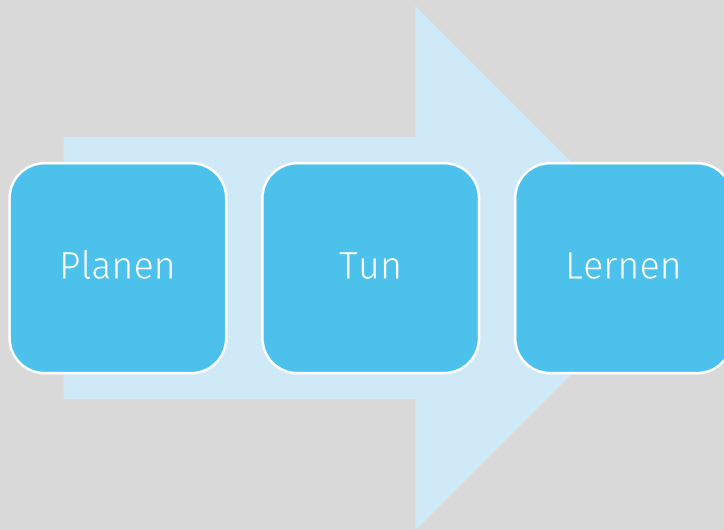
Ablaufplan

Was alles zu einer Gründung gehört

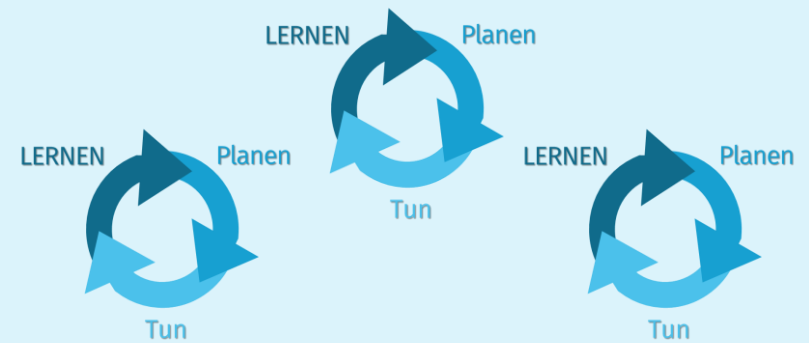


Managementansätze

Klassisches Management



„Agiles Management“

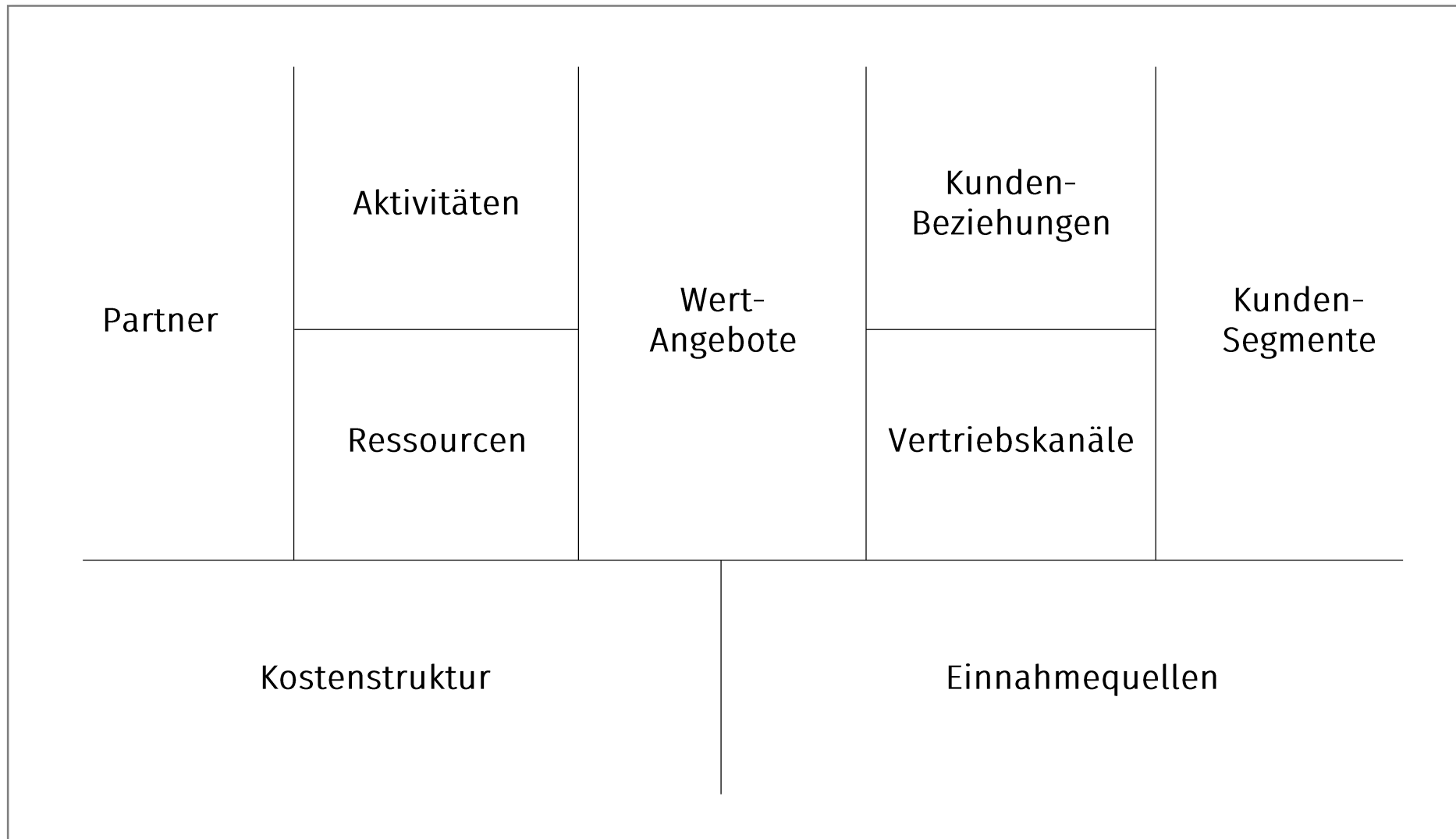


Geschäftsmodell

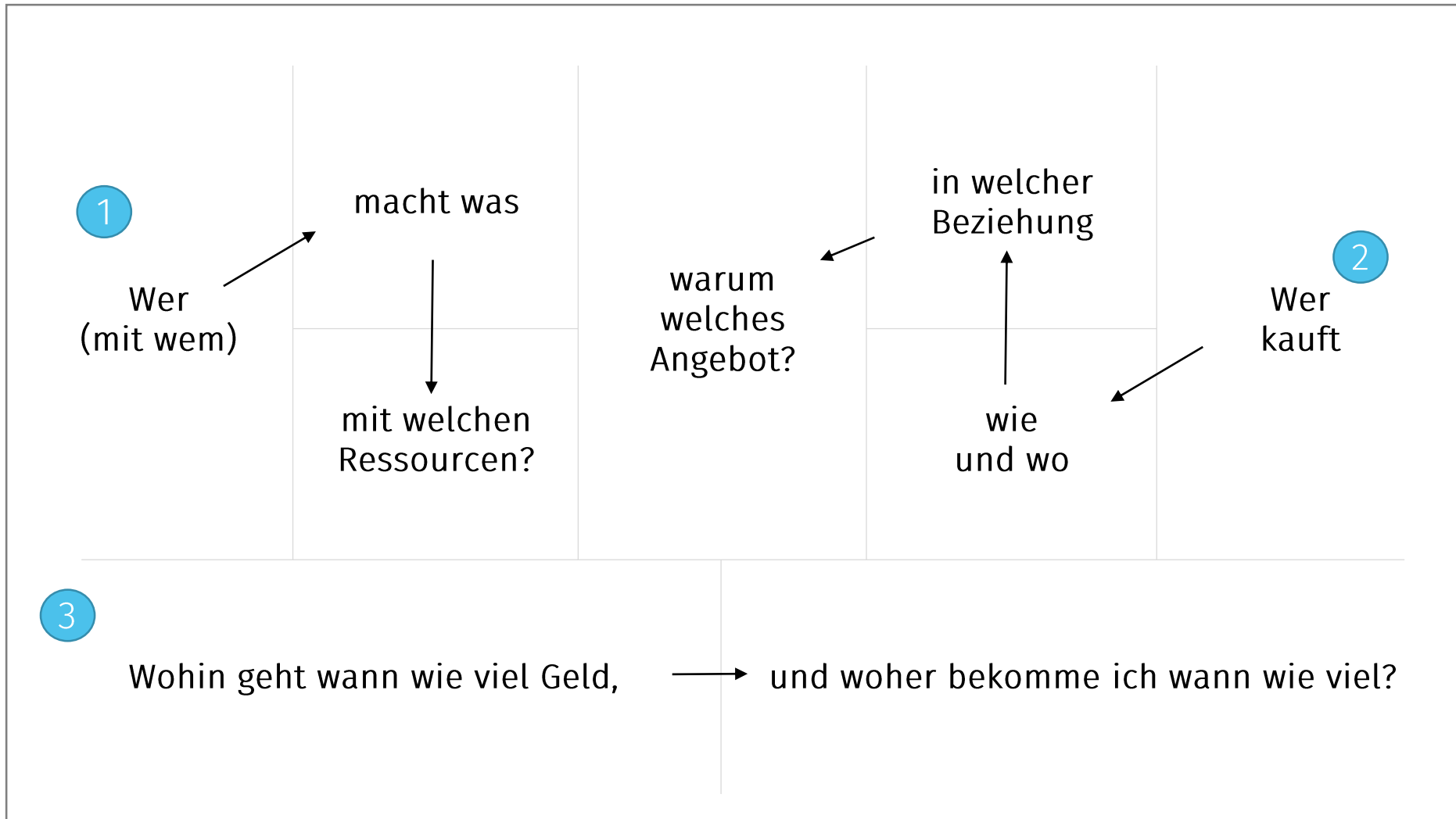
Welche Geschäftsmodelle kann man gut Bootstrappen?



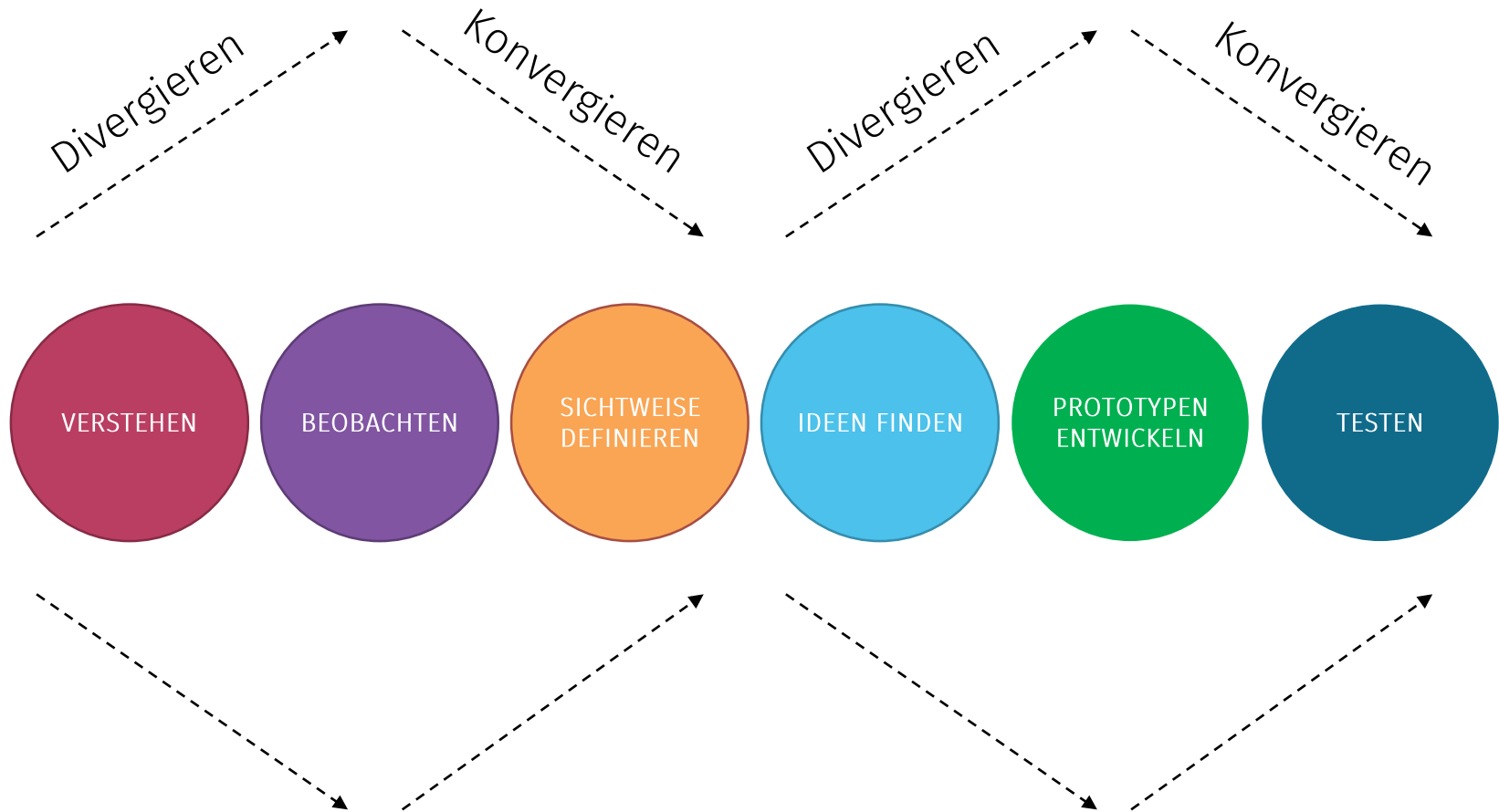
Business Model Canvas



Business Model Canvas



Design Thinking



Gründungs förderung



 Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
aka „*BMWi*“

 Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle
aka „*BAfA*“

 Bundesministerium für Arbeit und Soziales

 Bundesagentur für Arbeit
jobcenter 

KFW

Investitionsbank des Landes Brandenburg **ILB**

 Investitionsbank Berlin

 **BBB**
BÜRGSCHAFTSBANK

 Handwerkskammer Berlin/Brandenburg

 **IHK**  **VFB**

 gründungswerkstatt **deutschland**

 **STIC**

 **zgs**
consult GmbH

 **YC** **young companies**
dein gründungstraining

 Gründungszentrum Europa-Universität Viadrina

 **NAVIGATION IN DIE SELBSTÄNDIGKEIT**
Gründerinnenzentrale

 **SOCIAL IMPACT LAB**

 **VDI | VDE**

 **TGZ**

 **GRÜNDEN IN BERLIN**

 **GRÜNDUNGSNETZ BRANDENBURG**
Gut beraten in die Selbstständigkeit.

 **Berlin Partner**
für Wirtschaft und Technologie

Wirtschaftsförderung Brandenburg | **WFBB**

Bezirkliche Wirtschaftsförderung

 **be.mim Berlin**

 **Einheitlicher Ansprechpartner Berlin**

 **Business Angels**
Berlin-Brandenburg

 **MBG**
BERLIN-BRANDENBURG

www.existenzgruender.de
Tel.: 030 340 60 65 60



BMWi-Behördenwegweiser,
Checklisten & Übersichten,
Themenübersichten

www.foerderdatenbank.de
Tel.: 030 18 615 8000



Förderassistent,
Förderdatenbank-Abfrage

www.foerderinfo.bund.de
Tel.: 0800 2623008

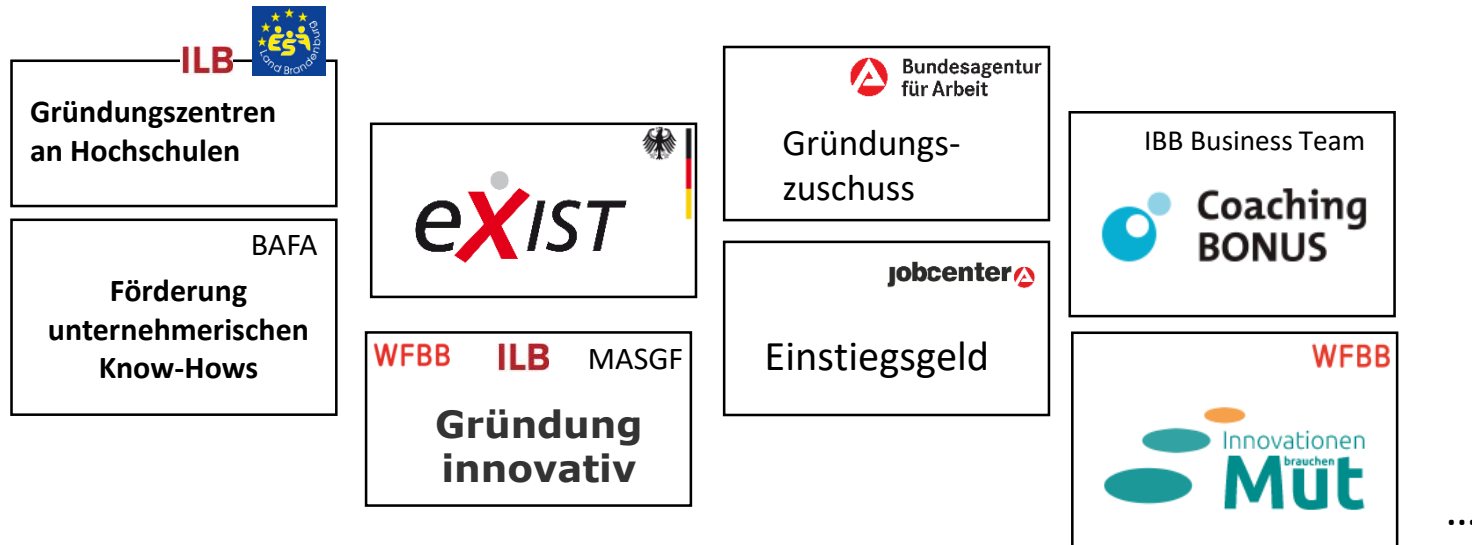


Telefonische Förderberatung,
Förder-Liste nach
Bundesland/Branche

www.ihk-berlin.de/finfin



Finanzierungsfinder: 6 Fragen,
dann Ausgabe von Info-PDF je
nach Anforderungen



  www.foerderdatenbank.de

  **Beratung**

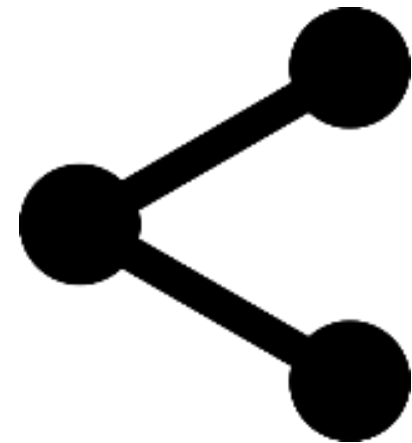
  **„Fördermittelcheck“**



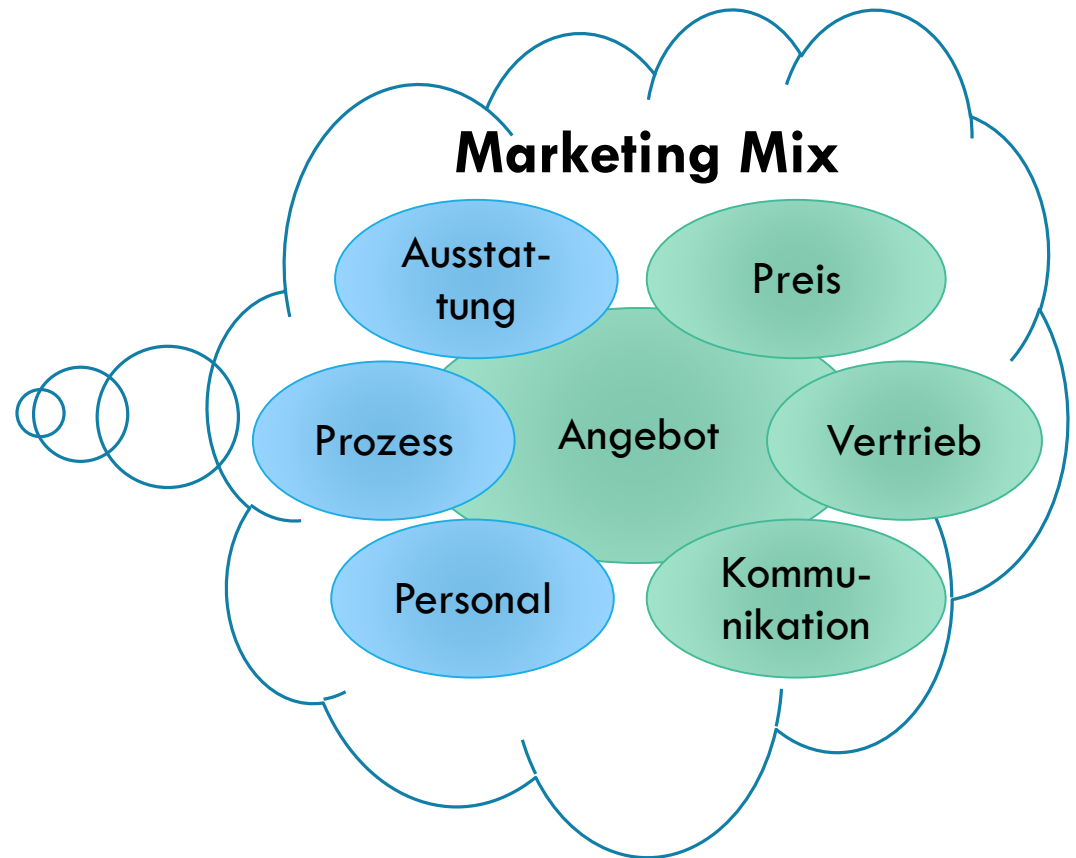
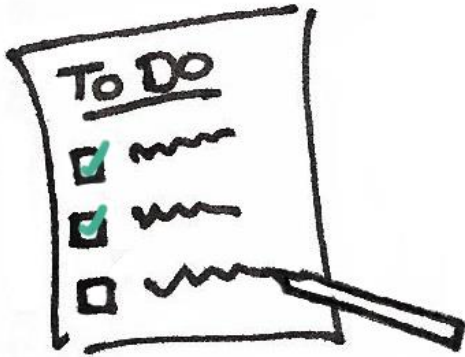
deutscher
nachhaltigkeitspreis



Marketing



Marketingstrategie



Marketing

Typische Marketingkosten

Beispielhafte Maßnahmen	Diskussionsgrundlage	Überlegungen
1. Name & Logo	➔ 0-800+ €	<ul style="list-style-type: none"> – Markenschutz? -> www.dpma.de – Wiedererkennbar, stimmig – Druckbar, URL verfügbar
2. Website	➔ 20-3000+ € je nach Umfang	<ul style="list-style-type: none"> – Zielführende Gestaltung (SEO etc.) – Kundenperspektive! – DSGVO
3. Visitenkarten	➔ 30 € für 250 Stück (nur der Druck)	<ul style="list-style-type: none"> – Extravagant? Schlicht? – Pinterest? Crowddesign? – Done is better than perfect?
4. Social Media	➔ 5-30+ h monatlich und einmalig 20 h	<ul style="list-style-type: none"> – Fotos, Videos, relevante Inhalte – Authentizität – Aktiv, kommunikativ
5. Sonstiges	➔ 0€-1000€+: Guerilla, Events, Social, Medien, Schilder, ...	<ul style="list-style-type: none"> – kostenlose Tools? – Kooperationen?
Fazit	<u>80-3500+ €</u>	<ul style="list-style-type: none"> – Tendenz? Effizient?

Marketing

Typische Marketingkosten

Beispielhafte Maßnahmen	Diskussionsgrundlage	Überlegungen
1. Name & Logo	➔ 0-800+ €	<ul style="list-style-type: none"> - Markenschutz? -> www.dpma.de - Wiedererkennbar, stimmig
2. Website	➔ 20-3000+ € je nach Umfang	
3. Visitenkarten	➔ 30 € für 250 Stück (nur der Druck)	
4. Social Media	➔ 5-30+ h monatlich und einmalig 20 h	<ul style="list-style-type: none"> - Inhalte - Aktiv, kommunikativ
5. Sonstiges	➔ 0€-1000€+: Guerilla, Events, Social, Medien, Schilder, ...	<ul style="list-style-type: none"> - kostenlose Tools? - Kooperationen?
Fazit	<u>80-3500+ €</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Tendenz? Effizient?

*Gar kein Geld
ausgeben ist in der
Regel nicht effizient.*



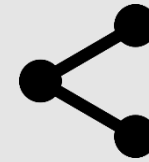
Online

- Webseite
- Blog
- Video/Viral
- Display Ads
- Social Media & Ads
- Newsletter/Mails
- Foren/Portale
- Podcasts
- Online Shop
- Search Engine Mktg.
- Crowdfunding



Offline

- Außenwerbung
- Fremdprint-Ads
- Geschenke/Proben
- Guerilla
- Direktwerbung/Sales
- Flyer
- Plakate



Netzwerken

- Knotenpunkte
- Eigene Events
- Kooperationen
- Mundpropaganda
- PR/Medien
- Community Building
- Affiliate-Programme
- Messen

Marketing

Ziele und Kosten vom Marketing



Quantitativ

Umsatz

Gewinn

Kunden

Mitarbeiter

Abonnenten

Qualitativ

Vertrauen

Bekanntheit

Image

Überzeugung

Verhalten

Wissen



Aufwand

Zeit

Geld

Risiko

Stress



Welche Kanäle sollte ich nutzen?

Kanal	Aufwand	Nutzen	Notizen	Prio
Website	35 € / Jahr Einm. 30h	Hoch, ca. 3-4 Aufträge mehr	Basisversion Texte & Fotos	10
Facebook	15h + 1h/W. = 67h/J.	niedrig, ggf. 1 Auftrag mehr	Vor-/Nachteil: Bewertungen	6
...

Marketing

Der Sales Funnel / der Verkaufstrichter / das Stufenmodell

1

A **Attention**
(Aufmerksamkeit erregen)

2

I **Interest**
(Interesse wecken)

3

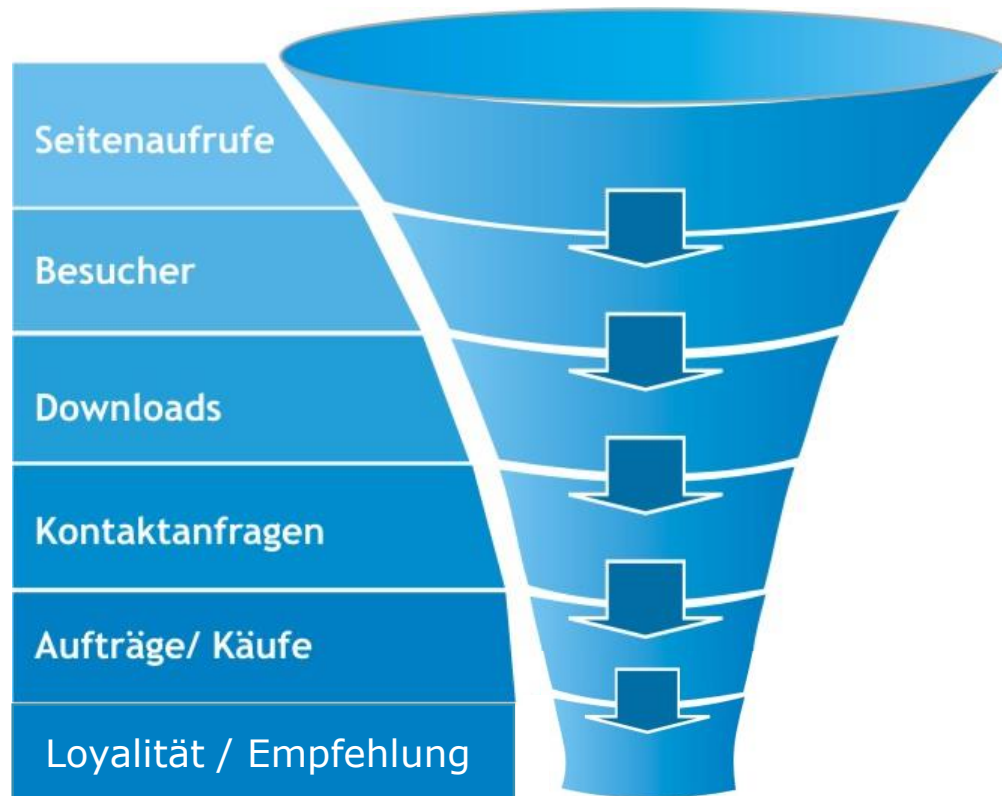
D **Desire**
(Bedürfnis wecken)

4

A **Action**
(Handlung auslösen)

Marketing

Beispiel für einen typischen Sales Funnel



Marketing

Der Sales Funnel / der Verkaufstrichter / das Stufenmodell



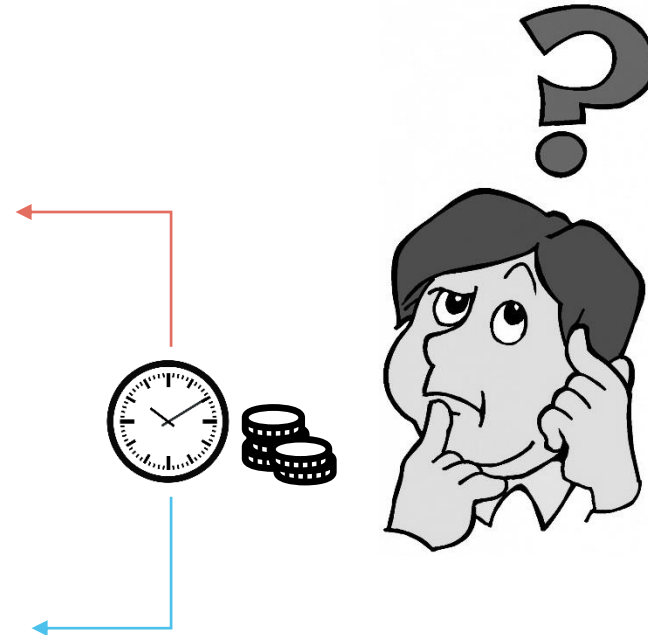
Marketing

Der Sales Funnel / der Verkaufstrichter / das Stufenmodell

Je mehr Leute wir erreichen, desto erfolgreicher sind wir.



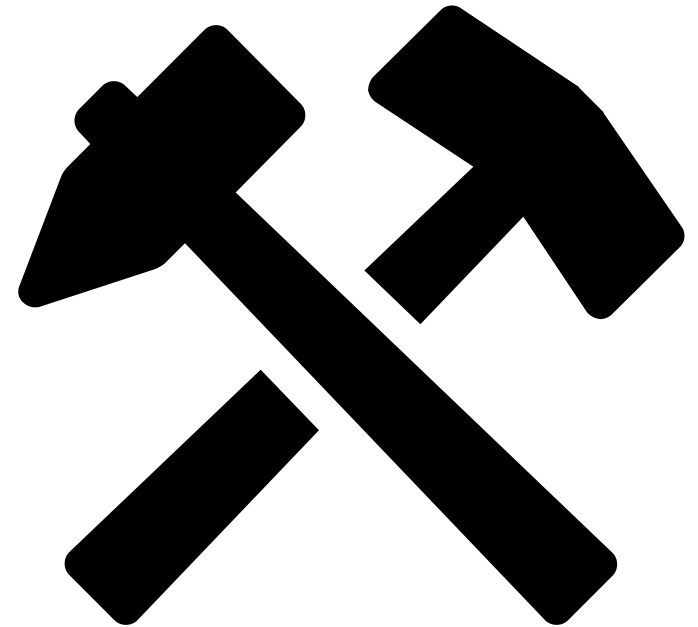
Je mehr erreichte Leute wir überzeugen, desto erfolgreicher sind wir.





Welche
Marketing-Strategie
würde Annegret
überzeugen?

Gründungs- tools



Tools

(Fast) kostenlose Gründungstools





Hosting

- Webpace
- Domain
- E-Mail-Adresse



CMS

- „Betriebssystem“
- Flexibilität?
- Aufwand?



Design & Inhalt

- Templates
- Impressum!
- Fotos und Grafiken



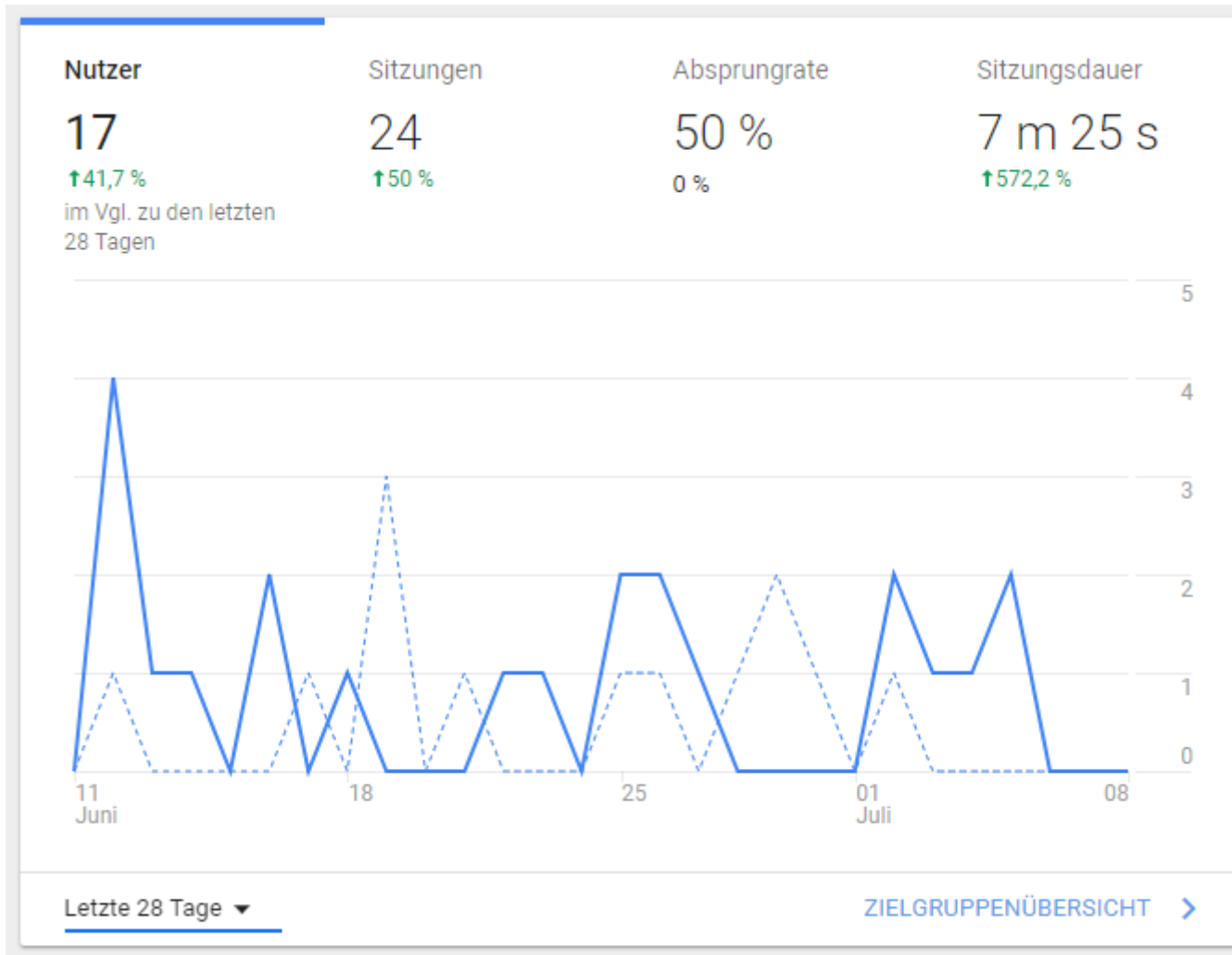
Optimierung

- Statistiken
- Web-Integration



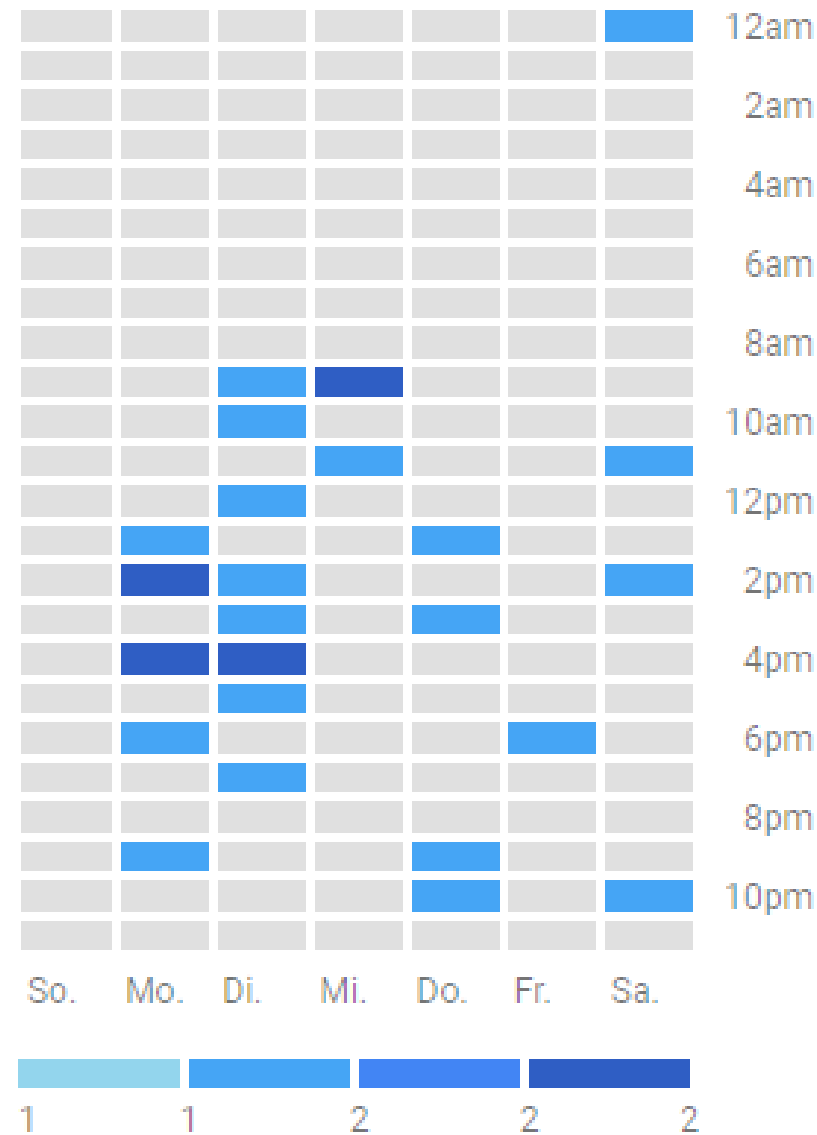
Weiterbildung

- Hilfreiche Tutorien für Analytics, Adwords, Social Media & Co.





Nutzer nach Tageszeit



Letzte 30 Tage ▼



Sitzungen








24

% des Gesamtwerts: 100,00 % (24)

Seitenaufrufe

98

% des Gesamtwerts: 100,00 % (98)

Sitzungsdauer [?]	Sitzungen [?]
0-10 Sekunden	12 
11-30 Sekunden	2 
31-60 Sekunden	1 
61-180 Sekunden	4 
181-600 Sekunden	1 
601-1800 Sekunden	2 
1801+ Sekunden	2 

Selbermachen

Logo und Visitenkarte



Crowddesign

Ausschreibung von Design-Projekten



Günstig



Viele Vorschläge



Geringere Qualität

Fotos & Designs

- Lizenz für kommerzielle Nutzung
- Farbwahl, Qualität, Stimmigkeit?
- Unbedingt Bilder benutzen



Advanced Search



Unsplash



banane



Alle **Bilder** Videos News Shopping Mehr

Einstellungen

Tools

Größe ▾ Farbe ▾ **Zur Wiederverwendung gekennzeichnet ▾**

Typ ▾

Zeit ▾

Weitere Tools ▾

baum

frucht

flora

peel

pisang

banana

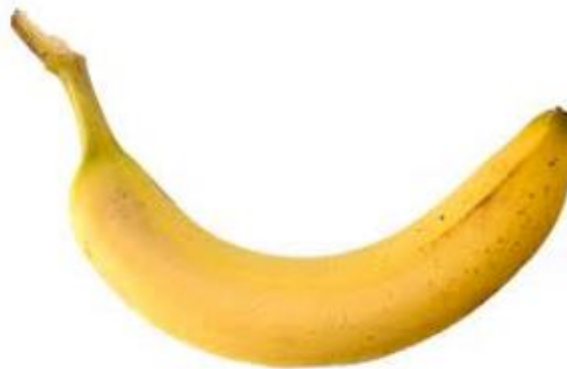
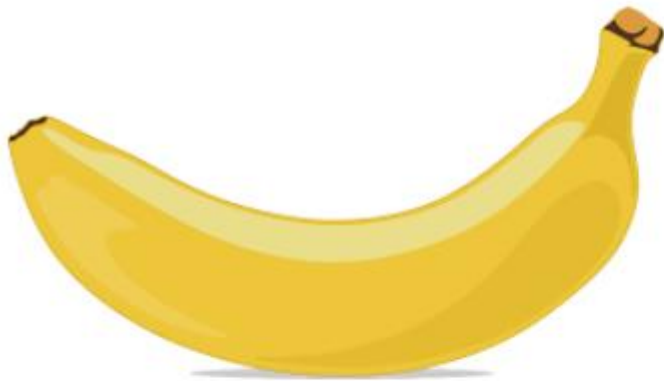
png

obst

gelb

gambar

lebensmittel



Social Media

- Jeder Kanal bedeutet Arbeit
- Abhängig von Zielgruppe und Geschäftsmodell
- Gute Präsenzen sind aktiv, kommunikativ, authentisch und interessant



Kommunikation

- Kreativ sein vs. das Rad neu erfinden
- Kostenpflichtige Angebote ggf. sinnvoll
- Mit Kunden im Dialog bleiben



Adobe Creative Cloud



Google
AdWords

Kontakt in Berlin Büro in der IBB

Adresse: Businessplan-Wettbewerb Berlin-
Brandenburg
Büro in der Investitionsbank Berlin
Bundesallee 210
(Eingang Regensburger Straße)
10719 Berlin

Hotline: 030 / 21 25 - 21 21
Fax: 030 / 21 25 - 21 20
Mail: info@b-p-w.de
Online: www.b-p-w.de

Kontakt in Brandenburg Büro in der ILB

Adresse: Businessplan-Wettbewerb Berlin-
Brandenburg
Büro in der Investitionsbank des Landes
Brandenburg (ILB)
Babelsberger Straße 21
14473 Potsdam

Hotline: 0331 / 660 - 22 22
Fax: 0331 / 660 - 616 99
E-Mail: bpw@ilb.de
Online: www.b-p-w.de

Förderer:



EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Sozialfonds

