

BEISPIEL-BUSINESSPLAN · ONLINE-MARKETING

Ostermöller Online-Marketing Website, Google-Profil, Betreuung

Businessplan zur Existenzgründung mit Gründungszuschuss

ANGABEN ZUR GRÜNDUNG

Gründerin	Lena Ostermöller
Standort	Bad Kaffeeberg (Sauerland)
Vorhaben	Online-Marketing für kleine Betriebe der Region
Rechtsform	Einzelunternehmen
Geschäftsstart	4. Januar 2027
Kapitalbedarf	10.820 €, vollständig Eigenkapital

VORGELEGT BEI

Agentur für Arbeit — Antrag auf Gründungszuschuss

BEISPIEL · ANONYMISIERT UND VERFREMDET

Dieser Businessplan ist ein Beispiel aus unserer Beratungspraxis. Er ist vollständig neu geschrieben: Personen, Firma, Orte, Kunden, Wettbewerber und alle Zahlen sind erfunden. Bundesweite Marktzahlen und Rechtsangaben sind echt und mit Quelle und Stand genannt.

Der Plan zeigt Aufbau, Tiefe und Rechenweg eines Plans, wie er bei Arbeitsagentur, Jobcenter, fachkundiger Stelle oder Bank eingereicht wird. Er ersetzt keine Rechts- oder Steuerberatung.

Inhalt

1	Executive Summary	2
2	Geschäftsidee	3
	2.1 Angebot und Leistungen · 2.2 Kundennutzen · 2.3 Preisgestaltung	
3	Branche und Markt	5
	3.1 Branche · 3.2 Zielgruppe · 3.3 Wettbewerb · 3.4 Rechtlicher Rahmen · 3.5 Standort	
4	Marketing und Vertrieb	9
	4.1 Positionierung · 4.2 Maßnahmen · 4.3 Kundengewinnung · 4.4 Vertriebsweg	
5	Management	11
	5.1 Gründerprofil · 5.2 Rechtsform · 5.3 Organisation und Kapazität	
6	Chancen und Risiken	14
	6.1 Chancen · 6.2 Risiken · 6.3 Gegenmaßnahmen	
7	Finanzplanung	16
	7.1 Umsatz und Rentabilität · 7.2 Liquidität · 7.3 Investitionen und Kosten	
8	Finanzierung	22
	8.1 Kapitalbedarf · 8.2 Eigenkapital · 8.3 Kredite und Fördermittel	
9	Realisierungsplanung	24
	9.1 Meilensteine · 9.2 Zeitplan und nächste Schritte	
A	Anlagenverzeichnis	25

KAPITEL 1

Executive Summary

Dieses Kapitel fasst Vorhaben, Qualifikation, Markt, Zahlen und Finanzierung auf einer Seite zusammen.

Lena Ostermüller gründet zum 4. Januar 2027 in Bad Kaffeeberg, einer Kurstadt mit rund 24.000 Einwohnern am Rand des Sauerlands, das Einzelunternehmen Ostermüller Online-Marketing. Der Betrieb macht kleine Betriebe der Region im Netz sichtbar: Handwerksbetriebe, Praxen sowie Hotels, Pensionen und Gastronomie des Kurorts. Er bietet drei Leistungen an, nämlich Website-Pakete zum Festpreis, die Einrichtung des Google-Unternehmensprofils mit lokaler Suchmaschinenoptimierung und monatliche Betreuungsverträge für Anzeigen, Pflege und Auswertung. Das Gewerbe ist erlaubnisfrei; erforderlich sind die Gewerbeanmeldung, die Mitgliedschaft in der Industrie- und Handelskammer und saubere Verträge zur Auftragsverarbeitung mit jedem Betreuungskunden.

Lena Ostermüller ist gelernte Kauffrau für Marketingkommunikation und hat danach zwölf Jahre im Online-Marketing gearbeitet, zuletzt acht Jahre als Projektmanagerin einer Werbeagentur am Standort Bad Kaffeeberg, wo sie ab 2022 rund 30 lokale Kunden betreut hat. Das Arbeitsverhältnis endete durch betriebsbedingte Kündigung des Arbeitgebers, weil die Agentur den Standort zum 31. Juli 2026 geschlossen hat. Sie hat sich bewusst gegen einen Wechsel in eine Agentur außerhalb der Region entschieden, weil die Selbstständigkeit sich besser mit der Betreuung ihrer Tochter verbinden lässt.

Online-Werbung ist der wachsende Teil des Werbemarkts: Nach dem Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft stiegen die Online-Werbeerlöse 2025 um 13,1 Prozent, ihr Marktanteil erreichte 56,6 Prozent. Gleichzeitig sind nach dem Statistischen Bundesamt 99,3 Prozent der Unternehmen kleine und mittlere Unternehmen, 82,9 Prozent Kleinunternehmen mit weniger als zehn Beschäftigten. Genau diese Betriebe haben selten eigenes Marketingpersonal und sind für städtische Agenturen zu klein. Für den Start liegen drei schriftliche, unverbindliche Absichtserklärungen vor: von einem Kurhotel, einer Physiotherapiepraxis und einer Tischlerei.

Geplant ist ein Umsatz von 40.410 € im ersten, 55.080 € im zweiten und 59.710 € im dritten Geschäftsjahr; der Gewinn steigt von 26.516 € auf 42.036 € und 45.959 €. Der volle Haushaltsbedarf für Lena Ostermüller und ihre Tochter beträgt im ersten Jahr 32.184 €; davon tragen Kindergeld und Kindesunterhalt 8.268 €. Gemessen am vollen Haushaltsbedarf deckt der Gewinn nach Gewerbesteuer im ersten Jahr 81 %; mit dem Gründungszuschuss, sechs Monate zu 1.878 €, sind es 116 %. Ab dem zweiten Jahr trägt der Gewinn den dann höheren Bedarf ohne Förderung zu 103 %, im dritten zu 107 %.

Der Kapitalbedarf von 10.820 € wird vollständig aus Ersparnissen gedeckt; ein Kredit wird nicht aufgenommen. Der niedrigste Kassenstand liegt mit 4.979 € im Gründungsmonat und steigt danach. Die offene Stelle ist der Vertrieb: Die Absichtserklärungen sind keine Aufträge, und der Abstand zum vollen Bedarf ist in den Jahren 2 und 3 klein. Kapitel 7.1 zeigt deshalb, was geschieht, wenn nur 85 oder 70 Prozent des geplanten Umsatzes kommen.

KAPITEL 2

Geschäftsidee

Dieses Kapitel beschreibt die drei Leistungen, ihre Grenzen, den Nutzen für die Kunden und die Preise.

2.1 Angebot und Leistungen

Ostermüller Online-Marketing verkauft kleinen Betrieben eine Sichtbarkeit im Netz, die sie selbst nicht aufbauen können und für die sie keinen Mitarbeiter einstellen würden. Die erste Leistung ist das Website-Paket: eine Website mit fünf bis acht Seiten, eigenen Texten, Fotos vom Betrieb, technischer Grundoptimierung für Suchmaschinen, Einwilligungsbanner, Datenschutztechnik und einer Einweisung, damit der Kunde Öffnungszeiten und Neuigkeiten selbst pflegen kann. Das Paket hat einen Festpreis und einen festen Ablauf aus Erstgespräch, Fototermin, Entwurf, einer Korrekturrunde und Übergabe. Im Plan werden für ein Paket 34 Stunden angesetzt.

Die zweite Leistung ist das Google-Unternehmensprofil mit lokaler Suchmaschinenoptimierung. Für Handwerker, Praxen und Hotels entscheidet die Kartenansicht der Suche oft mehr als die Website: Öffnungszeiten, Fotos, Leistungen, Bewertungen und die richtige Kategorie. Der Betrieb richtet das Profil ein oder übernimmt ein verwaistes, gleicht die Einträge in wichtigen Verzeichnissen ab und baut mit dem Kunden einen einfachen Weg auf, zufriedene Kunden um eine Bewertung zu bitten. Dafür werden sieben Stunden angesetzt.

Die dritte und für den Plan wichtigste Leistung ist der Betreuungsvertrag. Er umfasst die Betreuung der Suchanzeigen des Kunden, die Pflege von Website und Profil, Hosting mit Sicherung und Aktualisierungen sowie einen kurzen Monatsbericht. Das Werbebudget des Kunden läuft direkt über dessen eigenes Werbekonto; der Betrieb finanziert nichts vor und führt keine durchlaufenden Gelder. Der Vertrag hat drei Monate Mindestlaufzeit und ist danach monatlich kündbar. Im Plan werden je Vertrag vier Stunden im Monat angesetzt.

Ebenso wichtig ist die Grenze des Angebots. Der Betrieb erbringt keine Rechtsdienstleistungen: Er schreibt keine individuelle Datenschutzerklärung und prüft keine Werbeaussagen rechtlich, sondern nutzt einen lizenzierten Generator und verweist bei Rechtsfragen auf Anwälte oder Kammern. Er verkauft keine Reichweite auf eigene Rechnung, keine gekauften Bewertungen und keine Programmierung von Online-Shops. So bleibt das Angebot überschaubar, haftungsarm und für eine Person leistbar.

2.2 Kundennutzen

Ein Handwerksbetrieb mit sieben Mitarbeitern hat volle Auftragsbücher, aber kaum Bewerber; eine Karriere- und gezielte Anzeigen in der Region helfen ihm mehr als jede Imagebroschüre. Eine Physiotherapiepraxis verliert Anrufe, wenn die Öffnungszeiten im Netz falsch sind, und neue Patienten finden sie über die Kartenansicht der Suche. Ein Hotel garni im Kurort lebt von Gästen, die vorher im Netz vergleichen; jede Buchung über die eigene Website statt über ein Portal spart Provision. Allen gemeinsam ist, dass sie Sichtbarkeit brauchen, aber weder Zeit noch Fachwissen haben, um sie selbst herzustellen.

Von den Alternativen unterscheidet sich das Angebot in drei Punkten. Es kommt aus der Region; Lena Ostermüller kommt für den Fototermin vorbei und sitzt beim Erstgespräch im Betrieb. Es ist in Festpreisen und kleinen Monatsbeträgen verpackt, die ein Kleinbetrieb ohne Marketingbudget tragen kann. Und es ist ehrlich in der Wirkung: Der Monatsbericht zeigt Anrufe, Anfragen und Kosten je Anfrage, nicht nur Klickzahlen.

2.3 Preisgestaltung

Grundlage der Preise ist ein Kalkulationssatz von 90 € je Stunde, der unter den Stundensätzen städtischer Agenturen liegt und für Betriebe im ländlichen Raum tragbar ist. Aus dem Zeitbedarf je Leistung ergeben sich drei Festpreise; kleinere und größere Aufträge liegen in einer Spanne darum. Die Preise wurden mit den drei Unterzeichnern der Absichtserklärungen besprochen. Alle Preise verstehen sich netto zuzüglich Umsatzsteuer.

Tabelle 1 — Preise je Leistung (netto)

Leistung	Spanne	Preis im Plan	Zeit im Plan
Website-Paket mit Texten, Fotos und Grundoptimierung	2.400–4.200 €	3.060 €	34 Stunden
Google-Unternehmensprofil und Local SEO	490–890 €	630 €	7 Stunden
Betreuungsvertrag (Anzeigen, Pflege, Hosting, Bericht)	240–540 € im Monat	360 € im Monat	4 Stunden im Monat

Der Betrieb ist von Beginn an regelbesteuert. Die Kleinunternehmerregelung ist gemäß § 19 UStG im Gründungsjahr auf 25.000 € begrenzt (Stand 2026). Der Plan liegt deutlich darüber. Da die Kunden fast ausschließlich Unternehmen sind, die die Umsatzsteuer als Vorsteuer zurückerhalten, verteuert das die Leistung für sie nicht, und der Betrieb erhält die Vorsteuer aus seinen Anschaffungen zurück.

KAPITEL 3

Branche und Markt

Dieses Kapitel ordnet das Vorhaben in den Werbemarkt ein, beschreibt Kunden, Wettbewerb und Rechtsrahmen und begründet den Standort.

3.1 Branche

Der Werbemarkt in Deutschland verschiebt sich seit Jahren ins Netz. Nach der Jahresbilanz des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) vom Mai 2026, korrigiert im September 2026, erreichte das Volumen der kommerziellen Kommunikation 2025 rund 50,98 Mrd. € und wuchs um 2,4 Prozent. Die Netto-Werbeinnahmen der erfassten Medien stiegen um 4,3 Prozent auf 27,90 Mrd. €. Die Online-Werbung legte dabei um 13,1 Prozent zu, Suchmaschinenwerbung um 7,0 Prozent, und der Marktanteil der Online-Werbung stieg auf 56,6 Prozent. Print, lineares Fernsehen und Radio verloren dagegen.

Für das Vorhaben zählt weniger das Volumen als die Kundenstruktur. Nach dem Statistischen Bundesamt (Unternehmensstrukturstatistik 2024, Stand August 2026) sind 99,3 Prozent aller Unternehmen kleine und mittlere Unternehmen, 82,9 Prozent sogar Kleinstunternehmen. Diese Betriebe verlagern ihre Werbung ebenfalls ins Netz, haben aber in der Regel niemanden, der Website, Profil und Anzeigen betreut. Im Kurort kommt der Tourismus hinzu: Nach dem Statistischen Bundesamt erreichten die Gästeübernachtungen 2025 mit 497,5 Mio. einen neuen Höchstwert; Gäste aus dem Inland, die für Kur- und Gesundheitsorte entscheidend sind, stellten 413,7 Mio. davon.

Tabelle 2 — Marktkennzahlen

Kennzahl	Wert	Quelle / Stand
Volumen der kommerziellen Kommunikation 2025	50,98 Mrd. €	ZAW, 05/2026, korrigiert 09/2026
Netto-Werbeinnahmen der erfassten Medien 2025	27,90 Mrd. €	ZAW, 09/2026
Marktanteil der Online-Werbung 2025	56,6 %	ZAW, 05/2026
Anteil kleiner und mittlerer Unternehmen 2024	99,3 %	Destatis, Stand 08/2026
davon Kleinstunternehmen (unter zehn Beschäftigte)	82,9 %	Destatis, Stand 08/2026
Gästeübernachtungen in Deutschland 2025	497,5 Mio.	Destatis, Pressemitteilung 11.02.2026

Tabelle 3 — Marktentwicklung

Jahr	Kennzahl	Entwicklung	Quelle
2024	Online-Werbung (Netto-Werbeinnahmen)	+9,0 %	ZAW, 05/2025
2024	kommerzielle Kommunikation gesamt	49,87 Mrd. € (+2,2 %)	ZAW, 05/2025
2025	Online-Werbung (Netto-Werbeinnahmen)	+13,1 %	ZAW, 05/2026
2025	davon Suchmaschinenwerbung	+7,0 %	ZAW, 05/2026
2025	kommerzielle Kommunikation gesamt	50,98 Mrd. € (+2,4 %)	ZAW, 09/2026
2025	Print / lineares Fernsehen	-2,7 % / -9,2 %	ZAW, 05/2026
2025	Gästeübernachtungen, davon Inland	497,5 Mio. (+0,3 %) / 413,7 Mio. (+0,7 %)	Destatis, 02/2026

3.2 Zielgruppe

Das Einzugsgebiet umfasst einen Radius von rund 25 Kilometern um Bad Kaffeeberg mit der Stadt und drei Nachbargemeinden. Der Plan richtet sich an drei Kundengruppen, die unterschiedlich kaufen. Handwerksbetriebe brauchen vor allem eine Website mit Karriereseite und Anzeigen für Bewerber und Aufträge. Pra-

nen brauchen ein gepflegtes Profil und eine übersichtliche Website, dürfen aber nur eingeschränkt werben. Hotels, Pensionen und Gastronomie des Kurorts brauchen Sichtbarkeit bei Gästen, die vorher vergleichen, und bestellen am häufigsten eine laufende Betreuung.

Die Zahlen der folgenden Tabelle beschreiben die Größenordnung im Einzugsgebiet. Sie sind in diesem Beispiel verfremdet; in einem echten Plan stammen sie aus dem Handwerkerverzeichnis der Kammer, der Gewerbestatistik der Kommunen, dem Gastgeberverzeichnis der Kurverwaltung und eigener Recherche. Entscheidend ist das Verhältnis: Der Plan braucht im zweiten Jahr neun laufende Betreuungsverträge und sechs Website-Projekte, bei mehreren Hundert möglichen Kunden. Er setzt keinen nennenswerten Marktanteil voraus.

Tabelle 4 – Kundengruppen im Einzugsgebiet (Beispielwerte, verfremdet)

Kundengruppe	Größenordnung	typische Leistung	Rolle im Plan
Handwerksbetriebe	ca. 260 Betriebe	Website mit Karriereseite, Anzeigen	Projekte, Betreuung
Praxen und Therapeuten	ca. 110 Praxen	Google-Profil, Website	Local SEO, Projekte
Hotels, Pensionen, Gastronomie	ca. 140 Betriebe	Betreuung, Anzeigen, Website	Hauptquelle Betreuung
übrige Dienstleister und Handel	ca. 300 Betriebe	Google-Profil, Website	Ergänzung

3.3 Wettbewerb

Der Wettbewerb gliedert sich in drei Gruppen. Die erste sind Agenturen in der Kreisstadt. Eine Full-Service-Agentur mit zwölf Mitarbeitern arbeitet gut, verlangt aber Mindestbudgets, die für eine Pension oder eine Praxis zu hoch sind, und betreut kleine Kunden nicht dauerhaft. In Bad Kaffeeberg selbst arbeiten zwei freie Webdesigner, die Websites bauen, aber weder Anzeigen noch laufende Betreuung anbieten.

Die zweite Gruppe sind überregionale Anbieter: Website-Baukästen mit Monatsabo und Verzeichnisverlage, die Kleinbetrieben Pakete aus Eintrag, Website und Anzeigen mit langen Laufzeiten verkaufen. Sie sind günstig im Einstieg, aber standardisiert, und die Verträge binden oft zwei Jahre. Viele Betriebe der Zielgruppe haben mit solchen Paketen schlechte Erfahrungen gemacht; das ist zugleich ein Einwand und eine Chance.

Die dritte Gruppe ist der Selbstmacher: der Betriebsinhaber, ein Familienmitglied oder ein Auszubildender, der Website und Profil nebenbei pflegt. Sie ist die häufigste Alternative und die ernsthafteste, weil sie nichts kostet. Der Betrieb begegnet ihr mit kleinen Einstiegen, einem Festpreis für das Profil und einem Monatsbericht, der zeigt, was die Betreuung bringt.

Tabelle 5 – Anbieter im Einzugsgebiet (Beispielnamen, verfremdet)

Anbieter	Ausrichtung	Größenordnung
Full-Service-Agentur in der Kreisstadt	Kampagnen, Websites, Print für Mittelständler	12 Mitarbeiter
zwei freie Webdesigner in Bad Kaffeeberg	Websites ohne laufende Betreuung	je eine Person
Verzeichnisverlag mit Außendienst	Pakete aus Eintrag, Website, Anzeigen, 24 Monate Laufzeit	überregional
Website-Baukästen	Selbstbau im Monatsabo	bundesweit

Tabelle 6 – Positionierung im Vergleich

Kriterium	Agentur Kreisstadt	Verzeichnisverlag	Ostermüller Online-Marketing
Einstieg für Kleinbetriebe	Mindestbudget	günstig, lange Laufzeit	Festpreis ab 490 €
laufende Betreuung	für größere Kunden	standardisiert	ab 240 € im Monat, monatlich kündbar
vor Ort	ja, Kreisstadt	Außendienst beim Verkauf	ja, im Radius 25 km
Werbekonto	oft über die Agentur	beim Verlag	beim Kunden
Bericht	umfangreich	Klickzahlen	Anfragen und Kosten je Anfrage

3.4 Rechtlicher Rahmen und Qualitätsanforderungen

Online-Marketing ist ein erlaubnisfreies Gewerbe; eine Zulassung, Konzession oder Eintragung in die Handwerksrolle ist nicht erforderlich. Erforderlich ist die Gewerbeanmeldung nach § 14 Gewerbeordnung am Gründungstag; die Gebühr von 30 € ist im Kapitalbedarf enthalten. Mit der Anmeldung wird der Betrieb Mitglied der Industrie- und Handelskammer. Steuerlich gilt Werbe- und Marketingberatung nicht als freier Beruf im Sinne von § 18 EStG; der Plan rechnet deshalb mit Gewerbesteuer. Die endgültige Einordnung trifft das Finanzamt anhand des Fragebogens zur steuerlichen Erfassung (Stand 09/2026).

Offen ist eine Frage der sozialen Absicherung. Selbständige Künstler und Publizisten sind nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz über die Künstlersozialkasse versichert; gestalterische Tätigkeiten wie Webdesign oder Texte können darunter fallen, Beratung und Anzeigenbetreuung dagegen nicht. Der Plan geht davon aus, dass der Schwerpunkt auf Beratung und Betreuung liegt und keine Versicherungspflicht über die Künstlersozialkasse entsteht. Lena Ostermüller klärt das im Dezember 2026 mit dem Steuerberater und, falls er es für nötig hält, mit einer Anfrage bei der Künstlersozialkasse. Tritt die Pflicht ein, zahlt sie Beiträge zur Renten-, Kranken- und Pflegeversicherung nur zur Hälfte, die andere Hälfte trägt die Künstlersozialkasse; die Belastung verschiebt sich dann von der Kranken- zur Rentenversicherung, statt zu steigen.

Eine Rentenversicherungspflicht als arbeitnehmerähnliche Selbständige nach § 2 Satz 1 Nr. 9 SGB VI besteht nicht. Sie setzt voraus, dass im Wesentlichen nur ein Auftraggeber besteht; der Betrieb arbeitet von Beginn an für mehrere Kunden, und der größte, das Kurhotel, steht im ersten Jahr für rund 18 Prozent des Umsatzes. Die Altersvorsorge erfolgt deshalb freiwillig (Kapitel 7.2).

Qualitätsanforderungen ergeben sich vor allem aus dem Datenschutz. Wer Websites hostet und Werbekonten betreut, verarbeitet personenbezogene Daten im Auftrag; mit jedem Betreuungskunden wird deshalb ein Vertrag zur Auftragsverarbeitung nach Art. 28 DSGVO geschlossen, gehostet wird bei einem Anbieter mit Rechenzentrum in Deutschland. Einwilligungsbanner werden nach § 25 TDDDG eingerichtet, das Impressum folgt § 5 Digitale-Dienste-Gesetz. Für Praxen gilt zusätzlich das Heilmittelwerbegesetz; die Verantwortung für Werbeaussagen bleibt beim Kunden, der Betrieb arbeitet mit einer Prüfliste und verweist auf die Kammer. Seit dem 28. Juni 2025 gilt das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz für bestimmte Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr; Kleinstunternehmen, die Dienstleistungen erbringen, sind ausgenommen. Lena Ostermüller besucht im Januar 2027 einen Kurs zu barrierefreiem Webdesign, damit die Websites auch für größere Kunden den Anforderungen genügen (Stand 09/2026).

Eine Berufs- und Vermögensschadenhaftpflicht ist gesetzlich nicht vorgeschrieben, aber für den Betrieb unverzichtbar: Ein Fehler in einer Anzeigenkampagne oder ein Datenverlust beim Hosting kann einen Kunden Geld kosten. Sie wird vor dem ersten Auftrag zusammen mit einer Betriebshaftpflicht und einem Baustein für Cyberschäden abgeschlossen; dafür sind 38 € im Monat eingeplant. Laufende Pflichten sind die Anmeldung bei der Verwaltungs-Berufsgenossenschaft innerhalb einer Woche nach Gründung, bei der Lena Ostermüller zusätzlich die freiwillige Unternehmensversicherung abschließt, und die Meldung beim Finanzamt.

3.5 Standort

Der Betrieb arbeitet von einem Flexplatz in einem Coworking-Haus in der Innenstadt von Bad Kaffeeberg aus, der zehn Tage im Monat und die Nutzung eines Besprechungsraums für 145 € netto umfasst. Kunden können dort zu Erstgesprächen und Einweisungen kommen, und Arbeit und Familie bleiben getrennt. An den übrigen Tagen arbeitet Lena Ostermüller von zu Hause; ein eigenes Büro mit Mietvertrag ist nicht nötig und bewusst nicht geplant.

Bad Kaffeeberg liegt zentral im Einzugsgebiet; die drei Nachbargemeinden sind in 15 bis 30 Minuten erreichbar. Die Fahrtkosten sind aus der Zahl der Termine abgeleitet: drei Termine je Website, einer je Profil, rund zehn Kilometer je Betreuungsmonat und Akquisefahrten, zusammen rund 2.700 Kilometer im ersten Jahr zu 0,17 € variablen Kosten je Kilometer mit dem privaten Kleinwagen.

KAPITEL 4

Marketing und Vertrieb

Dieses Kapitel beschreibt, wie der Betrieb bekannt wird und wie aus Kontakten Betreuungsverträge werden.

4.1 Positionierung

Die Kernbotschaft lautet: Online-Marketing für Betriebe aus der Region, zum Festpreis, mit Bericht über echte Anfragen. Gegenüber Handwerkern steht die Suche nach Fachkräften und Aufträgen im Vordergrund, gegenüber Praxen die gepflegte Präsenz, gegenüber Hotels die eigene Buchung ohne Provision. Beworben werden messbare Ergebnisse wie Anrufe und Anfragen; Versprechen zu Rankingplätzen werden bewusst nicht gegeben, weil sie niemand halten kann.

4.2 Marketingmaßnahmen

Das eigene Marketing kostet wenig Geld, aber Zeit. Die eigene Website mit drei Referenzbeispielen baut Lena Ostermüller selbst. Zum Start stehen 900 € für Visitenkarten, Flyer, ein Roll-up und einen Stand bei der Gewerbeschau der Stadt im Frühjahr bereit. Laufend sind im ersten Jahr rund 90 bis 120 € im Monat für eigene Suchanzeigen eingeplant, im zweiten Jahr 90 €. Das eigene Google-Unternehmensprofil mit Bewertungen der ersten Kunden ist zugleich Werbung und Arbeitsprobe.

Tabelle 7 – Marketingmaßnahmen und Budget

Maßnahme	Zeitpunkt	Budget
eigene Website mit drei Referenzbeispielen, Google-Profil	vor dem Start	eigene Arbeit, 0 €
Visitenkarten, Flyer, Roll-up, Stand Gewerbeschau	Monat 1 bis 5	900 € einmalig
eigene Suchanzeigen für regionale Suchanfragen	ab Monat 1	90–120 € im Monat
Vortrag beim Werbering und beim Hotel- und Gaststättenverband	Monat 3 und 9	0 €
persönliche Ansprache von Betrieben mit veraltetem Profil	laufend, fünf je Woche	Fahrtkosten, siehe 7.3

4.3 Kundengewinnung

Der wichtigste Kanal ist die persönliche Ansprache. Lena Ostermüller kennt aus zwölf Jahren im Kurort viele Betriebe, Hoteliers und Praxen; Kunden der früheren Agentur spricht sie dabei nicht aktiv an. Für den Start liegen drei schriftliche Absichtserklärungen vor. Ein Kurhotel garni mit 28 Zimmern will ab Januar einen Betreuungsvertrag für seine Anzeigen und im Frühjahr einen Relaunch der Website. Eine Physiotherapiepraxis mit fünf Therapeuten will im Januar ihr Google-Profil einrichten lassen und später eine neue Website. Eine Tischlerei mit sieben Mitarbeitern plant eine Website mit Karriereseite und Anzeigen für Bewerber. Alle drei Erklärungen sind unverbindlich; sie begründen den Umsatz der ersten Monate, garantieren ihn aber nicht.

Der zweite Kanal ist der Einstieg über das Google-Profil. Viele Betriebe haben ein unvollständiges oder falsches Profil; Lena Ostermüller zeigt es ihnen im Gespräch und bietet die Einrichtung zum Festpreis an. Aus rund jedem zweiten Profilkunden, so die Annahme, wird später eine Website oder ein Betreuungsvertrag. Der dritte Kanal sind Empfehlungen innerhalb der Branchen: Hoteliers, Handwerker und Therapeuten kennen sich im Ort.

4.4 Vertriebsweg

Aus dem Erstgespräch folgt ein schriftliches Festpreisangebot. Websites werden zur Hälfte bei Auftrag und zur Hälfte bei Übergabe berechnet; der Plan rechnet vorsichtig mit dem vollen Betrag im Monat der Übergabe. Profile werden nach Abschluss berechnet, Betreuungsverträge monatlich im Voraus per Lastschrift. Zu

jedem Betreuungsvertrag gehören der Vertrag zur Auftragsverarbeitung und eine Vereinbarung, dass das Werbekonto dem Kunden gehört. Die Zahlungseingänge sind ohne Ausfall gerechnet, weil Betreuungsbeträge per Lastschrift kommen und Projekte in zwei Raten abgerechnet werden.

KAPITEL 5

Management

Dieses Kapitel stellt die Gründerin, die Rechtsform und die Kapazität des Betriebs dar.

5.1 Gründerprofil und Qualifikation

Lena Ostermüller, 34 Jahre, lebt mit ihrer siebenjährigen Tochter in Bad Kaffeeberg. Nach der Fachhochschulreife hat sie eine Ausbildung zur Kauffrau für Marketingkommunikation abgeschlossen und danach vier Jahre im Marketing eines Klinik- und Rehaverbunds im Kurort gearbeitet. Dort hat sie die Website betreut, Belegungsanzeigen geschaltet und gelernt, wie Gesundheitsbetriebe werben dürfen. Von 2018 bis Juli 2026 war sie Projektmanagerin einer Werbeagentur am Standort Bad Kaffeeberg: Sie hat Website-Projekte und Anzeigenkampagnen für Mittelständler geleitet und ab 2022 rund 30 lokale Kunden laufend betreut. Die Agentur hat den Standort zum 31. Juli 2026 geschlossen.

Die fachliche Qualifikation ist belegt. Der Abschluss als Kauffrau für Marketingkommunikation vor der IHK stammt von 2014, das Zertifikat Online-Marketing-Manager (IHK) von 2021, die Google-Ads-Zertifizierungen von 2022, erneuert 2026. Ein Kurs zu barrierefreiem Webdesign ist für Januar 2027 gebucht. Alle Nachweise und der Lebenslauf liegen dem Antrag bei.

Kaufmännische Eignung: Die Ausbildung ist kaufmännisch, und in der Agentur hat Lena Ostermüller Angebote kalkuliert, Budgets ihrer Kunden geplant und Stunden erfasst und abgerechnet. Das belegt mehr als nur fachliches Können. Nicht belegt ist die Führung eines eigenen Betriebs: Eine eigene Buchhaltung, Umsatzsteuer-Voranmeldungen und Liquiditätsplanung hat sie bisher nicht verantwortet. Diese Lücke schließt sie auf drei Wegen: mit einem Buchführungskurs an der Volkshochschule im Oktober 2026, mit einer Buchhaltungssoftware für Angebote, Rechnungen und Belege und mit einem Steuerberater, der Voranmeldungen, Jahresabschluss und Steuererklärungen übernimmt; dafür sind 120 € im Monat eingeplant. Hinzu kommt die geförderte Gründungsberatung, in der dieser Plan entstanden ist.

Zur Motivation: Nach der Schließung des Standorts hätte Lena Ostermüller in eine Agentur in einer Großstadt wechseln können, mit täglich über einer Stunde Fahrzeit je Richtung. Sie hat sich bewusst für die Selbständigkeit entschieden, weil sie ihre Arbeitszeit dann um die Schulzeiten ihrer Tochter legen kann und weil sie in der Agentur erlebt hat, dass gerade die kleinen Betriebe des Kurorts gute Betreuung brauchen und selten bekommen.

Tabelle 8 – Werdegang

Zeitraum	Station	Tätigkeit / Abschluss
2008–2011	Berufskolleg in Bad Kaffeeberg	Fachhochschulreife, Schwerpunkt Wirtschaft und Verwaltung
08/2011–06/2014	Werbeagentur in einer Nachbarstadt	Ausbildung zur Kauffrau für Marketingkommunikation, Abschluss vor der IHK
07/2014–03/2018	Klinik- und Rehaverbund in Bad Kaffeeberg	Referentin Marketing und Online-Kommunikation: Website, Belegungsanzeigen, Broschüren
04/2018–07/2026	Werbeagentur, Standort Bad Kaffeeberg	Projektmanagerin Online-Marketing; ab 2022 Betreuung von rund 30 lokalen Kunden mit Budget, Angeboten und Stundenerfassung
05/2019–04/2020	dieselbe Agentur	Elternzeit
2021	Industrie- und Handelskammer	Zertifikatslehrgang Online-Marketing-Manager (IHK), berufsbegleitend
2022	Google	Google-Ads-Zertifizierungen Suche und Performance Max, 2026 erneuert
seit 08/2026	Agentur für Arbeit	arbeitslos gemeldet nach betriebsbedingter Kündigung, Gründungsvorbereitung
08–11/2026	Gründungsberatung (gefördert)	Businessplan, Finanzplanung, Markt
10/2026	Volkshochschule	Kurs Buchführung und Einnahmen-Überschuss-Rechnung für Selbständige
01/2027	Onlineakademie (gebucht)	Kurs barrierefreies Webdesign nach BFGS und WCAG

Der Lebenslauf hat keine Lücken über sechs Monate; die Elternzeit lag innerhalb des Arbeitsverhältnisses. Frühere Selbständigkeiten gibt es nicht.

5.2 Rechtsform

Der Betrieb wird als Einzelunternehmen gegründet. Die Rechtsform ist einfach, kostengünstig und für einen Betrieb ohne Mitarbeiter und ohne Kredit angemessen. Das Haftungsrisiko aus Kampagnen, Hosting und Datenverarbeitung wird nicht über die Rechtsform, sondern über die Berufs- und Vermögensschadenhaftpflicht mit Cyberbaustein und über klare Verträge begrenzt. Der Betrieb ist regelbesteuert (Kapitel 2.3). Offengelegt wird: Lena Ostermüller hält keine Beteiligungen und übt keine Nebentätigkeit aus. Mit der früheren Arbeitgeberin besteht kein Wettbewerbsverbot; Kunden der Agentur spricht sie nicht aktiv an, und die drei Absichtserklärungen stammen von Betrieben, die nie Kunden der Agentur waren.

5.3 Organisation und Kapazität

Lena Ostermüller erbringt alle Leistungen selbst. Buchhaltung und Steuern übernimmt der Steuerberater, Hosting und Sicherung laufen über einen Anbieter in Deutschland. Personal ist nicht geplant. Die Arbeitszeit richtet sich nach der Schule: Die Tochter ist bis 16 Uhr im Offenen Ganztage, daraus ergeben sich rund 34 Arbeitsstunden in der Woche an 46 Arbeitswochen. Davon ist nur ein Teil an Kunden verrechenbar; der Rest sind Akquise, Angebote, Abstimmung, Verwaltung, Weiterbildung und das eigene Marketing. Als Obergrenze für verrechenbare Stunden setzt der Plan 70 Prozent der Arbeitszeit an.

Tabelle 9 – Kapazitätsrechnung

Größe	Jahr 1	Jahr 2	Jahr 3
Website-Pakete (je 34 Stunden)	6	6	6
Profil- und Local-SEO-Pakete (je 7 Stunden)	11	8	7
Betreuungsmonate (je 4 Stunden)	42	88	98
verrechenbare Stunden im Jahr	449	612	645
verrechenbare Stunden je Woche (46 Wochen)	9,8	13,3	14,0
Arbeitszeit je Woche	34	34	34
verrechenbarer Anteil der Arbeitszeit	29 %	39 %	41 %
Obergrenze verrechenbar (70 %)	23,8	23,8	23,8
Umsatz je verrechenbare Stunde	90 €	90 €	93 €

Der verrechenbare Anteil bleibt in allen Jahren deutlich unter der Obergrenze von 70 Prozent. Das ist gewollt: Im ersten Jahr braucht die Akquise viel Zeit, und Projekte verschieben sich, wenn Kunden Texte und Fotos später liefern. Im zweiten Jahr ließe die Kapazität rund zehn weitere Betreuungsverträge zu, ohne die Obergrenze zu erreichen; der Plan setzt sie nicht an. Die Tätigkeit ist mit rund 34 Wochenstunden klar hauptberuflich.

KAPITEL 6

Chancen und Risiken

Dieses Kapitel benennt, was den Plan übertreffen und was ihn gefährden kann, und wie der Betrieb darauf reagiert.

6.1 Chancen

Die Chancen liegen in freier Kapazität, im Markt und in neuen Anforderungen an Websites. Keine davon ist im Plan eingerechnet.

Tabelle 10 — Chancen

Chance	Tragweite	Kommentar
freie Kapazität für weitere Betreuungsverträge	hoch	jeder weitere Vertrag bringt 360 € im Monat bei vier Stunden Arbeit
Fachkräftemangel im Handwerk	mittel	Karriereseiten und Bewerberanzeigen werden für Handwerksbetriebe dringender
Barrierefreiheit von Websites	mittel	größere Kunden mit Buchung oder Shop brauchen barrierefreie Seiten; Kurs im Januar 2027
Kurverwaltung und Gastgeberverbund	mittel	gemeinsame Aktionen für mehrere Betriebe, nicht planbar

6.2 Risiken

Die Risiken sind überschaubar, aber real. Der Plan nennt sie mit ihrer Wirkung auf die Zahlen.

Tabelle 11 — Risiken

Risiko	Eintritt	Auswirkung	Kommentar
Betreuungsverträge kommen langsamer als geplant	mittel	hoch	bei 85 % des Umsatzes deckt Jahr 1 mit Zuschuss 99 % des vollen Bedarfs, siehe 7.1
Absichtserklärungen führen nicht zu Aufträgen	mittel	mittel	betrifft vor allem die ersten Monate; Folge wie oben
Kündigung von Betreuungsverträgen	mittel	mittel	monatlich kündbar nach drei Monaten; ein Vertrag weniger kostet 360 € im Monat
Ausfall durch Krankheit der Gründerin oder des Kindes	mittel	hoch	keine Vertretung; Projekte verschieben sich
Fehler in Kampagne oder Datenverlust beim Hosting	gering	mittel	Haftung gegenüber Kunden
Preisdruck durch Baukästen und Verzeichnisverlage	mittel	mittel	trifft Einstiegsleistungen; siehe Erlösstaffel in 7.1
Einordnung über die Künstlersozialkasse	gering	gering	Beiträge verschieben sich zur Rentenversicherung, siehe 3.4
Gründungszuschuss wird nicht bewilligt (Ermessen)	gering	mittel	Deckung Jahr 1 sinkt auf 81 %, die Kasse bleibt positiv
Stellungnahme der fachkundigen Stelle, Antrag, Gewerbeanmeldung oder Vermögensschadenhaftpflicht verzögern sich	gering	gering	Gründungstag verschiebt sich um einige Wochen

Das gewichtigste Risiko ist ein langsamer Aufbau des Bestands an Betreuungsverträgen. Er trägt ab dem zweiten Jahr mehr als die Hälfte des Umsatzes, und der Betrieb startet ohne übernommene Kunden.

6.3 Gegenmaßnahmen

Tabelle 12 – Gegenmaßnahmen

Risiko	Gegenmaßnahme
Verträge kommen langsamer	wöchentlich fünf Betriebe ansprechen, Profil als Einstieg, Vorträge bei Werbering und Verband; Zuschuss und Reserve tragen Jahr 1 auch bei 85 %
Absichtserklärungen tragen nicht	breite Basis aus drei Kundengruppen statt Abhängigkeit von einem Kunden
Kündigungen	Monatsbericht mit Anfragen und Kosten je Anfrage, Jahresgespräch mit jedem Kunden
Ausfall durch Krankheit	Vermeidung: Arbeitszeit mit Puffer, keine Projekte parallel über drei; Absicherung: Krankengeld der gesetzlichen Kasse ab der siebten Woche und Krankentagegeld-Zusatz ab dem 22. Tag (45 € im Monat, in Blatt 1 enthalten), Kassenbestand ab dem zweiten Monat über 7.000 €; Vertretung durch eine befreundete Webdesignerin für dringende Pflege
Fehler oder Datenverlust	Berufs- und Vermögensschadenhaftpflicht mit Cyberbaustein (38 € im Monat), tägliche Sicherung, Freigabe jeder Kampagne durch den Kunden
Preisdruck	Positionierung über Betreuung und Bericht statt über den Einstiegspreis
Künstlersozialkasse	Klärung vor dem Start mit dem Steuerberater; Bedarf in Blatt 1 bleibt in beiden Fällen gedeckt
Zuschuss wird nicht bewilligt	Deckung des vollen Haushaltsbedarfs im ersten Jahr 81 %; den Entnahmebedarf nach Kindergeld und Unterhalt trägt der Gewinn, die Lücke zum vollen Bedarf decken Kassenbestand und private Reserve
Formale Schritte verzögern sich	Stellungnahme im November, Antrag im Dezember, Haftpflicht vor dem Gründungstag; der Restanspruch von 204 Tagen lässt Spielraum für eine Verschiebung

Insgesamt ist das Risiko begrenzt: Es gibt keinen Kredit, keinen langen Mietvertrag und kein Personal. Die festen Kosten liegen im ersten Jahr bei rund 1.020 € im Monat. Selbst wenn nur die Hälfte des geplanten Umsatzes käme, bliebe der Betrieb im Gewinn; der Haushaltsbedarf wäre dann allerdings nicht gedeckt, und die Gründung müsste neu bewertet werden.

KAPITEL 7

Finanzplanung

Dieses Kapitel zeigt Umsatz, Gewinn, Tragfähigkeit, Belastbarkeit und Liquidität. Alle Zahlen stammen aus der Planrechnung in Anlage 1.

7.1 Umsatz- und Rentabilitätsplanung

Der Umsatz des ersten Jahres ergibt sich aus sechs Website-Paketen zu 3.060 €, elf Profil-Paketen zu 630 € und 42 Betreuungsmonaten zu 360 €. Der Betrieb startet ohne Bestand. Im Januar kommen das Profil der Physiotherapiepraxis und die Betreuung des Kurhotels, im Februar die erste Website. Der Bestand an Betreuungsverträgen wächst von einem im Januar auf sechs im Dezember; Projekte fallen unregelmäßig an, mit Pausen im August und um Weihnachten. Im ersten Monat plant der Betrieb 990 € Umsatz, im zwölften 5.850 €.

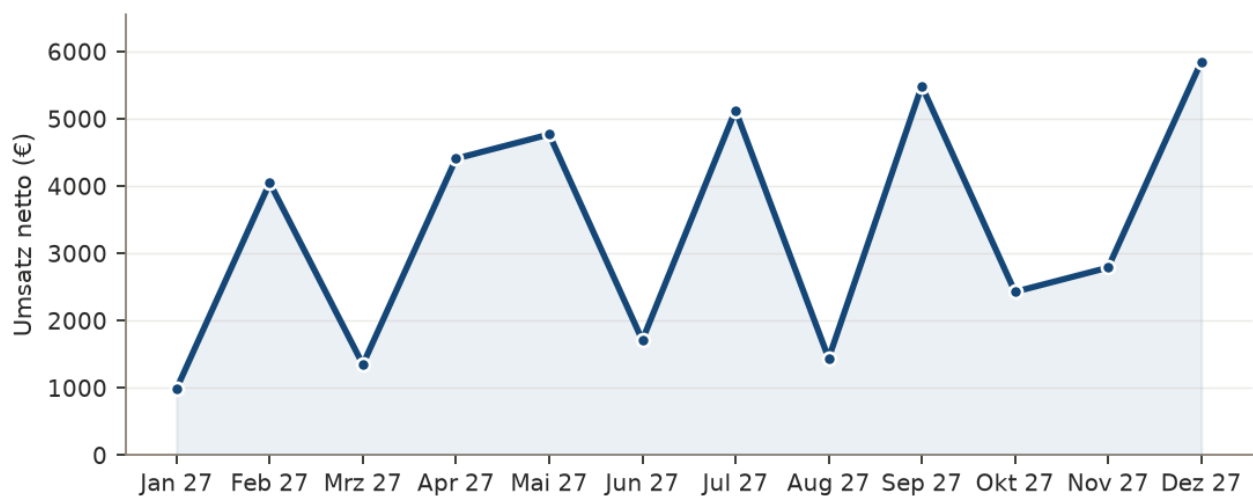


Abb. 1 — Monatsumsatz im ersten Geschäftsjahr (netto)

Tabelle 13 — Umsatz im ersten Jahr nach Leistungen (netto, €)

Leistung	Jan 27	Feb 27	Mrz 27	Apr 27	Mai 27	Jun 27	Jul 27	Aug 27	Sep 27	Okt 27	Nov 27	Dez 27	Jahr 1
Website-Pakete	0	3.060	0	3.060	3.060	0	3.060	0	3.060	0	0	3.060	18.360
Google-Profil und Local SEO	630	630	630	630	630	630	630	0	630	630	630	630	6.930
Betreuungsverträge (monatlich)	360	360	720	720	1.080	1.080	1.440	1.440	1.800	1.800	2.160	2.160	15.120
Summe Umsatz	990	4.050	1.350	4.410	4.770	1.710	5.130	1.440	5.490	2.430	2.790	5.850	40.410

Im zweiten Jahr steigt der Umsatz auf 55.080 €, das sind 36 % mehr als im ersten. Der Anstieg ist aus dem Bestand hergeleitet, nicht aus neuen Annahmen: Allein die sechs Betreuungsverträge vom Dezember 2027 ergeben zwölf Monate lang 25.920 €. Dazu kommen im Laufe des Jahres drei weitere Verträge, Projekte im Tempo des ersten Jahres und weniger Profil-Pakete, weil ein Teil der Betriebe nur einmal einrichtet. Die Preise bleiben unverändert. Im dritten Jahr plant der Betrieb 59.710 € mit rund elf Prozent mehr Betreuungsmonaten und drei Prozent höheren Preisen.

Tabelle 14 – Ertragsübersicht

Position	Jahr 1	Jahr 2	Jahr 3
Umsatz netto	40.410 €	55.080 €	59.710 €
Materialeinsatz (Lizenzen, Hosting)	1.170 €	1.860 €	2.077 €
Kosten einschließlich Abschreibungen	12.724 €	11.184 €	11.674 €
Gewinn vor Steuern	26.516 €	42.036 €	45.959 €
Umsatzrendite	65,6 %	76,3 %	77,0 %

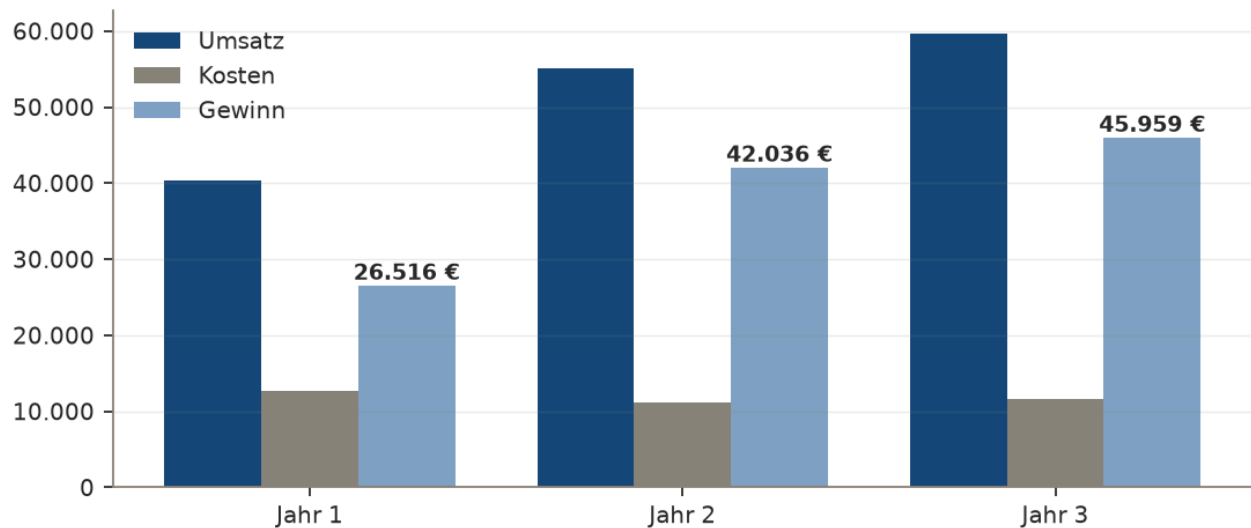


Abb. 2 – Umsatz, Kosten und Gewinn im Überblick

Die Marge, also die Umsatzrendite, von 76,3 % im zweiten Jahr wirkt hoch, ist für diesen Betrieb aber plausibel: Es gibt keine Lohnkosten, keine Ladenmiete und kaum Wareneinsatz; verkauft wird die eigene Arbeitszeit. Die größten Kostenblöcke sind Software-Abos, Steuerberatung, Coworking und im ersten Jahr die Startwerbung und die Abschreibung der Ausstattung. Im ersten Jahr liegt die Rendite mit 65,6 % niedriger, weil Monitore und Smartphone als geringwertige Wirtschaftsgüter sofort abgeschrieben werden und die Startwerbung anfällt.

Die Annahmen sind vorsichtig gewählt. Der Plan rechnet ohne weitere Betreuungsverträge über neun hinaus, obwohl die Kapazität sie zuließe, ohne Aufträge aus gemeinsamen Aktionen der Kurverwaltung und ohne Preiserhöhung im zweiten Jahr. Websites sind im Monat der Übergabe voll als Umsatz gerechnet, obwohl die erste Hälfte schon bei Auftrag berechnet wird.

Tragfähigkeit: Der volle Haushaltsbedarf für Lena Ostermüller und ihre Tochter beträgt im ersten Jahr 2.682 € im Monat oder 32.184 € im Jahr. Er enthält Kranken- und Pflegeversicherung, Altersvorsorge, Kinderbetreuung und eine Rücklage für die Einkommensteuer. Kindergeld und Kindesunterhalt fließen mit 689 € im Monat direkt auf das Privatkonto; aus dem Betrieb zu entnehmen sind deshalb 1.993 € im Monat. Maßstab der Tragfähigkeit ist hier trotzdem der volle Haushaltsbedarf, weil Kindergeld und Unterhalt dem Kind zustehen und nicht aus dem Vorhaben stammen. Der Gewinn nach Gewerbesteuer von 26.194 € deckt ihn im ersten Jahr zu 81 %. Die Lücke schließt der Gründungszuschuss: In den ersten sechs Monaten zahlt die Agentur für Arbeit 1.878 € im Monat, zusammen 11.268 €; mit Zuschuss ist der volle Bedarf zu 116 % gedeckt. Ab dem zweiten Jahr steigt der Bedarf auf 38.112 €, weil die Krankenversicherung dem höheren Gewinn folgt und die Steuerrücklage wächst; der Gewinn nach Gewerbesteuer von 39.218 € trägt ihn ohne Förderung zu 103 %. Im dritten Jahr liegt der Bedarf bei rund 39.720 €, die Deckung bei 107 %. Tragfähig ohne Zuschuss ist das Vorhaben damit ab dem zweiten Jahr.

Zur Steuer: Die Gewerbesteuer ist nach dem Freibetrag für Einzelunternehmen und einem Hebesatz von 460 Prozent gerechnet (Beispielwert). Sie beträgt im ersten Jahr 322 €, im zweiten 2.818 € und im dritten 3.445 € und ist in der Deckungsrechnung abgezogen. Kassenwirksam wird die Steuer des ersten Jahres mit dem ersten Bescheid, im Plan im Juni 2028; die des zweiten Jahres ist vorsichtig schon im Dezember 2028 als Zahlung eingeplant. Die Einkommensteuer ist über eine monatliche Rücklage im Haushaltsbedarf erfasst, die bewusst höher liegt als die eigene Tarifrrechnung, weil nach dem ersten Bescheid Nachzahlung und Vorauszahlungen zusammenfallen; die Anrechnung der Gewerbesteuer nach § 35 EStG ist berücksichtigt.

Tabelle 15 – Deckungsrechnung

Position	Jahr 1	Jahr 2	Jahr 3
Gewinn vor Steuern	26.516 €	42.036 €	45.959 €
Gewerbesteuer (Hebesatz 460 %)	322 €	2.818 €	3.445 €
Gewinn nach Gewerbesteuer	26.194 €	39.218 €	42.513 €
privater Bedarf (voll, Haushalt)	32.184 €	38.112 €	39.720 €
Deckung ohne Zuschuss	81 %	103 %	107 %
Gründungszuschuss Phase 1	11.268 €	–	–
Deckung mit Zuschuss	116 %	–	–
nachrichtlich: Kindergeld und Unterhalt	8.268 €	8.268 €	–

Belastbarkeit: Was passiert, wenn weniger kommt?

Die folgenden Rechnungen sind überschlägig und außerhalb der Planrechnung gerechnet. Annahmen: Variabel sind der Materialeinsatz für Lizenzen und Hosting und die Fahrtkosten, zusammen 4,0 % vom Umsatz im ersten Jahr; alle übrigen Kosten sind fest. Der Fixblock beträgt im ersten Jahr 12.260 € oder rund 1.022 € im Monat. Die Menge ist in verrechenbaren Stunden ausgedrückt, weil alle drei Leistungen mit demselben Stundensatz kalkuliert sind. Gewerbesteuer mit Hebesatz 460 Prozent, Bedarf wie oben.

Tabelle 16 – Zielerreichung im ersten Jahr

Zielerreichung	verrechenbare Stunden	Umsatz	Gewinn n. GewSt	Deckung	mit Zuschuss
100 %	449	40.410 €	26.194 €	81 %	116 %
85 %	382	34.349 €	20.699 €	64 %	99 %
70 %	314	28.287 €	14.883 €	46 %	81 %
50 %	225	20.205 €	7.128 €	22 %	57 %

Die zweite Zeile der Tabelle zeigt einen Umsatz, der um 15 Prozent unter dem Plan bleibt. Auch dann deckt der Betrieb im ersten Jahr mit Zuschuss noch 99 % des vollen Haushaltsbedarfs; der Entnahmebedarf nach Kindergeld und Unterhalt wäre weiter gedeckt. Bei 70 Prozent entsteht gegenüber dem vollen Bedarf eine Lücke von rund 6.033 €, die aus Kassenbestand und privater Reserve zu decken wäre. Der betriebliche Break-even liegt im ersten Jahr bei 12.777 € Umsatz, das sind 32 % des Plans. Mit Zuschuss ist der volle Bedarf ab 34.574 € gedeckt; der Plan liegt 17 % darüber.

Tabelle 17 – Zielerreichung im zweiten Jahr

Zielerreichung	verrechenbare Stunden	Umsatz	Gewinn n. GewSt	Deckung
100 %	612	55.080 €	39.218 €	103 %
85 %	520	46.818 €	32.574 €	85 %
70 %	428	38.556 €	25.930 €	68 %
50 %	306	27.540 €	15.648 €	41 %

Im zweiten Jahr, mit eigenem Fixblock von 10.739 €, liegt die Schwelle für den vollen Haushaltsbedarf bei 53.707 €; der Plan liegt 3 % darüber. Im dritten Jahr liegt diese Schwelle bei 56.236 €, der Plan 6 % darüber. Der Abstand ist in beiden Jahren klein; das ist die ehrliche Lesart dieses Plans. Er trägt den vollen Bedarf, wenn der Bestand an Betreuungsverträgen wie geplant wächst. Gegenüber dem Entnahmebedarf nach Kindergeld und Unterhalt, 29.844 € im zweiten Jahr, ist der Abstand deutlich größer.

Tabelle 18 – Preisrückgang im ersten Jahr (Menge unverändert)

Erlös je Stunde	Umsatz	Gewinn n. GewSt	Deckung	mit Zuschuss
Planwert	40.410 €	26.194 €	81 %	116 %
– 5 %	38.390 €	24.577 €	76 %	111 %
– 10 %	36.369 €	22.638 €	70 %	105 %
– 15 %	34.349 €	20.699 €	64 %	99 %

Die Stellschraube ist der Bestand an Betreuungsverträgen. Am Ende des ersten Jahres entscheidet Lena Ostermüller anhand des tatsächlichen Bestands: Liegt er unter vier Verträgen, wird das Anzeigenbudget verdoppelt und die Ansprache auf zehn Betriebe je Woche erhöht; liegt er bei sechs oder mehr, bleibt es beim Plan.

7.2 Liquiditätsplanung

Der private Bedarf ist aus den tatsächlichen Ausgaben des Haushalts hergeleitet. Lena Ostermüller lebt mit ihrer Tochter in einer Dreizimmerwohnung; die Warmmiete einschließlich Strom beträgt 820 €. Unterhaltspflichten hat sie nicht; der Vater der Tochter zahlt Kindesunterhalt nach einer Jugendamtsurkunde. Privatkredite bestehen nicht. Der Bedarf enthält die freiwillige gesetzliche Kranken- und Pflegeversicherung mit Krankengeld ab der siebten Woche und einem Krankentagegeld-Zusatz ab dem 22. Tag, die freiwillige Arbeitslosenversicherung nach § 28a SGB III, eine Altersvorsorge von 100 € im Monat, die Kosten des Offenen Ganztags mit Mittagessen und eine Rücklage für die Einkommensteuer. Die Tochter ist in der Krankenkasse beitragsfrei mitversichert. Ab dem zweiten Jahr steigen Krankenversicherung, Altersvorsorge und Steuerrücklage mit dem Gewinn.

Tabelle 19 – Privater Bedarf je Monat

Position	Jahr 1	ab Jahr 2
Miete warm einschließlich Strom	820 €	840 €
Lebensmittel, Kleidung, Haushalt	560 €	570 €
Freizeit, Telefon und Internet privat	130 €	140 €
privater Pkw (Versicherung, Steuer, Wartung)	120 €	125 €
Sachversicherungen und Sonstiges	80 €	80 €
Altersvorsorge (ETF-Sparplan)	100 €	150 €
Kranken- und Pflegeversicherung mit Krankentagegeld 45 €	511 €	784 €
freiwillige Arbeitslosenversicherung	26 €	27 €
Offener Ganzttag mit Mittagessen	150 €	155 €
Rücklagen	60 €	70 €
Rücklage Einkommensteuer	125 €	235 €
Summe Haushaltsbedarf	2.682 €	3.176 €
abzüglich Kindergeld und Kindesunterhalt	689 €	689 €
Summe Entnahme aus dem Betrieb	1.993 €	2.487 €

Der Gründungszuschuss ist in der Liquidität als Einzahlung in den ersten sechs Monaten erfasst, die Privatentnahme läuft vom ersten Monat an in voller Höhe. So zeigt die Planung ehrlich, was der Betrieb ab dem siebten Monat allein tragen muss.

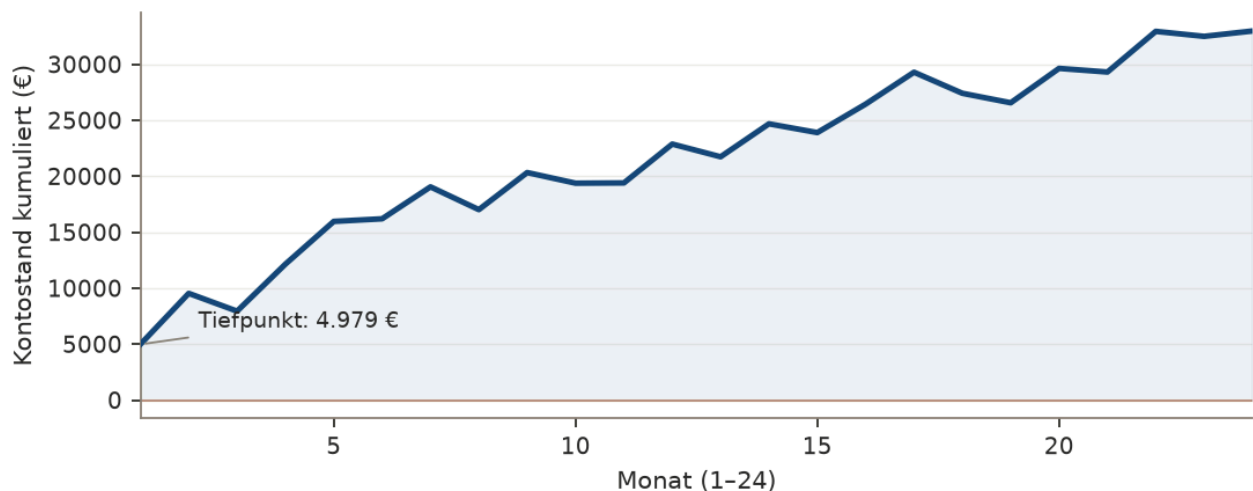


Abb. 3 – Kassenbestand über 24 Monate (kumuliert)

Der niedrigste Kassenstand liegt mit 4.979 € im ersten Monat, nach dem Kauf von Laptop, Monitoren und Smartphone und der Startwerbung und bevor die Vorsteuer daraus erstattet ist. Danach steigt der Bestand, auch nach dem Ende des Zuschusses, und liegt am Ende des ersten Jahres bei 22.872 €. Im zweiten Jahr liegt er nie unter 21.735 € und erreicht am Ende, nach der vorsorglich eingeplanten Gewerbesteuer, 32.976 €. Der wachsende Bestand ist kein freies Geld: Er ist Reserve für die Nachzahlung der Krankenversicherung nach dem ersten Steuerbescheid, für Monate mit Krankheit und für den Ersatz des Laptops im vierten Jahr. Ein Kontokorrentkredit ist nicht nötig und nicht beantragt.

7.3 Investitions- und Kostenplanung

Die Investitionen betragen 4.900 €. Der Laptop mit ausreichender Leistung für Bild- und Videobearbeitung kostet 2.390 € netto und wird über drei Jahre abgeschrieben. Zwei Monitore für zusammen 580 € und das Geschäftshandy für 640 € sind geringwertige Wirtschaftsgüter und werden im Januar 2027 sofort abgeschrieben. Die Systemkamera mit Objektiv für Fotos beim Kunden kostet 1.290 €, wird im März 2027 gekauft, wenn die ersten Website-Projekte Fotos brauchen, und über sieben Jahre abgeschrieben. Software wird nicht gekauft, sondern im Abo gemietet und steht in den laufenden Kosten.

Angebot oder Schätzung: Für Laptop, Monitore und Smartphone liegen Angebote eines Fachhändlers vor, zusammen 3.610 € oder 74 Prozent der Investitionen. Der Preis der Systemkamera von 1.290 € ist nach dem Listenpreis geschätzt; ein Angebot wird vor dem Kauf im März eingeholt.

Tabelle 20 — Kosten im ersten Jahr nach Monaten (netto, €)

Kostenart	Jan 27	Feb 27	Mrz 27	Apr 27	Mai 27	Jun 27	Jul 27	Aug 27	Sep 27	Okt 27	Nov 27	Dez 27	Jahr 1
Material (Lizenzen, Hosting)	15	105	30	120	135	45	150	60	165	75	90	180	1.170
Coworking	145	145	145	145	145	145	145	145	145	145	145	145	1.740
Kfz (variabel)	27	43	29	44	46	31	48	27	49	34	36	51	464
Software, Büro	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	2.520
Werbung	1.020	120	110	110	100	100	90	90	90	90	90	90	2.100
Versicherungen, Beiträge	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	636
Steuerberatung	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440
Konto	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	144
Abschreibungen	1.286	66	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	2.170
Fortbildung	515	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	790
Sonstiges	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	720
Summe Material und Kosten	3.464	959	876	981	988	882	994	884	1.011	906	922	1.028	13.894

Die festen Kosten liegen im ersten Jahr bei rund 1.020 € im Monat. Im Januar sind sie wegen der sofort abgeschriebenen Geräte, der Startwerbung und des Kurses zur Barrierefreiheit höher. Die Kosten des zweiten Jahres liegen mit 11.184 € unter denen des ersten, weil Startwerbung und Sofortabschreibung wegfallen; dafür steigen Steuerberatung und Materialeinsatz. Im dritten Jahr liegen sie bei 11.674 €.

Entscheidungsregel für die Systemkamera: Sie wird im März 2027 nur gekauft, wenn der Kassenbestand danach nicht unter 4.000 € fällt und mindestens zwei Website-Projekte mit Fototermin beauftragt sind. Sonst werden die ersten Fotos mit dem Smartphone gemacht und der Kauf um drei Monate verschoben.

KAPITEL 8

Finanzierung

Dieses Kapitel zeigt, woraus der Kapitalbedarf besteht, wie er gedeckt ist und welche Voraussetzungen für den Gründungszuschuss vorliegen.

8.1 Kapitalbedarf

Der Kapitalbedarf beträgt 10.820 €. Neben den Investitionen von 4.900 € enthält er 3.000 € Anlaufkosten für rund drei Monate fester Kosten, 1.500 € Reserve, die vor allem die Vorsteuer aus den Anschaffungen und der Startwerbung bis zur Erstattung überbrückt, 30 € für die Gewerbeanmeldung, 900 € für die Startwerbung und 490 € für den Kurs zu barrierefreiem Webdesign. Für 74 Prozent der Investitionen liegen Angebote vor; geschätzt ist nur die Kamera (Kapitel 7.3).

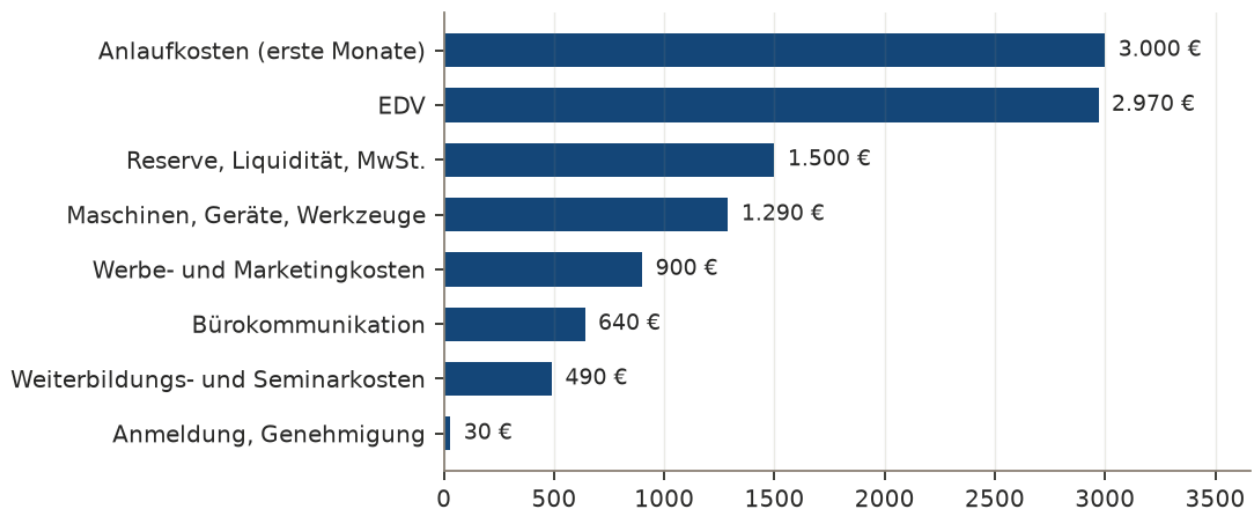


Abb. 4 — Zusammensetzung des Kapitalbedarfs

Tabelle 21 — Kapitalbedarf und Finanzierung

Kapitalbedarf	Betrag	Finanzierung	Betrag
Geräte (Systemkamera)	1.290 €	Eigenkapital (Ersparnisse)	10.820 €
EDV (Laptop, Monitore)	2.970 €	Kredite	0 €
Bürokommunikation (Smartphone)	640 €		
Anlaufkosten	3.000 €		
Reserve, Vorsteuer	1.500 €		
Gewerbeanmeldung	30 €		
Startwerbung	900 €		
Kurs barrierefreies Webdesign	490 €		
Summe	10.820 €	Summe	10.820 €

8.2 Eigenkapital

Das Eigenkapital stammt aus Ersparnissen, zu denen auch die Abfindung aus dem Sozialplan der früheren Arbeitgeberin gehört. Lena Ostermüller verfügt über 14.600 €; davon bringt sie 10.820 € in den Betrieb ein. Die übrigen 3.780 € bleiben als private Reserve außerhalb des Vorhabens. Die Eigenkapitalquote beträgt 100 Prozent.

8.3 Kredite und Fördermittel

Ein Kredit wird nicht aufgenommen; es fällt kein Kapitaldienst an. Die Ausstattung ist klein genug, um sie aus Ersparnissen zu bezahlen, und ohne Zins und Tilgung bleibt die Anlaufphase frei von festen Verpflichtungen.

Beantragt wird der Gründungszuschuss nach §§ 93 und 94 SGB III. Das Arbeitsverhältnis endete durch betriebsbedingte Kündigung des Arbeitgebers zum 31. Juli 2026, weil die Agentur den Standort Bad Kaffeeberg geschlossen hat; die Kündigung ist am 27. April 2026 zugegangen, die Kündigungsfrist wurde eingehalten. Eine Sperrzeit ist nicht eingetreten, und die Abfindung aus dem Sozialplan führt wegen der eingehaltenen Frist nicht zum Ruhen des Anspruchs. Lena Ostermüller hat sich am 29. April 2026 arbeitsuchend und zum 1. August 2026 arbeitslos gemeldet. Nach dem Bewilligungsbescheid der Agentur für Arbeit vom 13. August 2026 beträgt der Anspruch 360 Tage und endet am 26. Juli 2027. Am Gründungstag, dem 4. Januar 2027, besteht ein Restanspruch von 204 Tagen; die Mindestgrenze von 150 Tagen ist deutlich überschritten. Der Bescheid liegt als Anlage bei.

Die Tätigkeit ist hauptberuflich (Kapitel 5.3). In den letzten 24 Monaten hat Lena Ostermüller keine Gründungsförderung erhalten. Phase 1 des Zuschusses umfasst sechs Monate in Höhe des Arbeitslosengeldes von 52,60 € am Tag, also 1.578 € im Monat, zuzüglich 300 € zur sozialen Absicherung, zusammen 1.878 € im Monat und 11.268 € insgesamt. Phase 2, in der für weitere neun Monate nur noch der Betrag zur sozialen Absicherung gezahlt wird, ist eine Ermessensleistung und bewusst nicht eingeplant. Auf den Zuschuss besteht kein Rechtsanspruch. Der Antrag wird vor dem Gründungstag gestellt; die Stellungnahme einer fachkundigen Stelle wird mit diesem Plan eingeholt. Am Zuschuss hängt die Deckung des vollen Haushaltsbedarfs im ersten Jahr, nicht die Liquidität: Auch ohne ihn bliebe der Kassenbestand in allen Monaten positiv.

KAPITEL 9

Realisierungsplanung

Dieses Kapitel zeigt die Schritte bis zum Start und die Meilensteine der ersten drei Jahre.

9.1 Meilensteine

Die Reihenfolge folgt den Regeln des Gründungszuschusses: Erst werden Referenzbeispiele und Absichtserklärungen fertig und die offenen Fragen zu Versicherung und Einordnung geklärt, dann folgt die Stellungnahme der fachkundigen Stelle, dann der Antrag, und erst danach die Gewerbeanmeldung am Gründungstag.

Tabelle 22 — Meilensteine

Zeitpunkt	Meilenstein	Status
09/2026	drei schriftliche Absichtserklärungen, Angebote für die Ausstattung	liegen vor
10/2026	Buchführungskurs an der Volkshochschule, eigene Website mit Referenzbeispielen	geplant
11/2026	Stellungnahme der fachkundigen Stelle	wird mit diesem Plan eingeholt
12/2026	Antrag auf Gründungszuschuss vor dem Gründungstag	geplant
12/2026	Einordnung Gewerbe und Künstlersozialkasse mit dem Steuerberater	geplant
12/2026	Berufs- und Vermögensschadenhaftpflicht abschließen, Coworking-Vertrag	geplant
04.01.2027	Gewerbeanmeldung, Start, erste Betreuung und erstes Profil	geplant
bis 11.01.2027	Anmeldung bei der Verwaltungs-Berufsgenossenschaft	Frist eine Woche
01/2027	Kurs barrierefreies Webdesign	gebucht
bis 04.04.2027	Antrag freiwillige Arbeitslosenversicherung	Frist drei Monate
03/2027	Kauf der Systemkamera (nach Entscheidungsregel in 7.3)	geplant
06/2027	Ende Phase 1 des Zuschusses	geplant
12/2027	Bilanz des ersten Jahres: Bestand an Betreuungsverträgen, Entscheidung über Werbebudget	geplant
12/2028	neun Betreuungsverträge, volle Tragfähigkeit ohne Förderung	geplant

9.2 Zeitplan und nächste Schritte

Als Nächstes holt Lena Ostermüller im November die Stellungnahme der fachkundigen Stelle ein und stellt im Dezember den Antrag auf Gründungszuschuss. Parallel klärt sie mit dem Steuerberater die Einordnung als Gewerbe und die Frage der Künstlersozialkasse, schließt die Haftpflichtversicherung ab und bucht den Flexplatz im Coworking-Haus. Das Kurhotel und die Physiotherapiepraxis haben ihre ersten Aufträge für Januar angekündigt; sie werden schriftlich bestätigt, sobald der Antrag gestellt ist.

Der Plan setzt keinen großen Markt voraus, sondern neun Betreuungsverträge und ein Website-Projekt alle zwei Monate bei Betrieben, von denen die Gründerin viele seit Jahren kennt. Die Ausstattung ist bezahlt, feste Verpflichtungen gibt es kaum, und die Rechnung zeigt offen, wie viel Spielraum bleibt, wenn weniger kommt.

ANHANG

Anlagenverzeichnis

Anlage	Umfang / Stand
Anlage 1 — Planrechnung (Privatentnahmen, Kapitalbedarf, Rentabilität, Liquidität Jahr 1 und 2)	5 Blätter, 09/2026
Anlage 2 — Lebenslauf mit Zeugnissen	3 Seiten
Anlage 3 — IHK-Prüfungszeugnis Kauffrau für Marketingkommunikation und IHK-Zertifikat Online-Marketing-Manager	2 Seiten
Anlage 4 — Google-Ads-Zertifizierungen	2 Seiten, 2026
Anlage 5 — Bewilligungsbescheid Arbeitslosengeld vom 13.08.2026 (Restanspruch)	2 Seiten
Anlage 6 — Kündigung des Arbeitgebers vom 27.04.2026	1 Seite
Anlage 7 — Angebote Laptop, Monitore, Smartphone	2 Seiten
Anlage 8 — Absichtserklärungen (Kurhotel, Physiotherapiepraxis, Tischlerei)	3 Seiten

HINWEIS ZUM BEISPIEL

In diesem veröffentlichten Beispiel ist nur Anlage 1, die Planrechnung, enthalten. Die übrigen Anlagen gehören zu einem echten Antrag und sind hier aufgeführt, damit sichtbar ist, was dazugehört.

Blatt 1 · Private Entnahmen Beispiel Online-Marketing

Privatausgaben	notwendig mtl. (Jahr 1)	notwendig jährlich	angestrebt mtl. (ab Jahr 2)	angestrebt jährlich
Miete inkl. Nebenkosten und Strom	820	9.840	840	10.080
Gebäudeaufwendungen inkl. Nebenkosten		–		–
Kosten des täglichen Bedarfs (Essen, Trinken, Kleidung)	560	6.720	570	6.840
Freizeit	90	1.080	100	1.200
Telefon, Fernsehen, Radio, Internet (Privat)	40	480	40	480
Private Kfz-Kosten (Steuern, Versicherungen, Verbrauch, Reparaturen)	120	1.440	125	1.500
Kosten für öff. Verkehrsmittel		–		–
Sachversicherungen (Haftpflicht-, Hausrat-, Unfall-, Rechtsschutzversicherung etc.)	30	360	30	360
Altersvorsorge (Rentenversicherung, Lebensversicherung, BU)	100	1.200	150	1.800
Kranken- und Pflegeversicherung	511	6.132	784	9.408
Arbeitslosenversicherung	26	312	27	324
Kosten für Kinderbetreuung	150	1.800	155	1.860
Unterhaltszahlungen an andere		–		–
Zins- und Tilgungsverpflichtungen für Privatkredite		–		–
Rücklagen für Urlaub, Neuanschaffungen, Ausbildung der Kinder	60	720	70	840
Rücklage Einkommensteuer (30% vom angestrebten Gewinn)	125	1.500	235	2.820
Sonstiges	50	600	50	600
Summe	2.682	32.184	3.176	38.112
Privateinnahmen				
Nettogehalt aus Festanstellung (bei nebenberufl. Selbstständigkeit)		–		–
Nettogehalt Lebenspartner/in		–		–
Kindergeld	259	3.108	259	3.108
Einnahmen aus Vermietung und Verpachtung		–		–
Unterhalt	430	5.160	430	5.160
Sonstiges		–		–
Summe	689	8.268	689	8.268
Notwendige Privatentnahmen	1.993	23.916	2.487	29.844

Blatt 2 · Kapitalbedarf und Finanzierung netto, ohne MwSt.

Kapitalbedarf €	
Investitionen	
Grundstücke, Gebäude (Kauf)	
Maschinen, Geräte, Werkzeuge	1.290
EDV (Hard- und Software)	2.970
Bürokommunikation (Telefon, Fax, Kopierer, Internetzugang ...)	640
Einrichtung (Büro, Laden, Lager ...)	
Warenerstausstattung	
Fahrzeuge	
Kaufpreis bei Unternehmensübernahmen	
Summe Investitionen	4.900
Betriebsmittelbedarf	
Renovierungskosten, Umbaukosten	
Beratungskosten	
Anlaufkosten (lfd. Betriebskosten für die ersten 3 - 6 Monate)	3.000
Vorfinanzierung von Aufträgen	
Reserve für ungeplante Ausgaben/Verzögerungen, Liquiditätsreserve, MwSt.	1.500
Summe Betriebsmittelbedarf	4.500
Gründungskosten	
Kaution, Makler-Courtage	
Anmeldung, Genehmigung	30
Werbe- und Marketingkosten	900
Weiterbildungs- und Seminarkosten	490
Summe Gründungskosten	1.420
Summe Kapitalbedarf	10.820

Finanzierung €	
Eigenkapital	
Barvermögen	10.820
Sacheinlagen (mit Belegen)	
Summe Eigenkapital	10.820
Fremdkapital	
öff. Kreditprogramme	
Hausbankdarlehen	
Verwandtendarlehen	
Summe Fremdkapital	–
Summe Kapitalherkunft	10.820

Blatt 3 · Rentabilitätsvorschau ohne MwSt. · Jahr 1 monatlich, Jahr 2 und 3 als Jahreswerte

Rentabilität (netto)	Jan 27	Feb 27	Mrz 27	Apr 27	Mai 27	Jun 27	Jul 27	Aug 27	Sep 27	Okt 27	Nov 27	Dez 27	Jahr 1	Jahr 2	Jahr 3
1. Umsatz															
Website-Pakete		3.060		3.060	3.060		3.060		3.060			3.060	18.360	18.360	18.900
Google-Profil und Local SEO	630	630	630	630	630	630	630		630	630	630	630	6.930	5.040	4.550
Betreuungsverträge (monatlich)	360	360	720	720	1.080	1.080	1.440	1.440	1.800	1.800	2.160	2.160	15.120	31.680	36.260
Summe Umsatz	990	4.050	1.350	4.410	4.770	1.710	5.130	1.440	5.490	2.430	2.790	5.850	40.410	55.080	59.710
2. Material- und Wareneinsatz															
Summe Material- und Wareneinsatz	15	105	30	120	135	45	150	60	165	75	90	180	1.170	1.860	2.077
3. Kosten															
Raumkosten incl. Nebenkosten und Strom	145	145	145	145	145	145	145	145	145	145	145	145	1.740	1.800	1.860
Kfz-Kosten (Kraftstoff, Versicherungen, Steuern)	27	42	29	44	46	31	48	27	49	34	36	51	464	445	495
Büro (Telefon, Büromaterial, Zeitschriften, Internet)	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	2.520	2.580	2.650
Werbung	1.020	120	110	110	100	100	90	90	90	90	90	90	2.100	1.080	1.100
Versicherungen, Beiträge	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	636	720	834
Steuerberatung, Rechts- und Unternehmensberatung	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	2.090	2.150
Zinsen, Kontoführungsgebühren	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	144	144	144
Abschreibungen	1.286	66	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	2.170	981	981
Fortbildungskosten, Gründungskosten	515	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	790	600	700
sonst. Kosten (Reparatur, Unvorhersehbares etc.)	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	720	744	760
Summe Kosten	3.449	854	846	861	853	837	844	824	846	831	832	848	12.724	11.184	11.674
Gewinn / Verlust	-2.474	3.091	474	3.429	3.782	828	4.136	556	4.479	1.524	1.868	4.822	26.516	42.036	45.959

Kostenzeilen ohne Wert in allen drei Jahren sind ausgeblendet.

Blatt 4a · Liquiditätsplanung 1. Jahr mit MwSt. · Zeilen ohne Wert ausgeblendet

Liquidität 1. Jahr (mit MwSt.)	Jan 27	Feb 27	Mrz 27	Apr 27	Mai 27	Jun 27	Jul 27	Aug 27	Sep 27	Okt 27	Nov 27	Dez 27
1. Einzahlungen												
Website-Pakete	–	3.060	–	3.060	3.060	–	3.060	–	3.060	–	–	3.060
Google-Profil und Local SEO	630	630	630	630	630	630	630	–	630	630	630	630
Betreuungsverträge (monatlich)	360	360	720	720	1.080	1.080	1.440	1.440	1.800	1.800	2.160	2.160
Umsatzsteuer	188	770	256	838	906	325	975	274	1.043	462	530	1.112
Kreditaufnahme/Eigenkapital	10.820											
sonstige Einzahlungen	1.878	1.878	1.878	1.878	1.878	1.878						
Summe Einzahlungen	13.876	6.698	3.484	7.126	7.554	3.913	6.105	1.714	6.533	2.892	3.320	6.962
2. Auszahlungen												
Materialeinsatz Website-Pakete	–	90	–	90	90	–	90	–	90	–	–	90
Materialeinsatz Betreuungsverträge (monatlich)	15	15	30	30	45	45	60	60	75	75	90	90
Raumkosten incl. Nebenkosten und Strom	145	145	145	145	145	145	145	145	145	145	145	145
Kfz-Kosten (Kraftstoff, Versicherungen, Steuern)	27	42	29	44	46	31	48	27	49	34	36	51
Büro (Telefon, Büromaterial, Zeitschriften, Internet)	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210
Werbung	1.020	120	110	110	100	100	90	90	90	90	90	90
Steuerberatung, Rechts- und Unternehmensberatung	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Fortbildungskosten, Gründungskosten	515	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Investitionen	3.610		1.290									
sonst. Auszahlungen (Reparatur, Unvorhersehbares etc.)	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Vorsteuer	1.087	157	384	158	160	140	161	140	164	144	147	167
Versicherungen, Beiträge	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
Kaution, Genehmigung u. ä.	30											
Zinsen, Kontoführungsgebühren	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
Privatentnahmen	1.993	1.993	1.993	1.993	1.993	1.993	1.993	1.993	1.993	1.993	1.993	1.993
Umsatzsteuerzahllast		–899	612	–127	679	747	185	814	134	879	317	383
Summe Auszahlungen	8.897	2.144	5.073	2.924	3.738	3.680	3.252	3.749	3.220	3.840	3.299	3.489
Saldovortrag aus Vormonat		4.979	9.533	7.944	12.147	15.963	16.196	19.049	17.013	20.326	19.378	19.400
Liquiditätssaldo	4.979	4.554	–1.588	4.202	3.816	233	2.853	–2.035	3.313	–948	22	3.472
Liquiditätssaldo kumuliert	4.979	9.533	7.944	12.147	15.963	16.196	19.049	17.013	20.326	19.378	19.400	22.872

Blatt 4b · Liquiditätsplanung 2. Jahr mit MwSt. · Zeilen ohne Wert ausgeblendet

Liquidität 2. Jahr (mit MwSt.)	Jan 28	Feb 28	Mrz 28	Apr 28	Mai 28	Jun 28	Jul 28	Aug 28	Sep 28	Okt 28	Nov 28	Dez 28
1. Einzahlungen												
Website-Pakete		3.060		3.060	3.060			3.060		3.060		3.060
Google-Profil und Local SEO	630	630	630		630	630			630	630	630	
Betreuungsverträge (monatlich)	2.160	2.160	2.520	2.520	2.520	2.520	2.520	2.880	2.880	2.880	2.880	3.240
Umsatzsteuer	530	1.112	598	1.060	1.180	598	479	1.129	667	1.248	667	1.197
Summe Einzahlungen	3.320	6.962	3.748	6.640	7.390	3.748	2.999	7.069	4.177	7.818	4.177	7.497
2. Auszahlungen												
Materialeinsatz Website-Pakete		90		90	90			90		90		90
Materialeinsatz Betreuungsverträge (monatlich)	90	90	105	105	105	105	105	120	120	120	120	135
Raumkosten incl. Nebenkosten und Strom	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Kfz-Kosten (Kraftstoff, Versicherungen, Steuern)	29	44	31	41	46	31	26	42	32	48	32	44
Büro (Telefon, Büromaterial, Zeitschriften, Internet)	215	215	215	215	215	215	215	215	215	215	215	215
Werbung	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Steuerberatung, Rechts- und Unternehmensberatung	120	120	120	120	120	770	120	120	120	120	120	120
Fortbildungskosten	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
sonst. Auszahlungen (Reparatur, Unvorhersehbares etc.)	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Vorsteuer	153	173	156	175	176	280	155	179	159	179	159	182
Versicherungen, Beiträge	55	55	115	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Zinsen, Kontoführungsgebühren	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
Gewerbesteuer						322						2.818
Privatentnahmen	2.487	2.487	2.487	2.487	2.487	2.487	2.487	2.487	2.487	2.487	2.487	2.487
Umsatzsteuerzahllast	944	377	938	442	885	1.004	319	323	950	507	1.069	507
Summe Auszahlungen	4.457	4.015	4.531	4.094	4.543	5.632	3.846	3.995	4.503	4.186	4.622	7.017
Saldovortrag aus Vormonat	22.872	21.735	24.681	23.898	26.444	29.291	27.408	26.561	29.634	29.308	32.941	32.496
Liquiditätssaldo	-1.137	2.946	-783	2.546	2.847	-1.883	-847	3.073	-326	3.633	-445	480
Liquiditätssaldo kumuliert	21.735	24.681	23.898	26.444	29.291	27.408	26.561	29.634	29.308	32.941	32.496	32.976