

Businessplan

Werbeagentur

Firmenname

Name

Straße, Hausnummer

PLZ, Ort

Telefonnummer

Faxnummer

E-Mail-Adresse

Datum der Unternehmensgründung

Businessplan Werbeagentur

Inhaltsverzeichnis

(Bitte nach Fertigstellung, die Seitenzahlen aktualisieren, da diese sich je nach Ihrem individuellen Plan verändern)

Zusammenfassung	3
Lebenslauf des Gründers	4
Rechtsform	5
Standort	5
Leistungsangebot	6
Zielgruppe	7
Stärken / Schwächen	8
Marktumfeld	9
Mitbewerberanalyse	9
Umsatzplanung	10
Personalplanung	11
Kostenplanung	12
Investitionsplanung	13
Liquiditätsplanung	14
Rentabilitätsplanung	15
Finanzierungsplanung	16
Marketing	17
Vertrieb	18
Rechtliche Voraussetzung	19
Risikoanalyse	19
Ziele und Visionen	19
Zeitplan	20

Zusammenfassung

Ich werde mich mit einer Werbeagentur selbstständig machen.

Schätzungsweise 3.200 Unternehmen sind als echte Werbeagenturen im Full-Service tätig, etwa 300 bis 400 arbeiten überregional. Die etwa 120 im Gesamtverband der Werbeagenturen (GWA) zusammengeschlossenen Unternehmen repräsentieren etwa 80 Prozent des über Agenturen abgewickelten Werbevolumens. Die ca. 10.000 Freelancer haben sich zumeist auf Teil-Dienstleistungen in der Gestaltung spezialisiert.

Als Experte im Bereich **Handwerk** werde ich mich als Werbeagentur auf Existenzgründer und **Handwerksunternehmen** spezialisieren. In dieser Nische ist bisher kein Mitbewerber im direkten Umkreis tätig. Die Anzahl der zur Zielgruppe gehörenden Unternehmen liegt bei (**hier bitte die recherchierte Zahl eintragen**). Häufig verfügen diese Betriebe nicht über entsprechend qualifizierte Mitarbeiter, so dass diese Leistung von außen erbracht werden muss.

Das Leistungsangebot besteht in der Gestaltung von Werbemitteln sowohl online als auch offline. Hierzu gehören Corporate Design, Drucksachen, Außenwerbung und Messeausstattung, Fahrzeugbeschriftung, Webdesign und Social Media.

Aufgrund hervorragender Kontakte zu Zielgruppe werde ich bereits ab dem ersten Monat Aufträge generieren können. Neukunden werden vor allem durch ein intensives Networking sowie regelmäßiges Telefonmarketing gewonnen.

Bei der Kostenplanung wurde vor allem darauf geachtet, den Finanzbedarf so gering wie möglich zu halten. Größte Position sind die Fremdleistungen. Diese werden benötigt, um den Kunden einen Komplettservice anzubieten. Zu den Fremdleistungen gehören z. B. Kosten für Anzeigenschaltungen, Druckkosten, Programmierer, etc.

Ich werde zumindest in der Startphase ohne zusätzliches Personal auskommen. Zusätzliches Personal wird erst je nach Bedarf eingestellt. Es wird aber versucht den Personalbedarf durch externe Mitarbeiter zu decken.

Die Investitionen des Unternehmens sind mit 8.000 Euro im ersten Jahr relativ gering, da die Werbeagentur zur Erbringung der Dienstleistungen keine teuren Maschinen benötigt. Notwendige Büroeinrichtung wird gebraucht gekauft.

Im ersten Jahr wird ein Umsatz in Höhe von 100.000 Euro geplant, welcher im zweiten Jahr auf 156.000 Euro ansteigen und dann ab dem dritten Jahr bei ca. 213.000 Euro liegen soll.

Das Unternehmen wird als Einzelunternehmen von (**Ihr Name**) gegründet. Ich verfüge über weitreichende Erfahrung im Bereich Werbung.

Der Kapitalbedarf der Existenzgründung beträgt (**tragen Sie hier Ihren Kapitalbedarf ein, den Sie im Finanzplan errechnet haben**) und wird folgendermaßen gedeckt:

- Eigenkapital: **Höhe der Eigenmittel**
- Fremdkapital: **Höhe der aufgenommenen Darlehen**

Der Start des Unternehmens ist am (**tragen Sie hier das geplante Startdatum ein**)