

Vertraulich

Café Glücklich

**Businessplan**

**Planungszeitraum Juni 2008 bis Mai 2011**

© 2019 individeo GmbH

## Inhaltsverzeichnis

<b>1 Zusammenfassung</b>	<b>3</b>
<b>2 Produktpolitik</b>	<b>4</b>
<b>3 Geschäftsmodell &amp; Kerngeschäft</b>	<b>4</b>
<b>4 Gründerteam &amp; Kompetenzen</b>	<b>4</b>
<b>5 Produktpolitik</b>	<b>4</b>
<b>6 Geschäftsmodell &amp; Kerngeschäft</b>	<b>4</b>
<b>7 Geschäftsidee</b>	<b>4</b>
7.1 Produktbeschreibung	4
7.2 Gesamtmarkt	5
7.3 Kundennutzen & Zielgruppe	7
<b>8 Kundennutzen &amp; Zielgruppe</b>	<b>7</b>
<b>9 Marktsegmentierung- &amp; potenzial</b>	<b>7</b>
<b>10 Schließen von Lücken</b>	<b>7</b>
<b>11 Preispolitik</b>	<b>7</b>
<b>12 Organisation</b>	<b>7</b>
<b>13 Kundennutzen &amp; Zielgruppe</b>	<b>7</b>
<b>14 Schließen von Lücken</b>	<b>7</b>
<b>15 Preispolitik</b>	<b>7</b>
<b>16 Organisation</b>	<b>7</b>
<b>17 Schlüsselpersonen &amp; Ausstiegsszenario</b>	<b>7</b>
<b>18 Kommunikationspolitik</b>	<b>7</b>
<b>19 Schlüsselpersonen &amp; Ausstiegsszenario</b>	<b>8</b>
<b>20 Kommunikationspolitik</b>	<b>8</b>
<b>21 Unternehmen</b>	<b>8</b>
21.1 Gesamtmarkt	8
21.2 Gesamtmarkt	8
21.3 Produktpolitik	9
21.4 Preispolitik	10

21.5 Kommunikationspolitik	10
<b>22 Vertriebspolitik</b>	<b>11</b>
<b>23 Vertriebspolitik</b>	<b>11</b>
<b>24 Vertriebspolitik</b>	<b>11</b>
<b>25 Finanzen</b>	<b>11</b>
25.1 Geschäftsmodell & Kerngeschäft	11
25.2 Organisation	12
25.3 Privatentnahme	13
25.4 Gewinn- & Verlustplanung	13
25.5 Liquidität	14
25.6 Kapitalbedarf & Finanzierung	16
<b>26 Investitionen &amp; Gründungskosten</b>	<b>17</b>

© 2019 indiviideoe GmbH

## 1 Zusammenfassung

# Café Glücklich



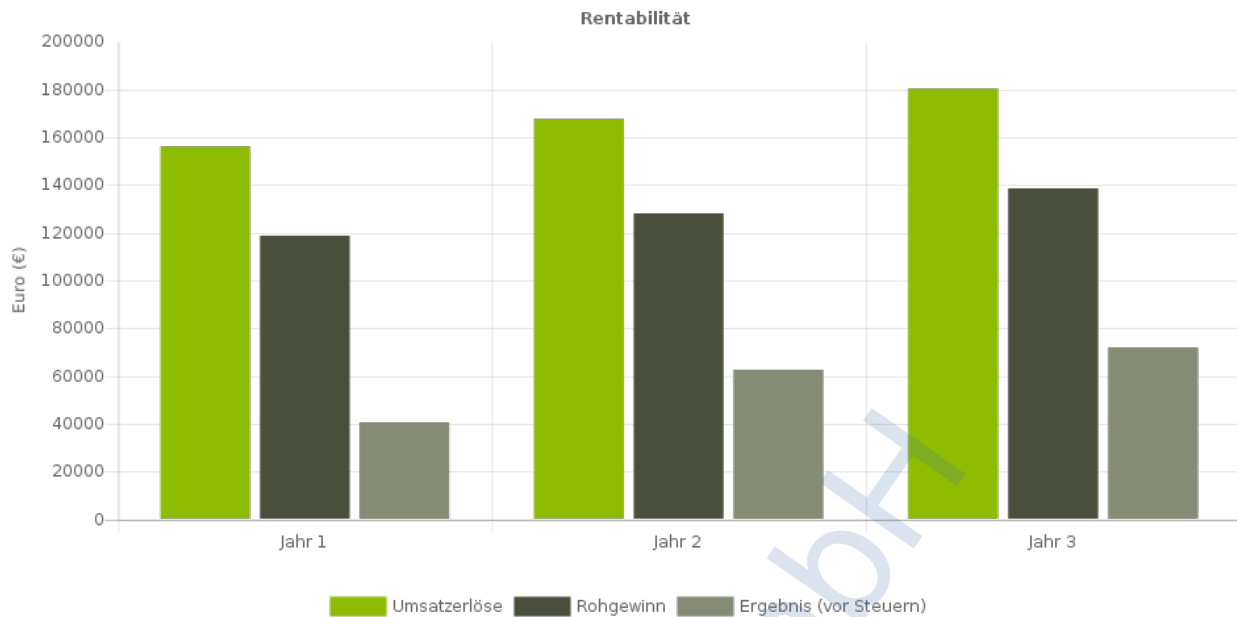
Cafe Glücklich

### **Das Café Glücklich.**

Selbst gemachte Torten und Kuchen, hochwertige Kaffeespezialitäten, ein leckeres Frühstück, deftige Quiche oder herzhafte Stullen zu Mittag: Mit dem Café Glücklich in der Weberstrasse 20 der Wismarer Altstadt werde ich einen Ort zum Verweilen und Wohlfühlen für Genussmenschen schaffen. Der Trend zu solchen "Lieblingscafés" mit unkonventionellem Ambiente, individuellem und freundlichem Service hat in Städten wie Berlin oder Hamburg durchschlagenden Erfolg. In Wismar fehlt ein solcher Ort noch.

Ich, **Katharina Glücklich**, verfüge über Erfahrung im Gastronomie- und Eventbereich. Hinzu kommen mein Backkünste und das Talent eine sehr gute Gastgeberin zu sein.

Das Cafe wird ab dem ersten Tag profitabel arbeiten. Der geplante Standort kann mit einem Kapitalbedarf von rund 48.000 Euro, von denen ich 14.000 Euro selbst einbringen werde, in ein Cafe Glücklich verwandelt werden.



## 2 Produktpolitik

## 3 Geschäftsmodell & Kerngeschäft

## 4 Gründerteam & Kompetenzen

## 5 Produktpolitik

## 6 Geschäftsmodell & Kerngeschäft

## 7 Geschäftsidee

### 7.1 Produktbeschreibung



Café Glücklich

### Das Angebot im Café Glücklich

Ich werde das Café Glücklich in Wismar eröffnen und setze dabei auf frische Zubereitung und hochwertige Zutaten bevorzugt von regionalen Erzeugern. Ich biete eine leichte, unkomplizierte Küche, in der Freilandeier, Rohmilchkäse und frische Kräuter sowie saisonale Produkte ihren festen Platz haben werden. Auf Convenience-Produkte werde ich verzichten.

Im Angebot werden sein:

- verschiedene Frühstücke, vom kleinen süßen Frühstück mit Croissants bis zum großen Frühstücksglück für 2 mit Sekt sowie Sonntagsbrunch
- wechselnder Mittagstisch mit Salat und Dessert
- verschiedene Kuchen und Torten, frische Waffeln, Eisbecher und kleine Gebäcke wie Scones und Zimtschnecken
- verschiedene Kaffee- und Teespezialitäten, verschiedene heiße Schokoladen, Softdrinks und frischgepresste Säfte

Ein besonderes Angebot sind unsere Picknickkörbe in verschiedenen Varianten und zum Selbstzusammenstellen. Darüber hinaus bieten wir „Genießer-Seminare“, d.h. Kochkurse zu verschiedenen Themen (z.B. Ökologisch Kochen, Kochen mit Kräutern, Kochen nach Rezepten aus Filmklassikern etc.) an.

## 7.2 Gesamtmarkt

### Der Markt

Aufgrund der schlechten Konjunktur gehen die Menschen nicht mehr so oft ins Restaurant essen. Eine Verlagerung der Ausgegessenheiten hat stattgefunden. Anstatt wöchentlich oder auch mehrmals die Woche groß essen zu gehen, trifft man sich lieber in einem Café und verzehrt eine Kleinigkeit. Diesen Wünschen wird das Café Glücklich entsprechen.

Ein wichtiger Umsatzfaktor in Wismar ist der Tourismus. Eine besondere Attraktion sind die Ausflugsschiffe einer nahegelegenen Reederei. Von Mai bis Oktober haben die Besucher Wismars 15 Mal am Tag die Gelegenheit zu einer Hafenrundfahrt. Nicht zu vergessen sind dabei die Urlauber, die in unzähligen Campingbussen von Mai bis Oktober in Wismar campieren.

Die Größe des Marktes ergibt sich aus der Einwohnerzahl Wismars und den Touristen, die in Wismar Urlaub machen oder für einen Tagesausflug kommen. Wismar hat z.Zt. rund 46.000 Einwohner. Davon leben in der Altstadt insgesamt 7.829 Einwohner, 4.029 männliche und 3.800 weibliche. Über die Anzahl der Touristen gibt es keine Angaben. Leider konnten mir auch keine Angaben über Fahrgastzahlen auf den Ausflugsschiffen gemacht werden. Wismar verfügt laut des Statistischen Amtes Mecklenburg-Vorpommern über mehr als 1600 Schlafgelegenheiten für Touristen, die durchschnittlich zu rund 32% Prozent ausgelastet sind. Hinzu kommt ein sehr großer Anteil Besucher, die einen Tagesausflug in Wismar verbringen. Meine persönliche Beobachtung ist es, dass sich während der Saison von Mai bis Oktober selbst unter der Woche mehrere hundert Touristen in der Altstadt und am alten Hafen aufhalten. An Wochenenden ist die Anzahl noch wesentlich höher. Die Altstadt als Unesco-Weltkulturerbe und die Lage an der Ostsee zieht ein Touristenpublikum an, das auch schlechterem Wetter trotzt.

### Marktbefragung

Ich habe 93 Menschen in Wismar in der Umgebung des geplanten Standortes zu ihren Gewohnheiten bezüglich Café-Besuchen befragt. Mit meiner Einstiegsfrage "Gehen Sie gerne in ein Cafe?" habe ich sichergestellt, nur potentielle Cafébesucher zu befragen. Von den Befragten waren 61 Frauen und 32 Männer im Alter von 19 bis 57 Jahren. 40% der Befragten waren aus Wismar, 60% waren Urlauber und Tagestouristen.

Das Ziel meiner Befragung war es, die Ausgegessenheiten der Befragten zu erfahren:

- Wie lange bleibt der Gast im Café?
- Mit wem geht er aus und wie oft?
- Wieviel Geld gibt er aus?

Des Weiteren wollte ich wissen, ob meine konzeptionelle Planung in die richtige Richtung geht:

- Was ist den Gästen bei einem Cafébesuch wichtig?
- Was macht ein Café zu einem Lieblingscafé?

Die Ergebnisse im Überblick waren:

- 88% Prozent geben zwischen 5 und 10 EUR bei einem Cafébesuch aus.
- Durchschnittlich bleiben die Befragten rund eine Stunde in Ihrem Lieblingscafé.
- Für die Bewertung eines Cafés durch die Befragten ergaben sich folgende Kriterien: Gute Kaffee und hausgemachter Kuchen; eine schöne und ruhige Atmosphäre; ein freundlicher und aufmerksamer Service; leise Musik; aktuelle Zeitungen und Zeitschriften.
- Rund 65% der Befragten gehen mehrmals pro Woche in ein Café, 25% durchschnittlich einmal pro Woche; und nur 10% nur einmal pro Monat oder seltener.
- Rund 50% der Befragten war es wichtig, dass sich Bio- und Fair-Trade-Produkte im Angebot befinden.

Ich habe den Befragten meine Vorstellung eines Cafe Glücklich geschildert. Ausnahmslos bin ich auf eine sehr positive Resonanz gestoßen und vor allem wurde angemerkt, dass ein solches Café in Wismars Gastronomieszene noch fehlt.

Die Antworten der Befragung habe ich in meiner Umsatzplanung berücksichtigt.

### Die Wettbewerber

In meiner Analyse gehe ich auf die zehn Gaststätten, sieben Cafés und fünf Bäckereien ein, die aufgrund der fußläufigen Nähe im touristischen Zentrum des Hafens und der Altstadt als Konkurrenz in Frage kommen.

*(Anmerkung SmartBusin essplan: Ein anonymisierter Auszug aus der Aufzählung)*

- Cafe Anonym
  - Standort: Anonymstrasse, 80m Entfernung vom Café Glücklich
  - Angebot: Große Auswahl an Torten und Kuchen, kleine herzhafte Snacks
  - Schwächen: Cappuccino/Espresso wird aus Instantpulver gemacht, vorwiegender Gebrauch von Convenienceprodukten
  - Besonderheiten: Sommerterrasse, nostalgischer Charme
  - Fazit: Lage und Optik ansprechend, viele Touristen bleiben stehen um Karte zu prüfen, aber das lieblose Angebot insb. die Auslage an offensichtlich nicht hausgemachten Kuchen schreckt viele ab.

*(Anmerkung SmartBusin essplan: Ein anonymisierter Auszug aus der Aufzählung)*

Die Gastronomieszene in Städten wie Berlin oder Hamburg folgt dem Trend zu unkonventionellem Ambiente, individuellem, freundlichem Service und frischen, hochwertigen Produkten. Als Ergebnis meiner Analyse lässt sich festhalten, dass diese Entwicklung in Wismar bisher nur in kleinen Ansätzen bemerkbar ist:

- Bei den als Konkurrenz in Frage kommenden Gaststätten sind Kaffee- und Kuchenangebote nur Anhängsel des eigentlichen Essensangebotes. Keiner der von mir befragten Caféliebhaber, hat es in Betracht gezogen, hier auf Kaffee und Kuchen einzukehren.
- Von den sieben als Konkurrenz in Frage kommenden Cafés, nutzen sechs überwiegend Convenience-Produkte. Anstatt mit Konzeptänderungen für mehr Attraktivität zu sorgen, scheinen sie die Qualität zur Steigerung der Marge herunter gesetzt zu haben, um so wenigstens im Sommer mit den Touristen noch ein Geschäft machen zu können. Diese Rechnung geht nicht auf, wie ich an

einigen Lokalen beobachten konnte. Lediglich das Cafe Anonym bietet eine Kaffee- und Kuchenauswahl in hoher Qualität. Es ist aufgrund meiner Beobachtungen auch das einzige Café, welches sich ganzjährig ein Stammpublikum schaffen konnte. Als klassisches Konditorei-Café spricht es aber vor allem ein älteres Publikum vorwiegend in der Alterklasse über 60 Jahren an. Die Preise in allen Cafés sind miteinander vergleichbar. Sie liegen für Kaffeespezialitäten zwischen 1,10 und 2,80 EUR, für Frühstücke zwischen 3,50 und 8 EUR und für Kuchen zwischen 1,20 bis 3 EUR.

- Bei den fünf Bäckereien liegen die Preise ca. 20% unter den der Cafés. Allerdings verfügen die Bäckereien nur über Bistroecken, die nicht gerade zum Verweilen einladen.

## **Fazit**

Die Entwicklung der Gastronomieszene hin zu unkonventionellem Ambiente, individuellem und freundlichem Service, sowie frischen und hochwertigen Produkten, wie sie in Berlin oder Hamburg zu beobachten ist, ist laut meiner Analyse in Wismar nur in kleinen Ansätzen bemerkbar.

Das Publikum für ein solches Café ist auch in Wismar vorhanden. Das Potential für ein ausreichende Auslastung und ein Stammpublikum ergibt sich bereits.

## **7.3 Kundennutzen & Zielgruppe**

### **Ein Café zum Glücklichsein**

Auch ich habe das Rad nicht neu erfunden und in Wismar kann man bereits vielerorts einen Kaffee trinken gehen. Was macht meine Idee also zu einer besonderen?

Einige Produkte, die ich im Café Glücklich anbieten werde, wie z.B. finnische Zimtschnecken und verschiedene Sorten heißer Schokolade sind in Wismar so noch nicht zu bekommen und haben ein hohes „Suchtpotenzial“.

Die Genießer-Seminare und Picknicke, die ich im Angebot habe, sind mit Sicherheit etwas Besonderes und heben mich von anderen Gastronomen ab.

Aber eigentlich verhält es sich wie mit dem Kuchenbacken. Ein Kuchen besteht fast immer aus Mehl, Zucker, Eiern und Butter und auch die Herstellung folgt festen Regeln. Die meisten Kuchen sind recht ordentlich, aber manche katapultieren einen direkt in den Himmel. So ist es auch mit dem Café Glücklich. Ich habe Leidenschaft und Begabung für richtig guten Kuchen und verstehe es, eine inspirierende Atmosphäre zu schaffen, in der jeder Gast seinen persönlichen Glücksmoment erleben wird.

## **8 Kundennutzen & Zielgruppe**

## **9 Marktsegmentierung- & potenzial**

## **10 Schließen von Lücken**

## **11 Preispolitik**

## **12 Organisation**

## **13 Kundennutzen & Zielgruppe**

## **14 Schließen von Lücken**

## **15 Preispolitik**

## **16 Organisation**

## **17 Schlüsselpersonen & Ausstiegsszenario**



## 18 Kommunikationspolitik

## 19 Schlüsselpersonen & Ausstiegsszenario

## 20 Kommunikationspolitik

## 21 Unternehmen

### 21.1 Gesamtmarkt

#### Die Gründerin Katharina Glücklich

Durch meine vielseitige Tätigkeit bei "Anbieter von Gastronomie Events (Anonymisiert)" sowie bei "Gastronomieanbieter (Anonymisiert)" konnte ich umfassende Erfahrungen im Gastronomie- und Eventbereich sammeln. In beiden Unternehmen musste ich Visionen, Ideen, Erlebniswelten und ein gewünschtes Image projizieren, greifbar machen und gekonnt in Szene setzen.

In meiner Position als Projektleiterin bei der Marketingagentur (Anonymisiert) war ich für die Konzeption sowie die operative Betreuung von Marketing- und Veranstaltungsprojekten verantwortlich.

Um ein Gefühl für die Wismarer Gastronomieszene zu bekommen, unterstütze ich meinen Bruder in Wismar in seinem Restaurant (Anonymisiert).

Neben meinen praktischen Erfahrungen greife ich auch auf meine betriebswirtschaftlichen Kenntnisse zurück, die ich in meinem Studium an der Universität (Anonymisiert) erworben habe.

Was mich darüber hinaus auszeichnet, ist meine persönliche Leidenschaft: Ich bin eine sehr gute Gastgeberin und es fällt mir leicht, eine Atmosphäre zu schaffen, in der Menschen sich wohl fühlen. Ich mache alles mit Liebe und hohem persönlichem Engagement. Ich freue mich darauf Sie im Cafe Glücklich willkommen zu heißen.

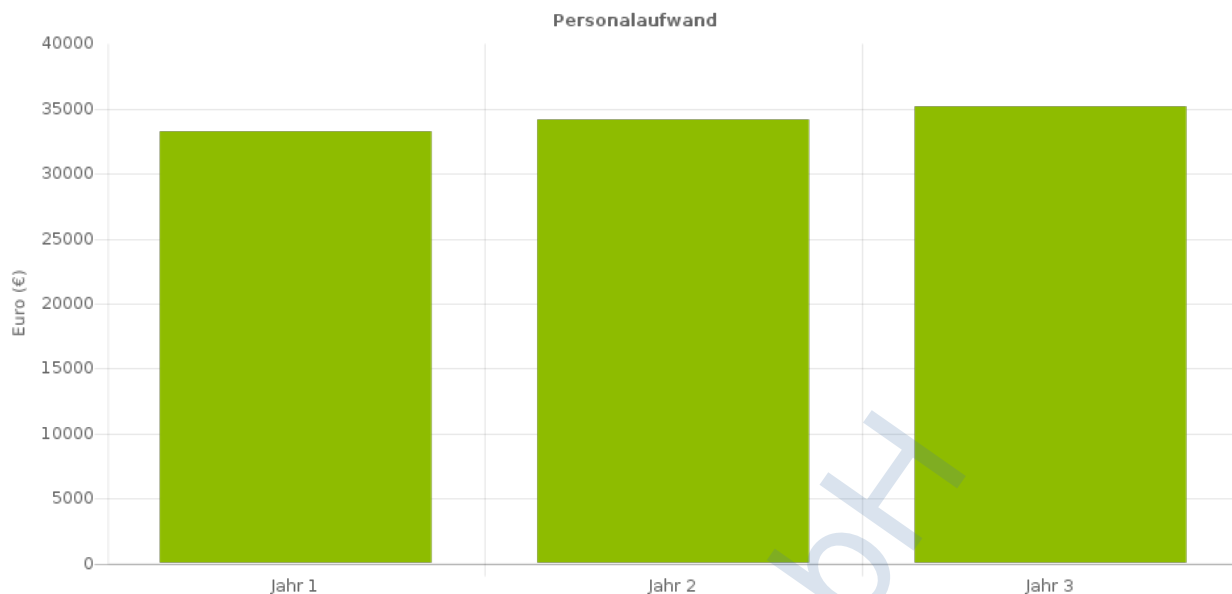
### 21.2 Gesamtmarkt

#### Das Personal

Ich selbst werde meine Leidenschaft für gute Kuchen und guten Service einbringen. Während der ruhigeren Wochentage werde ich selbst vieles erledigen und mich gegebenenfalls punktuell verstärken.

- **Küchenhilfe:** Hier werde ich an bis zu drei halben Tagen pro Woche eine Aushilfskraft im Küchenbereich für ca. 4 Stunden beschäftigen.
- **Servicekraft:** Hier werde ich eine zuverlässige Kraft in Vollzeit einstellen, die mir den Rücken frei hält. Sie wird den kompletten Samstag abdecken und mich an vier weiteren Tagen von Beginn des Mittagsgeschäfts bis Ladenschluss um ca. 19.00 Uhr unterstützen.

Beide Positionen werden in Wismar gut zu besetzen sein. Eine Steigerung der Personalkosten ergibt sich aus einer drei Prozentigen Lohnsteigerung pro Jahr.



## 21.3 Produktpolitik

### Kooperation mit anliegendem Hotel und mit lokaler Reederei

Mit einem anliegenden Hotel ist eine Zusammenarbeit geplant. Das Hotel bietet bisher nur Frühstück an und würde gern eine Erweiterung des Angebots auf Halbpension vornehmen. Dafür wird eine gute Partnergastronomie gesucht. Hier fanden bereits erste positive Gespräche statt.

Eine Wismarer Reederei bietet auf ihren Ausflugsschiffen auch Gruppenarrangements an. Durch eine Zusammenarbeit mit dem Café Glücklich könnten diese Arrangements noch attraktiver gestaltet werden. Die Schiffe können in der Nähe des Café Glücklich anlegen und lästige Anfahrts- oder Fußwege entfallen. Erste positive Gespräche fanden bereits statt.

### Kooperation mit namhafter Fachhochschule

Eine Kooperation mit einer namhaften Fachhochschule, Fachbereich Innenarchitektur, ist geplant. Die Planung der Café- und Restaurantausstattung sowie der Ausbau soll von den Studenten des Fachbereichs unter Leitung eines Innenarchitekten und Dozenten übernommen werden. Erste Gespräche verliefen vielversprechend. Die Besonderheit des Objekts ist, dass alle notwendigen Räume wie Küche, Lager, Personalraum, Sanitäranlagen und Gasträume etc. neu geplant werden und können den Bedürfnissen des Konzeptes folgen. Durch diese Kooperation entstehen für beide Seiten erhebliche Vorteile: Für die FH und die Studenten

- die Studenten arbeiten an einem facettenreichen Gastronomieprojekt, welches alle Bereiche ihres Studiums abdeckt
- das Projekt eignet sich als Referenz
- der Dozent hat ein attraktives Lehrinstrument

Für das Café Glücklich

- innovative Ideen und kreative Lösungen

- Bindung der Konsumentengruppe „Studenten“ und kostenlose, überregionale PR
- Reduktion der Planungskosten

### **Kooperation mit lokalen Produzenten**

Ich möchte dem Gast im Café Glücklich auch Authentizität in Bezug auf lokale Erzeugnisse vermitteln.

In Wismar und der umgebenden Region gibt es eine Fülle von Produzenten und Anbietern sehr hochwertiger, besonderer und/ oder innovativer Produkte (z.B. Sektkellerei, Blumenladen, Kafferösterei, Kräuterproduzenten, etc.). Hier bietet sich neben dem reinen Produktbezug auch eine Fülle weiterer Möglichkeiten, wie z.B. gemeinsame Werbeauftritte (Empfehlungsmarketing), Veranstaltungen oder Zusammenarbeit bei Genießer-Seminaren.

## **21.4 Preispolitik**

### **Der Standort in der Weberstrasse 20**

Der Standort für das Cafe Glücklich in der Weberstrasse 20 ist ein kleineres Bürgerhaus, in einem Strassenzug der durch die historische Bebauung des 16. - 19. Jahrhunderts geprägt ist. Die Räumlichkeiten teilen sich in einen ca. 40 qm großen Gastraum und einen ca. 15 qm großen Küchenbereich. Der Gastraum lädt mit seinem historischen Ambiente zum Verweilen ein (Dielenboden, Holzvertäfelung, Kachelofen aus dem 19. Jahrhundert) und bietet die Möglichkeit rund 25 Sitzplätze zu schaffen.

### **Die Lage**

Das Objekt liegt im östlichen Teil der Wismarer Altstadt, etwas abseits der Touristenströme (u.a. 200m Entfernung zur Nikolaikirche, 400m zum Hafen). Ich werde aber entsprechende Werbung (Stopper, Wandschilder) an den benachbarten stark frequentierten Strassen platzieren, die auf das Cafe Glücklich hinweisen. Die Wismarer Altstadt als Ensemble ist relativ klein, so dass die Touristen im Laufe ihres Tagesbesuches gerne auch die kleineren Nebenstrassen abklappern. Meine Beobachtungen zeigen, dass auch durch die Weberstrasse regelmäßig Besuchergruppen bummeln.

### **Die Miete**

Die Miete inkl. Nebenkosten liegt bei 1.100 EUR pro Monat.

### **Der Zustand**

Das Haus ist in einem dem Alter entsprechenden sehr guten Zustand. Nach Besichtigung mit einer befreundeten Architektin ergibt sich, dass nur kleinere kosmetische Renovierungsarbeiten notwendig sind:

- **Der Gastraum.** Hier müssen nur kosmetische Renovierungsarbeiten (Malerarbeiten, Ausbesserungen) vorgenommen werden. Größere Kosten entstehen durch den Einbau eines Tresens inkl. Konditorvitrine und Regalen. Bei Stühlen und Tischen werde ich auf gebrauchtes Mobilar mit "antiquarischem" Charme zurückgreifen.
- **Die Küche.** Das Objekt wurde bereits zuvor gastronomisch genutzt. Die Küche ist mit rutschfesten Fliesen und Bodenablauf, einer Lüftungsanlage mit Zu- und Abluft, ausreichend Zu- und Abwasseranschlüssen, moderner Elektrik, sowie einem Fettabscheider ausgestattet.
- **Die Sanitäranlagen** . Es ist sowohl eine Herren- als auch eine Damentoilette mit Waschbecken vorhanden.

## **21.5 Kommunikationspolitik**

Nach Beratung mit meinem Anwalt, habe ich mich dazu entschlossen, das Café Glücklich als Einzelunternehmerin zu betreiben.

Die notwendigen Vorschriften für den Betrieb eines Cafés kann ich erfüllen. Hierzu gehören:

#### **Gaststättenerlaubnis.**

Die persönliche Zuverlässigkeit ist gegeben. Zum Nachweis werde ich einen Auszug aus dem Bundeszentralregister, Gewerbezentralregister, sowie eine Unbedenlichkeitsbescheinigung des Finanzamtes als auch der Gewerbesteuerbehörde einholen. Negative Einträge liegen nicht vor.

Die fachliche Eignung werde ich über einen Besuch der Gaststättenunterrichtung nach § 4 Gaststättengesetz und eine Bescheinigung der Erstbelehrung des örtlichen Gesundheitsamtes nachweisen.

Die objektbezogenen Voraussetzungen werde ich ebenfalls erfüllen. Ein unterschrittsreifer Mietvertrag und ein Grundriss der Räumlichkeiten finden sich im Anhang zum Businessplan. (Im Beispiel-Businessplan nicht enthalten) Die Örtlichkeit wurde vom Vormieter bereits als Gaststätte betrieben und der Umbau wird von einer branchenerfahrenen befreundeten Architektin unentgeltlich begleitet.

#### **Regelungen zu Hygiene und Verbraucherschutz**

Die entsprechenden Regelungen sind mir bekannt und werden von mir berücksichtigt, d.h. ich werde Hygienepläne auf- und umsetzen, sowie die Auszeichnungspflichten in der Speisekarte berücksichtigen.

**Auß enbewirtschaftung** Von den Außenbereichen wird grundsätzlich wenig Lärm ausgehen: Das Cafe wird nur tagsüber geöffnet sein und die Gäste legen Wert auf eine ruhige Atmosphäre (ohne Musik und lautstarke Unterhaltung).

## **22 Vertriebspolitik**

## **23 Vertriebspolitik**

## **24 Vertriebspolitik**

## **25 Finanzen**

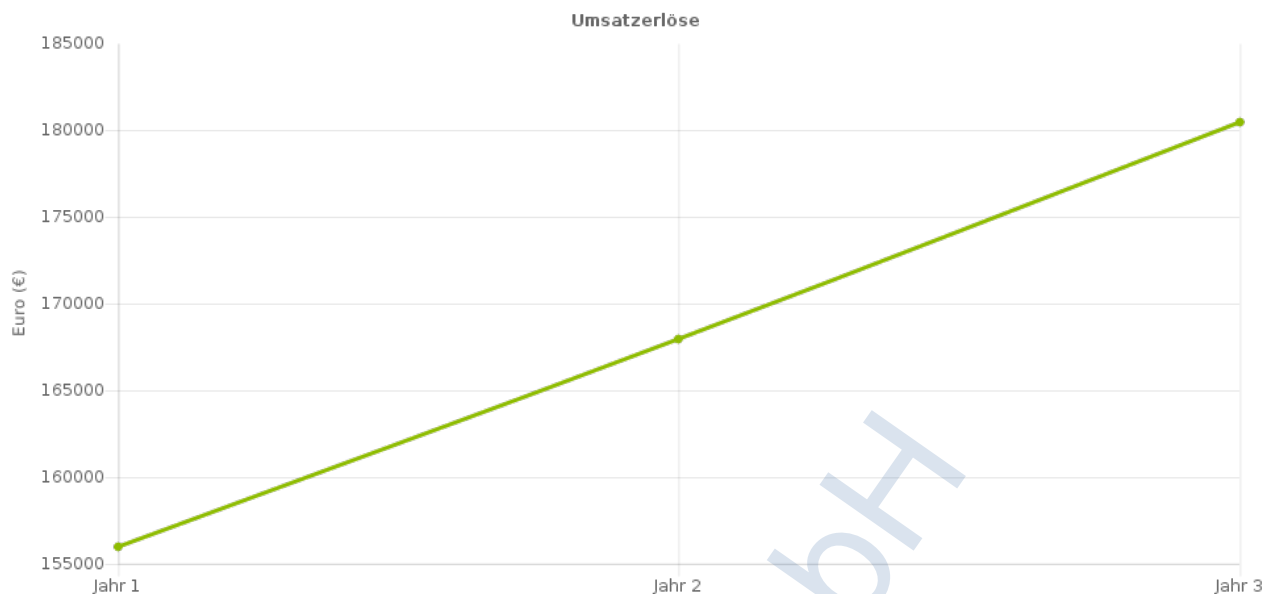
### **25.1 Geschäftsmodell & Kerngeschäft**

#### **Umsätze**

von Juni 2008 bis Mai 2011

Tabelle zeigt Nettowerte (ohne Umsatzsteuer)

<b>Name</b>	<b>Jahr 1</b>	<b>Jahr 2</b>	<b>Jahr 3</b>
Speisen	52.031 €	55.280 €	58.333 €
Getränke	62.025 €	64.997 €	69.070 €
Speisen (außer Haus)	19.031 €	21.673 €	24.113 €
Getränke (außer Haus)	22.838 €	26.008 €	28.935 €
<b>Summe Umsätze</b>	<b>155.925 €</b>	<b>167.957 €</b>	<b>180.450 €</b>
<b>Summe Direkte Kosten</b>	<b>37.411 €</b>	<b>39.620 €</b>	<b>41.766 €</b>
<b>Rohgewinn</b>	<b>118.514 €</b>	<b>128.338 €</b>	<b>138.684 €</b>
<b>Rohgewinn %</b>	<b>76 %</b>	<b>76 %</b>	<b>77 %</b>



## 25.2 Organisation

### Direkte Kosten

von Juni 2008 bis Mai 2011

Tabelle zeigt Nettowerte (ohne Umsatzsteuer)

Name	Jahr 1	Jahr 2	Jahr 3
Speisen			
Wareneinsatz	16.234 €	16.936 €	17.550 €
Getränke			
Wareneinsatz	11.166 €	11.490 €	11.988 €
Speisen (außer Haus)			
Wareneinsatz	5.900 €	6.597 €	7.206 €
Getränke (außer Haus)			
Wareneinsatz	4.111 €	4.597 €	5.022 €

### Personalausgaben

von Juni 2008 bis Mai 2011

Personalausgaben beinhalten alle Lohnnebenkosten (umgangssprachlich "Arbeitgeber-Brutto")

Name	Jahr 1	Jahr 2	Jahr 3
Servicekraft	26.568 €	27.360 €	28.176 €
Küchenaushilfe	6.648 €	6.840 €	7.044 €
<b>Summe Personalausgaben</b>	<b>33.216 €</b>	<b>34.200 €</b>	<b>35.220 €</b>

## Betriebsausgaben

von Juni 2008 bis Mai 2011

Tabelle zeigt Nettowerte (ohne Umsatzsteuer)

Name	Jahr 1	Jahr 2	Jahr 3
Miete	13.200 €	13.200 €	13.200 €
Heiz-, Strom- & Wasserkosten	3.000 €	3.000 €	3.000 €
Versicherung (Betriebshaftpflicht- & Sachinhaltversicherung)	600 €	1.000 €	1.450 €
Werbung	1.800 €	1.800 €	1.800 €
Telefon & Internet	480 €	480 €	480 €
Büromaterial	360 €	360 €	360 €
Steuerberatung (inkl. Buchhaltung & Jahresabschluss)	2.380 €	2.380 €	2.380 €
Instandhaltung Inventar	720 €	720 €	720 €
Kleinteile Küche und Gastraum	600 €	600 €	600 €
Leasing (Kilometervertrag, Laufleistung max. 10.000 km, 36 Monate, Angebot angehängt, Anzahlung 3000 EUR siehe Kapitalbedarf)	1.320 €	1.320 €	1.320 €
PKW-Kosten (Benzin, Steuern, Versicherung, Reparaturen)	2.400 €	2.400 €	2.400 €
<b>Summe Betriebsausgaben</b>	<b>26.860 €</b>	<b>27.260 €</b>	<b>27.710 €</b>

## 25.3 Privatentnahme

### Private Ausgaben

von Juni 2008 bis Mai 2011

Name	Jahr 1	Jahr 2	Jahr 3
Lebensunterhalt (inkl. private Miete, Energiekosten, Telefon, Verpflegung, Kleidung, Rücklage Urlaub und Unerwartetes)	13.200 €	15.600 €	18.000 €
Krankenversicherung	4.800 €	4.800 €	4.800 €
Rentenversicherung	2.400 €	2.400 €	2.400 €
sonstige Versicherungen (Haft, Unfall, Hausrat)	540 €	540 €	540 €
Vorauszahlung bzw. Rücklage Einkommensteuer	12.000 €	19.992 €	23.280 €
<b>Summe Private Ausgaben</b>	<b>32.940 €</b>	<b>43.332 €</b>	<b>49.020 €</b>

Die Privatentnahmen erhöhen sich, da von einem steigenden Lebensunterhalt und sich erhöhenden Belastungen durch die Einkommenssteuer ausgegangen wird.

## 25.4 Gewinn- & Verlustplanung

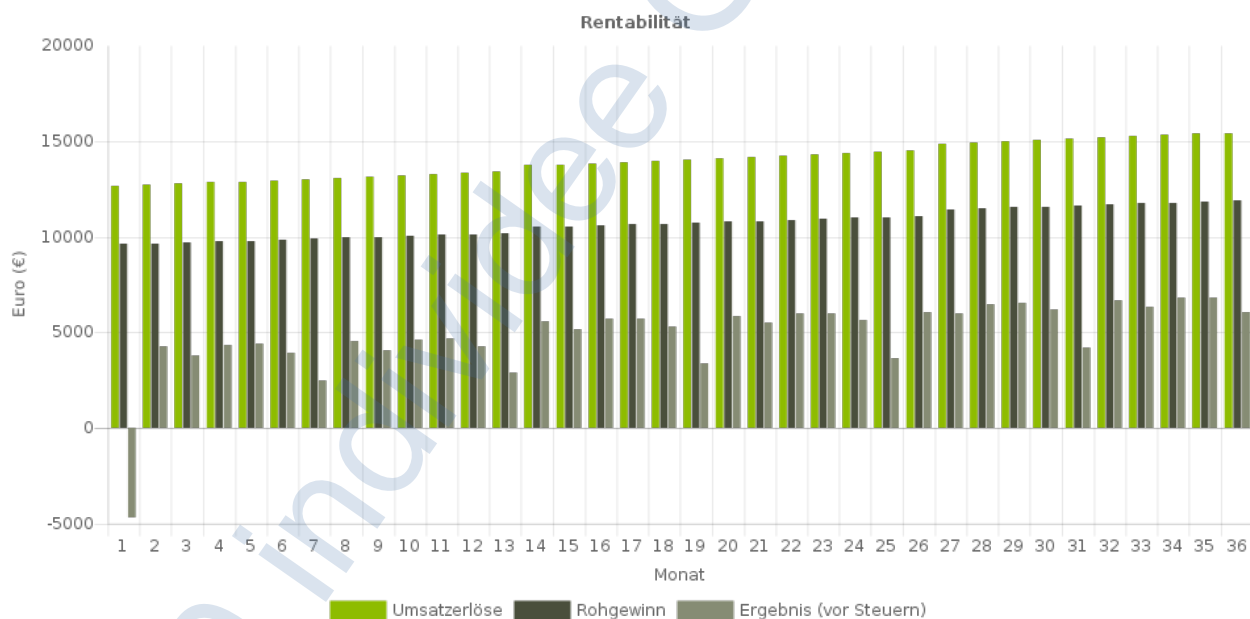
## Rentabilität

von Juni 2008 bis Mai 2011

Tabelle zeigt Nettowerte (ohne Umsatzsteuer)

Name	Jahr 1	Jahr 2	Jahr 3
Umsatzerlöse	155.925 €	167.957 €	180.450 €
Direkte Kosten	37.411 €	39.620 €	41.766 €
<b>Rohgewinn</b>	<b>118.514 €</b>	<b>128.338 €</b>	<b>138.684 €</b>
Gründungskosten	6.500 €		
Personalaufwand	33.216 €	34.200 €	35.220 €
Betriebsaufwand	26.860 €	27.260 €	27.710 €
Abschreibungen	9.428 €	2.378 €	2.378 €
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>42.510 €</b>	<b>64.500 €</b>	<b>73.377 €</b>
Zinsen	1.920 €	1.818 €	1.542 €
<b>Ergebnis (vor Steuern)</b>	<b>40.590 €</b>	<b>62.682 €</b>	<b>71.835 €</b>
<b>Überschuss / Fehlbetrag</b>	<b>40.590 €</b>	<b>62.682 €</b>	<b>71.835 €</b>

Der Betriebsergebnis vor Steuern wird schon im ersten Monat positiv sein und wird sich im Beobachtungszeitraum kontinuierlich steigern.



## 25.5 Liquidität

### Liquidität zu Geschäftsbeginn

Tabelle zeigt Bruttowerte (inkl. Umsatzsteuer)

	Gründung
Geldeinlagen	14.000 €

Kredite	24.000 €
Investitionen	29.214 €
Gründungskosten	7.735 €
Rückerstattung MwSt Investitionen	4.664 €
Rückerstattung MwSt Gründungskosten	1.235 €
<b>Anfangsbestand zu Geschäftsbeginn</b>	<b>6.950 €</b>

## Liquidität

von Juni 2008 bis Mai 2011

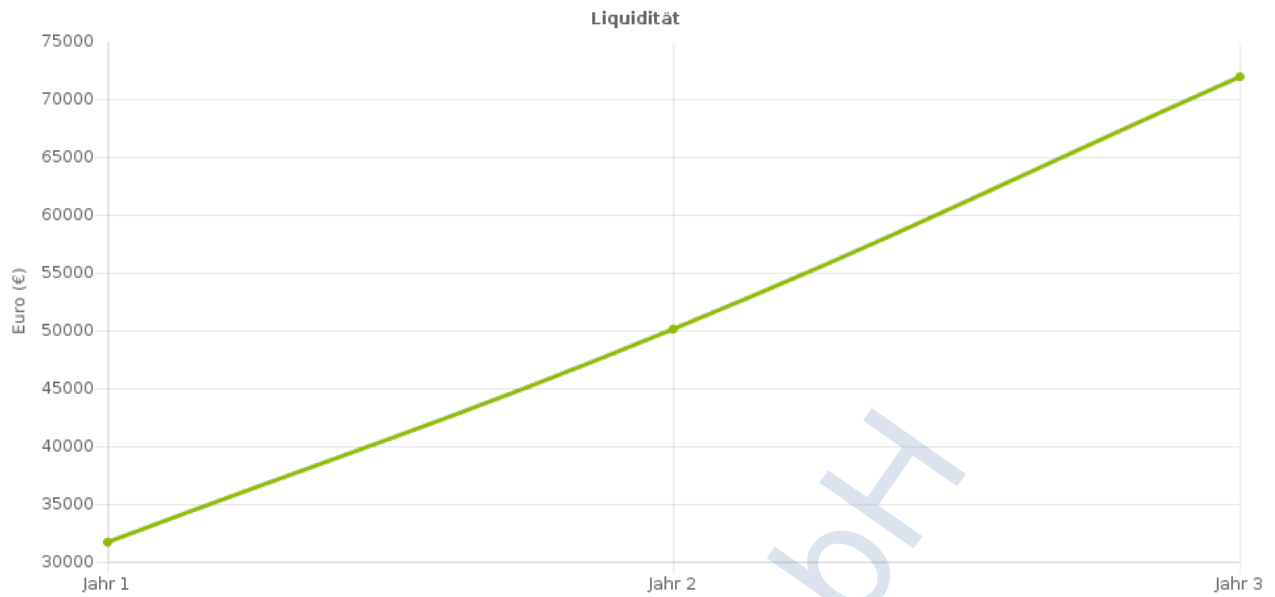
Tabelle zeigt Bruttowerte (inkl. Umsatzsteuer)

	Jahr 1	Jahr 2	Jahr 3
<b>Anfangsbestand</b>	<b>6.950 €</b>	<b>31.657 €</b>	<b>50.059 €</b>
Umsatzerlöse	180.526 €	194.148 €	208.370 €
Direkte Kosten	44.519 €	47.148 €	49.702 €
Personalausgaben	33.216 €	34.200 €	35.220 €
Betriebsausgaben	31.849 €	32.249 €	32.699 €
Zinsen	1.920 €	1.818 €	1.542 €
Tilgung	0 €	3.428 €	3.428 €
MwSt-Zahlung an/von Finanzamt	11.375 €	13.571 €	14.871 €
Privatentnahmen	32.940 €	43.332 €	49.020 €
<b>Überschuss / Fehlbetrag</b>	<b>24.707 €</b>	<b>18.401 €</b>	<b>21.888 €</b>
<b>Endbestand</b>	<b>31.657 €</b>	<b>50.059 €</b>	<b>71.947 €</b>

Die Position "Privatentnahmen" wird durch die Differenz aus privaten Ausgaben und privatem Einkommen ermittelt. Sollte das private Einkommen die privaten Ausgaben übersteigen werden die Privatentnahmen automatisch auf null gesetzt.

Die Liquidität des Café Glücklich wird sich kontinuierlich verbessern und gerade im zweiten bzw. dritten Geschäftsjahr Spielraum für neue Investitionen und unvorhergesehene Kosten bieten.





## 25.6 Kapitalbedarf & Finanzierung

### Investitionen

von Juni 2008 bis Mai 2011

Tabelle zeigt Nettowerte (ohne Umsatzsteuer)

Name	Wert
Küchenmaschinen	3.000 €
Küchenmöbel	500 €
Küchenkleinteile (Töpfe, Bleche, Messer)	750 €
Verkaufstheke	2.500 €
Espressomaschine	2.500 €
Kleingeräte Theke (Saftpresse, Blender)	800 €
Besteck, Geschirr, Gläser	1.000 €
Konditoreivitrine	2.400 €
Rückwandregal & Thekenverkleidung	1.500 €
Registrierkasse	600 €
Telefon, Fax und einfache TK-Anlage	200 €
8 Tische & 25 Stühle (je < 410 EUR)	3.500 €
Dekoration (GWG)	800 €
Umbaukosten (siehe Anhang)	4.500 €
<b>Summe Investitionen</b>	<b>24.550 €</b>
<b>Summe Sacheinlagen</b>	<b>0 €</b>

## Gründungskosten

von Juni 2008 bis Mai 2011

Tabelle zeigt Nettowerte (ohne Umsatzsteuer)

Name	Wert
Beratung Anwalt (Verträge, Gründung)	1.500 €
Beratung Steuerberater (Gründung)	1.000 €
Erstausstattung Vorräte	1.000 €
PWK (Anzahlung Leasing)	3.000 €
<b>Summe Gründungskosten</b>	<b>6.500 €</b>

## Kapitalbedarf

von Juni 2008 bis Mai 2011

Tabelle zeigt Nettowerte (ohne Umsatzsteuer)

Name	Wert
Investitionen	24.550 €
Sacheinlagen	0 €
Gründungskosten	6.500 €
Kapitalbedarf für Anlaufphase	0 €
Liquiditätsreserve	10.000 €
<b>Gesamtkapitalbedarf</b>	<b>41.050 €</b>

Mit dem Kapitalbedarf (auch Betriebsmittelbedarf) für die Anlaufphase sollen die anfänglichen Fehlbeträge finanziert werden. Diese entstehen solange die Umsatzerlöse geringer als die Auszahlungen sind. Rechentechnisch entspricht der Kapitalbedarf für die Anlaufphase dann dem Minimum der monatlich kumulierten Liquiditätsüberschüsse und -fehlbeträge.

## Finanzierung

von Juni 2008 bis Mai 2011

Name	Wert	Nominalbetrag	Zinsen	Laufzeit
Eigene Mittel	14.000 €			
Sacheinlagen	0 €			
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>14.000 €</b>			
Investitionskredit	24.000 €	24.000 €	8 %	8 Jahre
<b>Summe Kredite</b>	<b>24.000 €</b>			
Kontokorrentkredit	10.000 €		11 %	
<b>Summe Fremdkapital</b>	<b>34.000 €</b>			

## Abgleich Kapitalbedarf und Finanzierung

<b>Gesamtkapitalbedarf</b>	<b>41.050 €</b>
<b>Summe Eigen- &amp; Fremdkapital</b>	<b>48.000 €</b>
<b>Überschüssiges Kapital</b>	<b>6.950 €</b>

## 26 Investitionen & Gründungskosten

© 2019 individeo GmbH