

## **Vedaserve GmbH**

**Sebastian Pioch | Nils Löwe**

**Alexanderstraße 1 | D-20099 Hamburg**

Eintragung im Handelsregister: Hamburg  
Registernummer: HRB 127018

---

# **Businessplan**

**Zeitraum 2015 – 2018**

**Entscheidend leichter entscheiden**

**Softwarelösungen & Seminare**

**Sebastian Pioch**

**+49-40-226325923**

**[pioch@vedaserve.com](mailto:pioch@vedaserve.com)**

**Nils Löwe**

**+49-0-40 839 888 50**

**[loewe@vedaserve.com](mailto:loewe@vedaserve.com)**

# Inhaltsverzeichnis

<b>Entscheidend leichter entscheiden.....</b>	<b>1</b>
<b>1 Zusammenfassung.....</b>	<b>1</b>
1.1 Business Oportunity.....	1
1.2 Gründerteam und Unternehmen.....	1
1.3 Finanzbedarf.....	1
1.4 Chancen & Risiken.....	1
<b>2 Geschäftsidee.....</b>	<b>2</b>
2.1 Produkte.....	2
2.1.1 Proofler FREE.....	3
2.1.2 Proofler PRO.....	3
2.1.3 Proofler BUSINESS.....	3
2.2 Kundenbedarf und -nutzen.....	4
2.3 Markt und Wettbewerb.....	4
2.3.1 Markt.....	4
2.3.2 Wettbewerb.....	5
<b>3 Kunden.....</b>	<b>6</b>
3.1 Zielgruppen.....	6
3.2 Vertriebswege.....	6
3.3 Kundenbindung.....	7
<b>4 Unternehmen.....</b>	<b>8</b>
4.1 Gründer.....	8
4.1.1 Motivation.....	8
4.1.2 Qualifikationen und Berufserfahrungen.....	8
4.1.3 Stärken und Schwächen.....	9
4.2 Mitarbeiter.....	9
4.3 Standort.....	9
4.4 Rechtsform und Vorschriften.....	9
<b>5 Chancen &amp; Risiken.....</b>	<b>10</b>
<b>6 Finanzierung.....</b>	<b>11</b>
6.1 Investitionsplan.....	11
6.2 Finanzierungsplan.....	11
6.3 Liquiditätsplan und Ertragsvorschau.....	11
6.3.1 Preise.....	12
6.3.2 Umsatz.....	12
6.3.3 Kosten.....	13
6.3.4 Rentabilität.....	14
6.3.5 Liquidität.....	14
6.4 Ausblick.....	14
<b>7 Quellen.....</b>	<b>15</b>
<b>8 Anhänge.....</b>	<b>15</b>

# 1 Zusammenfassung

## 1.1 Business Opportunity

*"Täglich steht der Mensch 20.000 Mal vor der Herausforderung zwischen Alternativen zu wählen."* schreibt der Neurobiologe Dr. Ernst Pöppel.

Bis zu 90 Prozent aller Entscheidungen fällen wir schnell und unbewusst. Handelt es sich um grundlegende Entschlüsse, überlegen wir mehrmals, was für uns das Richtige ist. Bei den schweren Entscheidungen stehen wir uns oft selber im Weg, die Ursachen und damit verbundenen Probleme sind seit Jahren Thema der Forschung und der Literatur.

**Der Proofler** bietet eine Lösung zur Verbesserung wissensbasierter Entscheidungen. Der Proofler hilft beim Finden der richtigen Optionen und individuellen Entscheidungskriterien und ermöglicht dem Nutzer, Entscheidungsalternativen nach selbst gewählten und gewichteten Kriterien zu bewerten. Der Nutzer vermeidet damit die unvollständige Datenbeschaffung, die meistens die Grundlage schlechter Entscheidungen ist. Das Tool berechnet und visualisiert im letzten Schritt die optimale Wahl.

## 1.2 Gründerteam und Unternehmen

Die Vedaserve GmbH entwickelt und vertreibt Softwarelösungen und bietet Beratungsdienstleistungen im Bereich wissensbasierte Entscheidungsfindung. Das erste Produkt ist der Proofler, eine Online-Anwendung zur Verbesserung wissensbasierter Entscheidungen. Die Vedaserve GmbH wurde im März 2013 von Sebastian Pioch, Nils Löwe, Wolfgang von Geramb und Jan Ahrens mit Sitz in Hamburg gegründet.

Geschäftsführer sind Sebastian Pioch (Schwerpunkte Business Development & Konzeption) und Nils Löwe (Schwerpunkte Entwicklung & Konzeption).

## 1.3 Finanzbedarf

Der Proofler wird als Online-Anwendung angeboten. Die Grundversion wurde aus Eigenkapital entwickelt, getestet und veröffentlicht. Es gibt erste Berichte über Vedaserve und den Proofler in der Fachpresse und es ist Feedback von ca. 500 Nutzern in die aktuelle Version eingeflossen.

Als nächster Schritt steht die breite Vermarktung des Proofers, sowie die Entwicklung der PRO-Version der Software an.

Für Entwicklung und Marketing wird eine Finanzierung von 500.000€ benötigt.

## 1.4 Chancen & Risiken

- ✓ Massenmarkt (First Mover Effekte)
- ✓ Relevanz des Produktes ist bereits nachgewiesen
- ✓ Bestehende Kontakte in Unternehmen und Hochschulen
- ✓ Existierende und getestete FREE Version ist online und wird aktiv genutzt
- ✓ Wertvolle Einsichten, wie genau Entscheidungen getroffen werden (Marktforschung)
- x Bisher geringe Bekanntheit der Marke und der Anwendung
- x Es gibt positives Feedback aus dem B2B und B2C Bereich, das Problemfeld mit dem größten Potential muss aber noch evaluiert werden

## 2 Geschäftsidee

### 2.1 Produkte

Die Vedaserve GmbH entwickelt und vertreibt Softwarelösungen und bietet Beratungsdienstleistungen im Bereich wissensbasierte Entscheidungsfindung. Das erste Produkt ist der Proofler, eine Online-Anwendung zur Verbesserung wissensbasierter Entscheidungen.

Täglich steht der Mensch 20.000 Mal<sup>1</sup> vor der Herausforderung zwischen Alternativen zu wählen, dabei werden bis zu 90 Prozent aller Entscheidungen schnell und unbewusst<sup>2</sup> gefällt. Handelt es sich um grundlegende Entschlüsse, wird mehrmals überlegt, was für uns das Richtige ist.

Bei den schweren Entscheidungen stehen wir uns oft selber im Weg, die Ursachen und damit verbundenen Probleme sind seit Jahren Thema der Forschung<sup>3</sup> und der Literatur<sup>4</sup>.

Die größten Hindernisse beim Treffen guter Entscheidungen entstehen aus einer fehlerhaften oder mangelnden Informationslage. Es werden typischerweise zu wenig Optionen betrachtet, oft weil wir uns unbewusst bereits für eine Option entschieden haben und nur bestätigende Informationen dazu beschaffen.

Der Proofler ermöglicht dem Nutzer Entscheidungsalternativen nach selbst gewählten und gewichteten Kriterien zu bewerten. Das Tool berechnet und visualisiert im letzten Schritt die optimale Wahl. Der Proofler hilft beim Finden der richtigen Optionen und Entscheidungskriterien und vermeidet damit die unvollständige Datenbeschaffung.

Neben einer ausreichenden Datenbeschaffung sind auch die somatischen Marker<sup>5</sup> wichtig für gute Entscheidungen. Der Proofler fragt dazu jeden Teilnehmer nach seinem Bauchgefühl für die einzelnen Optionen und bezieht dieses in die Berechnung mit ein.

Von dem Tool können sowohl Privatpersonen als auch Unternehmen profitieren. Beide Gruppen sind täglich elementaren Fragen ausgesetzt. Privatanwender treffen z.B. Entscheidungen über die passende Hochschule für den Masterstudiengang oder den nächsten Jobwechsel. Unternehmen müssen sich für die passenden Kandidaten bei Neueinstellungen oder für Produktentwicklungen und Marketingstrategien entscheiden. Gleichzeitig sehen sie sich auf Grund unvollständiger Informationen, Zeitmangel sowie fehlender Perspektivenwechsel mit dem Risiko einer Fehlentscheidung konfrontiert.

Werden jedoch alle Alternativen systematisch geprüft, sowie eine Entscheidung mit gutem Gefühl und aus gutem Grund getroffen, kann im Nachhinein auch besser mit Fehlentscheidungen umgegangen werden.

Der Proofler wird in drei Versionen (FREE, PRO, BUSINESS) angeboten, von denen die erste bereits existiert und aktiv genutzt wird. Die geplanten Funktionen der zwei weiteren Versionen sind durch Lean Startup Ansätze mit den zukünftigen Kunden evaluiert und stoßen auf großes Interesse.

---

1 vgl. Hirnforscher Dr. Ernst Pöppel, 2012

2 vgl. Freud, Das Ich und das Es, 2013

3 z.B. Kahneman, Thinking, fast and slow, 2012

4 z.B. Heath, Decisive, 2013 oder Gigerenzer, Bauchentscheidungen, 2008

5 vgl. Damásio, Self Comes to Mind, 2012

### 2.1.1 Proofler FREE

Die FREE Version des Prooflers bietet den vollständigen Entscheidungsprozess ab und kann kostenlos über die Webseite proofler.com genutzt werden.

Die Funktionen umfassen das Sammeln von Optionen und Entscheidungskriterien, die kollaborative Arbeit an einer Entscheidung, die Bewertung nach Fakten und nach Bauchgefühlen, sowie grundlegende Analysefunktionen für eine getroffene Entscheidung.

In der Grundversion werden dem Nutzer Werbeanzeigen und Affiliate-Links angezeigt. Die getroffenen Entscheidungen werden anonymisiert in eine Datenbank übernommen und für die Optimierung der Entscheidungen späterer Anwender genutzt. Ein Anwender der eine bestimmte Option anlegt bekommt dann auf Basis der Datenbank Vorschläge für weitere Optionen oder Entscheidungskriterien, die in anderen Entscheidungen in dem Kontext angelegt wurden.

In der Grundversion können keine User-Accounts angelegt werden. Ein Nutzer muss die Links zu seinen getroffenen Entscheidungen selber verwalten und ablegen.

### 2.1.2 Proofler PRO

Die PRO-Version bietet einen individuellen Zugang zum Proofler und richtet sich an Privat-anwender, kleine Unternehmen, sowie Coaches und Berater, die ihre Kunden regelmäßig bei der Entscheidungsfindung unterstützen. Zusätzlich zu den Basisfunktionen kann ein Nutzer der PRO-Version folgende Funktionen nutzen:

- **Export:** Eine Entscheidung kann als Whitepaper per pdf exportiert werden.
- **Vorlagen:** Wiederkehrende Entscheidungen können als Vorlage angelegt werden, das ist u.a. für Coaches und Berater hilfreich, die konkrete Probleme mit vielen ihrer Kunden lösen.
- **Experten:** Teilnehmer können als Experte in eine Entscheidung eingeladen werden. Die Experten tragen zur Datenbeschaffung bei und können kommentieren, müssen aber nicht an der Bewertung und Entscheidungsfindung teilnehmen.
- **Analyse:** Detailliertere Möglichkeiten zur Analyse der getroffenen Entscheidungen

Die Pro-Version enthält keine Werbeanzeigen und der Anwender kann selber entscheiden, ob eine Entscheidung anonymisiert in die allgemeine Datenbank aufgenommen werden soll.

Die PRO-Version wird 5€ pro Monat kosten, Bei jährlicher Zahlung wird ein Rabatt gewährt, zusätzlich gibt es eine kostenlose 30-Tage Testphase.

### 2.1.3 Proofler BUSINESS

Die Business-Version bietet ein komplexeres Anwender-Modell, detailliertere Analysefunktionen und eine Datenbank für getroffenen Entscheidungen im Unternehmen.

Im Gegensatz zu dem einen Anwender der Pro-Version können in der Business-Version beliebig viele Anwender den Account teilen. Nutzern kann eine bestimmte Rolle (wie z.B. Fachabteilung, Marketing, HR, ...) zugewiesen werden, nach denen die Entscheidung am Ende analysiert werden kann.

In Unternehmen entsteht das größte Problem mit Entscheidungen häufig aus der mangelnden Dokumentation. Entscheidungen werden dann entweder in mehreren Abteilungen parallel getroffen weil die entsprechenden Mitarbeiter nicht voneinander wissen, oder Entscheidungen aus der Vergangenheit können nicht mehr nachvollzogen werden, da die ur-

sprünglichen Entscheider nicht mehr bekannt sind oder zur Verfügung stehen.

Die Business-Version löst genau dieses Problem, indem zusätzlich zum eigentlichen Entscheidungsprozess eine Datenbank mit Suchfunktion für die Proofler-Entscheidungen zur Verfügung steht.

Die BUSINESS-Version wird 50€ pro Monat kosten, Bei jährlicher Zahlung wird ein Rabatt gewährt, zusätzlich gibt es eine kostenlose 30-Tage Testphase.

## 2.2 Kundenbedarf und -nutzen

Mit dem Proofler wird der Nutzer beim Treffen von schweren Entscheidungen unterstützt. Dabei werden die Entscheidungsdepressionen vermieden, bei denen eine Person eine wichtige Entscheidung aufschiebt. Zusätzlich erleichtert der Proofler den Umgang mit möglichen Fehlentscheidungen, da die Entscheidungen mit der bestmöglichen Informationslage und unter Berücksichtigung von Ratio und Bauch getroffen wurde.

Der Proofler erleichtert die Entscheidungen in einer Gruppe, indem alle Teilnehmer an der Datenbeschaffung und der Bewertung beteiligt werden. Der kollaborative Ansatz führt zu einer größeren Akzeptanz der getroffenen Entscheidung, da alle Stimmen in die Entscheidung einfließen und die Transparenz erhöht wird. Zusätzlich erleichtert die Nutzung eines Online-Tools den Prozess der Entscheidungsfindung.

Unternehmen können mit dem Proofler ihre getroffenen Entscheidungen dokumentieren und wiederverwenden. Mitarbeiter können herausfinden ob eine bestimmte Entscheidung bereits in einer anderen Abteilung getroffen wurde und somit unnötige Arbeit einsparen. Vergangene Entscheidungen können nachvollzogen werden, auch wenn die ursprünglichen Entscheider nicht mehr bekannt oder verfügbar sind.

Aus der wachsenden Datenbank der FREE Version des Proofers lassen sich langfristig wertvolle Erkenntnisse über das Entscheidungsverhalten der Nutzer ableiten. Beispielsweise ließe sich aus der Proofler-Datenbank ableiten, dass eine große Anzahl der Käufer eines Autos immer auch zwei weitere Modelle zur Wahl gestellt hatten. Zusätzlich wäre bekannt, welche Kriterien den Käufern eines bestimmten Autos wichtig waren.

Diese Daten für Unternehmen interessant, die daraus ihre Marketingmaßnahmen optimieren können. Für die Nutzer des Proofers lassen sich die Entscheidungen verbessern, indem zur Entscheidung passende Optionen und Kriterien vom Tool vorgeschlagen werden.

## 2.3 Markt und Wettbewerb

### 2.3.1 Markt

Dadurch, dass der proofler auf eine Vielzahl von Entscheidungsarten angewendet werden kann, sehen wir sowohl einen B2B- als auch einen B2C-Markt. Folgende Zahlen skizzieren allein das Potenzial für einige Bereiche am Bsp. des deutschen Marktes:

- **Karrieremöglichkeiten:** Jedes Jahr beginnen ca. 4 Mio. Menschen ein Studium
- **Personalfragen:** Jedes Jahr werden ca. 30 Mio. Personalentscheidungen getroffen
- **Konsumententscheidungen:** Etwa 10 Mio. Fahrzeuge wechseln jährlich ihren Besitzer.

Darüber hinaus belegen Studien, dass ca. 70 % der Befragten das Internet als hilfreich ansehen, um Entscheidungen zu unterstützen und 67 % gaben an, dass sie die persönliche Intuition (Bauchgefühl) als wichtig erachten, um Entscheidungen zu treffen.

### 2.3.2 Wettbewerb

Ein direkt vergleichbares Tool wie der Proofler existiert derzeit nicht. Es gibt eine Reihe von Werkzeugen, die jeweils eine Teilmenge der Funktionen des Proofers enthalten und auch mit der Unterstützung von Entscheidungen werben:

#### **Tricider**

Kollaborativer Ansatz zum Sammeln von Ideen. Es fehlt die Bewertung nach Kriterien und Bauchgefühl.

#### **Doodle, Threema (Abstimmungen)**

Tools zur Terminfindung, bzw. Messaging. Es können einfache Abstimmungen auf allgemeine Optionen durchgeführt werden. Die Bewertung nach Kriterien und Bauchgefühl fehlt.

#### **Easy Polls, SurveyMonkey, PollSnack (uvm.)**

Tools zur Durchführung (komplexer) Umfragen. Das Ziel der Umfragen ist jedoch ein ganz anderes, es fehlen Kriterien und Bewertung nach Bauchgefühl.

## 3 Kunden

### 3.1 Zielgruppen

Kaum ein anderes Thema beherrscht die Medien so kontinuierlich wie das Dilemma, die richtigen Entscheidungen treffen zu können. Sowohl im privaten Kontext als auch in der Geschäftswelt wird häufig diskutiert, welche Methoden geeignet sind bzw. welche Fehler man beim Entscheiden begehen kann. Insbesondere die Phänomene „Globalisierung“ (der Nutzer hat viele Optionen) und „Digitalisierung“ (der Nutzer erfährt von vielen Optionen) sorgen dafür, dass vielen Menschen das Entscheiden schwer fällt.

Folgende Beispiele zeigen auf, in welchen Bereichen jene Entscheidungsdepressionen vorkommen können:

- **Karrieremöglichkeiten:** Welches Studium bzw. welches Unternehmen passt zu mir?
- **Personalfragen:** Täglich stellen Unternehmen Mitarbeiter ein. Sind es die richtigen?
- **Gesundheitssektor:** Patienten stehen vor der Frage, welcher Klinik sie vertrauen sollen.
- **Konsumententscheidungen:** Welches Produkt erfüllt meine Bedürfnisse am besten?

Die Kunden der kostenlosen FREE-Version sind überwiegend Privatanutzer, die unregelmäßig schwere Entscheidungen treffen müssen. Die Schwerpunkte liegen hier in den Bereichen Karriere, Medizin/Gesundheit und Konsum.

Die Kunden der PRO-Version sind überwiegend Coaches und Berater, sowie Freiberufler, Unternehmensgründer und Familien. Diese Kunden unterstützen entweder regelmäßig ihre eigenen Kunden beim Treffen von Entscheidungen oder sind gerade in einer Situation in der eine größere Zahl von Entscheidungen ansteht, wie zum Beispiel während der Gründung eines Unternehmens.

Die Kunden der BUSINESS-Version sind kleine und mittelständische Unternehmen, die regelmäßig eine gewisse Anzahl von Entscheidungen treffen, an denen jeweils mehrere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beteiligt sind. Für diese Unternehmen war in der Vergangenheit entweder die mangelnde Dokumentation oder die fehlende Systematik beim Treffen von Entscheidungen ein Problem.

### 3.2 Vertriebswege

Der Proofler wird als Online-Anwendung vertrieben. Unsere Kunden erreichen wir über online Werbung (google Ads, Facebook Ads), unseren Blog, unseren Auftritt in den sozialen Netzwerken und über aktive Pressearbeit.

Konkret werden wir folgende Kanäle nutzen:

- Eigener Internetauftritt: vedaserve.com und proofler.com
- Social Media Profile (Xing, LinkedIn, Twitter, Facebook, google+, Youtube)
- Eintrag in Verzeichnisse: hamburg-startups.de, deutsche-startups.de, ...
- Nutzung der bestehenden Firmen- und Hochschulkontakte
- GoogleAdwords- und Facelift-Kampagnen
- Werbeanzeigen in relevanten Printmedien
- Roadshow, Messeauftritte
- Gastbeiträge in Blogs



### 3.3 Kundenbindung

Der Proofler ist ein Online-Tool, daher wird sich die Kundenbindung ebenfalls primär auf digitale Kanäle fokussieren. Der Proofler unterstützt und fördert Entscheidungen als Gruppe, bzw. die Einbeziehung von Freunden, Kollegen und Experten in Entscheidungen. Durch diese kollaborative Art der Entscheidungsfindung ergeben sich Möglichkeiten der viralen Verbreitung.

Wir werden diese Möglichkeiten aktiv fördern, indem wir das Einladen von Teilnehmern über die sozialen Netzwerke wie Facebook unterstützen, sowie getroffene Entscheidungen sich als "Erfolgsereignis" der Nutzer über die sozialen Netzwerke teilen lassen.

Über unsere eigenen Profile bei Facebook, google+, Twitter und Youtube und unseren Blog werden wir relevante Informationen zum Thema Entscheidungsfindung teilen, um hier Vedaserve und den Proofler zu einer bekannten und hilfreichen Marke für Entscheidungen zu etablieren.

Der Proofler verwendet den externen Dienst UserVoice, mit dem Anwender mit minimalen Aufwand Feedback geben und Fehler und Verbesserungsvorschläge melden können. Diesen Kanal nutzen wir aktiv und reagieren auf Rückmeldungen schnell und persönlich.

## 4 Unternehmen

### 4.1 Gründer

#### 4.1.1 Motivation

Jeder der vier Gründer hat durch seinen persönlichen Weg in der Ausbildung, im Studium und in der Karriere immer wieder Erfahrungen mit großen Entscheidungen gemacht. Wir alle kennen die Herausforderungen schwerer Entscheidungen, sowie die Konsequenzen guter und schlechter Entscheidungen.

Alle vier Gründer verbindet der lang gehegte Plan, ein eigenes Unternehmen zu schaffen und aufzubauen. Sebastian Pioch hat aus dem Grund diesen Bereich zum Gegenstand seiner Promotion gemacht, Nils Löwe ist seit vielen Jahren als Freiberufler selbstständig, Jan Ahrens befasst sich seit langem aktiv mit der Open-Source-Szene und Wolfgang von Geramb ist seit 12 Jahren Gründer und Geschäftsführer der Robinizer GmbH.

Als sich das Team 2013 gefunden hat, traf hohe Motivation für den Aufbau eines gemeinsamen Unternehmens, sowie gemeinsames Interesse an der Verbesserung der heutigen Entscheidungsfindung aufeinander.

Zusammen wollen mit unseren Produkten dabei helfen, den Menschen einfacheres und besseres Entscheiden zu ermöglichen.

#### 4.1.2 Qualifikationen und Berufserfahrungen

**Sebastian Pioch**, Jahrgang '75, arbeitet u.a. als Dozent für Entrepreneurship an einer privaten Hochschule in Hamburg. Er hat Medien & Informationswissenschaften mit Abschluss Dipl. Dok. (FH) an der HAW Hamburg studiert und promoviert aktuell zum Thema „Startup-Intelligence“ an der FU Konrad Wolf.

**Nils Löwe**, Jahrgang '82, unterstützt als Consultant Unternehmen und Existenzgründer mit Coaching und Softwareentwicklung. Er hat technische Informatik mit Abschluss Dipl. Ing. (FH) an der FH Wedel und Elektrotechnik an der Fernuni Hagen mit Abschluss M.Sc. studiert.

**Jan Ahrens**, Jahrgang '86, arbeitet als Senior Softwareentwickler bei der XING AG. Er hat Informatik mit Abschluss als B.Sc. an der FH Wedel studiert.

**Wolfgang von Geramb**, Jahrgang '70, ist Gründer und Geschäftsführer der Designagentur Robinizer GmbH. Er hat Kommunikationsdesign an der HTK Hamburg und dem Art Center Pasadena Los Angeles gelernt und studiert.

### **4.1.3 Stärken und Schwächen**

Das Gründungsteam bringt Wissen und Erfahrungen aus den Bereichen Softwareentwicklung, Design, Marketing, sowie Unternehmensgründung und Geschäftsführung mit. Jeder der Gründer hat eine umfassende Ausbildung und Berufserfahrungen auf seinem Gebiet.

Jeder der Gründer bringt ein aktives Netzwerk ein, das sich über die Gebiete Softwareentwicklung, Design und Strategie, sowie in viele Unternehmen und Hochschulen erstreckt.

Seit der Gründung im Jahr 2013 haben alle vier Gründer ihren Lebensunterhalt weiterhin mit ihren ursprünglichen Jobs und Kunden verdient. Dadurch war die Vedaserve GmbH in der Situation, dass lediglich die laufenden Betriebskosten gedeckt werden mussten.

Im Gegenzug waren dadurch die Ressourcen für die Entwicklung des Proofers bislang begrenzt. Bisher war das teilweise ein Vorteil, da viele Konzepte erst entstehen und getestet werden mussten. Mittlerweile sind der Weg und das Konzept aber so klar, dass die limitierte Entwicklungskapazität aktuell die größte Hürde darstellt.

## **4.2 Mitarbeiter**

Derzeit arbeiten die vier Gründer am Unternehmen, beziehen aber kein Gehalt. Für die weiteren Schritte sollen zunächst Nils Löwe und Sebastian Pioch mehr Zeit in das Unternehmen investieren und dafür ein Gehalt beziehen. Nils Löwe wird seine volle Arbeitszeit investieren, Sebastian Pioch wird seine Stelle an der Hochschule Fresenius auf 50% reduzieren.

Weitere Arbeiten werden zunächst an externe Partner wie Agenturen und Freelancer vergeben. Die Einstellung eigener Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wird angestrebt, sobald diese aus eigenen Umsätzen finanziert werden können.

## **4.3 Standort**

Das Unternehmen ist in Hamburg registriert und ist derzeit im GründungsService der HAW Hamburg gemeldet. Zurzeit arbeitet das Team aus dem Home Office und nutzt für Besprechungen die Räume der Robinizer GmbH.

Für die weitere Zukunft des Unternehmens wird ein eigenes Büro in Hamburg, bzw. Beteiligung an einer Bürogemeinschaft angestrebt.

## **4.4 Rechtsform und Vorschriften**

Die Vedaserve GmbH ist seit 2013 in Hamburg registriert und unter der Registernummer HRB 127018 im Handelsregister eingetragen.

## 5 Chancen & Risiken

Die größte Chance für das Unternehmen ist der große, potentielle Kundenkreis. Das Interesse am Proofler ist sowohl im B2C als auch im B2B Bereich u.a. durch Presseberichte, mehrere Forschungsprojekte der Hochschule Fresenius und umfangreiches Feedback von Test-Anwendern nachgewiesen worden. Durch den kollaborativen Ansatz besteht zudem die Chance auf schnelle Verbreitung durch die sozialen Netzwerke.

Die Größe des potentiellen Kundenkreises stellt gleichzeitig ein Risiko dar, da die Gefahr besteht, dass wir nicht die Zielgruppen mit der höchsten Relevanz erschließen. Diesem Risiko begegnen wir durch die Konzentration auf spezielle Zielgruppen, in denen der Bedarf bereits bekannt ist. Wir beginnen mit Personalentscheidungen in kleinen und mittleren Unternehmen, Entscheidungen im Kontext der Unternehmensgründung und privaten Entscheidungen im Karriere-, Medizin- und Konsumbereich.

Eine weitere Chance bietet die Tatsache, dass es bisher kein vergleichbares Angebot gibt. Unsere Marktrecherche hat das Interesse an einem Produkt wie dem Proofler deutlich gezeigt. Studien haben außerdem gezeigt, dass 70% der Befragten<sup>6</sup> das Internet als hilfreich für Entscheidungsfindungen bewerten und dass 67% der Befragten<sup>7</sup> ihre Intuition bei Entscheidungen berücksichtigen.

Ein generelles Risiko bei Online-Anwendungen besteht in der Nachahmung durch Copy-Cats. Dieses Risiko ist einer der Gründe für die angestrebte Finanzierung, da wir in der kommenden Zeit unsere Bekanntheit als First-Mover etablieren und stärken wollen.

Für den Vertrieb von Softwareprodukten gibt es zahllose Geschäftsmodelle. Die ausgewählten, weiter oben beschriebenen Modelle stellen den derzeitigen Stand der Technik dar und erscheinen zum jetzigen Zeitpunkt erfolgversprechend. Trotzdem besteht das Risiko, dass die gewählten Modelle nicht optimal sind. Den Erfolg der gewählten Geschäftsmodelle werden wir regelmäßig überprüfen und ggf. korrigierend eingreifen.

Eine langfristige Chance bietet die wachsende Menge an dokumentierten Entscheidungen. Diese Daten bieten wertvolle Einblicke in die Entscheidungsfindung von Individuen und Gruppen, die sich sowohl für die Wissenschaft, als auch für die Marktforschung verwerten lassen. In diesem Zusammenhang muss unbedingt ein solider Datenschutz und die Anonymisierung der personenbezogenen Daten gewahrt werden, damit aus der Chance kein Risiko wird.

---

<sup>6</sup> Fleishman-Hillard / Statista 2015

<sup>7</sup> Shell / Statista 2015

## 6 Finanzierung

Im Anhang sind die hier beschriebenen Daten in genaueren Rechnungen dargestellt. In den folgenden Abschnitten werden die Annahmen zu den Berechnungen erläutert.

### 6.1 Investitionsplan

Die größten Investitionen werden externe Dienstleistungen für zusätzliche Kapazitäten für Softwareentwicklung und UX/Design getätigt. Der Umfang der PRO- und der BUSINESS-Version ist mittlerweile relativ gut kalkulierbar, dazu werden temporär Freelancer für einzelne Arbeitspakete beauftragt. Der Kern der Software wird weiterhin durch Nils Löwe und Jan Ahrens entwickelt und gepflegt, damit die langfristige Qualität sichergestellt werden kann. Für externe Entwicklungs- und Designdienstleistungen werden 90.000€ bis Ende 2016 eingeplant.

Weiterhin werden 10.000€ pro Monat für Marketing und Werbung geplant, um schnell die Bekanntheit des Proofers zu erreichen.

Es sind keine großen Investitionen in Infrastruktur oder Hardware notwendig. Die Arbeitsmittel existieren bereits, die Server werden flexibel nach Bedarf angemietet. Die mittelfristigen Kosten für Entwicklungs- und Kommunikations-Tools werden voraussichtlich 300€ / Monat erreichen.

Mittelfristig wird ein Platz in einer Bürogemeinschaft angestrebt. Die Kosten dafür liegen voraussichtlich bei maximal 500€ / Monat.

### 6.2 Finanzierungsplan

Als Fremdkapital werden 500.000€ angestrebt. Davon sollen 100.000€ über eine Crowdfunding Kampagne und 400.000€ über einen oder mehrere Business Angels eingeworben werden.

Davon sollen die Entwicklung der PRO- und der BUSINESS-Versionen, sowie eine erste Marketing-Kampagne finanziert werden. Sollten die erwarteten Nutzerzahlen eintreten, wird der Break-Even im ersten Halbjahr 2017 erreicht, ohne dass dazu eine weitere Investition notwendig wäre.

### 6.3 Liquiditätsplan und Ertragsvorschau

Eine detaillierte Planung der liquiden Mittel ist in Anhang dargestellt. Die Annahmen, die der Planung zugrunde liegen, sind folgende:

- 500.000€ Finanzierung bis H1/2016, davon 100.000€ im Q4 2015
- **Fertigstellung der PRO-Version im Q1 / 2016**
- 3000 PRO-Anwender Ende 2016
- 50.000 PRO-Anwender Ende 2018
- **Fertigstellung der BUSINESS-Version im Q3/2016**
- 100 BUSINESS-Anwender Ende 2016
- 5000 BUSINESS-Nutzer Ende 2018

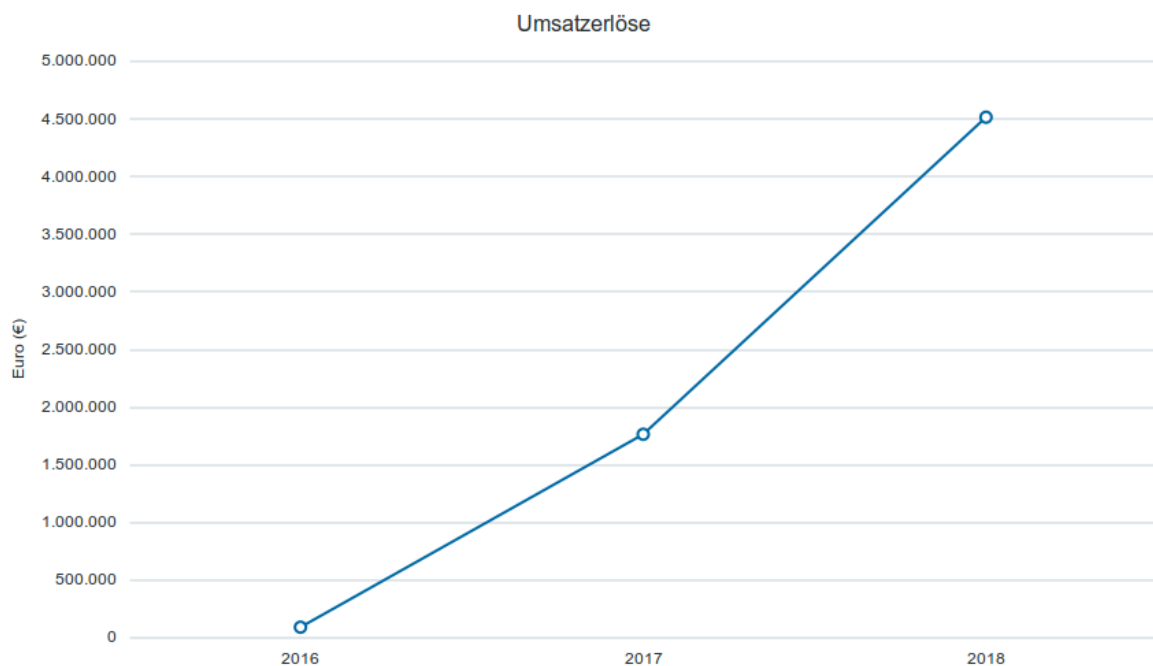
### 6.3.1 Preise

Die in diesem Abschnitt genannten Preise bewegen sich in den aktuell üblichen Preisspannen für mobile Applikationen und Webanwendungen, die Kunden bereits für andere Anwendungen zahlen.

Proofler FREE	0€ / Werbeanzeigen	0 € / Werbeanzeigen
Proofler PRO	5€ / Monat	49€ / Jahr
Proofler BUSINESS	50€ / Monat	490€ / Jahr

### 6.3.2 Umsatz

Die dargestellten Umsätze basieren auf angenommenen 3000 PRO- und 100 BUSINESS-Anwendern Ende 2016 und 50.000 PRO- sowie 5000 BUSINESS-Anwendern Ende 2018. Daraus ergeben sich folgende Umsätze.



	2016	2017	2018
Proofler FREE	22.500 €	110.925 €	206.780 €
Proofler PRO	56.700 €	792.750 €	1.977.150 €
Proofler BUSINESS	7.500 €	856.250 €	2.326.250 €
<b>Summe Umsätze</b>	<b>86.700 €</b>	<b>1.759.925 €</b>	<b>4.510.180 €</b>

### 6.3.3 Kosten

#### 6.3.3.1 Personalausgaben

Die bisherige Entwicklung des Unternehmens wurde aus den Rücklagen der Gründer finanziert. Für die weiteren Schritte sollen Nils Löwe und Sebastian Pioch mehr Zeit in das Unternehmen investieren und dafür ein Gehalt beziehen. Die Gehälter werden zunächst per Rechnung über die bestehenden Einzelunternehmen abgeführt um die Flexibilität zu erhalten. Sobald stabile Einnahmen fließen, werden beide eine Festanstellung als Geschäftsführer annehmen. Zusätzlich soll ab 2016 eine Assistenz für die Pflege der Social Media Kanäle beschäftigt werden.

Nils Löwe wird zunächst 6.000€ / Monat berechnen. Das entspricht einem Jahresgehalt von 72.000€. Sebastian Pioch wird seine Arbeitszeit an der Hochschule Fresenius auf 50% reduzieren und dafür 3.000€ / Monat berechnen. Das entspricht einem Jahresgehalt von 36.000€ in Teilzeit und entspräche bei voller Arbeitszeit ebenfalls einem Jahresgehalt von 72.000€.

Stellenbezeichnung	2016	2017	2018
Geschäftsführer N. Löwe	72.000 €	72.000 €	72.000 €
Geschäftsführer S. Pioch (50%)	18.000 €	36.000 €	36.000 €
Assistenz / Social Media	19.200 €	19.200 €	19.200 €
<b>Summe Personalausgaben</b>	<b>109.200 €</b>	<b>127.200 €</b>	<b>127.200 €</b>

#### 6.3.3.2 Betriebsausgaben

	2016	2017	2018
Beiträge an Innungen, Kammern, etc.	575 €	575 €	575 €
Buchführung, Steuerberatung	1.500 €	2.500 €	4.000 €
Büromaterial	600 €	600 €	600 €
Miete / Bürogemeinschaft	6.000 €	6.000 €	6.000 €
Rechtsberatung, sonstige Beratung	12.000 €	12.000 €	12.000 €
Reisekosten	12.000 €	12.000 €	12.000 €
Werbung, PR	120.000 €	120.000 €	120.000 €
Tools / Werkzeuge	3.600 €	3.600 €	3.600 €
Freelancer / Design + UX	35.000 €	0 €	0 €
Freelancer / Softwareentwicklung	60.000 €	0 €	0 €
<b>Summe Betriebsausgaben</b>	<b>251.275 €</b>	<b>157.275 €</b>	<b>158.775 €</b>

### 6.3.4 Rentabilität

Tabelle zeigt Nettowerte (ohne Umsatzsteuer)

	2016	2017	2018
Umsatzerlöse (netto)	86.700 €	1.759.925 €	4.510.180 €
Hosting / Server (netto)	6.375 €	45.188 €	96.488 €
Rohgewinn	80.325 €	1.714.738 €	4.413.692 €
Gründungskosten	0 €		
Personalaufwand	109.200 €	127.200 €	127.200 €
Betriebsaufwand	251.275 €	157.275 €	158.775 €
Betriebsergebnis	280.150 €	1.430.262 €	4.127.717 €
Ergebnis (vor Steuern)	280.150 €	1.430.262 €	4.127.717 €
<b>Überschuss / Fehlbetrag</b>	<b>280.150 €</b>	<b>1.430.262 €</b>	<b>4.127.717 €</b>

### 6.3.5 Liquidität

	2016	2017	2018
Anfangsbestand	500.000 €	221.617 €	1.694.568 €
Umsatzerlöse (brutto)	103.173 €	2.094.311 €	5.367.114 €
Hosting / Server (brutto)	7.586 €	53.773 €	114.820 €
Personalausgaben	109.200 €	127.200 €	127.200 €
Betriebsausgaben	298.908 €	187.048 €	188.833 €
MwSt-Zahlung an/von Finanzamt	34.138 €	253.339 €	765.797 €
Überschuss / Fehlbetrag	278.383 €	1.472.951 €	4.170.464 €
<b>Endbestand</b>	<b>221.617 €</b>	<b>1.694.568 €</b>	<b>5.865.032 €</b>

## 6.4 Ausblick

Die dargestellten Zahlen führen die erwarteten Umsätze und das Wachstum aus der Entwicklung der PRO- und der BUSINESS-Versionen für den Verlauf der Jahre 2017 und 2018 fort.

Sobald der Break-Even im Jahr 2017 erreicht ist und der Proofler im deutschsprachigen Raum bekannt ist, planen die die Internationalisierung der Software und den Eintritt in den englischsprachigen Raum.



## 7 Quellen

**Damasio, Antonio:** *Self Comes to Mind: Constructing the Conscious Brain*

Vintage (5. Januar 2012)

**Fleishman-Hillard / Statista 2015:** *Wie war das Internet hilfreich?*

Harris Interactive; Deutschland, Frankreich, Großbritannien, 4.921 Befragte

**Freud, Sigmund:** *Das Ich und das Es*

Reclam, Philipp, jun. GmbH, Verlag (7. November 2013)

**Gigerenzer, Gerd:** *Bauchentscheidungen: Die Intelligenz des Unbewussten*

Goldmann Verlag (13. Mai 2008)

**Heath, Chip / Dan:** *Decisive: How to make better choices in life and work*

Crown Business (26. März 2013)

**Pöppel, Ernst:** *Von Natur aus kreativ: Die Potenziale des Gehirns entfalten*

Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG (27. August 2012)

**Kahneman, Daniel:** *Thinking, Fast and Slow*

Penguin (10. Mai 2012)

**Shell / Statista 2015:** *Wie wichtig finden Sie es, sich bei seinen Entscheidungen auch von seinen Gefühlen leiten zu lassen?*

TNS Infratest; Anfang Januar - Mitte Februar 2006; 2.532 Befragte; 12-25 Jahre

## 8 Anhänge

- ✓ Anhang: Berechnungen zur Rentabilität und Liquidität

## Rentabilität - Jahr 2016

Tabelle zeigt Nettowerte (ohne Umsatzsteuer)

Alle Werte in €	2016												
	Jan 2016	Feb 2016	Mrz 2016	Apr 2016	Mai 2016	Jun 2016	Jul 2016	Aug 2016	Sep 2016	Okt 2016	Nov 2016	Dez 2016	Total
Umsatzerlöse	0	0	0	0	2.200	4.400	6.600	8.800	11.000	13.200	17.900	22.600	86.700
Direkte Kosten	0	0	0	0	175	350	525	700	875	1.050	1.250	1.450	6.375
<b>Rohgewinn</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2.025</b>	<b>4.050</b>	<b>6.075</b>	<b>8.100</b>	<b>10.125</b>	<b>12.150</b>	<b>16.650</b>	<b>21.150</b>	<b>80.325</b>
Gründungskosten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Personalaufwand	7.600	7.600	7.600	7.600	7.600	7.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	109.200
Betriebsaufwand	30.425	21.850	23.350	29.850	26.850	26.850	19.850	16.850	16.850	14.850	11.850	11.850	251.275
Abschreibungen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>38.025</b>	<b>29.450</b>	<b>30.950</b>	<b>37.450</b>	<b>32.425</b>	<b>30.400</b>	<b>24.375</b>	<b>19.350</b>	<b>17.325</b>	<b>13.300</b>	<b>5.800</b>	<b>1.300</b>	<b>280.150</b>
Zinsen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Ergebnis (vor Steuern)</b>	<b>38.025</b>	<b>29.450</b>	<b>30.950</b>	<b>37.450</b>	<b>32.425</b>	<b>30.400</b>	<b>24.375</b>	<b>19.350</b>	<b>17.325</b>	<b>13.300</b>	<b>5.800</b>	<b>1.300</b>	<b>280.150</b>
<b>Differenz</b>	<b>38.025</b>	<b>29.450</b>	<b>30.950</b>	<b>37.450</b>	<b>32.425</b>	<b>30.400</b>	<b>24.375</b>	<b>19.350</b>	<b>17.325</b>	<b>13.300</b>	<b>5.800</b>	<b>1.300</b>	<b>280.150</b>

## Rentabilität - Jahr 2017

Tabelle zeigt Nettowerte (ohne Umsatzsteuer)

Alle Werte in €	2017												
	Jan 2017	Feb 2017	Mrz 2017	Apr 2017	Mai 2017	Jun 2017	Jul 2017	Aug 2017	Sep 2017	Okt 2017	Nov 2017	Dez 2017	Total
Umsatzerlöse	41.771	60.842	79.912	98.983	118.054	137.125	156.196	175.267	194.338	213.408	232.479	251.550	1.759.925
Direkte Kosten	1.806	2.162	2.519	2.875	3.231	3.588	3.944	4.300	4.656	5.013	5.369	5.725	45.188
<b>Rohgewinn</b>	<b>39.965</b>	<b>58.679</b>	<b>77.394</b>	<b>96.108</b>	<b>114.823</b>	<b>133.538</b>	<b>152.252</b>	<b>170.967</b>	<b>189.681</b>	<b>208.396</b>	<b>227.110</b>	<b>245.825</b>	<b>1.714.738</b>
Gründungskosten													
Personalaufwand	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	127.200
Betriebsaufwand	15.425	11.850	14.350	14.850	11.850	11.850	14.850	11.850	11.850	14.850	11.850	11.850	157.275
Abschreibungen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>13.940</b>	<b>36.229</b>	<b>52.444</b>	<b>70.658</b>	<b>92.373</b>	<b>111.088</b>	<b>126.802</b>	<b>148.517</b>	<b>167.231</b>	<b>182.946</b>	<b>204.660</b>	<b>223.375</b>	<b>1.430.262</b>
Zinsen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Ergebnis (vor Steuern)</b>	<b>13.940</b>	<b>36.229</b>	<b>52.444</b>	<b>70.658</b>	<b>92.373</b>	<b>111.088</b>	<b>126.802</b>	<b>148.517</b>	<b>167.231</b>	<b>182.946</b>	<b>204.660</b>	<b>223.375</b>	<b>1.430.262</b>
<b>Differenz</b>	<b>13.940</b>	<b>36.229</b>	<b>52.444</b>	<b>70.658</b>	<b>92.373</b>	<b>111.088</b>	<b>126.802</b>	<b>148.517</b>	<b>167.231</b>	<b>182.946</b>	<b>204.660</b>	<b>223.375</b>	<b>1.430.262</b>

## Rentabilität - Jahr 2018

Tabelle zeigt Nettowerte (ohne Umsatzsteuer)

Alle Werte in €	2018												
	Jan 2018	Feb 2018	Mrz 2018	Apr 2018	Mai 2018	Jun 2018	Jul 2018	Aug 2018	Sep 2018	Okt 2018	Nov 2018	Dez 2018	Total
Umsatzerlöse	270.889	289.972	309.056	328.139	347.223	366.306	385.390	404.474	423.557	442.641	461.724	480.808	4.510.180
Direkte Kosten	6.081	6.437	6.794	7.150	7.506	7.862	8.219	8.575	8.931	9.288	9.644	10.000	96.488
<b>Rohgewinn</b>	<b>264.807</b>	<b>283.535</b>	<b>302.262</b>	<b>320.989</b>	<b>339.717</b>	<b>358.444</b>	<b>377.171</b>	<b>395.899</b>	<b>414.626</b>	<b>433.353</b>	<b>452.081</b>	<b>470.808</b>	<b>4.413.692</b>
Gründungskosten													
Personalaufwand	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	127.200
Betriebsaufwand	15.425	11.850	15.850	14.850	11.850	11.850	14.850	11.850	11.850	14.850	11.850	11.850	158.775
Abschreibungen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>238.782</b>	<b>261.085</b>	<b>275.812</b>	<b>295.539</b>	<b>317.267</b>	<b>335.994</b>	<b>351.721</b>	<b>373.449</b>	<b>392.176</b>	<b>407.903</b>	<b>429.631</b>	<b>448.358</b>	<b>4.127.717</b>
Zinsen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Ergebnis (vor Steuern)</b>	<b>238.782</b>	<b>261.085</b>	<b>275.812</b>	<b>295.539</b>	<b>317.267</b>	<b>335.994</b>	<b>351.721</b>	<b>373.449</b>	<b>392.176</b>	<b>407.903</b>	<b>429.631</b>	<b>448.358</b>	<b>4.127.717</b>
<b>Differenz</b>	<b>238.782</b>	<b>261.085</b>	<b>275.812</b>	<b>295.539</b>	<b>317.267</b>	<b>335.994</b>	<b>351.721</b>	<b>373.449</b>	<b>392.176</b>	<b>407.903</b>	<b>429.631</b>	<b>448.358</b>	<b>4.127.717</b>

## Liquidität - Jahr 2016

Tabelle zeigt Bruttowerte (inkl. Umsatzsteuer)

Alle Werte in €	2016												
	Jan 2016	Feb 2016	Mrz 2016	Apr 2016	Mai 2016	Jun 2016	Jul 2016	Aug 2016	Sep 2016	Okt 2016	Nov 2016	Dez 2016	Total
Anfangsbestand	500.000	456.304	428.374	397.138	358.454	326.983	296.968	274.308	255.912	238.972	226.437	222.062	500.000
Umsatzerlöse	0	0	0	0	2.618	5.236	7.854	10.472	13.090	15.708	21.301	26.894	103.173
Direkte Kosten	0	0	0	0	208	416	625	833	1.041	1.250	1.488	1.726	7.586
Personalausgaben	7.600	7.600	7.600	7.600	7.600	7.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	109.200
Betriebsausgaben	36.096	26.002	27.786	35.522	31.952	31.952	23.622	20.052	20.052	17.672	14.102	14.102	298.908
Zinsen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tilgung	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MwSt-Zahlung an/von Finanzamt	0	5.672	4.152	4.436	5.672	4.717	4.332	2.617	1.662	1.278	513	912	34.138
Privatentnahmen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Überschuss / Fehlbetrag	43.696	27.930	31.235	38.685	31.470	30.015	22.660	18.395	16.940	12.535	4.375	445	278.383
Endbestand	456.304	428.374	397.138	358.454	326.983	296.968	274.308	255.912	238.972	226.437	222.062	221.617	221.617

## Liquidität - Jahr 2017

Tabelle zeigt Bruttowerte (inkl. Umsatzsteuer)

Alle Werte in €	2017												
	Jan 2017	Feb 2017	Mrz 2017	Apr 2017	Mai 2017	Jun 2017	Jul 2017	Aug 2017	Sep 2017	Okt 2017	Nov 2017	Dez 2017	Total
Anfangsbestand	221.617	238.561	278.916	334.441	408.560	505.059	619.702	749.490	902.132	1.072.919	1.258.851	1.467.637	221.617
Umsatzerlöse	49.707	72.402	95.096	117.790	140.484	163.179	185.873	208.567	231.262	253.956	276.650	299.344	2.094.311
Direkte Kosten	2.149	2.573	2.997	3.421	3.845	4.269	4.693	5.117	5.541	5.965	6.389	6.813	53.773
Personalausgaben	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	127.200
Betriebsausgaben	18.246	14.102	17.076	17.672	14.102	14.102	17.672	14.102	14.102	17.672	14.102	14.102	187.048
Zinsen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tilgung	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MwSt-Zahlung an/von Finanzamt	1.767	4.772	8.898	11.978	15.439	19.565	23.121	26.106	30.232	33.788	36.774	40.899	253.339
Privatentnahmen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Überschuss / Fehlbetrag	16.944	40.355	55.525	74.119	96.499	114.643	129.788	152.642	170.787	185.932	208.786	226.931	1.472.951
Endbestand	238.561	278.916	334.441	408.560	505.059	619.702	749.490	902.132	1.072.919	1.258.851	1.467.637	1.694.568	1.694.568

## Liquidität - Jahr 2018

Tabelle zeigt Bruttowerte (inkl. Umsatzsteuer)

Alle Werte in €	2018												
	Jan 2018	Feb 2018	Mrz 2018	Apr 2018	Mai 2018	Jun 2018	Jul 2018	Aug 2018	Sep 2018	Okt 2018	Nov 2018	Dez 2018	Total
Anfangsbestand	1.694.568	1.936.387	2.201.600	2.480.210	2.779.497	3.100.892	3.440.444	3.795.154	4.172.731	4.568.465	4.979.356	5.413.115	1.694.568
Umsatzerlöse	322.357	345.067	367.776	390.486	413.195	435.905	458.614	481.324	504.033	526.743	549.452	572.162	5.367.114
Direkte Kosten	7.237	7.661	8.085	8.509	8.932	9.356	9.780	10.204	10.628	11.052	11.476	11.900	114.820
Personalausgaben	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	10.600	127.200
Betriebsausgaben	18.246	14.102	18.862	17.672	14.102	14.102	17.672	14.102	14.102	17.672	14.102	14.102	188.833
Zinsen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tilgung	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MwSt-Zahlung an/von Finanzamt	44.455	47.492	51.620	54.418	58.166	62.295	65.853	68.841	72.969	76.527	79.516	83.644	765.797
Privatentnahmen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Überschuss / Fehlbetrag	241.819	265.213	278.610	299.288	321.395	339.552	354.710	377.577	395.734	410.892	433.759	451.916	4.170.464
Endbestand	1.936.387	2.201.600	2.480.210	2.779.497	3.100.892	3.440.444	3.795.154	4.172.731	4.568.465	4.979.356	5.413.115	5.865.032	5.865.032