

Business Plan

Eduvora GmbH Online-Weiterbildung

Tim Bellmann

Nico Grasser

Jason Bedranowsky

Business Plan Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis

I.	Tabellenverzeichnis	IV
1	Geschäftsprofil.....	1
1.1	Allgemeines.....	1
1.2	Rechtsform	1
1.3	Ziel und Vision.....	2
2	Geschäftsidee.....	3
2.1	Angebot	3
2.2	Kundennutzen.....	3
3	Produktbeschreibung	4
3.1	Grundprinzip des Angebots.....	4
3.2	Aufbau und Inhalte der Kurse	4
3.3	Kursangebot (Inhalte der Weiterbildung).....	4
3.4	Kursarten und Zugangslogik	5
3.4.1	Grundkurse	5
3.4.2	Premium-Kurse	5
3.4.3	Unternehmensbasierte Premium-Kurse.....	5
3.5	Zertifikate als Kernleistung.....	7
3.6	Ablauf aus Sicht des Kunden	7
3.7	Zusätzliche Leistungen und Einnahmequellen (B2B).....	7
3.8	Zusammenfassung des Angebots	7
4	Marktanalyse.....	9
4.1	Zielgruppenanalyse	9
4.2	Marktpotenzial.....	9
4.3	Kundenbedürfnisse.....	9
4.4	Wettbewerbsanalyse.....	10
4.5	Trends und Markteinflüsse.....	11
5	Marketingkonzept.....	12
5.1	Preispolitik.....	12

5.2	Vertriebspolitik.....	12
5.3	Kommunikationspolitik.....	13
5.4	Markteintrittsstrategie	13
6	Produktionsfaktoren und Fremdleistungen.....	15
6.1	Betriebsmittel	15
6.2	Werkstoffe.....	15
6.3	Menschliche Arbeit	16
6.4	Fremdleistungen	16
6.5	Wesentliche Kostenblöcke	17
7	Investitions-, Finanzierungs- und Liquiditätsplanung.....	18
7.1	Investitionsplan	19
7.2	Finanzierungsplan	20
7.2.1	Anpassung des Finanzierungsplans im Planungsverlauf.....	21
7.3	Absatzplan.....	21
7.3.1	Jahr 1	22
7.3.2	Jahr 2	22
7.3.3	Jahr 3	22
7.4	Umsatzplan.....	23
7.4.1	Jahr 1	23
7.4.2	Jahr 2	23
7.4.3	Jahr 3	24
7.5	Kostenplan.....	25
7.5.1	Jahr 1	25
7.5.2	Jahr 2	26
7.5.3	Jahr 3	27
7.6	Gewinnplan (Gewinn- und Verlustrechnung)	28
7.6.1	Jahr 1	28
7.6.2	Jahr 2	28
7.6.3	Jahr 3	29

7.7	Liquiditätsplan.....	29
7.7.1	Jahr 1	30
7.7.2	Jahr 2	30
7.7.3	Jahr 3	31
7.7.4	Sicherung der Zahlungsfähigkeit.....	31
II.	Literaturverzeichnis	32
III.	KI-Prompts.....	35

I. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Investitionsplan Erstausrüstung der Eduvora GmbH zum Gründungszeitpunkt.	19
Tabelle 2: Finanzierungsplan Verwendung und Herkunft	20
Tabelle 3: Absatzplan Kursbeanspruchung (Zertifikate) je Quartal, Jahr 1–3.....	22
Tabelle 4: Umsatzplan, erwartete Einnahmen je Quartal, Jahr 1–3.....	24
Tabelle 5: Kostenplan Eduvora GmbH, quartalsweise Jahr 1–3.....	27
Tabelle 6: Gewinnplan (GuV) Eduvora GmbH, quartalsweise Jahr 1–3.....	29
Tabelle 7: Liquiditätsplan Eduvora GmbH, quartalsweise Jahr 1–3.....	31

1 Geschäftsprofil

1.1 Allgemeines

Die Eduvora GmbH ist ein digitales Weiterbildungsunternehmen, das sich auf die Vermittlung praxisrelevanter Kompetenzen im Bereich der Wirtschaftswissenschaften spezialisiert hat. Über eine eigene App sowie eine browserbasierte Plattform bietet das Unternehmen Studierenden und Berufseinsteigern die Möglichkeit, sich gezielt auf die Anforderungen des Arbeitsmarktes vorzubereiten und ihre Chancen bei der Jobsuche zu verbessern. Im Mittelpunkt des Angebots stehen zertifizierte Weiterbildungen, die in enger Zusammenarbeit mit Unternehmen entwickelt werden. Im Gegensatz zu klassischen Lernplattformen orientieren sich die Inhalte nicht primär an theoretischen Studieninhalten, sondern an den konkreten Anforderungen realer Arbeitsplätze. Kooperationspartner wie beispielsweise HYDAC oder SAP bringen aktiv ihre Erwartungen an zukünftige Mitarbeiter ein. Auf dieser Grundlage entwickelt Eduvora gezielte Kurse, etwa im Bereich Datenanalyse mit Excel, Power Pivot oder unternehmensspezifischer Softwareanwendungen. Studierende erhalten nach erfolgreichem Abschluss ein Zertifikat, das von den jeweiligen Partnerunternehmen anerkannt wird und somit einen direkten Mehrwert für Bewerbungsprozesse bietet. Der Zielmarkt umfasst insbesondere Studierende wirtschaftswissenschaftlicher Studiengänge im deutschsprachigen Raum, die ihre akademische Ausbildung durch praxisnahe Zusatzqualifikationen ergänzen und ihre Karrierechancen gezielt verbessern möchten. Gleichzeitig profitieren Unternehmen von besser vorbereiteten Bewerbern, die bereits über relevante Kenntnisse und Fähigkeiten verfügen. Eduvora positioniert sich damit als Schnittstelle zwischen Studium und Arbeitsmarkt und verfolgt das Ziel, Weiterbildung stärker an den tatsächlichen Anforderungen der Praxis auszurichten.

1.2 Rechtsform

Die Eduvora GmbH wurde von drei Gründungsmitgliedern Nico Grasser, Jason Bedranowsky und Tim Bellmann in der Rechtsform einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) gegründet. Die Gründer sind gleichberechtigte geschäftsführende Gesellschafter und bringen ihre jeweiligen Kompetenzen in den Bereichen Wirtschaftswissenschaften, Digitalisierung und Organisation in das Unternehmen ein. Die Wahl der GmbH als Rechtsform erfolgte insbesondere aufgrund der Haftungsbeschränkung sowie der möglichen Zusammenarbeit gegenüber Geschäftspartnern und potenziellen Koopera-

tionsunternehmen. Das Eigenkapital der Gesellschaft beträgt 150.000 Euro und wird von den Gründern eingebracht. Perspektivisch ist geplant, das Unternehmen durch externe Partner, insbesondere im Bereich der Kurserstellung und technischen Entwicklung, zu erweitern.

1.3 Ziel und Vision

Strategisches Ziel der Eduvora GmbH ist es, sich innerhalb der nächsten fünf Jahre als führender Anbieter für praxisorientierte, zertifizierte Online-Weiterbildungen im Bereich der Wirtschaftswissenschaften im deutschsprachigen Raum zu etablieren. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf dem Aufbau eines starken Netzwerks aus Partnerunternehmen, die aktiv in die Gestaltung der Kursinhalte eingebunden sind und die erworbenen Zertifikate als Qualifikationsnachweis anerkennen. Langfristig soll Eduvora als zentrale Schnittstelle zwischen Studium und Arbeitsmarkt wahrgenommen werden. In einer weiteren Wachstumsphase ist geplant, das Angebot auf zusätzliche Fachbereiche auszuweiten sowie internationale Kooperationen mit Unternehmen aufzubauen, um die Plattform nachhaltig zu skalieren.

2 Geschäftsidee

2.1 Angebot

Der Markt für digitale Weiterbildung wächst seit Jahren, vor allem im Bereich der beruflichen Qualifikation. Viele Studierende merken dabei schnell, dass das Studium allein oft nicht ausreicht, um gut auf den Beruf vorbereitet zu sein. Unternehmen erwarten bereits beim Einstieg praktische Kenntnisse in Tools und Arbeitsweisen, die im Studium häufig zu kurz kommen. Die Eduvora GmbH setzt genau an diesem Punkt an und bietet eine digitale Plattform, die gezielt auf die Anforderungen von Unternehmen ausgerichtet ist. Über eine App und eine Web-Anwendung erhalten Nutzer Zugang zu praxisnahen Inhalten, die sie flexibel nutzen können. Im Mittelpunkt stehen zertifizierte Weiterbildungen, die gemeinsam mit Unternehmen wie HYDAC oder SAP entwickelt werden. Diese bringen ihre konkreten Anforderungen ein, sodass die Inhalte direkt auf den Arbeitsalltag abgestimmt sind. Nach Abschluss eines Kurses können Nutzer ein Zertifikat erwerben, das ihre Fähigkeiten bestätigt und im Bewerbungsprozess genutzt werden kann. Im Unterschied zu vielen anderen Plattformen geht es bei Eduvora nicht nur um Wissensvermittlung, sondern darum, Studierende gezielt auf den Beruf vorzubereiten. Dadurch profitieren beide Seiten: Studierende verbessern ihre Chancen auf dem Arbeitsmarkt und Unternehmen erhalten besser vorbereitete Bewerber.

2.2 Kundennutzen

Der größte Mehrwert der Eduvora GmbH liegt darin, dass Studierende gezielt praxisrelevante Fähigkeiten erwerben, die im Berufsleben tatsächlich gefragt sind. Statt rein theoretischem Wissen lernen sie den konkreten Umgang mit Tools und Methoden aus der Praxis. Ein besonderer Vorteil sind die gemeinsam mit Unternehmen wie HYDAC oder SAP entwickelten Zertifikate, die im Lebenslauf genutzt werden können und von Unternehmen anerkannt sind. Zudem bietet die Plattform hohe Flexibilität, da alle Inhalte jederzeit über App oder Webanwendung verfügbar sind und individuell bearbeitet werden können. Durch die klare Karriereorientierung wissen Nutzer genau, welchen konkreten Nutzen sie erzielen, etwa bessere Bewerbungschancen oder einen erleichterten Berufseinstieg. Insgesamt verschafft Eduvora Studierenden einen echten Wettbewerbsvorteil auf dem Arbeitsmarkt.

3 Produktbeschreibung

3.1 Grundprinzip des Angebots

Die Eduvora GmbH bietet eine digitale Weiterbildungsplattform, die Studierenden einen flexiblen und praxisnahen Zugang zu relevanten Lerninhalten ermöglicht. Die Nutzung ist orts- und zeitunabhängig über App oder Web-Anwendung möglich. Alle Kurse sind unabhängig von Umfang und Niveau kostenlos zugänglich, wodurch eine niedrige Einstiegshürde geschaffen wird. Die Monetarisierung erfolgt über zusätzliche Leistungen, insbesondere über kostenpflichtige Zertifikate, die die erlernten Fähigkeiten offiziell bestätigen.

3.2 Aufbau und Inhalte der Kurse

Die Kurse der Eduvora GmbH sind modular aufgebaut und folgen einer klaren, einheitlichen Struktur. Ein typischer Kurs kombiniert verständliche Lernvideos mit praktischen Übungen und realitätsnahen Aufgaben, die sich an echten Arbeitssituationen orientieren. Die Inhalte sind in kleine, übersichtliche Einheiten unterteilt, sodass sie flexibel und effizient bearbeitet werden können. Ziel ist es, nicht nur Wissen zu vermitteln, sondern konkrete Fähigkeiten aufzubauen, die im Berufsalltag direkt eingesetzt werden können.

3.3 Kursangebot (Inhalte der Weiterbildung)

Ein großer Teil der Kurse dreht sich um das Thema Datenanalyse und den Umgang mit Daten. Die Nutzer lernen dabei, wie man Zahlen versteht, Daten auswertet und Ergebnisse so aufbereitet, dass sie auch für andere nachvollziehbar sind. Genau diese Fähigkeiten werden in vielen Jobs heute selbstverständlich erwartet. Darüber hinaus gibt es Kurse im Bereich Programmierung und Datenverarbeitung, die einen einfachen Einstieg bieten. Hier geht es vor allem darum zu verstehen, wie man wiederkehrende Aufgaben automatisieren kann und wie sich Daten effizient verarbeiten lassen. Auch digitale Tools und Unternehmenssoftware spielen eine wichtige Rolle. Die Nutzer bekommen einen Einblick in Programme, die im Arbeitsalltag tatsächlich genutzt werden, und entwickeln ein Gefühl dafür, wie solche Systeme in der Praxis funktionieren. Ein weiterer Bereich sind Themen wie Finance und Controlling. Hier lernen die Nutzer, mit Kennzahlen zu arbeiten, wirtschaftliche Zusammenhänge besser zu verstehen und fundierte Entscheidungen zu treffen. Zusätzlich umfasst das Angebot Inhalte rund um Marketing und digitale Geschäftsmodelle. Dazu gehören zum Beispiel Grundlagen im Online-Marketing oder ein

Verständnis dafür, wie digitale Unternehmen aufgebaut sind und funktionieren. Ergänzt wird das Ganze durch praxisnahe Business-Skills wie strukturiertes Arbeiten, Problemlösung und Projektmanagement. Diese Fähigkeiten sind im späteren Berufsleben oft entscheidend, kommen im Studium aber häufig zu kurz. Ein besonderer Bestandteil sind Kurse, die gemeinsam mit Unternehmen wie HYDAC entwickelt werden. Diese sind besonders praxisnah, da sie sich direkt an den Anforderungen aus dem Arbeitsalltag orientieren. So bekommen die Nutzer einen realistischen Eindruck davon, was sie später im Job erwartet. Insgesamt ist das Kursangebot so gestaltet, dass man sich Schritt für Schritt weiterentwickeln kann und dabei immer klar ist, wofür man die Inhalte später braucht.

3.4 Kursarten und Zugangslogik

Das Kursangebot ist in aufeinander aufbauende Stufen gegliedert, damit ein klarer und strukturierter Lernprozess entsteht.

3.4.1 Grundkurse

Die Grundkurse bilden dabei den Einstieg. Sie vermitteln die wichtigsten Grundlagen in einem Themenbereich und sind so aufgebaut, dass man ohne Vorkenntnisse starten kann. Alle Inhalte sind frei zugänglich, sodass jeder unverbindlich ausprobieren kann, ob das Thema zu einem passt. Am Ende eines Grundkurses besteht die Möglichkeit, ein Zertifikat zu erwerben. Dieses ist jedoch optional und keine Voraussetzung, um mit weiterführenden Kursen fortzufahren. Der Zugang zu den Kursen ist kostenlos, das Zertifikat liegt preislich zwischen 25 € und 50 €.

3.4.2 Premium-Kurse

Premium-Kurse bauen auf den Inhalten der Grundkurse auf und gehen deutlich mehr in die Tiefe. Der Fokus liegt hier stärker auf der praktischen Anwendung und darauf, das Gelernte in realitätsnahen Szenarien umzusetzen. Um an einem Premium-Kurs teilnehmen zu können, muss zuvor der passende Grundkurs erfolgreich abgeschlossen werden. Wichtig ist dabei, dass das Zertifikat aus dem Grundkurs nicht erforderlich ist. Auch hier bleibt der Zugang zu den Inhalten kostenlos, sobald der Grundkurs absolviert wurde. Für das Zertifikat, das die vertieften Kenntnisse bestätigt, liegt der Preis zwischen 50 € und 100 €.

3.4.3 Unternehmensbasierte Premium-Kurse

Kurse, die in Zusammenarbeit mit Unternehmen wie beispielsweise HYDAC entwickelt werden, gehören automatisch zum Premium-Bereich. Der große Vorteil dieser Kurse liegt

darin, dass sie sich direkt an den Anforderungen realer Arbeitsplätze orientieren. Die Inhalte sind besonders praxisnah und vermitteln genau die Fähigkeiten, die in Unternehmen tatsächlich gebraucht werden. Voraussetzung für die Teilnahme ist der erfolgreiche Abschluss des passenden Grundkurses. Das Zertifikat aus dem Grundkurs ist dabei nicht notwendig. Auch hier ist der Zugang zu den Inhalten kostenlos, sobald die Voraussetzungen erfüllt sind. Für das Zertifikat, das in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen entsteht, liegt der Preis zwischen 100 € und 200 €. Diese Zertifikate haben eine besonders hohe Aussagekraft, da sie gemeinsam mit Unternehmen entwickelt wurden und somit einen direkten Bezug zur Praxis haben.

Beispielkurs: „Excel und Datenanalyse Cooperation with HYDAC“

Der Kurs „Excel und Datenanalyse Cooperation with HYDAC“ orientiert sich an typischen Aufgaben und Anforderungen aus dem industriellen Arbeitsalltag. Ziel des Kurses ist es, den Nutzern praxisnah zu vermitteln, wie Daten in einem Unternehmen analysiert, ausgewertet und zur Unterstützung von Entscheidungen genutzt werden können.

- Einführung in industrielle Datenanalyse und betriebliche Kennzahlen
- Lernvideo zu Excel-Grundlagen und wichtigen Funktionen im Unternehmensalltag
- Lernvideo zur Arbeit mit Pivot-Tabellen und Power Pivot zur Auswertung von Datensätzen
- Praxisbeispiel zur Analyse von Produktions- und Materialdaten
- Übung zur Auswertung von Lagerbeständen und Lieferzeiten
- Fallbeispiel zur Erstellung eines Dashboards für Produktionskennzahlen
- Aufgabe zur Analyse von Fehlerquoten oder Maschinenauslastungen
- Abschließender Wissenstest zu den vermittelten Inhalten
- Abschlussprojekt mit einer praxisnahen Problemstellung aus einem Industrieunternehmen

Zusätzlich erhalten die Nutzer Einblicke darin, wie Datenanalysen zur Optimierung von Prozessen, Produktionsabläufen und wirtschaftlichen Entscheidungen eingesetzt werden können. Der Kurs verbindet dadurch theoretische Grundlagen mit realistischen Anwendungen aus dem Unternehmensalltag und vermittelt Fähigkeiten, die direkt in der Praxis genutzt werden können.

3.5 Zertifikate als Kernleistung

Das zentrale Produkt der Eduvora GmbH ist das Zertifikat. Während die Kurse selbst frei zugänglich sind, stellt das Zertifikat den eigentlichen Mehrwert dar. Nach erfolgreichem Abschluss eines Kurses können Nutzer ein Zertifikat erwerben, das ihre erlernten Fähigkeiten dokumentiert und im Bewerbungsprozess verwendet werden kann. Die Zertifikate unterscheiden sich je nach Kursart in Preis und Aussagekraft, wobei insbesondere unternehmensbasierte Zertifikate einen hohen praktischen Nutzen bieten.

3.6 Ablauf aus Sicht des Kunden

Der Ablauf für den Nutzer ist klar strukturiert:

1. Registrierung auf der Plattform
2. Auswahl eines Grundkurses
3. Bearbeitung der Inhalte (Videos und Übungen)
4. Abschluss des Kurses
5. optionaler Wechsel in einen Premium-Kurs
6. Teilnahme an einer Abschlussprüfung

Erwerb eines Zertifikats

Der Nutzer kann jederzeit selbst entscheiden, ob und wann er ein Zertifikat erwerben möchte. Dadurch entsteht ein flexibles und nutzerfreundliches Lernmodell.

3.7 Zusätzliche Leistungen und Einnahmequellen (B2B)

Neben den Einnahmen durch Zertifikate erzielt die Eduvora GmbH auch Umsätze durch Kooperationen mit Unternehmen. Unternehmen haben die Möglichkeit, sich aktiv an der Entwicklung von Kursinhalten zu beteiligen und bringen dabei ihre Anforderungen aus der Praxis ein. Für die Erstellung eines solchen Kurses zahlen sie in der Regel zwischen 5.000 € und 10.000 €. Bei langfristigen Partnerschaften können die Konditionen individuell vereinbart werden und fallen entsprechend unterschiedlich aus.

3.8 Zusammenfassung des Angebots

Die Eduvora GmbH verfolgt ein innovatives Weiterbildungsmodell, bei dem der Zugang zu Wissen frei ist und der eigentliche Mehrwert über zertifizierte Qualifikationen entsteht. Durch den kostenlosen Zugang zu Kursen, klar strukturierte Lernpfade und praxisnahe Inhalte wird es Studierenden leicht gemacht, sich gezielt weiterzubilden. Ergänzt wird

das Angebot durch enge Kooperationen mit Unternehmen, die zusätzliche Relevanz und Praxisnähe schaffen. In Kombination mit einer transparenten Preisstruktur entsteht so ein Angebot, das Studierenden dabei hilft, ihre Fähigkeiten gezielt auszubauen und ihre Karrierechancen nachhaltig zu verbessern.

4 Marktanalyse

4.1 Zielgruppenanalyse

Das Angebot der Eduvora GmbH richtet sich vor allem an Studierende der Wirtschaftswissenschaften, die sich frühzeitig auf ihre Karriere vorbereiten und gezielt praxisrelevante Fähigkeiten aufbauen möchten. Viele erkennen im Studium, dass theoretisches Wissen allein nicht ausreicht, und suchen daher nach anwendungsnaher Weiterbildung. Besonders digitale Kompetenzen gewinnen zunehmend an Bedeutung. Laut dem Bericht *Weiterbildungsverhalten in Deutschland 2022* wurde bei 46 % aller Weiterbildungsaktivitäten mindestens ein Aspekt der Digitalisierung als Grund für die Teilnahme genannt (vgl. BMBF, 2024, S. 69). Dies unterstreicht die hohe Relevanz praxisnaher Weiterbildungsangebote im digitalen Bereich. Zur Zielgruppe zählen zudem Berufseinsteiger und Werkstudierende, die bereits erste Praxiserfahrungen gesammelt haben und gezielt Kompetenzen ausbauen wollen. Ein weiterer zentraler Bestandteil sind Unternehmen als Geschäftskunden. Sie profitieren von besser vorbereiteten Bewerbern und können ihre Anforderungen direkt in die Inhalte einbringen. Ziel ist es, ein Netzwerk aus Studierenden und Unternehmen aufzubauen, das den Übergang vom Studium in den Beruf erleichtert.

4.2 Marktpotenzial

Der Markt für digitale Weiterbildung wächst seit mehreren Jahren kontinuierlich (vgl. mmb Institut, 2021, S. 3–4). Immer mehr Menschen nutzen Online-Angebote, um sich flexibel und ortsunabhängig weiterzubilden. Besonders Studierende greifen zunehmend auf digitale Lernplattformen zurück, um zusätzliche Qualifikationen zu erwerben. Gleichzeitig steigen die Anforderungen vieler Unternehmen. Kenntnisse in digitalen Tools, Datenanalyse oder Unternehmenssoftware werden in vielen Bereichen mittlerweile vorausgesetzt (vgl. Kauffeld & Rothenbusch, 2023, S. 1–3). Dadurch entsteht ein wachsender Bedarf an praxisnahen Weiterbildungsangeboten. Da sich die Arbeitswelt ständig weiterentwickelt und digitale Kompetenzen immer wichtiger werden, bietet der Markt langfristig großes Potenzial für spezialisierte Plattformen wie Eduvora.

4.3 Kundenbedürfnisse

Die Nutzer erwarten vor allem Inhalte, die ihnen im späteren Berufsleben wirklich weiterhelfen. Viele Studierende wünschen sich praxisnahe Kurse, die verständlich aufgebaut sind und flexibel neben dem Studium genutzt werden können. Außerdem spielt der Bezug zur Arbeitswelt eine wichtige Rolle. Nutzer möchten nicht nur theoretisches Wissen ler-

nen, sondern konkrete Fähigkeiten entwickeln, die sie später im Unternehmen anwenden können. Auch Zertifikate gewinnen zunehmend an Bedeutung, da sie zusätzliche Qualifikationen sichtbar machen und den Bewerbungsprozess unterstützen können (vgl. *Helferich & Pleil, 2019, S. 93*).

4.4 Wettbewerbsanalyse

Der Markt für digitale Weiterbildung ist mittlerweile sehr breit aufgestellt und wird von zahlreichen Anbietern geprägt (vgl. *mmi Institut, 2021, S. 6–7*). Plattformen wie Udemy, Coursera oder LinkedIn Learning bieten eine große Vielfalt an Kursen aus unterschiedlichsten Bereichen an, darunter Wirtschaft, IT, Marketing oder persönliche Weiterentwicklung (vgl. *Udemy, 2025; Coursera, 2025; LinkedIn, 2025*). Für Nutzer wirkt dieses Angebot zunächst sehr attraktiv, da eine große Auswahl besteht und Inhalte jederzeit verfügbar sind. Viele Kurse lassen sich ohne großen Aufwand starten und die Plattformen sind technisch gut umgesetzt. Bei genauerer Betrachtung zeigt sich jedoch, dass diese breite Ausrichtung auch Nachteile mit sich bringt. Durch die große Menge an Kursen fehlt häufig eine klare Struktur oder Orientierung, sodass es für Nutzer schwierig sein kann zu erkennen, welche Inhalte wirklich relevant für die eigene berufliche Entwicklung sind. Gerade für Studierende ohne viel Praxiserfahrung ist es nicht immer einfach, die richtige Auswahl zu treffen. Ein weiterer Schwachpunkt liegt im oft fehlenden Praxisbezug. Viele Kurse vermitteln grundlegendes oder theoretisches Wissen, gehen jedoch nur begrenzt darauf ein, wie dieses Wissen konkret im Arbeitsalltag angewendet wird. Dadurch entsteht eine Lücke zwischen dem Gelernten und den tatsächlichen Anforderungen von Unternehmen. Auch die Zertifikate, die nach Abschluss eines Kurses vergeben werden, haben häufig nur eine eingeschränkte Aussagekraft. In vielen Fällen bestätigen sie lediglich die Teilnahme, ohne dass eine umfassende Leistungsüberprüfung stattfindet oder ein direkter Bezug zu konkreten beruflichen Anforderungen hergestellt wird. Zusätzlich richten sich viele Plattformen an eine sehr breite Zielgruppe und sind nicht speziell auf Studierende oder Berufseinsteiger zugeschnitten. Dadurch fehlt häufig ein klarer Fokus auf die Bedürfnisse dieser Gruppe, insbesondere im Hinblick auf den Einstieg in den Arbeitsmarkt. Insgesamt lässt sich festhalten, dass die Mitbewerber vor allem durch ihre große Kursvielfalt und einfache Zugänglichkeit überzeugen, jedoch häufig weniger stark auf konkrete berufliche Anforderungen und eine gezielte Vorbereitung auf den Arbeitsalltag eingehen.

4.5 Trends und Markteinflüsse

Die Bedeutung digitaler Weiterbildung hat in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen (vgl. *mmb Institut, 2021, S. 3–4*). Immer mehr Menschen nutzen Online-Angebote, um sich flexibel und ortsunabhängig weiterzubilden. Besonders im Bereich der Wirtschaftswissenschaften steigt die Nachfrage nach praxisnahen Zusatzqualifikationen kontinuierlich an. Ein wichtiger Trend ist dabei die zunehmende Digitalisierung der Arbeitswelt. Unternehmen erwarten immer häufiger Kenntnisse im Umgang mit digitalen Tools, Datenanalyse und moderner Unternehmenssoftware (vgl. *Bitkom Research, 2025, S. 3*). Laut dem World Economic Forum (2025) werden bis zum Jahr 2030 durchschnittlich 39 % der derzeit vorhandenen Kompetenzen von Beschäftigten verändert oder an Bedeutung verlieren (vgl. *World Economic Forum, 2025, S. 6*). Gleichzeitig gewinnt lebenslanges Lernen zunehmend an Bedeutung, da sich Anforderungen im Berufsleben ständig verändern. Auch die steigende Konkurrenz auf dem Arbeitsmarkt beeinflusst die Branche. Viele Studierende versuchen bereits während ihres Studiums zusätzliche Qualifikationen aufzubauen, um sich im Bewerbungsprozess von anderen abzuheben. Dadurch wächst die Nachfrage nach flexiblen und berufsorientierten Weiterbildungsangeboten wie denen der Eduvora GmbH. Neben den Chancen bringt der Markt jedoch auch Herausforderungen mit sich. Der Wettbewerb im Bereich digitaler Weiterbildung ist stark ausgeprägt und Nutzer haben eine große Auswahl an Plattformen und Kursangeboten. Deshalb ist es besonders wichtig, sich durch Qualität, Praxisbezug und Unternehmenskooperationen klar von anderen Anbietern abzugrenzen.

5 Marketingkonzept

5.1 Preispolitik

Die Eduvora GmbH verfolgt ein leistungsorientiertes Preismodell, bei dem sämtliche Kursinhalte zunächst kostenlos zugänglich sind. Ziel ist es, den Einstieg in die Plattform möglichst einfach zu gestalten und Studierenden die Möglichkeit zu geben, Inhalte unverbindlich kennenzulernen und sich ohne finanzielles Risiko weiterzubilden. Die eigentliche Monetarisierung erfolgt über den Erwerb von Zertifikaten, die nach erfolgreichem Abschluss eines Kurses optional erworben werden können. Nutzer zahlen somit nicht für den Zugang zu Wissen, sondern für den zusätzlichen Mehrwert eines offiziellen Qualifikationsnachweises. Die Preisgestaltung orientiert sich am Umfang, dem Praxisbezug und der Spezialisierung der jeweiligen Kurse. Zertifikate für Grundkurse liegen preislich zwischen 25 € und 50 €. Premium-Kurse bauen auf den Inhalten der Grundkurse auf und vermitteln vertiefte Kenntnisse mit stärkerem Praxisbezug. Die dazugehörigen Zertifikate bewegen sich preislich zwischen 50 € und 100 €. Kurse, die in Zusammenarbeit mit Unternehmen wie beispielsweise HYDAC entwickelt werden, gehören automatisch zum Premium-Bereich und besitzen aufgrund ihres direkten Bezugs zur Arbeitswelt einen höheren Stellenwert. Die Zertifikate solcher unternehmensbasierten Kurse liegen preislich zwischen 100 € und 200 €. Durch dieses Modell bleibt der Zugang zu den Lerninhalten für alle Nutzer offen, während gleichzeitig hochwertige und praxisnahe Zertifikate angeboten werden, die im Bewerbungsprozess einen konkreten Mehrwert schaffen und die zentrale Einnahmequelle der Eduvora GmbH darstellen.

5.2 Vertriebspolitik

Die Eduvora GmbH vertreibt ihre Leistungen vollständig digital über eine App sowie eine browserbasierte Plattform. Nutzer können sich online registrieren, Kurse auswählen und sämtliche Inhalte flexibel sowie ortsunabhängig nutzen. Dadurch entstehen keine regionalen Einschränkungen und die Plattform kann von Studierenden unabhängig vom Wohnort oder der Hochschule verwendet werden. Die digitale Bereitstellung ermöglicht es den Nutzern, jederzeit auf Lerninhalte zuzugreifen und die Weiterbildung individuell in ihren Alltag zu integrieren. Besonders für Studierende stellt dies einen wichtigen Vorteil dar, da Lernen zeitlich flexibel neben Vorlesungen, Praktika oder Werkstudententätigkeiten stattfinden kann. Ein weiterer Vorteil des digitalen Vertriebs liegt in der hohen Skalierbarkeit des Geschäftsmodells. Neue Kurse, Themenbereiche oder Unternehmenskooperationen können vergleichsweise schnell in die Plattform integriert und einer großen

Anzahl von Nutzern gleichzeitig bereitgestellt werden. Dadurch kann das Angebot kontinuierlich erweitert und an aktuelle Entwicklungen des Arbeitsmarktes angepasst werden. Zusätzlich ermöglicht die digitale Struktur eine direkte Verbindung zwischen Nutzern, Lerninhalten und Unternehmen. Zertifikate, Lernfortschritte und Kursangebote können zentral verwaltet und einfach über die Plattform bereitgestellt werden. Dadurch entsteht ein effizienter und moderner Vertriebsweg, der optimal auf die Zielgruppe der Eduvora GmbH abgestimmt ist.

5.3 Kommunikationspolitik

Zum Markteintritt setzt die Eduvora GmbH zunächst gezielt auf digitale Kommunikationskanäle wie Instagram, TikTok und LinkedIn, da sich ein großer Teil der Zielgruppe täglich auf diesen Plattformen bewegt. Durch kurze Einblicke in Kurse, praktische Inhalte sowie Informationen über Unternehmenskooperationen soll früh Aufmerksamkeit erzeugt und gleichzeitig Vertrauen aufgebaut werden. Besonders die Zusammenarbeit mit Unternehmen soll die Glaubwürdigkeit der Plattform stärken und den praktischen Nutzen der angebotenen Kurse verdeutlichen. Zusätzlich sind erste Kooperationen mit Hochschulen, studentischen Initiativen und Unternehmen geplant, um eine erste aktive Nutzerbasis aufzubauen und die Bekanntheit der Plattform im studentischen Umfeld zu steigern.

Im späteren Regelbetrieb liegt der Fokus darauf, die Reichweite der Plattform kontinuierlich auszubauen und Nutzer langfristig an das Angebot zu binden. Dies soll insbesondere durch neue Kursangebote, zusätzliche Unternehmenspartnerschaften sowie Erfahrungsberichte erfolgreicher Nutzer erreicht werden. Gleichzeitig bleibt die Präsenz auf sozialen Medien ein zentraler Bestandteil der Kommunikationsstrategie, um regelmäßig neue Zielgruppen anzusprechen und die Bekanntheit der Eduvora GmbH langfristig zu steigern.

5.4 Markteintrittsstrategie

Zum Start der Plattform liegt der Fokus zunächst auf dem Aufbau einer ersten aktiven Nutzerbasis im studentischen Umfeld. Die ersten Nutzer sollen vor allem über Social Media, persönliche Netzwerke sowie erste Kooperationen mit Unternehmen und Hochschulen erreicht werden. Besonders die Zusammenarbeit mit Unternehmen spielt dabei eine wichtige Rolle, da sie der Plattform zusätzliche Glaubwürdigkeit verleiht und den praktischen Nutzen der angebotenen Kurse unterstreicht. Zu Beginn wird das Kursangebot bewusst überschaubar gehalten, um eine hohe Qualität der Inhalte sicherzustellen und erste Erfahrungen sowie Feedback der Nutzer gezielt in die Weiterentwicklung der Plattform

einfließen zu lassen. Anschließend ist geplant, das Angebot Schritt für Schritt um weitere Kurse, Themenbereiche und Unternehmenspartner zu erweitern, um die Plattform langfristig auszubauen und an neue Anforderungen des Arbeitsmarktes anzupassen.

6 Produktionsfaktoren und Fremdleistungen

6.1 Betriebsmittel

Die Betriebsmittel bilden die technische Grundlage für die Leistungserstellung der Eduvora GmbH. Da das Unternehmen seine Bildungsangebote vollständig digital bereitstellt, werden insbesondere technische Systeme, Softwarelösungen und Aufnahmetechnik benötigt, um die Plattform zu betreiben und hochwertige Lerninhalte zu erstellen. Digitale Bildungsangebote sind auf eine leistungsfähige technische Infrastruktur sowie geeignete digitale Plattformen angewiesen (*vgl. OECD, 2023, S. 132*).

Benötigte Betriebsmittel:

- Lernplattform (App und browserbasierte Anwendung)
- Server- und Cloud-Infrastruktur
- Computer und Laptops
- Software für Videobearbeitung
- Software für Grafikdesign
- Kommunikations- und Projektmanagementsoftware
- Datenbank- und Verwaltungssysteme
- Kameras für die Erstellung von Lernvideos
- Mikrofone und Audioequipment
- Beleuchtungstechnik für Videoaufnahmen
- Büroausstattung und Arbeitsplätze

6.2 Werkstoffe

Da die Eduvora GmbH digitale Bildungsdienstleistungen anbietet, werden keine klassischen Werkstoffe benötigt. Sämtliche Lernmaterialien werden digital erstellt, gespeichert und den Nutzern online zur Verfügung gestellt. Dadurch entstehen im Vergleich zu produzierenden Unternehmen nur sehr geringe Materialkosten.

Werkstoffe:

- Keine Rohstoffe
- Keine Hilfsstoffe
- Keine Betriebsstoffe
- Digitale Bereitstellung sämtlicher Lernmaterialien

- Keine nennenswerten Materialkosten

6.3 Menschliche Arbeit

Die menschliche Arbeit stellt einen der wichtigsten Produktionsfaktoren der Eduvora GmbH dar. Die Qualität der Kurse, die Betreuung der Nutzer sowie die Zusammenarbeit mit Partnerunternehmen hängen maßgeblich vom Know-how und Engagement der Gründer und Mitarbeiter ab. Humankapital umfasst das Wissen, die Fähigkeiten und die Kompetenzen von Menschen, die zur wirtschaftlichen Wertschöpfung beitragen (*vgl. OECD, 2007, S. 29*). Aus diesem Grund stellt die menschliche Arbeit einen der wichtigsten Produktionsfaktoren der Eduvora GmbH dar.

Wichtige Tätigkeitsbereiche:

- Entwicklung neuer Kurskonzepte
- Erstellung von Lerninhalten
- Produktion von Lernvideos
- Erstellung von Übungen und Musterlösungen
- Entwicklung von Prüfungen und Zertifikaten
- Betreuung der Nutzer
- Kundenservice
- Marketing und Social-Media-Management
- Akquise und Betreuung von Unternehmenspartnern
- Pflege und Weiterentwicklung der Plattform
- Aktualisierung bestehender Kurse
- Entwicklung neuer Weiterbildungsangebote

6.4 Fremdleistungen

Neben den eigenen Ressourcen greift die Eduvora GmbH auf verschiedene externe Dienstleistungen zurück. Dadurch können spezialisierte Aufgaben von Experten übernommen werden, während sich das Unternehmen auf die Entwicklung und Vermarktung seiner Bildungsangebote konzentrieren kann. Zudem ermöglichen externe Dienstleister eine hohe Flexibilität, sodass das Unternehmen seine Kapazitäten an die steigende Nachfrage anpassen kann (*vgl. Deloitte, 2013, S. 5*).

Benötigte Fremdleistungen:

- Entwicklung der App

- Entwicklung der Webplattform
- Wartung technischer Systeme
- Hosting- und Cloud-Dienstleistungen
- Grafikdesign und Werbematerialien
- Erstellung professioneller Zertifikate
- Videobearbeitung und Videoproduktion
- Externe Fachexperten für spezielle Kurse
- Externe Dozenten und Trainer
- Rechtsberatung (Datenschutz, Verträge, AGB)
- Steuerberatung
- Buchhaltung
- Unterstützung bei Unternehmenskooperationen
- Übersetzungsleistungen bei einer späteren Expansion

6.5 Wesentliche Kostenblöcke

- Softwareentwicklung
- Hosting und Cloud-Dienste
- Videoproduktion
- Kursentwicklung
- Externe Fachexperten
- Marketingmaßnahmen
- Menschliche Arbeit

7 Investitions-, Finanzierungs- und Liquiditätsplanung

Auf Grundlage der in Kapitel 6 beschriebenen Produktionsfaktoren und Fremdleistungen sowie des in Kapitel 5 dargestellten Marketingkonzepts wird im Folgenden die Finanzplanung der Eduvora GmbH für die ersten drei Geschäftsjahre vorgestellt. Sie umfasst den Investitions- und Finanzierungsplan zum Gründungszeitpunkt sowie den quartalsgenauen Absatz-, Umsatz-, Kosten-, Gewinn- und Liquiditätsplan. Da es sich bei der Eduvora GmbH um ein fiktives Gründungsvorhaben handelt, liegen keine historischen Unternehmensdaten vor. Die in der Finanzplanung verwendeten Werte basieren daher auf den im Businessplan beschriebenen Annahmen. Finanzplanungen sollten auf nachvollziehbaren Annahmen beruhen und deren Grundlagen dokumentieren (vgl. *Business Plan for a Startup Business*, 2023, S. 1). Um eine möglichst nachvollziehbare und realitätsnahe Planung zu erstellen, wurden die Berechnungen zusätzlich mithilfe von KI unterstützt und auf Plausibilität geprüft.

7.1 Investitionsplan

Der Investitionsplan umfasst die einmalige Erstausrüstung der Eduvora GmbH zum Gründungszeitpunkt (Quartal 1, Jahr 1). Er leitet sich unmittelbar aus der Dokumentation der Produktionsfaktoren ab (Kapitel 6.1 Betriebsmittel und Kapitel 6.2 Werkstoffe). Da die Eduvora GmbH ausschließlich digitale Bildungsdienstleistungen erbringt, entfallen klassische Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe, die Werkstoffposition beschränkt sich auf eine Erstausrüstung mit Büro- und Verbrauchsmaterial.

Nr.	Investitionsposition	Kategorie	Betrag (EUR)	ND (Jahre)
1	Computerausstattung & Laptops (5 Arbeitsplätze)	Betriebsmittel	7.000 €	3
2	Kamera-Equipment (2 Sets inkl. Objektive)	Betriebsmittel	4.000 €	3
3	Mikrofone & Audioequipment	Betriebsmittel	1.500 €	3
4	Beleuchtungstechnik (2 Lichtsets)	Betriebsmittel	1.500 €	3
5	Büroausstattung (5 Arbeitsplätze: Tische, Stühle, Regale)	Betriebsmittel	6.000 €	3
6	Server- & Cloud-Infrastruktur (Einrichtung)	Betriebsmittel	3.000 €	3
7	Lernplattform: App & Web-Anwendung (Erstentwicklung)	Betriebsmittel	45.000 €	3
8	Softwarelizenzen Jahr 1 (Video-, Grafik-, PM-Tool, Datenbank)	Betriebsmittel	4.500 €	3
9	Büro- & Verbrauchsmaterial (Erstausrüstung)	Werkstoffe	800 €	–
10	Sonstige Erstausrüstung (Kleingeräte, Ersatzteile)	Werkstoffe	700 €	–
11	Gründungskosten (Notar, Handelsregister, Beratung)	Sonstige Investitionen	3.000 €	–
12	Markenanmeldung, Domain, Rechtsberatung (AGB/Datenschutz)	Sonstige Investitionen	2.500 €	–
	Summe Betriebsmittel		72.500 €	
	Summe Werkstoffe (Erstausrüstung)		1.500 €	
	Summe Sonstige Investitionen		5.500 €	
	GESAMTINVESTITION (Erstausrüstung)		79.500 €	

Tabelle 1: Investitionsplan Erstausrüstung der Eduvora GmbH zum Gründungszeitpunkt.

Die Gesamtinvestition beläuft sich auf 79.500 €. Den größten Einzelposten bildet mit 45.000 € die Erstentwicklung der Lernplattform (App und browserbasierte Anwendung), die als zentrales Betriebsmittel für die digitale Leistungserstellung unerlässlich ist. Hardware Investitionen Computer, Kamera-, Mikrofon- und Beleuchtungstechnik sowie Büroausstattung und Software-Lizenzen werden über eine betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer von drei Jahren linear abgeschrieben (vgl. BMWi, 2021).

Für die technische Erstausrüstung der Eduvora GmbH wird eine arbeitsfähige Grundausstattung für fünf Personen eingeplant. Dadurch soll sichergestellt werden, dass alle Gründungsmitglieder beziehungsweise Mitarbeitenden von Beginn an mit einer zuverlässigen und einheitlichen Arbeitsumgebung arbeiten können. Die Ausstattung umfasst pro Arbeitsplatz einen Laptop, eine Dockingstation, eine kabellose Maus und eine kabellose

Tastatur. Zusätzlich werden insgesamt zehn externe Monitore eingeplant, sodass an jedem Arbeitsplatz mit zwei Bildschirmen gearbeitet werden kann. Als Grundlage wurden aktuelle Onlinepreise verschiedener Anbieter herangezogen. Der Lenovo Laptop wurde mit einem Stückpreis von 599,00 € angesetzt. Zusätzlich wird pro Arbeitsplatz eine Dell Pro Dock für 204,95 €, eine Logitech M705 Maus für 29,90 € sowie ein Cherry Stream Keyboard für 49,99 € berücksichtigt. Für die Monitore werden zehn DELL P2725H Office Monitore mit einem Preis von 162,90 € eingeplant. Insgesamt werden im Investitionsplan 7.000,00 € für die technische Arbeitsplatzausstattung angesetzt. Die konkret berechneten Anschaffungskosten betragen 6.048,20 €. Der verbleibende Betrag in Höhe von 951,80 € dient als Reserve für notwendige Kleinteile und Zubehör, beispielsweise Kabel, Adapter, Steckdosenleisten, HDMI- oder USB-C-Verbindungen sowie kleinere Ersatz- und Ergänzungsanschaffungen. Als Grundlage wurden die zum Planungszeitpunkt aktuellen Herstellerpreise der ausgewählten Geräte herangezogen (vgl. *Notebooksbilliger*, 2026; *Dell Technologies*, 2026; *bestware*, 2026; *Cherry*, 2026).

7.2 Finanzierungsplan

Der Finanzierungsplan stellt den benötigten Finanzierungsbedarf den verfügbaren Finanzierungsmitteln gegenüber. Neben den geplanten Investitionen wird zusätzlich eine Liquiditätsreserve berücksichtigt, um die Anlaufphase des Unternehmens finanziell abzusichern. Da sich die Eduvora GmbH zunächst am Markt etablieren und eine ausreichende Nutzerbasis aufbauen muss, wird in den ersten Jahren noch nicht mit einer vollständigen Kostendeckung gerechnet (vgl. *Kapitel 7.5 Gewinnplan und Kapitel 7.6 Liquiditätsplan*).

Mittelverwendung		Betrag (EUR)
Investitionsplan (Erstausrüstung gesamt)		79.500 €
Liquiditätsreserve für die Anlaufphase (Jahr 1–3)		100.500 €
Summe Mittelverwendung		180.000 €

Mittelherkunft	Konditionen	Betrag (EUR)
Eigenkapital der Gründungsgesellschafter	3 Gesellschafter, GmbH-Einlage	150.000 €
Fördermittel: KfW ERP-Gründerkredit / StartGeld (vgl. <i>KfW</i> , 2026)	4,43 % p.a., 10 Jahre Laufzeit, 2 Jahre tilgungsfrei, danach linear über 3 Jahre; 80 % Haftungsfreistellung der Hausbank	30.000 €
Summe Mittelherkunft		180.000 €

Tabelle 2: Finanzierungsplan Verwendung und Herkunft

7.2.1 Anpassung des Finanzierungsplans im Planungsverlauf

Der Gewinnplan (Kapitel 7.5) zeigt, dass die Eduvora GmbH in den ersten beiden Geschäftsjahren planmäßig Verluste erwirtschaftet. Diese sind für die Aufbauphase eines digitalen Bildungsunternehmens typisch, da zunächst in die Entwicklung der Plattform, die Erstellung neuer Kurse sowie den Aufbau einer stabilen Nutzerbasis investiert wird (vgl. *IHK Hannover, 2024 S.30*). Im dritten Geschäftsjahr gehen die Verluste bereits deutlich zurück, was die positive Entwicklung des Unternehmens widerspiegelt. Gleichzeitig zeigt der Liquiditätsplan (Kapitel 7.6), dass die Zahlungsfähigkeit der Eduvora GmbH während des gesamten Planungszeitraums jederzeit sichergestellt ist. Die anfänglichen Verluste können durch die eingeplante Liquiditätsreserve sowie die zeitliche Verteilung der Ein- und Auszahlungen vollständig aufgefangen werden. Für den Fall, dass sich das Unternehmen langsamer entwickelt als erwartet, wurden zusätzlich zwei finanzielle Sicherheitsmaßnahmen vorgesehen. Zum einen besteht die Möglichkeit, ein Gesellschafterdarlehen von bis zu 30.000 € bereitzustellen, zum anderen steht eine mit der Hausbank vereinbarte Kontokorrentlinie in Höhe von 20.000 € mit einem Zinssatz von rund 7 % pro Jahr als kurzfristige Liquiditätsreserve zur Verfügung (vgl. *Sparkasse, 2026 S.4*). Beide Maßnahmen dienen ausschließlich als finanzielle Absicherung und werden nach der aktuellen Planung nicht in Anspruch genommen. Insgesamt reichen die vorhandenen Eigenmittel sowie die eingeplante Liquiditätsreserve aus, um die Anlaufphase der Eduvora GmbH vollständig zu finanzieren. Ein zusätzlicher Finanzierungsbedarf würde nur entstehen, wenn sich der Aufbau des Unternehmens deutlich langsamer entwickelt als geplant.

7.3 Absatzplan

Der Absatzplan basiert auf dem in Kapitel 5 beschriebenen Marketingkonzept und zeigt die erwartete Anzahl der verkauften Zertifikate in den ersten drei Geschäftsjahren. Da die Eduvora GmbH im zweiten Quartal 2026 gegründet wird, ist für das erste Geschäftsjahr ein schrittweiser Markteintritt vorgesehen. Zu Beginn wird die Plattform zunächst bekannt gemacht und eine erste Nutzerbasis aufgebaut. Mit zunehmender Bekanntheit sowie weiteren Unternehmenskooperationen steigen die Verkaufszahlen von Quartal zu Quartal an. Darüber hinaus wurde berücksichtigt, dass die Nachfrage im studentischen Umfeld im Jahresverlauf unterschiedlich ausfällt. Während zu Beginn eines Semesters und in den Prüfungsphasen ein höheres Interesse an Weiterbildungsangeboten besteht, fällt die Nachfrage während der Semesterferien und der Praktikumszeit in der Regel etwas geringer aus. Die Absatzplanung basiert dabei auf den im Businessplan getroffenen An-

nahmen und den erwarteten Entwicklungen des Unternehmens (vgl. *Montana Department of Agriculture, 2009, S. 24*).

7.3.1 Jahr 1

Position	Q1	Q2	Q3	Q4	Jahr 1 Summe
Grundkurs-Zertifikate	169	231	167	422	989
Premium-Zertifikate	108	147	106	269	630
Unternehmensbasierte Premium-Zertifikate	31	42	30	77	180
Summe Zertifikate	308	420	303	768	1.799
zzgl. B2B-Kursentwicklungsaufträge (Anzahl)	0	0	1	0	1

7.3.2 Jahr 2

Position	Q1	Q2	Q3	Q4	Jahr 2 Summe
Grundkurs-Zertifikate	455	416	257	455	1.583
Premium-Zertifikate	290	265	164	290	1.009
Unternehmensbasierte Premium-Zertifikate	83	76	47	83	289
Summe Zertifikate	828	757	468	828	2.881
zzgl. B2B-Kursentwicklungsaufträge (Anzahl)	0	1	0	1	2

7.3.3 Jahr 3

Position	Q1	Q2	Q3	Q4	Jahr 3 Summe
Grundkurs-Zertifikate	638	582	360	638	2.218
Premium-Zertifikate	406	370	229	406	1.411
Unternehmensbasierte Premium-Zertifikate	116	106	66	116	404
Summe Zertifikate	1.160	1.058	655	1.160	4.033
zzgl. B2B-Kursentwicklungsaufträge (Anzahl)	1	1	0	1	3

Tabelle 3: Absatzplan Kursbeanspruchung (Zertifikate) je Quartal, Jahr 1–3

Insgesamt rechnet die Eduvora GmbH im ersten Geschäftsjahr mit dem Verkauf von 1.799 Zertifikaten. Mit zunehmender Bekanntheit der Plattform und dem Ausbau des Kursangebots wird erwartet, dass die Verkaufszahlen im zweiten Geschäftsjahr auf 2.881 und im dritten Geschäftsjahr auf 4.033 Zertifikate steigen. Die Verteilung der Verkäufe orientiert sich am im Marketingkonzept beschriebenen Aufbau des Kursangebots. Rund 55 % entfallen auf Grundkurs-Zertifikate, 35 % auf Premium-Zertifikate und 10 % auf unternehmensbasierte Premium-Zertifikate. Darüber hinaus wird im ersten Geschäftsjahr mit einem, im zweiten mit zwei und im dritten mit drei B2B-Kursentwicklungsaufträgen in Zusammenarbeit mit Partnerunternehmen wie HYDAC gerechnet. Die Anzahl dieser Kooperationen wächst bewusst schrittweise, da die gemeinsame Entwicklung neuer

Kurse einen hohen Abstimmungsaufwand erfordert. Ziel ist es, langfristige Partnerschaften aufzubauen und das Unternehmensnetzwerk kontinuierlich zu erweitern.

7.4 Umsatzplan

Der Umsatzplan bewertet den Absatzplan mit den im Marketingkonzept festgelegten Zertifikatspreisen (Grundkurs 25–50 €, Premium 50–100 €, unternehmensbasiertes Premium 100–200 €; jeweils Planung mit dem mittleren bis oberen Preiskorridor) und ergänzt die Umsätze aus der B2B-Kursentwicklung (5.000–10.000 € je Auftrag, geplant mit 7.500 € im Durchschnitt). Die Umsatzplanung basiert dabei auf der erwarteten Anzahl der verkauften Einheiten sowie den festgelegten Preisen der angebotenen Leistungen (*vgl. Wisconsin Small Business Development Center, 2023, S. 12*).

7.4.1 Jahr 1

Position	Q1	Q2	Q3	Q4	Jahr 1 Summe
Umsatz Grundkurs-Zertifikate	6.760 €	9.240 €	6.680 €	16.880 €	39.560 €
Umsatz Premium-Zertifikate	8.640 €	11.760 €	8.480 €	21.520 €	50.400 €
Umsatz Unternehmensbasierte Zertifikate	4.960 €	6.720 €	4.800 €	12.320 €	28.800 €
Zwischensumme B2C-Umsatz (Zertifikate)	20.360 €	27.720 €	19.960 €	50.720 €	118.760 €
Umsatz B2B-Kursentwicklung (Partnerunternehmen)	0 €	0 €	7.500 €	0 €	7.500 €
GESAMTUMSATZ	20.360 €	27.720 €	27.460 €	50.720 €	126.260 €

7.4.2 Jahr 2

Position	Q1	Q2	Q3	Q4	Jahr 2 Summe
Umsatz Grundkurs-Zertifikate	18.200 €	16.640 €	10.280 €	18.200 €	63.320 €
Umsatz Premium-Zertifikate	23.200 €	21.200 €	13.120 €	23.200 €	80.720 €
Umsatz Unternehmensbasierte Zertifikate	13.280 €	12.160 €	7.520 €	13.280 €	46.240 €
Zwischensumme B2C-Umsatz (Zertifikate)	54.680 €	50.000 €	30.920 €	54.680 €	190.280 €
Umsatz B2B-Kursentwicklung (Partnerunternehmen)	0 €	7.500 €	0 €	7.500 €	15.000 €
GESAMTUMSATZ	54.680 €	57.500 €	30.920 €	62.180 €	205.280 €

7.4.3 Jahr 3

Position	Q1	Q2	Q3	Q4	Jahr 3 Summe
Umsatz Grundkurs-Zertifikate	25.520 €	23.280 €	14.400 €	25.520 €	88.720 €
Umsatz Premium-Zertifikate	32.480 €	29.600 €	18.320 €	32.480 €	112.880 €
Umsatz Unternehmensbasierte Zertifikate	18.560 €	16.960 €	10.560 €	18.560 €	64.640 €
Zwischensumme B2C-Umsatz (Zertifikate)	76.560 €	69.840 €	43.280 €	76.560 €	266.240 €
Umsatz B2B-Kursentwicklung (Partnerunternehmen)	7.500 €	7.500 €	0 €	7.500 €	22.500 €
GESAMTUMSATZ	84.060 €	77.340 €	43.280 €	84.060 €	288.740 €

Tabelle 4: Umsatzplan, erwartete Einnahmen je Quartal, Jahr 1–3

Der Gesamtumsatz wächst von 126.260 € im ersten über 205.280 € im zweiten auf 288.740 € im dritten Geschäftsjahr. Die quartalsweise Verteilung spiegelt die in Kapitel 7.3 beschriebene Saisonalität wider: Die Umsätze sind in den Quartalen 1 und 4 am höchsten, während sie im dritten Quartal (Semesterferien) saisonal bedingt einbrechen.

7.5 Kostenplan

Der Kostenplan leitet die entstehenden Aufwendungen aus der Dokumentation der Produktionsfaktoren und Fremdleistungen (Kapitel 6) sowie aus den im Finanzierungsplan ausgewiesenen Finanzierungskosten ab. Er unterscheidet Personalaufwand, Materialaufwand (Werkstoffe), Aufwand für bezogene Leistungen (Fremdleistungen), Abschreibungen auf die Erstausrüstung und Zinsaufwand aus dem KfW-Förderkredit.

7.5.1 Jahr 1

Position	Q1	Q2	Q3	Q4	Jahr 1 Summe
Personalkosten (Bruttogehälter)					
Geschäftsführer-Gehälter (3 Gründer)	18.000 €	18.000 €	18.000 €	18.000 €	72.000 €
Mitarbeiter Content (Vollzeit/Werkstudent)	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €	12.000 €
Mitarbeiter Marketing (Vollzeit/Werkstudent)	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Summe Personalkosten (brutto)	21.000 €	21.000 €	21.000 €	21.000 €	84.000 €
Lohnnebenkosten Arbeitgeberanteil (20 %)	4.200 €	4.200 €	4.200 €	4.200 €	16.800 €
Personalaufwand gesamt	25.200 €	25.200 €	25.200 €	25.200 €	100.800 €
Materialaufwand (Werkstoffe, laufend)					
Büro- & Verbrauchsmaterial (Nachbeschaffung)	50 €	50 €	50 €	50 €	200 €
Aufwand für bezogene Leistungen (Fremdleistungen)					
Hosting- & Cloud-Dienstleistungen	600 €	600 €	600 €	600 €	2.400 €
App- & Webplattform-Wartung	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	6.000 €
Video- & Grafikproduktion (extern)	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	8.000 €
Kursaktualisierung (externe Fachexperten/Dozenten)	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	4.000 €
Rechts- & Steuerberatung, Buchhaltung	800 €	800 €	800 €	800 €	3.200 €
Marketing (Social Media, Content-Ads)	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €	12.000 €
Zertifikatskosten (variabel je Zertifikat)	924 €	1.260 €	909 €	2.304 €	5.397 €
Honorare externe Fachexperten (B2B)	0 €	0 €	3.000 €	0 €	3.000 €
Aufwand für bezogene Leistungen gesamt	9.824 €	10.160 €	12.809 €	11.204 €	43.997 €
Abschreibungen					
Abschreibungen Lernplattform (immaterielle Anlage, ND 3 Jahre)	3.750 €	3.750 €	3.750 €	3.750 €	15.000 €
Abschreibungen Hardware/Equipment (Sachanlagen, ND 3 Jahre)	2.292 €	2.292 €	2.292 €	2.292 €	9.167 €
Abschreibungen gesamt	6.042 €	6.042 €	6.042 €	6.042 €	24.167 €
Zinsaufwand					
Zinsen KfW ERP-Gründerkredit StartGeld	338 €	338 €	338 €	338 €	1.350 €
GESAMTKOSTEN (inkl. Zinsen)	41.453 €	41.789 €	44.438 €	42.833 €	170.514 €

7.5.2 Jahr 2

Position	Q1	Q2	Q3	Q4	Jahr 2 Summe
Personalkosten (Bruttogehälter)					
Geschäftsführer-Gehälter (3 Gründer)	22.500 €	22.500 €	22.500 €	22.500 €	90.000 €
Mitarbeiter Content (Vollzeit/Werkstudent)	9.000 €	9.000 €	9.000 €	9.000 €	36.000 €
Mitarbeiter Marketing (Vollzeit/Werkstudent)	3.250 €	3.250 €	3.250 €	3.250 €	13.000 €
Summe Personalkosten (brutto)	34.750 €	34.750 €	34.750 €	34.750 €	139.000 €
Lohnnebenkosten Arbeitgeberanteil (20 %)	6.950 €	6.950 €	6.950 €	6.950 €	27.800 €
Personalaufwand gesamt	41.700 €	41.700 €	41.700 €	41.700 €	166.800 €
Materialaufwand (Werkstoffe, laufend)					
Büro- & Verbrauchsmaterial (Nachbeschaffung)	50 €	50 €	50 €	50 €	200 €
Aufwand für bezogene Leistungen (Fremdleistungen)					
Hosting- & Cloud-Dienstleistungen	750 €	750 €	750 €	750 €	3.000 €
App- & Webplattform-Wartung	1.600 €	1.600 €	1.600 €	1.600 €	6.400 €
Video- & Grafikproduktion (extern)	2.300 €	2.300 €	2.300 €	2.300 €	9.200 €
Kursaktualisierung (externe Fachexperten/Dozenten)	1.150 €	1.150 €	1.150 €	1.150 €	4.600 €
Rechts- & Steuerberatung, Buchhaltung	850 €	850 €	850 €	850 €	3.400 €
Marketing (Social Media, Content-Ads)	3.650 €	3.650 €	3.650 €	3.650 €	14.600 €
Zertifikatskosten (variabel je Zertifikat)	2.484 €	2.271 €	1.404 €	2.484 €	8.643 €
Honorare externe Fachexperten (B2B)	0 €	3.000 €	0 €	3.000 €	6.000 €
Aufwand für bezogene Leistungen gesamt	12.784 €	15.571 €	11.704 €	15.784 €	55.843 €
Abschreibungen					
Abschreibungen Lernplattform (immaterielle Anlage, ND 3 Jahre)	3.750 €	3.750 €	3.750 €	3.750 €	15.000 €
Abschreibungen Hardware/Equipment (Sachanlagen, ND 3 Jahre)	2.292 €	2.292 €	2.292 €	2.292 €	9.167 €
Abschreibungen gesamt	6.042 €	6.042 €	6.042 €	6.042 €	24.167 €
Zinsaufwand					
Zinsen KfW ERP-Gründerkredit StartGeld	338 €	338 €	338 €	338 €	1.350 €
GESAMTKOSTEN (inkl. Zinsen)	60.913 €	63.700 €	59.833 €	63.913 €	248.360 €

7.5.3 Jahr 3

Position	Q1	Q2	Q3	Q4	Jahr 3 Summe
Personalkosten (Bruttogehälter)					
Geschäftsführer-Gehälter (3 Gründer)	28.500 €	28.500 €	28.500 €	28.500 €	114.000 €
Mitarbeiter Content (Vollzeit/Werkstudent)	9.500 €	9.500 €	9.500 €	9.500 €	38.000 €
Mitarbeiter Marketing (Vollzeit/Werkstudent)	9.000 €	9.000 €	9.000 €	9.000 €	36.000 €
Summe Personalkosten (brutto)	47.000 €	47.000 €	47.000 €	47.000 €	188.000 €
Lohnnebenkosten Arbeitgeberanteil (20 %)	9.400 €	9.400 €	9.400 €	9.400 €	37.600 €
Personalaufwand gesamt	56.400 €	56.400 €	56.400 €	56.400 €	225.600 €
Materialaufwand (Werkstoffe, laufend)					
Büro- & Verbrauchsmaterial (Nachbeschaffung)	50 €	50 €	50 €	50 €	200 €
Aufwand für bezogene Leistungen (Fremdleistungen)					
Hosting- & Cloud-Dienstleistungen	950 €	950 €	950 €	950 €	3.800 €
App- & Webplattform-Wartung	1.700 €	1.700 €	1.700 €	1.700 €	6.800 €
Video- & Grafikproduktion (extern)	2.650 €	2.650 €	2.650 €	2.650 €	10.600 €
Kursaktualisierung (externe Fachexperten/Dozenten)	1.350 €	1.350 €	1.350 €	1.350 €	5.400 €
Rechts- & Steuerberatung, Buchhaltung	900 €	900 €	900 €	900 €	3.600 €
Marketing (Social Media, Content-Ads)	4.550 €	4.550 €	4.550 €	4.550 €	18.200 €
Zertifikatskosten (variabel je Zertifikat)	3.480 €	3.174 €	1.965 €	3.480 €	12.099 €
Honorare externe Fachexperten (B2B)	3.000 €	3.000 €	0 €	3.000 €	9.000 €
Aufwand für bezogene Leistungen gesamt	18.580 €	18.274 €	14.065 €	18.580 €	69.499 €
Abschreibungen					
Abschreibungen Lernplattform (immaterielle Anlage, ND 3 Jahre)	3.750 €	3.750 €	3.750 €	3.750 €	15.000 €
Abschreibungen Hardware/Equipment (Sachanlagen, ND 3 Jahre)	2.292 €	2.292 €	2.292 €	2.292 €	9.167 €
Abschreibungen gesamt	6.042 €	6.042 €	6.042 €	6.042 €	24.167 €
Zinsaufwand					
Zinsen KfW ERP-Gründerkredit StartGeld	338 €	338 €	338 €	338 €	1.350 €
GESAMTKOSTEN (inkl. Zinsen)	81.409 €	81.103 €	76.894 €	81.409 €	320.816 €

Tabelle 5: Kostenplan Edivora GmbH, quartalsweise Jahr 1–3

Den größten Kostenblock der Edivora GmbH stellt der Personalaufwand dar (vgl. *mmi Institut, 2021, S. 7*). Dieser steigt von 100.800 € im ersten Geschäftsjahr auf 225.600 € im dritten Geschäftsjahr, da das Unternehmen sein Team mit dem wachsenden Kursangebot und der steigenden Nutzerzahl schrittweise erweitert. Während in der Gründungsphase zunächst die drei Gesellschafter-Geschäftsführer sowie eine Werkstudentin beziehungsweise ein Werkstudent tätig sind, werden in den folgenden Jahren zusätzliche Vollzeitstellen für die Kursentwicklung und das Marketing geschaffen. Um die Liquidität in der Anfangsphase zu schonen, erhalten die Gesellschafter-Geschäftsführer zunächst ein bewusst reduziertes Gründergehalt. Zu den weiteren Kosten zählen insbesondere Hosting- und Wartungskosten, die Produktion von Lernvideos und Grafiken, Marketingmaßnahmen sowie variable Kosten, die durch den Verkauf von Zertifikaten und die Entwicklung von B2B-Kursen entstehen. Die steigenden Personalkosten sind dabei eine ge-

zielte Investition in das Wachstum des Unternehmens. Durch den kontinuierlichen Ausbau des Kursangebots, die Gewinnung weiterer Nutzer und den Ausbau von Unternehmenskooperationen wird erwartet, dass sich diese Investitionen langfristig auszahlen.

7.6 Gewinnplan (Gewinn- und Verlustrechnung)

Der Gewinnplan wird nach dem Gesamtkostenverfahren erstellt. Dabei werden die Umsatzerlöse den betrieblichen Aufwendungen gegenübergestellt, um das Betriebsergebnis (EBIT) sowie nach Berücksichtigung des Zinsaufwands den Jahresüberschuss bzw. Jahresfehlbetrag zu ermitteln (vgl. *Fresenius SE & Co. KGaA, 2020, S. 3*).

7.6.1 Jahr 1

Position	Q1	Q2	Q3	Q4	Jahr 1 Summe
Umsatzerlöse	20.360 €	27.720 €	27.460 €	50.720 €	126.260 €
Personalaufwand	-25.200 €	-25.200 €	-25.200 €	-25.200 €	-100.800 €
Materialaufwand (Werkstoffe)	-50 €	-50 €	-50 €	-50 €	-200 €
Aufwand für bezogene Leistungen	-9.824 €	-10.160 €	-12.809 €	-11.204 €	-43.997 €
Abschreibungen	-6.042 €	-6.042 €	-6.042 €	-6.042 €	-24.167 €
Betriebsergebnis	-20.756 €	-13.732 €	-16.641 €	8.224 €	-42.904 €
Zinsaufwand	-338 €	-338 €	-338 €	-338 €	-1.350 €
Jahresüberschuss / Jahresfehlbetrag	-21.093 €	-14.069 €	-16.978 €	7.887 €	-44.254 €
Kumuliertes Ergebnis (seit Gründung)	-21.093 €	-35.162 €	-52.140 €	-44.254 €	-44.254 €

7.6.2 Jahr 2

Position	Q1	Q2	Q3	Q4	Jahr 2 Summe
Umsatzerlöse	54.680 €	57.500 €	30.920 €	62.180 €	205.280 €
Personalaufwand	-41.700 €	-41.700 €	-41.700 €	-41.700 €	-166.800 €
Materialaufwand (Werkstoffe)	-50 €	-50 €	-50 €	-50 €	-200 €
Aufwand für bezogene Leistungen	-12.784 €	-15.571 €	-11.704 €	-15.784 €	-55.843 €
Abschreibungen	-6.042 €	-6.042 €	-6.042 €	-6.042 €	-24.167 €
Betriebsergebnis	-5.896 €	-5.863 €	-28.576 €	-1.396 €	-41.730 €
Zinsaufwand	-338 €	-338 €	-338 €	-338 €	-1.350 €
Jahresüberschuss / Jahresfehlbetrag	-6.233 €	-6.200 €	-28.913 €	-1.733 €	-43.080 €
Kumuliertes Ergebnis (seit Gründung)	-50.487 €	-56.687 €	-85.600 €	-87.333 €	-87.333 €

7.6.3 Jahr 3

Position	Q1	Q2	Q3	Q4	Jahr 3 Summe
Umsatzerlöse	84.060 €	77.340 €	43.280 €	84.060 €	288.740 €
Personalaufwand	-56.400 €	-56.400 €	-56.400 €	-56.400 €	-225.600 €
Materialaufwand (Werkstoffe)	-50 €	-50 €	-50 €	-50 €	-200 €
Aufwand für bezogene Leistungen	-18.580 €	-18.274 €	-14.065 €	-18.580 €	-69.499 €
Abschreibungen	-6.042 €	-6.042 €	-6.042 €	-6.042 €	-24.167 €
Betriebsergebnis	2.988 €	-3.426 €	-33.277 €	2.988 €	-30.726 €
Zinsaufwand	-338 €	-338 €	-338 €	-338 €	-1.350 €
Jahresüberschuss/ Jahresfehlbetrag	2.651 €	-3.763 €	-33.614 €	2.651 €	-32.076 €
Kumuliertes Ergebnis (seit Gründung)	-84.682 €	-88.446 €	-122.060 €	-119.409 €	-119.409 €

Tabelle 6: Gewinnplan (GuV) Eduvora GmbH, quartalsweise Jahr 1–3

Die Finanzplanung zeigt, dass die Eduvora GmbH in den ersten drei Geschäftsjahren planmäßig Verluste erwirtschaftet. Im ersten Geschäftsjahr beträgt der Jahresfehlbetrag -44.254 €, im zweiten -43.080 € und im dritten -32.076 €. Die Verluste nehmen damit kontinuierlich ab und spiegeln die positive Entwicklung des Unternehmens wider. Bereits in den umsatzstärkeren Quartalen wird ein positives Betriebsergebnis erzielt, während insbesondere das nachfrageschwächere dritte Quartal das Jahresergebnis belastet. Nach drei Geschäftsjahren beläuft sich der kumulierte Verlust auf rund 119.409 €. Da ein großer Teil der Aufwendungen auf planmäßige Investitionen in Personal sowie auf Abschreibungen zurückzuführen ist und die Liquiditätsreserve ausreichend dimensioniert wurde, kann das Unternehmen die Anlaufphase ohne finanzielle Schwierigkeiten bewältigen (vgl. Kapitel 7.7 Liquiditätsplan). Mit dem weiteren Ausbau der Plattform, steigenden Nutzerzahlen und zusätzlichen Unternehmenskooperationen wird erwartet, dass die Gewinnschwelle nach dem betrachteten Planungszeitraum erreicht wird. Die ersten drei Geschäftsjahre dienen daher bewusst dem Aufbau des Unternehmens und der langfristigen Etablierung am Markt

7.7 Liquiditätsplan

Im Gegensatz zum Gewinnplan berücksichtigt der Liquiditätsplan ausschließlich die tatsächlichen Ein- und Auszahlungen des Unternehmens. Nicht zahlungswirksame Aufwendungen, wie beispielsweise Abschreibungen, werden daher nicht berücksichtigt. Die Investitionen sowie die Einzahlungen aus Eigenkapital und Fördermitteln fallen einmalig im ersten Quartal des Gründungsjahres an. Als Bestandteil der Finanzplanung dient der Liquiditätsplan dazu, die finanzielle Entwicklung des Unternehmens während der Gründungs- und Aufbauphase transparent darzustellen (vgl. IHK Koblenz, 2020, S. 18). Da die Zertifikate direkt über die Plattform verkauft und unmittelbar per Kreditkarte oder PayPal bezahlt werden, erfolgen die Einzahlungen im gleichen Quartal wie die jeweiligen Um-

sätze. Bei den B2B-Kursentwicklungsaufträgen wird vereinbart, dass 50 % des Auftragswertes bei Auftragserteilung und die verbleibenden 50 % nach erfolgreichem Abschluss des Projekts im darauffolgenden Quartal gezahlt werden.

7.7.1 Jahr 1

Position	Q1	Q2	Q3	Q4	Jahr 1 Summe
Einzahlungen					
Einzahlung Eigenkapital (Gründungseinlage)	150.000 €	0 €	0 €	0 €	150.000 €
Einzahlung Fördermittel (KfW-Kredit)	30.000 €	0 €	0 €	0 €	30.000 €
Einzahlungen aus Zertifikatsverkäufen (B2C)	20.360 €	27.720 €	19.960 €	50.720 €	118.760 €
Einzahlungen aus B2B-Kursentwicklung (zeitversetzt)	0 €	0 €	3.750 €	3.750 €	7.500 €
Einzahlungen gesamt	200.360 €	27.720 €	23.710 €	54.470 €	306.260 €
Auszahlungen					
Investitionsauszahlungen (Erstausstattung, einmalig)	79.500 €	0 €	0 €	0 €	79.500 €
Personalauszahlungen	25.200 €	25.200 €	25.200 €	25.200 €	100.800 €
Auszahlungen für Fremdleistungen & Material	9.874 €	10.210 €	12.859 €	11.254 €	44.197 €
Zinsauszahlungen	338 €	338 €	338 €	338 €	1.350 €
Tilgungsauszahlungen KfW-Kredit (ab Jahr 3)	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Auszahlungen gesamt	114.912 €	35.748 €	38.396 €	36.792 €	225.847 €
Saldo der Periode	85.448 €	(8.028 €)	(14.686 €)	17.678 €	80.413 €
Kumulierter Liquiditätsbestand (Kassenstand)	85.448 €	77.421 €	62.734 €	80.413 €	80.413 €

7.7.2 Jahr 2

Position	Q1	Q2	Q3	Q4	Jahr 2 Summe
Einzahlungen					
Einzahlung Eigenkapital (Gründungseinlage)	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Einzahlung Fördermittel (KfW-Kredit)	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Einzahlungen aus Zertifikatsverkäufen (B2C)	54.680 €	50.000 €	30.920 €	54.680 €	190.280 €
Einzahlungen aus B2B-Kursentwicklung (zeitversetzt)	0 €	3.750 €	3.750 €	3.750 €	11.250 €
Einzahlungen gesamt	54.680 €	53.750 €	34.670 €	58.430 €	201.530 €
Auszahlungen					
Investitionsauszahlungen (Erstausstattung, einmalig)	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Personalauszahlungen	41.700 €	41.700 €	41.700 €	41.700 €	166.800 €
Auszahlungen für Fremdleistungen & Material	12.834 €	15.621 €	11.754 €	15.834 €	56.043 €
Zinsauszahlungen	338 €	338 €	338 €	338 €	1.350 €
Tilgungsauszahlungen KfW-Kredit (ab Jahr 3)	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Auszahlungen gesamt	54.872 €	57.658 €	53.792 €	57.872 €	224.193 €
Saldo der Periode	(192 €)	(3.908 €)	(19.122 €)	558 €	(22.663 €)
Kumulierter Liquiditätsbestand (Kassenstand)	80.222 €	76.313 €	57.192 €	57.750 €	57.750 €

7.7.3 Jahr 3

Position	Q1	Q2	Q3	Q4	Jahr 3 Summe
Einzahlungen					
Einzahlung Eigenkapital (Gründungseinlage)	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Einzahlung Fördermittel (KfW-Kredit)	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Einzahlungen aus Zertifikatsverkäufen (B2C)	76.560 €	69.840 €	43.280 €	76.560 €	266.240 €
Einzahlungen aus B2B-Kursentwicklung (zeitversetzt)	7.500 €	7.500 €	3.750 €	3.750 €	22.500 €
Einzahlungen gesamt	84.060 €	77.340 €	47.030 €	80.310 €	288.740 €
Auszahlungen					
Investitionsauszahlungen (Erstausstattung, einmalig)	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Personalauszahlungen	56.400 €	56.400 €	56.400 €	56.400 €	225.600 €
Auszahlungen für Fremdleistungen & Material	18.630 €	18.324 €	14.115 €	18.630 €	69.699 €
Zinsauszahlungen	338 €	338 €	338 €	338 €	1.350 €
Tilgungsauszahlungen KfW-Kredit (ab Jahr 3)	2.500 €	2.500 €	2.500 €	2.500 €	10.000 €
Auszahlungen gesamt	77.868 €	77.562 €	73.352 €	77.868 €	306.649 €
Saldo der Periode	6.192 €	(222 €)	(26.322 €)	2.442 €	(17.909 €)
Kumulierter Liquiditätsbestand (Kassenstand)	63.942 €	63.721 €	37.398 €	39.841 €	39.841 €

Tabelle 7: Liquiditätsplan Eduvora GmbH, quartalsweise Jahr 1–3

7.7.4 Sicherung der Zahlungsfähigkeit

Der Liquiditätsplan zeigt, dass die Eduvora GmbH während des gesamten Planungszeitraums jederzeit zahlungsfähig bleibt. Direkt nach der Gründung erreicht der verfügbare Kassenbestand durch das eingebrachte Eigenkapital und die Finanzierungsmittel seinen höchsten Wert. In den folgenden Quartalen nimmt die Liquidität aufgrund der geplanten Investitionen und der Anlaufverluste schrittweise ab und erreicht im dritten Quartal des dritten Geschäftsjahres ihren niedrigsten Stand. Anschließend verbessert sich die Liquidität wieder und liegt zum Ende des dritten Geschäftsjahres bei 39.841 €. Damit kann das Unternehmen alle laufenden Zahlungsverpflichtungen aus eigener Kraft erfüllen, ohne die zusätzlich eingerichtete Kontokorrentlinie in Anspruch nehmen zu müssen. Diese steht lediglich als finanzielle Sicherheitsreserve für unvorhergesehene Entwicklungen zur Verfügung. Dass der Liquiditätsverlauf deutlich besser ausfällt als das Ergebnis im Gewinnplan, liegt vor allem daran, dass Abschreibungen zwar den Gewinn mindern, jedoch keine tatsächlichen Auszahlungen verursachen (vgl. Zirkler, o. J., S. 16). Zusätzlich sorgt das zu Beginn eingebrachte Eigenkapital dafür, dass ausreichend finanzielle Mittel für Investitionen und die Anlaufphase vorhanden sind. Insgesamt zeigt die Finanzplanung, dass die Eduvora GmbH trotz der geplanten Anfangsverluste jederzeit zahlungsfähig bleibt und über ausreichende finanzielle Reserven verfügt, um den geplanten Unternehmensaufbau erfolgreich umzusetzen.

II. Literaturverzeichnis

Bestware (o. J.): Logitech M705 kabellose Maus, Produktseite. Verfügbar unter: <https://bestware.com/de/logitech-m705-kabellose-maus.html> (Zugriff am: 06.07.2026).

Bitkom Research (2025): Der Arbeitsmarkt für IT-Fachkräfte. Berlin. Online unter: <https://www.bitkom.org/sites/main/files/2026-01/bitkom-studienbericht-it-fachkraefte-2025.pdf> (Abruf: 02.06.2026).

Bundesministerium der Finanzen (BMF) (2000): AfA-Tabelle für die allgemein verwendbaren Anlagegüter (AfA-Tabelle „AV“ 6.14.3.2). Berlin. Verfügbar unter: https://www.bundesfinanzministerium.de/Content/DE/Standardartikel/Themen/Steuer/Weitere_Steuerthemen/Betriebspruefung/AfA-Tabellen/Ergaenzende-AfA-Tabellen/AfA-Tabelle_AV.pdf (Zugriff am: 06.07.2026).

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (2024): Weiterbildungsverhalten in Deutschland 2022. Berichtssystem Weiterbildung. Verfügbar unter: <https://www.bmbf.de> (Zugriff am: 02.06.2026).

CHERRY (o. J.): CHERRY STREAM KEYBOARD WIRELESS, Produktseite. Verfügbar unter: <https://shop.cherry.de/de-de/cherry-stream-keyboard-wireless.html> (Zugriff am: 06.07.2026).

Coursera, Inc. (2025): Coursera – Online Degrees & Certificates. Abgerufen am 07. Mai 2026, von <https://www.coursera.org>.

Dell Technologies (o. J.): Dell Pro Dock WD25, Produktseite. Verfügbar unter: <https://www.dell.com/de-de/shop/dell-pro-dock-wd25/apd/210-brfq/docks> (Zugriff am: 06.07.2026).

Deloitte (2013): The Outsourcing Handbook: A guide to outsourcing. Version 2.0. Deloitte LLP. Verfügbar unter: <https://www.deloitte.co.uk/makeconnections/publications.cfm> (Zugriff am: 05.07.2026).

Fresenius SE & Co. KGaA (2021): Geschäftsbericht 2020. Verfügbar unter: https://www.fresenius.com/sites/default/files/2022-01/Fresenius%20SE_Abschluss_2020_www_englisch.pdf (Zugriff am: 06.07.2026).

Helferich, P. S. & Pleil, T. (2019): Lebenslanges Lernen in der Digitalisierung – Veränderung als Teil der DNA eines Unternehmens. In: C. K. Bosse & K. J. Zink (Hrsg.): Arbeit 4.0 im Mittelstand. Springer Gabler, S. 91–93. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-21359-6>.

Industrie- und Handelskammer Hannover (2024): Businessplan: Ideen in Form bringen. Stand: Juni 2024. Verfügbar unter: <https://www.ihk.de/blueprint/servlet/resource/blob/5269188/bf28ca65b5eccd47ae3b8ea2b6fefe58/merkblatt-businessplan-ideen-in-form-bringen-2--data.pdf> (Zugriff am: 06.07.2026).

IHK Koblenz (2020): Leitfaden zur Erstellung eines Businessplans: Die 10 Bausteine des Businessplans. Koblenz: Industrie- und Handelskammer Koblenz. Verfügbar unter: <https://www.ihk-koblenz.de/blueprint/servlet/resource/blob/1485314/3b2877937d400c5598421268e3ba697f/leitfaden-businessplan-data.pdf> (Zugriff am: 06.07.2026).

Kauffeld, S. & Rothenbusch, S. (Hrsg.) (2023): Kompetenzen von Mitarbeitenden in der digitalisierten Arbeitswelt. Springer, S. 1–3. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-66992-1> (Zugriff am: 02.06.2026).

Kaup, S. (o. J.): Finanz- und Liquiditätsplanung. examio GmbH/ wiwiweb.de. Verfügbar unter: <https://www.wiwiweb.de/assets/courses/media1/finanz-und-liquiditaetsplanung-skript.pdf> (Zugriff am: 06.07.2026).

KfW Bankengruppe (o. J.): ERP-Gründerkredit – StartGeld Kredit Nr. 067. Verfügbar unter: [https://www.kfw.de/inlandsfoerderung/Unternehmen/Gr%C3%BCnden-Nachfolgen/F%C3%B6rderprodukte/ERP-Gr%C3%BCnderkredit-Startgeld-\(067\)/](https://www.kfw.de/inlandsfoerderung/Unternehmen/Gr%C3%BCnden-Nachfolgen/F%C3%B6rderprodukte/ERP-Gr%C3%BCnderkredit-Startgeld-(067)/) (Zugriff am: 05.07.2026).

LinkedIn Corporation (2025): LinkedIn Learning – Online Training. Abgerufen am 07. Mai 2026, von <https://www.linkedin.com/learning>.

mmb Institut für Medien- und Kompetenzforschung (2021): mmb-B Branchenmonitor „E-Learning-Wirtschaft“. Essen. Online unter: https://www.mmb-institut.de/wp-content/uploads/mmb-B Branchenmonitor_2021.pdf (Abruf: 02.06.2026).

Montana Department of Agriculture (2009): Business Plan for a Startup Business. Verfügbar unter: <https://www.lasalle-il.gov/sites/default/files/forms-documents/2017-02/Business%20Plan%20Template.pdf> (Zugriff am: 06.07.2026).

Montana Department of Agriculture (2023): Business Plan for a Startup Business. Verfügbar unter: Business Plan for a Startup Business (PDF) (Zugriff am: 06.07.2026).

Notebooksbilliger.de (o. J.): DELL P2725H Office Monitor, Produktseite. Verfügbar unter: <https://www.notebooksbilliger.de/dell+p2725h+office+monitor+858157> (Zugriff am: 06.07.2026).

Notebooksbilliger.de (o. J.): Lenovo V15 AMD G4 82YU00GWGE, Produktseite. Verfügbar unter: <https://www.notebooksbilliger.de/lenovo+v15+amd+g4+82yu00gwge+818729> (Zugriff am: 06.07.2026).

OECD (2007): Human capital: How what you know shapes your life. OECD Publishing. Verfügbar unter: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2007/02/human-capital_g1gh7c78/9789264029095-en.pdf (Zugriff am: 05.07.2026).

OECD (2023): Shaping Digital Education: Enabling Factors for Quality, Equity and Efficiency. Paris: OECD Publishing. Verfügbar unter: https://www.oecd.org/en/publications/shaping-digital-education_bac4dc9f-en.html (Zugriff am: 05.07.2026).

Saalesparkasse (2026): Entgeltinformation Giro Business Flex. Stand: 15.06.2026. Verfügbar unter: <https://www.saalesparkasse.de/content/dam/myif/saalesparkasse/work/dokumente/pdf/preise-leistungen/entgeltinformation-geschaftsgirokonto-business-flex.pdf> (Zugriff am: 06.07.2026).

Udemy, Inc. (2025): Udemy – Online Courses. Abgerufen am 07. Mai 2026, von <https://www.udemy.com>.

Wisconsin Small Business Development Center (2023): Beginner's Guide to Financial Projections Workbook. University of Wisconsin–Madison. Verfügbar unter: <https://projections.sbdc.wisc.edu/wordpress/wp-content/uploads/2023/09/Beginners-Guide-to-Financial-Projections-Workbook-FINAL.pdf> (Zugriff am: 06.07.2026).

World Economic Forum (2025): The Future of Jobs Report 2025. Genf: World Economic Forum. Verfügbar unter: <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2025/> (Zugriff am: 02.06.2026).

III. KI-Prompts

Wir erstellen einen Business Plan für die Eduvora GmbH, ein digitales Weiterbildungs-/EdTech-Startup mit App, Webplattform, kostenlosen Kursen und kostenpflichtigen Zertifikaten. Prüfe bitte, ob folgende Gliederung für einen universitären Business Plan logisch und vollständig ist: Geschäftsprofil, Geschäftsidee, Produktbeschreibung, Marktanalyse, Marketingkonzept, Produktionsfaktoren und Fremdleistungen, Investitionsplan, Finanzierungsplan, Absatz- und Umsatzplan, Kostenplan, Gewinnplan und Liquiditätsplan. Welche Kapitel sind zwingend notwendig und welche Reihenfolge ist am sinnvollsten?

antworte kurz

Weniger anzeigen ^

Nachgedacht für ein paar Sekunden >

Ja, die Gliederung ist **logisch und fast vollständig**.

Sinnvolle Reihenfolge:

1. Executive Summary
2. Geschäftsprofil
3. Geschäftsidee
4. Produktbeschreibung
5. Marktanalyse
6. Marketingkonzept
7. Produktionsfaktoren und Fremdleistungen
8. Investitionsplan
9. Finanzierungsplan
10. Absatz- und Umsatzplan
11. Kostenplan
12. Gewinnplan
13. Liquiditätsplan
14. Anhang

Zwingend notwendig sind: Geschäftsprofil, Geschäftsidee, Produktbeschreibung, Marktanalyse, Marketingkonzept und die Finanzplanung mit Investitions-, Finanzierungs-, Umsatz-, Kosten-, Gewinn- und Liquiditätsplan.

Ergänzen würde ich noch eine **Executive Summary** am Anfang und eventuell eine kurze **Chancen- und Risikoanalyse**.

📄 👍 🗨️ ⬆️ ↺ ...

Erkläre mir für unseren Business Plan der Eduvora GmbH den Unterschied zwischen dem Kapitel Geschäftsprofil und dem Kapitel Geschäftsidee. Das Geschäftsprofil enthält aktuell Allgemeines, Rechtsform GmbH sowie Ziel und Vision. Die Geschäftsidee beschreibt das konkrete Angebot: digitale Weiterbildung, kostenlose Kurse, Zertifikate, App/Webplattform und Unternehmenskooperationen. Bitte erkläre, welche Inhalte in welches Kapitel gehören, damit sich beide Kapitel nicht wiederholen.

Nachgedacht für einige wenige Sekunden >

Geschäftsprofil = Wer ist Eduvora?

Hier beschreibt ihr das Unternehmen selbst.

Dazu gehören:

- Name: Eduvora GmbH
- Rechtsform: GmbH, Haftung, Gesellschafter, Eigenkapital
- Gründerteam und Rollen
- Standort
- Ziel und Vision
- Unternehmenszweck allgemein

Geschäftsidee = Was bietet Eduvora an und warum?

Hier erklärt ihr das konkrete Geschäftsmodell und den Nutzen für Kunden.

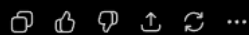
Dazu gehören:

- digitale Weiterbildungsplattform
- App und Webplattform
- kostenlose Kurse
- kostenpflichtige Zertifikate
- Zielgruppen: Studierende, Berufseinsteiger, Unternehmen
- Unternehmenskooperationen
- Nutzen: praxisnahe Weiterbildung, flexible Nutzung, bessere Karrierechancen

Wichtig:

Im Geschäftsprofil beschreibt ihr **das Unternehmen**.

In der Geschäftsidee beschreibt ihr **das Angebot und den Kundennutzen**.



Hilf mir, die Geschäftsidee der Eduvora GmbH nach dem Schema Problem – Lösung – Nutzen zu strukturieren. Problem: Studierende lernen oft zu wenig praxisnahe Tools. Lösung: Digitale Kurse mit Zertifikaten und Unternehmensbezug. Nutzen: bessere Berufschancen und besser vorbereitete Bewerber für Unternehmen.

Nachgedacht für 6s >

So kannst du die **Geschäftsidee** klar strukturieren:

1. Problem

Viele Studierende erwerben im Studium vor allem theoretisches Wissen. Praxisnahe Tools wie Excel, Power BI, SAP oder Datenanalyse werden oft zu wenig behandelt, obwohl Unternehmen diese Fähigkeiten beim Berufseinstieg erwarten.

2. Lösung

Die Eduvora GmbH bietet digitale Kurse über App und Webplattform an. Die Kurse sind kostenlos zugänglich und vermitteln praxisnahe Fähigkeiten. Nach erfolgreichem Abschluss können Nutzer kostenpflichtige Zertifikate erwerben. Unternehmenspartner bringen reale Anforderungen in die Kurse ein.

3. Nutzen

Studierende und Berufseinsteiger verbessern ihre Bewerbungschancen und können praktische Kompetenzen nachweisen. Unternehmen profitieren von besser vorbereiteten Bewerbern und geringerem Einarbeitungsaufwand.

Was sollte in der Beschreibung der Rechtsform einer GmbH-Neugründung durch mehrere Gesellschafter stehen? Das Unternehmen wird von drei gleichberechtigten geschäftsführenden Gesellschaftern gegründet. Das Eigenkapital beträgt 150.000 €.

Nachgedacht für eine Sekunde >

In die Beschreibung der Rechtsform sollte rein:

- **Rechtsform:** Eduvora wird als GmbH gegründet.
- **Gesellschafter:** Drei gleichberechtigte geschäftsführende Gesellschafter.
- **Haftung:** Die Haftung ist auf das Gesellschaftsvermögen beschränkt; private Haftung besteht grundsätzlich nicht.
- **Eigenkapital:** Das Unternehmen startet mit 150.000 € Eigenkapital.
- **Stammkapital:** Mindestens 25.000 € sind für eine GmbH gesetzlich erforderlich.
- **Leitung:** Alle drei Gesellschafter übernehmen Geschäftsführungsaufgaben.
- **Vorteil der GmbH:** Professionelles Auftreten, klare Haftungsbegrenzung und geeignete Struktur für Wachstum und Kooperationen.

     ...  Quellen

Welche Kundennutzen sollte ich bei Eduvora nennen? Bitte trenne zwischen Studierenden, Berufseinsteigern und Unternehmen.

Nachgedacht für ein paar Sekunden >

Zielgruppe	Kundennutzen
Studierende	praxisnahe Zusatzqualifikationen, bessere Bewerbungschancen, flexible Nutzung über App/Webplattform, kostenlose Kurse, Zertifikate für den Lebenslauf
Berufseinsteiger	bessere Vorbereitung auf den ersten Job, mehr Sicherheit im Umgang mit Tools wie Excel, Power BI oder SAP, Nachweis praktischer Kompetenzen
Unternehmen	besser vorbereitete Bewerber, geringerer Einarbeitungsaufwand, Möglichkeit eigene Anforderungen in Kurse einzubringen, frühzeitiger Kontakt zu Talenten

Kernnutzen von Eduvora: **Studierende lernen praxisnah, Berufseinsteiger starten sicherer und Unternehmen erhalten passendere Bewerber.**

BusinessPlanning_EduvoraGmbH_mi...

Quellen

Wir nutzen bei der Eduvora GmbH ein Freemium-ähnliches Modell: Alle Kurse sind kostenlos zugänglich, aber Zertifikate nach erfolgreichem Kursabschluss sind kostenpflichtig. Grundkurs-Zertifikate kosten 25–50 €, Premium-Zertifikate 50–100 € und unternehmensbasierte Premium-Zertifikate 100–200 €. Bitte erkläre, wie dieses Geschäftsmodell im Business Plan verständlich beschrieben werden sollte.

Nachgedacht für ein paar Sekunden >

So sollte es beschrieben werden:

Kernmodell:

Eduvora bietet kostenlosen Zugang zu allen Kursinhalten. Einnahmen entstehen erst, wenn Nutzer nach erfolgreichem Abschluss ein offizielles Zertifikat kaufen.

Preisstufen:

- Grundkurs-Zertifikate: 25–50 €
- Premium-Zertifikate: 50–100 €
- Unternehmensbasierte Premium-Zertifikate: 100–200 €

Warum sinnvoll:

Die kostenlose Nutzung senkt die Einstiegshürde und erhöht die Nutzerzahl. Die kostenpflichtigen Zertifikate schaffen Umsatz, weil sie einen konkreten Nachweis für Studium, Bewerbung oder Beruf liefern.

Ich möchte den Ablauf aus Kundensicht bei Eduvora darstellen. Nutzer registrieren sich, wählen Kurse, bearbeiten Videos und Übungen, machen Tests und erwerben optional Zertifikate. Bitte hilf mir, diesen Ablauf logisch zu strukturieren.

Nachgedacht für einige wenige Sekunden >

So kannst du den Ablauf logisch darstellen:

1. Registrierung

Nutzer erstellt ein Konto über App oder Webplattform.

2. Kursauswahl

Nutzer wählt einen passenden Grundkurs, Premium-Kurs oder Unternehmens-Kurs.

3. Lernphase

Bearbeitung von Lernvideos, Skripten, Übungen und Praxisaufgaben.

4. Lernkontrolle

Kurze Tests oder Quizfragen prüfen den Lernfortschritt.

5. Kursabschluss

Nach erfolgreicher Bearbeitung wird der Kurs abgeschlossen.

6. Optionaler Zertifikatserwerb

Nutzer kann ein kostenpflichtiges Zertifikat kaufen und für Bewerbung oder Lebenslauf nutzen.

Wichtig: Die Kursinhalte bleiben kostenlos, nur das Zertifikat ist kostenpflichtig.

Wir haben bei Edivora drei Kursarten: Grundkurse, Premium-Kurse und unternehmensbasierte Premium-Kurse. Grundkurse vermitteln Grundlagen, Premium-Kurse vertiefen die Inhalte und Unternehmenskurse werden gemeinsam mit Partnerunternehmen wie HYDAC entwickelt. Bitte erstelle eine übersichtliche Struktur für das Kapitel „Kursarten und Zugangslogik“ mit passenden Unterkapiteln. Erkläre auch, wie wir Zugangsvoraussetzungen, kostenlose Kursinhalte und kostenpflichtige Zertifikate verständlich darstellen können.

Nachgedacht für einige wenige Sekunden >

Kapitel: Kursarten und Zugangslogik

1. Überblick über das Kursmodell

Kurz erklären: Edivora bietet drei Kursarten an: Grundkurse, Premium-Kurse und unternehmensbasierte Premium-Kurse. Alle Kursinhalte sind kostenlos zugänglich, Zertifikate sind kostenpflichtig.

2. Grundkurse

- Vermitteln Basiswissen
- Geeignet für Einsteiger
- Keine Zugangsvoraussetzungen
- Zertifikat: 25–50 €

3. Premium-Kurse

- Vertiefen Inhalte aus den Grundkursen
- Anspruchsvoller und praxisnäher
- Empfehlung: Grundkurs vorher abschließen
- Zertifikat: 50–100 €

4. Unternehmensbasierte Premium-Kurse

- Werden mit Partnerunternehmen, z. B. HYDAC, entwickelt
- Stärker praxis- und berufsbezogen
- Können spezielle Voraussetzungen haben
- Zertifikat: 100–200 €

5. Zugangslogik

Die Kursinhalte bleiben kostenlos. Nutzer können frei lernen. Kosten entstehen erst, wenn sie nach erfolgreichem Abschluss ein Zertifikat erwerben möchten.

6. Verständliche Darstellung

Am besten mit einer Tabelle:

Kursart	Inhalt	Zugang	Zertifikat
Grundkurs	Grundlagen	kostenlos, ohne Voraussetzung	25–50 €
Premium-Kurs	Vertiefung	kostenlos, Grundkurs empfohlen	50–100 €
Unternehmenskurse	Praxis mit Partnerunternehmen	kostenlos, ggf. Voraussetzung	100–200 €

Wir brauchen eine Zielgruppenanalyse für die Eduvora GmbH. Unser Geschäftsmodell kombiniert B2C und B2B: B2C richtet sich an Studierende der Wirtschaftswissenschaften, Berufseinsteiger und Werkstudierende, die praxisnahe digitale Zusatzqualifikationen erwerben möchten. B2B richtet sich an Unternehmen, die besser vorbereitete Bewerber gewinnen und eigene Anforderungen in Kurse einbringen möchten. Bitte erkläre, wie die Zielgruppenanalyse aufgebaut sein sollte und welche Bedürfnisse, Probleme und Nutzenargumente je Zielgruppe genannt werden sollten.

Nachgedacht für ein paar Sekunden >

So kann die **Zielgruppenanalyse** aufgebaut werden:

1. B2C-Zielgruppen

Studierende der Wirtschaftswissenschaften

Bedürfnisse: Praxiswissen, bessere Vorbereitung auf Praktika und Berufseinstieg.

Probleme: Studium oft theoretisch, fehlende Software- und Praxiserfahrung.

Nutzen: Zusatzqualifikationen, Zertifikate für Lebenslauf und Bewerbungen.

Berufseinsteiger

Bedürfnisse: Schneller Kompetenzaufbau für den ersten Job.

Probleme: Unsicherheit bei Tools wie Excel, Power BI, SAP oder Projektmanagement.

Nutzen: Berufliche Sicherheit, bessere Einstiegschancen, gezielte Weiterbildung.

Werkstudierende

Bedürfnisse: Praktische Fähigkeiten für aktuelle Aufgaben im Unternehmen.

Probleme: Anforderungen im Job gehen oft über Studieninhalte hinaus.

Nutzen: Direkte Anwendung im Arbeitsalltag, bessere Leistung im Unternehmen.

2. B2B-Zielgruppe

Unternehmen

Bedürfnisse: Besser vorbereitete Bewerber und Nachwuchskräfte.

Probleme: Bewerber bringen oft nicht die passenden Praxiskenntnisse mit.

Nutzen: Unternehmen können Anforderungen in Kurse einbringen und passende Talente früher erreichen.

Fazit

Die Analyse sollte zeigen, dass Eduvora zwei Seiten verbindet: Lernende erhalten praxisnahe Zusatzqualifikationen, während Unternehmen von besser vorbereiteten Bewerbern profitieren.

📄 👍 💬 ↗️ ↺ ⋮

Welche Punkte sollte ich im Kapitel Marktpotenzial für ein digitales Weiterbildungs-/EdTech-Startup wie Eduvora untersuchen?

Nachgedacht für 5s >

Im Kapitel **Marktpotenzial** solltest du prüfen:

Punkt	Inhalt
Marktgröße	Wie groß ist der Weiterbildungs-/EdTech-Markt?
Marktwachstum	Wächst digitale Weiterbildung? Warum?
Zielgruppengröße	Wie viele Studierende, Berufseinsteiger und Werkstudierende kommen infrage?
Bedarf an digitalen Kompetenzen	Nachfrage nach Excel, Power BI, SAP, Datenanalyse, Projektmanagement
Zahlungsbereitschaft	Sind Nutzer bereit, für Zertifikate zu zahlen?
B2B-Potenzial	Interesse von Unternehmen an besser vorbereiteten Bewerbern
Wettbewerb	Vergleich mit Udemy, Coursera, LinkedIn Learning
Trends	Digitalisierung, lebenslanges Lernen, Fachkräftemangel
Skalierbarkeit	App/Webplattform kann viele Nutzer gleichzeitig erreichen
Risiken	starker Wettbewerb, langsamer Nutzeraufbau, geringe Bekanntheit

Für Eduvora besonders wichtig: **digitale Weiterbildung wächst, Studierende brauchen Praxiswissen und Unternehmen suchen besser vorbereitete Bewerber.**

 BusinessPlanning_EduvoraGmbH_mi...

     ...  Quellen

Ich vergleiche Eduvora mit Udemy, Coursera und LinkedIn Learning. Welche Vergleichskriterien sollte ich in der Wettbewerbsanalyse nutzen?

Nachgedacht für einige wenige Sekunden >

Nutze diese Vergleichskriterien:

Kriterium	Worauf achten?	
Zielgruppe	Für wen ist die Plattform gedacht? Studierende, Berufstätige, Unternehmen?	
Kursangebot	Breite Masse oder spezialisierte Wirtschaftskurse?	
Praxisbezug	Werden echte Unternehmensanforderungen eingebunden?	
Zertifikate	Teilnahmezertifikat oder prüfungsbasierter Qualifikationsnachweis?	
Preismodell	Kursgebühr, Abo oder kostenlose Kurse mit kostenpflichtigen Zertifikaten?	
Unternehmenskooperationen	Gibt es direkte Partnerunternehmen?	
Karrierenutzen	Hilft das Angebot konkret bei Bewerbung und Berufseinstieg?	
Benutzerfreundlichkeit	App, Webplattform, flexible Nutzung	
Abgrenzung	Was macht Eduvora anders/besser?	

Für Eduvora ist besonders wichtig: **stärkerer Fokus auf Studierende, Praxisnähe, Unternehmenskurse und zertifizierte Bewerbungsvorteile.**

     ...

Welche Kommunikationskanäle sind für eine Zielgruppe von Studierenden (18–27 Jahre) typischerweise relevant?

Nachgedacht für eine Sekunde >

Für Studierende zwischen 18–27 Jahren sind typischerweise relevant:

- **Instagram und TikTok** für kurze, aufmerksamkeitsstarke Inhalte
- **LinkedIn** für Karriere, Praktika und Berufseinstieg
- **Hochschul-Mail und Moodle** für offizielle Infos
- **Fachschaften und Hochschulgruppen** für direkte Ansprache
- **Career Center und Professoren** für seriöse Empfehlungen
- **WhatsApp-/Discord-Gruppen** für schnelle Verbreitung
- **Campus-Marketing** durch Flyer, Plakate oder Infostände

Für Eduvora wären besonders **Instagram, TikTok, LinkedIn, Hochschulkooperationen und Empfehlungen über Kommilitonen** sinnvoll.

     ...

Bitte prüfe unsere Liste der Betriebsmittel für die Eduvora GmbH auf Vollständigkeit und Plausibilität. Eduvora betreibt eine App und browserbasierte Lernplattform und produziert digitale Lernvideos. Unsere Betriebsmittel sind: Lernplattform, Server- und Cloud-Infrastruktur, Computer/Laptops, Software für Videobearbeitung, Grafikdesign, Kommunikations- und Projektmanagementsoftware, Datenbank- und Verwaltungssysteme, Kameras, Mikrofone, Audioequipment, Beleuchtungstechnik, Büroausstattung und Arbeitsplätze. Fehlt etwas Wichtiges oder wirkt etwas unpassend für ein digitales EdTech-Startup?

Nachgedacht für ein paar Sekunden >

Die Liste ist **plausibel und gut passend** für ein digitales EdTech-Startup.

Ergänzen würde ich noch:

- **Zahlungs- und Abrechnungssystem** für Zertifikatskäufe
- **Lernmanagement-System / Kursverwaltung** falls nicht schon in „Lernplattform“ enthalten
- **Datenschutz- und Sicherheitssysteme** z. B. Backup, Firewall, Zugriffsschutz
- **Analyse-Tools** für Nutzerzahlen, Kursabschlüsse und Conversion
- **Support-System** z. B. Ticketsystem oder Helpdesk
- **Zertifikatsverwaltung** zur Erstellung und Prüfung von Zertifikaten
- **Speicherlösungen** für Videos, Kursmaterialien und Kundendaten

Unpassend wirkt nichts.

Kameras, Mikrofone, Licht und Audioequipment sind sinnvoll, wenn Eduvora eigene Lernvideos produziert. Büroausstattung und Arbeitsplätze passen ebenfalls, sollten aber nicht zu hoch angesetzt werden, wenn viel digital oder remote gearbeitet wird.



BusinessPlanning_EduvoraGmbH_mit...
Dokument

Wir erstellen den Investitionsplan für die Eduvora GmbH. Das Unternehmen benötigt zum Start Betriebsmittel wie Laptops, Kameraequipment, Mikrofone, Beleuchtung, Büroausstattung, Cloud-Einrichtung, App- und Webplattform-Entwicklung sowie Softwarelizenzen. Außerdem fallen geringe Werkstoffe für Büro- und Verbrauchsmaterial sowie Gründungskosten, Markenmeldung, Domain und Rechtsberatung an. Bitte prüfe, ob der Investitionsplan logisch aus den Produktionsfaktoren abgeleitet ist und ob die Einteilung in Betriebsmittel, Werkstoffe und sonstige Investitionen nachvollziehbar ist.

Nachgedacht für 6s >

Ja, der Investitionsplan ist **logisch aus den Produktionsfaktoren abgeleitet**.

Die Einteilung ist nachvollziehbar:

Betriebsmittel:

Laptops, Kameraequipment, Mikrofone, Beleuchtung, Büroausstattung, Cloud-Einrichtung, App- und Webplattform sowie Softwarelizenzen passen hier gut rein.

Werkstoffe:

Bei Eduvora gibt es keine klassischen Rohstoffe. Büro- und Verbrauchsmaterial als geringe Werkstoff-/Materialposition ist deshalb plausibel.

Sonstige Investitionen:

Gründungskosten, Markenmeldung, Domain und Rechtsberatung passen als einmalige Gründungs- und Einrichtungskosten.

Kleine Verbesserung:

Softwarelizenzen, Domain und Cloud-Kosten sollte man klar trennen: **einmalige Einrichtung** gehört in den Investitionsplan, **laufende Gebühren** gehören später in den Kostenplan.

Insgesamt wirkt die Einteilung passend für ein digitales EdTech-Startup.

BusinessPlanning_EduvoraGmbH_mi...



Quellen

Wie unterscheide ich inhaltlich zwischen Kommunikationspolitik und Markteintrittsstrategie, damit es sich nicht wiederholt?

Nachgedacht für eine Sekunde >

Kommunikationspolitik = Wie macht ihr Eduvora bekannt?

Hier geht es um Kanäle und Botschaften.

Inhalte:

- Social Media: Instagram, TikTok, LinkedIn
- Hochschulk Kooperationen, Moodle, Newsletter
- Werbebotschaften: praxisnah, kostenlos lernen, Zertifikate für Bewerbungen
- Ziel: Aufmerksamkeit, Vertrauen und Nutzergewinnung

Markteintrittsstrategie = Wie startet ihr konkret in den Markt?

Hier geht es um den Ablauf des Starts.

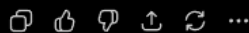
Inhalte:

- Start mit wenigen Grundkursen, z. B. Excel, Power BI, SAP
- Fokus zuerst auf Studierende
- Testphase/Pilotphase an Hochschulen
- danach Ausbau mit Premium-Kursen
- später Unternehmenspartner wie HYDAC einbinden

Kurz gesagt:

Kommunikationspolitik beschreibt wie ihr werbt.

Markteintrittsstrategie beschreibt wie ihr Schritt für Schritt startet.



Was zählt bei einem rein digitalen Geschäftsmodell zu Werkstoffen, wenn es keine klassischen Rohstoffe gibt?

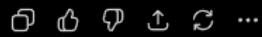
Nachgedacht für ein paar Sekunden >

Bei einem digitalen Geschäftsmodell gibt es **keine klassischen Werkstoffe** wie Holz, Metall oder Material.

Stattdessen kann man als „digitale Werkstoffe“ bzw. **inhaltliche Einsatzfaktoren** nennen:

- Kursinhalte und Lernmaterialien
- Videos, Skripte, Übungsaufgaben
- Quizfragen und Tests
- Zertifikatsvorlagen
- Softwarelizenzen und digitale Tools
- Datenbanken und Nutzerkonten
- Server-/Cloud-Ressourcen
- Designvorlagen, Grafiken und Plattforminhalte

Für Eduvora wären also vor allem **Kursmaterialien, digitale Inhalte, Prüfungsfragen, Zertifikate und technische Ressourcen** die wichtigsten „Werkstoffe“.



Wir schreiben den Finanzierungsplan für unseren Business Plan der Eduvora GmbH, ein digitales Weiterbildungs-/EdTech-Startup. Die Gesamtmittelverwendung beträgt 180.000 €, davon 79.500 € Investitionen und 100.500 € Liquiditätsreserve. Die Finanzierung erfolgt über 150.000 € Eigenkapital der drei Gründer und 30.000 € Förderkredit.

Bitte prüfe, welche zusätzlichen finanziellen Sicherheitsmaßnahmen sinnvoll wären, falls sich das Unternehmen langsamer entwickelt als geplant. Berechne dafür plausible Beträge auf Basis der Finanzierung und der Anlaufphase.

Nachgedacht für 13s >

Sinnvolle Sicherheitsmaßnahmen:

1. Gesellschafterdarlehen: 30.000 €

Das entspricht 20 % des Eigenkapitals und wäre ein realistischer zusätzlicher Puffer der drei Gründer, falls Umsätze langsamer wachsen.

2. Kontokorrentlinie bei der Bank: 20.000 €

Das entspricht ca. 11 % der Gesamtfinanzierung und kann kurzfristige Liquiditätsengpässe abdecken.

3. Gesamte Zusatzreserve: 50.000 €

$30.000 \text{ €} + 20.000 \text{ €} = 50.000 \text{ €}$ Sicherheitsrahmen.

Damit hätte Eduvora zusätzlich zur geplanten Finanzierung von 180.000 € einen Puffer von rund **28 %**. Das ist für die Anlaufphase eines digitalen Startups plausibel. Besonders sinnvoll ist, dass diese Mittel nur als Reserve eingeplant und nicht direkt verwendet werden.

 BusinessPlanning_EduvoraGmbH_mi...

     ...  Quellen

was ist der zinssatz pro jahr für kurzfristige reserven

Nachgedacht für 8s >

Für **kurzfristige Reserven** wie eine **Kontokorrentlinie** ist ein Zinssatz von ca. **7 % pro Jahr** plausibel.

Beispiel:

Bei **20.000 €** Reserve wären das bei voller Nutzung für ein Jahr etwa **1.400 € Zinsen**.

Wichtig: Zinsen fallen meist nur auf den tatsächlich genutzten Betrag an, nicht auf die gesamte bereitgestellte Reserve.

     ...

Was sind die vier klassischen Bereiche der Marketingpolitik (Preis, Vertrieb, Kommunikation, Markteintritt) und worauf muss ich bei jedem achten?

Nachgedacht für einige wenige Sekunden >

Die vier Bereiche sind:

1. Preispolitik

Wie viel kostet das Angebot?

Achten auf: Preisniveau, Zielgruppe, Zahlungsbereitschaft, Rabatte, kostenlos vs. kostenpflichtig.

2. Vertriebspolitik

Wie kommt das Produkt zum Kunden?

Achten auf: Verkaufskanäle, Plattform, App, Website, direkte Buchung, einfache Nutzung.

3. Kommunikationspolitik

Wie wird das Angebot bekannt gemacht?

Achten auf: Social Media, Werbung, Hochschulkooperationen, Botschaft, Zielgruppenansprache.

4. Markteintrittsstrategie

Wie startet das Unternehmen in den Markt?

Achten auf: Startphase, erste Zielgruppe, Pilotkunden, erste Kurse, schrittweiser Ausbau.

Kurz gesagt:

Preis = Was kostet es?

Vertrieb = Wo bekommt man es?

Kommunikation = Wie erfahren Kunden davon?

Markteintritt = Wie startet man konkret?



Ich erstelle einen Businessplan für ein EdTech-Startup (Eduvora GmbH). Erstelle einen realistischen Investitionsplan für die Erstausrüstung einer neu gegründeten GmbH mit einer webbasierten Lernplattform. Die Tabelle soll die Position, die Investitionsart, einen realistischen Betrag in Euro sowie die Nutzungsdauer enthalten. Berücksichtige unter anderem die Erstentwicklung einer App und Web-Anwendung sowie typische Gründungskosten (Notar, Handelsregister und rechtliche Beratung). Die Beträge sollen plausibel für einen Businessplan im Hochschulkontext sein.



Investition	Investitionsart	Betrag	Nutzungsdauer
Lernplattform: App & Web-Anwendung (Erstentwicklung)	Betriebsmittel	45.000 €	3 Jahre
Gründungskosten (Notar, Handelsregister, Beratung)	Sonstige Investitionen	3.000 €	–

Personalkosten (Betreiberkosten)
Geschäftsführer-Gehälter (3 Gründer)
Mitarbeiter Content (Video/Veranstaltung)
Mitarbeiter Marketing (Video/Veranstaltung)
Summe Personalkosten (Summe)
Lohnnebenkosten Arbeitgeberanteil (20 %)
Personalbedarf insgesamt
Materialeinsatz (Werkstoffe, Instandb.)
Werk- & Verbrauchsmaterial (Drohnen, etc.)
Aufwand für bauseitige Leistungen (Freiwilligenarbeit)
Hosting- & Cloud-Dienstleistungen
App- & Webplattform-Wartung
Video- & Grafikproduktion (extern)
Kursaktualisierung (externe Fachexperten)
Rechts- & Steuerberatung, Buchhaltung
Marketing (Social Media, Content-Aids)
Zertifikatskosten (variabel je Zertifikat)
Honorare externe Fachexperten B2B
Summe externe Fachkosten (B2B)
Aufwand für bauseitige Leistungen gesamt
Abschreibungen
Abschreibungen Lernplattform (amortisierte Anlage, 100 % Jahre)
Abschreibungen Hardware/Equipment (Anschaffungen, 100 % Jahre)
Abschreibungen gesamt
Zinsen KfW-EFF-EFF-Geldkredit (Zinsfuß)
STAMMKOSTEN (inkl. Zinsen)

gib mir dazu sinnvolle zahlen

Nachgedacht für 13s >

Hier sind sinnvolle Zahlen für Jahr 1:

Position	Q1	Q2	Q3	Q4	Jahr 1
Geschäftsführer-Gehälter (3 Gründer)	18.000 €	18.000 €	18.000 €	18.000 €	72.000 €
Mitarbeiter Content	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €	12.000 €
Mitarbeiter Marketing	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Lohnnebenkosten Arbeitgeberanteil 20 %	4.200 €	4.200 €	4.200 €	4.200 €	16.800 €
Büro- & Verbrauchsmaterial	50 €	50 €	50 €	50 €	200 €
Hosting- & Cloud- Dienstleistungen	600 €	600 €	600 €	600 €	2.400 €
App- & Webplattform- Wartung	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	6.000 €
Video- & Grafikproduktion extern	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	8.000 €
Kursaktualisierung externe Experten	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	4.000 €
Rechts-, Steuerberatung, Buchhaltung	800 €	800 €	800 €	800 €	3.200 €
Marketing	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €	12.000 €
Zertifikatskosten variabel	924 €	1.260 €	909 €	2.304 €	5.397 €
Honorare externe Fachexperten B2B	0 €	0 €	3.000 €	0 €	3.000 €
Abschreibung Lernplattform	3.750 €	3.750 €	3.750 €	3.750 €	15.000 €
Abschreibung Hardware/Equipment	2.292 €	2.292 €	2.292 €	2.292 €	9.168 €
Zinsen KfW-Kredit	338 €	338 €	338 €	338 €	1.352 €

Die Zahlen wirken für ein junges digitales EdTech-Startup plausibel, vor allem weil die Gründergehälter am Anfang eher niedrig angesetzt sind.

📄 📌 🔄 📶 🔄 ... 📄 Quellen

7.3.1 Jahr 1

Position
Grundkurs-Zertifikate
Premium-Zertifikate
Unternehmensbasierte Premium-Zertifikate
Summe Zertifikate
zzgl. B2B-Kursentwicklungsaufträge (Anzahl)

gib uns realistische Zahlen für die Anzahl an Zertifikate die wir verkaufen

Nachgedacht für einige wenige Sekunden >

Nehmt für **Jahr 1** die Zahlen:

Position	Q1	Q2	Q3	Q4	Jahr 1
Grundkurs-Zertifikate	169	231	167	422	989
Premium-Zertifikate	108	147	106	269	630
Unternehmensbasierte Premium-Zertifikate	31	42	30	77	180
Summe Zertifikate	308	420	303	768	1.799
zzgl. B2B-Kursentwicklungsaufträge	0	0	1	0	1