



Businessplan-Beispiel für ein Jungunternehmen

Supertext AG, "Die Schreibkraft im Internet"

Planjahre 2006 - 2010

Rinaldo Diezinger, Chef vom Ganzen

Supertext AG
Technoparkstrasse 1
8005 Zürich
Tel: +41 43 500 33 83
e-Mail: rinaldo@supertext.ch
www.supertext.ch

13. September 2006

1 ZUSAMMENFASSUNG

Geschäftsidee / Hintergrund

Redigieren, lektorieren, korrigieren, optimieren – Supertext schreibt öde Standard-Texte zu überraschenden und gewinnenden Erfolgsgeschichten um. Auf Deutsch, Englisch, Französisch und Italienisch. Damit die Kunden sofort verstehen. Damit ihr Interesse geweckt wird. Damit sie kaufen.

KMU und Private, die bisher selbst in die Tasten (und meist daneben) gegriffen haben, oder Grosskunden, welche die umständliche Zusammenarbeit mit Texterinnen und Textern über Agenturen satt haben, können ihre Werbebriefe, Broschüren, Newsletter, Internetseiten, Einladungen, Präsentationen und PR-Artikel mit einem einzigen Klick unter www.supertext.ch hochladen und erhalten sofort verbindliche Angebote für die Überarbeitung oder Übersetzung.

Die Aufträge werden automatisch einem Pool ausgesuchter Top-Schreibprofis mit verschiedensten Spezialisierungen (Journalismus, Werbetext, Ghostwriting, Technical Writing, etc.) über eine separate Plattform wiederum als Aufträge angeboten.



Wir arbeiten seit Beginn der Entwicklung im Herbst 2005 mit modernsten Technologien, die man auch unter dem Schlagwort «Web 2.0» kennt: Blogs, AJAX, .Net, VOIP, Document-Sharing, etc.

Vision / Marktposition

Wir wollen die kreativste Sprachagentur im gesamten deutschsprachigen Raum werden. Mit einem weltweiten, hochkarätigen Netzwerk von Textern, Autoren, Journalisten, Lektoren, Korrektoren und Übersetzern.

Wir haben am 13. Oktober 2005 eine GmbH gegründet und Anfang 2006 ein Büro im Technopark Zürich bezogen. Am 1. Februar 2006 haben wir eine erste Beta-Version online gestellt und am 2. Februar ist der erste Auftrag reingekommen.

Leistungen / Kundennutzen

Supertext schreibt Texte zu Erfolgsgeschichten um. Wir fokussieren auf drei Dienstleistungen:

- 1 Tuning (Redaktion / Lektorat / Korrekturat)
- 2 Creation (Texten)
- 3 Translation (Übersetzung / Adaption)

Marktleistung:

Alle Dienstleistungen werden über den Webserice www.supertext.ch abgewickelt. Der Kunde klickt sein Word-Dokument auf dem Computer an und erhält augenblicklich automatisch berechnete Offerten zu den Dienstleistungen.

Die eingegangenen Kundenaufträge werden den Texterinnen und Textern über ein raffiniertes Verteilsystem angeboten. Vollautomatisch. Nimmt der Texter den Auftrag an, überarbeitet er das Dokument, lädt es wieder hoch und erhält eine Gutschrift auf sein Konto. Dasselbe wiederholt sich noch einmal mit einer zweiten Person (Korrektor) zwecks Qualitätssicherung. Dann erhält der Kunde das Dokument zurück. Vollautomatisch. Per E-Mail oder auf dem Kunden-Portal.

Dank der automatisierten Auftragsabwicklung- und Zuteilung an die Texter/innen wird die Dienstleistung skalierbar.

Der Supertext Webservice besteht aus fünf Schlüsselementen:

- a) Frontend (Homepage, All What You Can See)
- b) Backend (Admin Interface, CRM)
- c) Texter-Portal (Hier werden die eingegangenen Aufträge den Texter/innen angeboten)
- d) Kunden-Portal (Übersicht über alle offenen, pendenten, erldigten Aufträge, Rechnungen, etc.)
- e) Automatisierung (eingegangene Aufträge werden automatisch an geeignete Texter verteilt)

Produktlebenszyklus:

Wir möchten alle Dienstleistungen auch in anderen Sprachen anbieten. Dies erfordert den Ausbau des Netzwerks mit Schreibprofis aus anderen Ländern. Prioritäten: Englisch, Spanisch, Französisch.

Um uns im Markt gegenüber den Mitbewerbern zu profilieren, wollen wir folgende Kundennutzen sicherstellen:

- 1 Convenience (einfache Bedienung des Services)
- 2 Schnelligkeit (pünktliche, zuverlässige Lieferung)
- 3 Qualität (erstklassiges Netzwerk)

Die wichtigsten Faktoren, die zum gemeinsamen Erfolg beitragen:

- 1 Team: Ergänzende Fähigkeiten (Details siehe unter Personalplanung)
- 2 Plattform: Automatisierung bringt Skalierbarkeit. Mit der von Grund auf neu entwickelten Plattform werden alle Abläufe bei der Zusammenarbeit mit Texter/innen automatisiert. Von der Offerte über die Auftragsvergabe bis zur Bezahlung. Dank der Prozessoptimierung wächst der Arbeitsaufwand auch bei stark steigendem Auftragsvolumen nur noch marginal.
- 3 Zeitpunkt: Vertrauen in webgestützte Collaboration etabliert. Die Akzeptanz und das Vertrauen in IT-Gestützte Modelle der Zusammenarbeit wächst. Ähnliche Modelle wie der Übersetzungsdienst 24translate haben bewiesen, dass das Modell funktioniert.

Rechtsform

	Rechtsform	HR Eintrag
bisher	GmbH	13. Oktober 2005
geplant	AG	Mitte 2007

Meilensteine / Massnahmeplan

Folgende Meilensteine bestimmen und leiten unser Handeln:

Meilensteine	Termin
Konzept / Entwicklung Frontend	Okt. – Dez. 2005
Bezug eines Büros im Technopark Zürich	1. Januar 2006
Erste Bestellung	2. Februar 2006
Gespräche mit Investoren und Geldgebern	April - Juni 2006
Messestand im eStarter-Park an der Orbit-iEX 06	16. - 19. Mai 2006
Teilnahme am «venture training» der Bundesinitiative «venturelab»	Mai - Juni 2006
Marketingmesse X'06	22. August 2006
Finanzierungsentscheid	31. Dezember 2006
3 Vollzeitangestellte	Januar 2007
Umwandlung in Supertext AG	Frühling 2007
Neuer Service: Translation	Sommer 2007
Version 2.0 online	Sommer 2008
1 Million Umsatz	Anfang 2009

2 ANALYSE

2.1 Konkurrenzanalyse

Unser Mitbewerber-Feld setzt sich wie folgt zusammen:

Konkurrent	Publicis / Advico, Young Rubicam / McCann-Eriksson	Texthochzwei / Textcontrol / Rotstift
Beschreibung	Werbe-, PR- und Multimedia-Agenturen	Selbständige Schreibprofis oder solche, die sich zusammen getan haben
Wichtigste Stärken	- Full Service Anbieter - Etablierter Kundenstamm - z.T. weltweit vernetzt	- Persönlicher Kontakt - Flexibilität
Wichtigste Schwächen	- keine standardisierten Abläufe - teuer - langsam, schwerfällig - eher kreativ- als kundenorientiert	- beschränkte Kapazität - limitierte Fähigkeiten

Strategien der Konkurrenz

Die grossen klassischen Werbeagenturen treten als Full-Service-Agenturen an die Kunden. Da diese Agenturen für Textarbeiten oft Freelancer zuziehen, besteht einerseits die Möglichkeit einer Zusammenarbeit. Andererseits besteht die Gefahr, dass die grossen Agenturen unsere Lösung kopieren. Insbesondere international tätige Agenturnetzwerke (Publicis, AYR, Dentsu, Leo Burnett, McCann Universal) hätten die Finanzpower unsere Lösung zu kopieren. Die vielen selbständigen Texter/innen sind sowohl direkte Konkurrenten, aber auch als Schreibkräfte für Supertext tätig. Mit Verträgen (Konkurrenzverbot) stellen wir sicher, dass die Texter/innen nicht direkt auf unsere Kunden zugehen.

Konkurrenzprodukte

Der technologische Fortschritt wird automatische Rechtschreibe-Programme (WinWord etc.) immer besser machen. Es wird jedoch noch Jahre dauern, bis der Korrekturservice vollständig von Software abgelöst wird.

Mit Whitesmoke sind bereits erste Programme auf den Plan getreten, die über die Rechtschreibung hinaus eine automatische stilistische Textkorrektur anbieten. Doch stecken diese Programme noch in den Kinderschuhen. Wir glauben, dass solche Software einen guten Schreibstil unterstützen, aber nie ganz ablösen werden.

Marktübersicht:

In der Branche existieren keine Zahlen zum Thema Textdienstleistung. Für unsere eigene Einschätzung gehen wir von den Brutto Werbeausgaben aus:

Brutto Werbeausgaben (gemäss Nielsen Media Focus):

- Schweiz: 3'300 Mio
- Deutschland: 35'000 Mio
- Österreich: 6'000 Mio

Kreationsleistungen (15% Brutto Werbeausgaben):

- Schweiz: 495 Mio
- Deutschland: 5'250 Mio
- Österreich: 900 Mio

Textarbeiten bei Agenturen (33% Kreationsleistungen):

- Schweiz: 165 Mio
- Deutschland: 1'750 Mio
- Österreich: 300 Mio

Erklärung: Branchenexperten gehen davon aus, dass etwa 15% der Brutto Werbeausgaben für Beratung, Produktion und Kreation der Werbemittel an Agenturen fliessen. Circa 1/3 dieser Kosten wird für Dienstleistungen im Bereich Text/Konzept aufgewendet.