

# **Businessplan**

**Kult – X eG**

**Kulturelle Entwicklung von Organisationen und  
Unternehmen**

## **Autoren**

Dr. Birgit Wegerich Bauer

Paula Drettas

Sascha Spitz

## **Vorläufige Kontaktdaten**

Dr. Birgit Wegerich-Bauer, Alter Wartweg 6, 60388 Frankfurt  
info@kult-x.com, 0163 87 57 298

# Inhaltsverzeichnis

## 1. Zusammenfassung

1.1	Zusammenfassung	3
-----	-----------------	---

## 2. Geschäftsidee

2.1	Angebot	3
2.2	Nutzen	4
2.3	Kernfähigkeiten	4

## 3. Vertrieb und Wettbewerb

3.1	Kunden	5
3.2	Kommunikation	5
3.3	Markt und Wettbewerb	6
	3.3.1 Marktanalyse	6
	3.3.2 Wettbewerbsanalyse	6

## 4. Unternehmen

4.1	Kernaktivität	7
4.2	Standort	7
4.3	Rechtsform	7
4.4	Risiken	7

## 5. Gründungsteam, Mitglieder und Partner

5.1	Gründerteam	8
5.2	Mögliche Mitglieder	8
5.3	Mögliche Partner	9

## 6. Gründung

6.1	Finanzierung der Gründungsphase	9
-----	---------------------------------	---

## 6. Finanzplan, s. Anhang

6.1	Gründungskosten	
6.2	Umsatzplanung 2023	
6.3	Umsatzplanung 2024	
6.4	Umsatzplanung 2025	
6.5	Zusammenfassung 3-Jahresplanung	

## 7. Satzung, s. Anhang

## **Vorwort zum nachfolgenden Businessplan**

Der Businessplan beruht auf Erfahrungswerten, Auskünften und Annahmen und wurde für einen Zeitraum von drei Jahren erstellt.

Das Gründungsteam geht von einer halbjährigen Vorlaufphase bis zu einer Kapazitätsauslastung von 50 % in drei Jahren aus. Geplant ist eine gestaffelte umsatzabhängige Festanstellung der Gründungsmitglieder.

### **1. Zusammenfassung**

Anhand eigener Erfahrungen aus der Karriereberatung und der Arbeitsvermittlung sowie der Marktanalyse, wurde der Bedarf einer Modernisierung und Umstrukturierung des Arbeitsmarktes ermittelt. Zu unseren Leistungen zählen unter anderen die Beratung von Unternehmen und Privatpersonen zu bereits bestehenden Arbeitsstrukturen, sowie die Einführung von völlig neuen, innovativen und nachhaltigen Arbeitsmodellen.

Den ermittelten Bedarf an zukunftsweisenden Arbeitsstrukturen möchte das Gründerteam mit eigens weiterentwickelten Methoden decken und in Bereichen wie Organisationsentwicklung, Recruiting und Personalbindung völlig neue Maßstäbe setzen.

### **2. Geschäftsidee**

#### **2.1 Angebot**

In einer sich ständig verändernden Arbeitswelt, wandeln sich nicht nur Produkte und Arbeitsprozesse, auch das Verständnis von Unternehmenskultur und Unternehmensidentität befinden sich im grundlegenden Wandel. Klassische Modelle der hierarchischen Arbeitsorganisation und Verantwortung haben ausgedient. Unternehmen verabschieden sich von der Arbeitsplatz-für-jeden-Idee und die Digitalisierung verbindet Prozesse zu komplexen Netzwerkssystemen.

Der Arbeitsmarkt in der Bundesrepublik Deutschland muss sich maßgeblich verändern, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Gleichzeitig steht er vor der Aufgabe gutes Personal zu finden und das Personal an das Unternehmen nachhaltig zu binden. Dabei geht es auch um die Lebensqualität des Personals zu verbessern.

Kult-X möchte mit eigens dafür entwickelten Konzepten dazu beitragen, die gesteckten Ziele zu erreichen. Unternehmen und Privatpersonen erhalten von uns

eine maßgeschneiderte, individuelle Beratung, Betreuung und Unterstützung in der Umsetzung, um die kulturelle Entwicklung erfolgreich zu verwirklichen. Unsere Konzepte reichen von der Einführung und Etablierung von Shared Leadershipmodellen bis hin zu Transformationsmethoden aus den Bereichen Arbeitspsychologie und Arbeitskultur. **Innerhalb unseres Tätigkeitsbereichs "Beratung, Coaching, Recruiting, Aus- und Fortbildungen" sind unsere Themenfelder: Organisationsentwicklung, Company- und Teambuilding, Shared Leadership, Führungskräfte-, Berufs- und Karrierecoaching sowie Personalvermittlung und kulturelle Integration.**

## **2.2 Nutzen**

Die angebotenen Dienstleistungen bieten Unternehmen und Organisationen die Möglichkeit, die Attraktivität, die Kreativität, die Arbeitsbedingungen und die Personalbindung zu erhöhen. Daraus resultiert eine höhere Produktivität, da mehr qualifizierte Menschen für dieses Unternehmen arbeiten und dort auch langfristig bleiben wollen. Auch auferlegte Quoten können problemlos erfüllt werden.

Für Privatpersonen liegt der Nutzen in einem Arbeitsmodell, das auf ihre aktuelle Lebenssituation sowie auf ihre individuellen Bedürfnisse und Anforderungen zugeschnitten ist. Dies trägt zu einer besseren Lebensqualität und Arbeitszufriedenheit als auch zu einer höheren Leistungsfähigkeit bei.

**Der Nutzen für die Genossenschaftsmitglieder besteht darin, dass die Vorteile einer demokratischen Organisationsstruktur sowie Vertrieb und Verwaltung genutzt werden können. Gemeinsam können Ziele leichter erreicht und bearbeitet werden, die für Einzelcoaches zu umfangreich wären. Zudem steigert es die Chancen auf dem Markt Aufträge zu erhalten. Die Weitergabe von Wissen steht genauso im Mittelpunkt der Genossenschaftsarbeit, wie die gegenseitige Unterstützung der Genossenschaftsmitglieder. Zusätzlich profitieren die Mitglieder vom öffentlichen Auftritt und dem Namen der Genossenschaft.**

## **2.3 Kernfähigkeiten**

Die Gründerinnen und Gründer sind alle erfahren in der Beratung, der Unterstützung und der Entwicklung individueller Arbeitsmodelle und Strategien. Beim gemeinsamen, ehemaligen Arbeitgeber wurden alle Gründungsmitglieder mit jeder erdenklichen Lebenssituation der Kundschaft konfrontiert und entwickelten maßgeschneiderte Lösungen.

Abseits der gemeinsamen Berufserfahrung und Menschenkenntnis verfügen die Gründungsmitglieder über unterschiedlichstes Fachwissen und Kompetenzen wie beispielsweise Persönlichkeitsentwicklung, Begabtenförderung, Psychologie, Pädagogik, Unternehmensführung, Unternehmensentwicklung, Marketing und Vertrieb. Es wird somit ein breites Spektrum abgedeckt, um Unternehmen und Personen eine optimale Unterstützung gewährleisten zu können.

## 3. Vertrieb und Wettbewerb

### 3.1 Kunden

Als Zielgruppe definieren wir grundsätzlich alle Unternehmen und Organisationen, die sich kulturell entwickeln wollen. Durch unseren Unternehmenssitz in Frankfurt am Main bietet es sich an, den Fokus zunächst auf Banken zu setzen. Ein möglicher Kunde und Partner ist auch die Agentur für Arbeit, bzw. die ZAV in Bonn. Zwei Startups haben schon ihr Interesse an einer Zusammenarbeit mit uns bekundet.

Zusätzlich zielen wir auf jene qualifizierten Menschen ab, die mit ihrer aktuellen Arbeitssituation unzufrieden und somit in der Gestaltung ihrer beruflichen und privaten Zukunft eingeschränkt sind.

### 3.2 Kommunikation

Dieser Abschnitt beschreibt die geplanten Marketingmaßnahmen und Vertriebswege, um unsere Dienstleistung zu bewerben und somit Kunden zu gewinnen.

- Persönliche Kommunikation  
Wir sprechen mit unseren Kontakten und besuchen gezielt Lokations und Veranstaltungen, um die Entscheidungsträger der entsprechenden Unternehmen und Organisationen persönlich zu erreichen.
- Kundenakquise  
Unternehmen und Organisationen, von denen anzunehmen ist, dass ein Interesse an einer Zusammenarbeit besteht, werden telefonisch und / oder per Email von uns kontaktiert. Persönliches Anschreiben und Leistungsbeschreibung werden beigefügt, follow ups werden betrieben. Vorläufiges Ziel ist ein persönliches Gespräch in Präsenz oder via Zoom. Auch ein attraktiver Flyer ist in Arbeit.
- Soziale Medien  
Bevorzugte Plattformen werden Instagram und LinkedIn darstellen. Über Instagram soll regelmäßig auf aktuelle Missstände bezüglich des Arbeitsmarktes und der Arbeitsbedingungen aufmerksam gemacht werden. Ziel ist es, eine Community zu gründen und regelmäßige Events anzubieten. Über LinkedIn werden ähnliche Ziele wie auf Instagram verfolgt. Zusätzlich wird ein Netzwerk aufgebaut, potentielle Kunden den Kontakten hinzugefügt und kontaktiert.
- Messen  
Auch auf entsprechenden Karrieremessen werden wir vertreten sein, um unser Unternehmen und dessen Dienstleistungen zu präsentieren. Angestrebte Messen sind beispielsweise:
  - Women at work
  - Horizon - Karrieremesse für Schulabgänger

- Hessischer Innovationskongress
- Homepage  
Die Entwicklung der Homepage ist bereits abgeschlossen. Diese soll ständig attraktiv und aktuell gehalten werden.
- Ehrenamt  
Über ehrenamtliche Unterstützung von Organisationen und Vereinen soll unsere Bekanntheit und die Akzeptanz gesteigert werden. Zusätzlich soll ein kleiner Prozentsatz unserer Kapazitäten auch zukünftig ehrenamtlich stattfinden. Organisationen mit wenig Kapital, sowie Schulpflichtige aus Abschlussklassen und Studierende sollen von uns unterstützt werden.

### **3.3 Markt und Wettbewerb**

#### **- 3.3.1 Marktanalyse**

Der angestrebte Absatzmarkt bezieht sich auf die gesamte Bundesrepublik Deutschland.

Laut aktueller Studien der Meinungsforschungsinstitute Aucturity und Civey sowie der HDI-Group haben 17% der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer im Kopf schon gekündigt. Über 70% der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer leisten Dienst nach Vorschrift und sind grundsätzlich in ihrem Job unzufrieden. Bisher widmen sich gerade einmal 4% der Unternehmen dieser Problematik und versuchen auch intern ihr Arbeitsmodell und die Personalbindung zu verbessern.

Modelle wie beispielsweise Shared Leadership sind in der Bundesrepublik Deutschland kaum vertreten. Viele Unternehmen erkennen zwar die Vorteile wie u.a. die Verdoppelung von Know How ohne der Verdoppelung von Gehältern, die Erfüllung der Frauenquote und einer Erhöhung der Personalzufriedenheit, scheuen sich aber aktuell noch vor der Umsetzung. Bei den von uns angesprochenen Personen und Unternehmen, wurde unser Modell durchweg positiv aufgenommen.

#### **- 3.3.2 Wettbewerbsanalyse**

Bei der Recherche über mögliche Konkurrenten in Deutschland fiel auf, dass diese zwar zahlreich vorhanden sind, meist selbst allerdings den „drögen“ Auftritt der Unternehmen an den Tag legen, die sie kulturell verändern wollen. Wir konnten bislang kein nennenswertes Alleinstellungsmerkmal bei den jeweiligen Dienstleistern feststellen. Unser Auftritt wird sich stark von der Konkurrenz unterscheiden, dadurch erhoffen wir uns höhere Attraktivität und Akzeptanz auf dem Markt. Im Gespräch mit der Frankfurter Sparkasse konnte uns diese Annahme bestätigt werden.

## 4. Unternehmen

### 4.1 Kernaktivität

Die Kernaktivität unseres Unternehmens bezieht sich auf die Umstrukturierung und Modernisierung des Arbeitsmarktes.

Der Tätigkeitsbereich der Genossenschaft umfasst die Teilbereiche "Beratung, Coaching, Recruiting, Aus- und Fortbildungen" und reicht von der Einführung und Etablierung von neuen Arbeitsmodellen über die kulturelle Integration von Arbeitskräften bis hin zu Transformationsmethoden aus den Bereichen Arbeitspsychologie und Arbeitskultur.

Innerhalb des Tätigkeitsbereichs sind unsere Themenfelder im Einzelnen:

- Organisationsentwicklung
- Company- und Teambuilding
- Führungskräfte-, Berufs- und Karrierecoaching
- Einführung und Etablierung von neuen Arbeitsmodellen
- Personalvermittlung
- Kulturelle Integration von Arbeitskräften

### 4.2 Standort

Der offizielle Standort des Unternehmens wird in Frankfurt am Main liegen. Anfangs werden wir uns in einem Co Working Space niederlassen, in dem wir uns ein kleines Büro anmieten und die Konferenzräume mit anderen Unternehmen teilen.

Dies ist schon ab einer geringen Miete von 250,00 € (zum Beispiel auf der Berger Straße) möglich. Zusätzlich bietet eine solche Einrichtung die Möglichkeit, direkt vor Ort Kunden zu gewinnen. Zukünftig werden eigene Büroräume angestrebt.

### 4.3 Rechtsform

Als Rechtsform wurde die Genossenschaft gewählt. Als ein Unternehmen, das den Social Impact im Fokus haben wird, entschieden wir uns bewusst für diese demokratische Kapitalgesellschaft, in der die Interessen der Mitglieder gefördert werden sollen.

### 4.4 Risiken

Die Risiken halten sich durch den geringen Kapitalaufwand in Grenzen. Dennoch ist es möglich, dass unser Modell auf dem Markt nur schwer oder gar nicht angenommen wird. In diesem Fall würden wir unter anderem die Geschäftszweige Karriereberatung, Recruiting, Begabtenförderung vorläufig ausweiten und unser Modell überarbeiten.

## 5. Gründungsteam, Mitglieder und Partner

### 5.1 Gründerteam

Das Team besteht anfangs aus zwei Gründerinnen, Dr. Birgit Wegerich Bauer und Paula Drettas sowie einem Gründer, Sascha Spitz. Alle drei Gründungsmitglieder konnten bereits Erfahrung im angestrebten Vorhaben sammeln und waren zuvor beim Bildungszentrum des Hessischen Handels gGmbH angestellt. Im Rahmen dieser Tätigkeit wurden viele Gespräche mit Arbeitnehmern, Arbeitssuchenden, Arbeitgebern und der Agentur für Arbeit geführt, in denen die Missstände und Sorgen aller Parteien schnell zum Vorschein kamen. In der Summe wurde schnell klar, dass der Arbeitsmarkt dringend neue Modelle benötigt.

Fernab der beruflichen Zusammenarbeit und persönlichen Interessen, verfügen die Gründungsmitglieder über unterschiedlichste Kompetenzen.

- Dr. Birgit Wegerich Bauer wird zusammen mit Sascha Spitz die Genossenschaft nach außen vertreten. Sie ist zuständig für die Entwicklung individueller Arbeitskonzepte und wird den Kunden eine maßgeschneiderte Beratung und Betreuung bieten.
  - Promovierte Kunsthistorikerin, Dipl. Waldorfpädagogin und Dipl. Systemischer Coach
  - 7 Jahre Erfahrung als Dozentin in der Lehreraus- und -fortbildung
  - 7 Jahre Erfahrung als Begabungspädagogin und Coach in der Hochbegabtenförderung u.a. Begleitung von Schulen und Lehrkräften als auch Eltern, Kindern und Jugendlichen
  - 5 Jahre Erfahrung als Creative Consultant
- Sascha Spitz wird zusammen mit Dr. Birgit Wegerich-Bauer die Genossenschaft nach außen vertreten sowie den Vertrieb übernehmen **und am Anfang der Genossenschaftsgründung die Verwaltung und vorbereitende Buchführung übernehmen.**
  - Zwölf Jahre Erfahrung in Unternehmens- und Personalführung.
  - Langjährige Erfahrung im Umgang mit Kunden sowie im
  - Vertrieb und der Entwicklung individueller Vertriebsstrategien.
- Paula Drettas, vertritt die Genossenschaft gegenüber den Vorstandsmitgliedern und übernimmt das Marketing, organisiert und betreut die Social Media Kanäle.
  - B.Sc. Psychologin und Marketingtrainee

**Sobald die Genossenschaft in der Lage ist, die finanzielle Last selbständig zu tragen, ist eine gestaffelte Festanstellung der Gründungsmitglieder über drei Jahre geplant. Bis zu diesem Zeitpunkt erfolgt eine Vergütung der Tätigkeit der Gründungsmitglieder auf Honorarbasis anteilig vom Umsatz.**

## 5.2 Mögliche Mitglieder

In der dreijährigen Gründungsphase ist geplant, dass das Gründungsteam unter sich bleibt. Sollte das Gründungsteam jedoch an seine Kapazitätsgrenzen stoßen oder Menschen kennenlernen, die die Genossenschaft nachhaltig weiterbringen können, schließen wir eine vorzeitige Aufnahme von weiteren Mitgliedern nicht kategorisch aus.

## 5.3. Mögliche Partner

Als Partner käme die Bundesagentur für Arbeit sowie das Jugendamt für Berufsberatung und Vermittlung in Ausbildungs- bzw. Festanstellungen in Frage. Gespräche bezüglich möglicher Kooperationen werden geführt und ggf. die notwendige Zertifizierung beantragt.

Für Jahresabschlüsse fehlt dem Gründerteam aktuell die Expertise. Dafür soll ein externer Dienstleister hinzugezogen werden.

## 6. Gründungsphase

Das Gründungsteam geht von einer halbjährigen Vorlaufphase bis zu einer Kapazitätsauslastung von 50 % in drei Jahren aus. Geplant ist eine gestaffelte umsatzabhängige Festanstellung der Gründungsmitglieder.

### 6.1 Finanzierung der Gründung

- Jedes Gründungsmitglied zeichnet bei Gründung 10 Genossenschaftsanteile.
- Im Laufe des ersten Geschäftsjahres zeichnen die Gründungsmitglieder weitere 15 Genossenschaftsanteile.
- Die Vergütung der Tätigkeit der Gründungsmitglieder auf Honorarbasis verläuft anteilig gestaffelt bis zur ersten, ½ FTE Festanstellung.
- Sollte zusätzlicher Kapitalbedarf bestehen, wird dies in Form eines zinslosen Darlehen einzelner Gründungsmitglieder gedeckt.

