

Anmerkungen zu dieser Vorlage:

Dieses Businessplan-Beispiel ist eine realistische Vorlage für einen sinnvoll strukturierten Businessplan am Beispiel der Geschäftsidee "Catering-Services für Eventveranstaltungen".

Die Vorlage ist lediglich ein Beispiel und muss auf die eigene Geschäftsidee angepasst werden.

Zu einem vollständigen Businessplan gehört ebenfalls noch ein Finanzteil, der hier nicht enthalten ist und in der Regel im Anhang des Businessplans beigefügt wird.

Du benötigst Hilfe bei der Erstellung des Businessplans?

Wir unterstützen dich gerne. Kontaktiere uns einfach unter 01514-2870496.

Oder besuche uns auf www.gruenderruf.de und buche einen Termin.

Hast Du Deine Möglichkeiten zur Gründungsförderung gecheckt?

Gründest Du aus der Arbeitslosigkeit heraus, hast Du sehr gute Chancen auf ein gefördertes Gründercoaching bei uns. Für Dich ist das kostenlos und es erhöht Deine Chancen auf den Gründungszuschuss. Darüber hinaus erhältst Du wertvolle Kenntnisse.

Wir beraten Dich gerne hier. Melde Dich bei uns!

Businessplan Vorlage Catering-Services für Eventveranstaltungen



Schriftteil - Inhalt

1. Zusammenfassung
2. Geschäftsidee
3. Gründer/in
4. Mehrwert im Markt
5. Marktanalyse
6. Marketing
7. Preissetzung
8. Chancen und Risiken

1. Zusammenfassung

1. Geschäftsidee

Ich gründe zum 01.09.2025 einen Catering-Service für Eventveranstaltungen mit Spezialisierung auf **vegetarisch-vegane Küche**. Mein Angebot richtet sich an Firmen, Agenturen und Privatkunden, die Wert auf gesunde, nachhaltige und moderne Ernährung legen. Ich biete individuelle Buffets, Menüs und ein eigens entwickeltes "Green Table"-Konzept mit klimafreundlicher Logistik. Zunächst konzentriere ich mich auf den Raum Berlin, perspektivisch ist eine Ausweitung geplant. Die Firmengründung erfolgt als Einzelunternehmen, um flexibel und kosteneffizient zu starten.

2. Die Gründerin

Ich bin gelernte Köchin mit dem Schwerpunkt auf vegetarisch-vegane Küche und verfüge über jahrelange Erfahrung im gehobenen Gastronomie- und Eventbereich. Durch verschiedene Stationen in der Gastronomie und eigene Catering-Projekte habe ich ein tiefes Verständnis für Qualität, Abläufe und Kundenbedürfnisse entwickelt. Eine Weiterbildung im Eventmanagement hat meine fachliche Ausrichtung gestärkt. Der Wunsch, ein eigenes nachhaltiges Catering-Unternehmen aufzubauen, wuchs aus meiner Leidenschaft für gesundes Essen und kreative Eventgestaltung.

3. Mein Mehrwert im Markt

Ich verbinde kulinarische Expertise mit nachhaltigem Denken und professioneller Eventplanung. Mein Catering-Angebot ist hochwertig, individuell, umweltbewusst und optisch ansprechend. Kunden loben meine Kreativität und meine Fähigkeit, flexibel auf Wünsche einzugehen. In Kombination mit einem bewussten Einkauf (regional, saisonal, bio) ergibt sich ein differenzierter Ansatz im Markt. Trotz hoher Qualität bleibe ich preislich wettbewerbsfähig, da ich schlanke Prozesse und ein gutes Netzwerk nutze.

4. Marktanalyse

Die Catering-Branche in Deutschland wächst stetig – 2023 lag der Umsatz bei knapp **13 Milliarden Euro**, getragen von über 12.000 aktiven Unternehmen. Besonders Event-Catering gewinnt an Bedeutung. Parallel steigt die Nachfrage nach **vegetarisch-veganen Angeboten** und nachhaltiger Verpflegung. SEO-Daten zeigen zudem: Begriffe wie „veganes Catering“ oder „vegetarisches Catering Berlin“ werden häufig gesucht, bei gleichzeitig geringer Wettbewerbssituation in Suchmaschinen. Das zeigt, dass **Marktpotenzial und digitale Sichtbarkeit** gut zusammenpassen.

5. Marketing

Mein Marketingkonzept basiert auf **starker Online-Sichtbarkeit**: Google Ads, SEO-optimierte Website und Social Media (Instagram, LinkedIn) bilden das Fundament. Zielgruppenansprache erfolgt lokal und thematisch (z. B. Business-Events, Hochzeiten). Ergänzend plane ich **Kooperationen mit Locations, Bio-Märkten und Eventagenturen** sowie klassische Werbemittel wie Flyer. Die Website wird mit einem Baukastensystem erstellt, um Inhalte regelmäßig und eigenständig pflegen zu können.

6. Preise

Meine Preise liegen leicht über dem Branchendurchschnitt, da ich ausschließlich hochwertige, nachhaltige Zutaten verwende. Beispiel: Ein veganes 3-Gang-Menü kostet 39 € p. P. (Vergleich: 32 €), Fingerfood-Platten starten ab 380 €. Mein Preismodell ist transparent, mit klaren Leistungspaketen. Dank effizienter Prozesse kann ich faire Preise trotz hohem Anspruch anbieten. Die Wertigkeit meines Angebots rechtfertigt die Preisgestaltung gegenüber bewussten Kunden.

7. Chancen und Risiken

Hauptrisiko ist eine schwächere Geschäftsentwicklung, z. B. durch Zurückhaltung bei Eventbuchungen oder stärkere Konkurrenz. Ich bewerte dieses Risiko als beherrschbar, da ich auf ein wachsendes Nischensegment setze. Sollte ein Einbruch eintreten, kann ich flexibel auf kleinere Formate oder neue Zielgruppen (z. B. Privatkunden) umschwenken. Gleichzeitig bestehen große Chancen: Empfehlungsmarketing, Nachhaltigkeitstrend und hohe Online-Sichtbarkeit bieten viel Potenzial für **kontinuierliches Wachstum**.

2. Geschäftsidee

Zum 01.09.2025 plane ich die Gründung eines **Catering-Services für Eventveranstaltungen**, der sich auf **vegetarische und vegane Küche** spezialisiert. Mein Angebot richtet sich an **Firmenkunden, Agenturen, Eventveranstalter sowie Privatpersonen**, die bei Veranstaltungen wie Firmenfeiern, Hochzeiten oder Konferenzen auf nachhaltige und moderne Ernährung setzen möchten.

Mein Angebot besteht aus individuell abgestimmten Catering-Konzepten – von kleinen Fingerfood-Buffets bis hin zu mehrgängigen Menüs. Besonderer Wert liegt dabei auf saisonalen, regionalen Zutaten sowie kreativen Präsentationen. Zusätzlich biete ich ein eigenes „Green Table“-Konzept an: ein mobiler Buffet-Aufbau mit nachhaltigem Equipment und klimafreundlichem Transport.

Mein Angebot biete ich zunächst im Großraum Berlin an. Mittelfristig plane ich, mich über Partnerbetriebe auch in anderen Ballungsräumen im deutschsprachigen Raum zu etablieren.

Ich gründe meine Firma im Wege eines Einzelunternehmens. Grund hierfür ist die **geringe organisatorische Hürde**, die mir eine schnelle und unkomplizierte Umsetzung meiner Geschäftsidee erlaubt. Zudem bin ich zum Start alleiniger Leistungserbringer – Outsourcing von Personal erfolgt projektbezogen.

3. Gründer/in

Im Jahr **2015** habe ich meine Ausbildung zum **Koch mit Schwerpunkt vegetarisch/vegane Küche** abgeschlossen. Ich wollte schon immer kreativ arbeiten und gleichzeitig einen Beitrag zu einem nachhaltigeren Lebensstil leisten.

Anschließend arbeitete ich in mehreren gastronomischen Betrieben, u.a. als **Sous Chef** in einem bio-zertifizierten Restaurant. Parallel dazu unterstützte ich Catering-Projekte bei Events und Messen.

Im Laufe der Zeit habe ich die Erfahrung gemacht, dass das Interesse an vegetarischer und veganer Ernährung stetig steigt – gleichzeitig fehlt es oft an **professionellen, verlässlichen Anbietern im Event-Catering**, die nicht nur Qualität, sondern auch Nachhaltigkeit liefern. Daher wuchs bei mir der Wunsch, mich in Richtung **Eventgastronomie mit Nachhaltigkeitsfokus** weiterzubilden.

Mein Wunsch festigte sich, als ich später bei einem veganen Pop-Up-Event in der Verantwortung für das Catering war – das positive Feedback und die hohe Nachfrage haben mich motiviert, ein eigenes Konzept zu entwickeln.

Mittlerweile habe ich eine **Weiterbildung zum Eventmanager mit Schwerpunkt Food-Konzepte** abgeschlossen und mehrere Pilotprojekte unter eigenem Namen durchgeführt.

4. Mehrwert im Markt

Wie bereits aus dem Abschnitt zu mir als Gründer ersichtlich, zeichnet mich aus, dass ich sowohl fundierte Erfahrung in der Gastronomie als auch Kenntnisse im Eventmanagement mitbringe. Wie bereits bei der Darstellung meiner Services beschrieben, zeichnet mein Angebot aus, dass ich **kulinarische Qualität mit Nachhaltigkeit, Design und Professionalität kombiniere**.

Zudem habe ich von Freunden und früheren Auftraggebern die Rückmeldung erhalten, dass ich besonders gut darin bin, **auf individuelle Kundenbedürfnisse einzugehen und kreative Menüideen schnell umzusetzen**. Die Marktanalyse hat gezeigt, dass gerade **Business-Events und Hochzeiten mit vegetarisch/veganem Anspruch stark wachsen**. Insbesondere in Großstädten steigt die Nachfrage, während das Angebot noch überschaubar ist.

Die Preise, zu denen ich anbiete, sind etwas höher als klassische Standard-Caterings, weil ich **hochwertige Bio-Zutaten verwende** und großen Wert auf Präsentation und umweltfreundliche Prozesse lege. Dafür biete ich ein ganzheitliches Konzept mit echtem Mehrwert.

5. Marktanalyse

Allgemeine Marktanalyse

Die Catering-Branche in Deutschland verzeichnet seit Jahren ein kontinuierliches Wachstum – mit Ausnahme pandemiebedingter Rückgänge in den Jahren 2020 und 2021. Im Jahr 2023 erzielte die Branche einen neuen Höchstwert: **steuerpflichtige Caterer und Verpflegungsdienstleister generierten Umsätze von rund XY Milliarden Euro**, ein signifikanter Anstieg gegenüber dem Vorjahr (XY Mrd. €). Auch die Zahl der am Markt tätigen

Unternehmen ist mit **über XY Anbietern (2023: XY)** weiterhin hoch, was auf eine **breite Nachfrage und eine hohe Marktdynamik** hinweist.



Abb. 1: Umsatz in der Catering-Branche im Zeitablauf

Quelle: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/275583/umfrage/umsatz-der-steuerpflichtigen-caterer-in-deutschland/>

Unter „Catering“ wird dabei die professionelle Bereitstellung von Speisen und Getränken an beliebigen Orten verstanden. Die Geschäftsfelder reichen vom Schul- und Betriebscatering über Messen bis hin zu privaten Feierlichkeiten und Großveranstaltungen. Besonders im Bereich **Event-, Messe- und Sport-Catering** sind spezialisierte Anbieter gefragt, die auf individuelle Kundenwünsche eingehen können.

Die Branchendaten belegen: **Event-Catering ist ein wachstarkes und zukunftsfähiges Segment**, das sich zunehmend differenziert. Große Marktteilnehmer wie die Aramark Restaurants GmbH oder die Käfer AG erzielen jährlich Umsätze im dreistelligen Millionenbereich. Zugleich bleibt **viel Raum für kleinere Anbieter mit spezialisiertem**

Konzept, die sich durch besondere Qualität, Nachhaltigkeit oder regionale Ausrichtung profilieren.

Ein besonderer Trend ist die wachsende Nachfrage nach **vegetarischer und veganer Verpflegung**. Immer mehr Veranstalter und Unternehmen legen bei der Auswahl ihres Catering-Partners Wert auf **klimafreundliche, gesunde und moderne Ernährungskonzepte**. Dies betrifft sowohl Privatkunden als auch Business-Events – insbesondere in urbanen Räumen wie Berlin, Hamburg oder München.

Global betrachtet dominieren Konzerne wie die Compass Group, Sodexo oder Aramark den Markt – mit Milliardenumsätzen und globaler Reichweite. Diese Anbieter fokussieren sich vor allem auf Großverpflegung im Bereich Wirtschaft und Industrie. Der Event-Catering-Markt dagegen ist dezentral organisiert, bietet **große Nischenpotenziale** und verlangt nach **kreativen, flexiblen und kundenorientierten Lösungen**.

Die Daten zeigen auch: **Nach der Pandemie hat sich der Markt deutlich erholt**. Die Umsätze stiegen von XY Milliarden Euro im Jahr 2020 auf knapp XY Milliarden im Jahr 2023. Gleichzeitig sank die Zahl der Wettbewerber im Vergleich zu 2019 (XY) leicht (s. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/275583/umfrage/umsatz-der-steuerpflichtigen-caterer-in-deutschland/>), was Gründern mit durchdachtem Konzept gute Chancen auf eine erfolgreiche Positionierung bietet.

Spezielle Marktanalyse

Um eine fundierte Einschätzung darüber zu gewinnen, **ob und wie ich mit meinem Angebot Kunden erreichen kann**, habe ich ergänzend zur allgemeinen Marktanalyse eine **Suchmaschinenanalyse** durchgeführt. Denn: Auch wenn der Catering-Markt insgesamt wächst, ist entscheidend, ob potenzielle Kunden mein spezielles Angebot im Internet auch **tatsächlich finden** – und ob es mir gelingt, mich dort sichtbar zu positionieren.

Hierzu habe ich mit einem SEO-Tool (analog zum Google Keyword Planner) eine Analyse relevanter Suchbegriffe durchgeführt. Ziel war es, zu prüfen, **welche Begriffe häufig gesucht werden** und **wie schwierig es ist, in den organischen Suchergebnissen bei Google auf den vorderen Plätzen zu landen**.

In der nachfolgenden Tabelle sind die wichtigsten Begriffe (Keywords) aufgeführt, die potenzielle Kunden bei der Suche nach einem vegetarisch/veganen Catering-Angebot nutzen – samt Suchvolumen pro Monat und einer Bewertung der SEO-Schwierigkeit (Skala 1 = sehr einfach bis 100 = extrem schwer):

Keyword	Schwierigkeit	Suchvolumen/Monat
veganes catering	5	480
veganes catering berlin	5	390
vegetarisches catering	4	390
catering vegetarisch	4	390
bio catering	9	320
catering vegan	4	170
nachhaltiges catering	6	70
catering für events	6	50
gesundes catering	9	30

Die Analyse zeigt: **Zentrale Begriffe rund um veganes und vegetarisches Catering werden regelmäßig gesucht**, insbesondere im urbanen Raum (z. B. „veganes catering berlin“ mit 390 Suchen/Monat). Gleichzeitig ist die Ranking-Schwierigkeit vergleichsweise niedrig (zwischen 4 und 6 bei den wichtigsten Begriffen), was bedeutet, dass **eine gute Platzierung**

bei Google mit vertretbarem Aufwand erreichbar ist – insbesondere durch gezielte Inhalte, Suchmaschinenoptimierung und lokale Sichtbarkeit.

Keywords wie „bio catering“ oder „gesundes catering“ weisen zwar ein etwas höheres Ranking-Niveau auf, bieten aber ebenfalls Potenzial für **differenzierende Inhalte**, z. B. Blogbeiträge oder Landingpages zu nachhaltiger Ernährung bei Events.

Fazit:

Diese ergänzende Analyse zeigt, dass **nicht nur die Nachfrage im Markt vorhanden ist, sondern auch die Chancen gut stehen, digital sichtbar zu werden**. Das unterstützt meine Entscheidung, das Marketing stark auf **Online-Sichtbarkeit und lokale Auffindbarkeit (z. B. in Berlin)** auszurichten. So kann ich mein Angebot gezielt dort platzieren, wo die Nachfrage tatsächlich vorhanden ist – und mich als Spezialistin für nachhaltiges Event-Catering positionieren.

6. Marketing

Eine wesentliche Säule, um auf mich aufmerksam zu machen, ist die **Schaltung von Online-Anzeigen über Google Ads** – vor allem bei Suchbegriffen wie „veganes Catering Berlin“ oder „nachhaltiges Event-Catering“. Darüber hinaus optimiere ich meine Homepage für relevante Inhalte, insbesondere für Firmenkunden und Hochzeitsplaner. Auch auf **Instagram und LinkedIn** werde ich aktiv sein, um Einblicke in Menüs, Events und Kundenprojekte zu geben.

Für alle potenziellen Kund:innen, die Informationen zu mir und meinem Angebot einholen wollen, werde ich eine Homepage erstellen. Hierzu nutze ich das Tool **Jimdo**, da es mir erlaubt, schnell professionelle Inhalte zu präsentieren und Angebote flexibel zu aktualisieren.

Weitere Kanäle sind gezielte **Flyer-Kooperationen mit Hochzeitslocations und Bio-Märkten** sowie persönliche Kontakte zu Eventagenturen. Zudem plane ich, mein Angebot auf Plattformen wie **Event Inc** und **Partyraum.de** einzutragen.

7. Preissetzung

Meine Preise liegen **leicht über denen der Konkurrenz**. Grund dafür ist die Verwendung hochwertiger Bio-Produkte, der Einsatz nachhaltiger Verpackungen und die individuelle Menüentwicklung je nach Anlass.

Meine Preise sind in der folgenden Tabelle aufgeführt:

Leistungspaket	Preis (netto)	Vergleichspreis klassisch
Fingerfood-Platte (20 Pers.)	380 €	320 €
Veganes 3-Gang-Menü (pro Person)	39 €	32 €
Full-Service-Catering (ab 50 Pers.)	ab 2.400 €	ab 2.100 €

Durch gezielte Optimierung von Abläufen, z.B. durch Kooperationen mit regionalen Zulieferern, kann ich trotz Qualitätsanspruch konkurrenzfähig bleiben.

8. Chancen und Risiken

Das größte Risiko meiner Geschäftstätigkeit liegt darin, dass die Geschäftsentwicklung schlechter läuft als erwartet. Grund hierfür könnte etwa sein, dass Firmenkunden aufgrund wirtschaftlicher Lage weniger Events veranstalten oder auf günstigere Anbieter ausweichen.

Dieses Risiko beurteile ich als überschaubar, weil ich ein differenziertes Angebot mit starkem USP habe – ich fokussiere mich auf ein klar umrissenes Segment (nachhaltige Events) und kann flexibel auf Kundenbedürfnisse reagieren. Sollte dieses Szenario eintreffen, reagiere ich mit einer stärkeren Fokussierung auf Privatkunden und kleinformatige Events (z. B. Geburtstage, Gartenpartys).

Ein weiteres Risiko könnte sein, dass Lieferketten gestört werden oder Personal kurzfristig ausfällt – hier beuge ich durch ein zuverlässiges Netzwerk von Lieferanten und projektbasierten Freelancern vor.

Den Risiken stehen allerdings auch Chancen gegenüber, wie z. B., dass sich **mein Konzept in der Nische etabliert und weiterempfohlen wird**. Durch gezieltes Marketing und Qualität kann ich zudem **eine treue Stammkundschaft aufbauen** und mittelfristig wachsen.
