

Anmerkungen zu dieser Vorlage:

Dieses Businessplan-Beispiel ist eine realistische Vorlage für einen sinnvoll strukturierten Businessplan am Beispiel der Geschäftsidee "Frühstücks-Café".

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 Frühstücks-Café



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

Geschäftsidee:

Unser Café „Morgen & Mehr“ wird ab dem 01.01.2026 in direkter Nähe zur Universität Köln eröffnet und richtet sich vor allem an Studierende und junge Berufstätige. Mit einem ganztägigen Konzept – Frühstück am Morgen, Kuchen am Nachmittag und Tapas am Abend – bieten wir einen Ort, der flexibel genutzt werden kann. Die Einrichtung mit bewusst uneinheitlichem, gemütlichem Mobiliar schafft eine wohnzimmerartige Atmosphäre, die sich von standardisierten Café-Ketten abhebt. Unsere GbR ermöglicht uns einen unkomplizierten Start und gleichberechtigte Zusammenarbeit.

Die Gründerinnen:

Wir, Anna Becker und Laura Stein, bringen eine Kombination aus betriebswirtschaftlichem Know-how und gastronomischer Erfahrung mit. Während Anna im Marketing eines mittelständischen Unternehmens arbeitete, sammelte Laura praktische Kenntnisse in einer Bäckerei. Unsere gemeinsame Leidenschaft für gutes Essen und gemütliche Cafés führte zur Entscheidung, einen eigenen Ort zu schaffen. Mit Weiterbildungen in Existenzgründung, Marketing und Food Management haben wir uns gezielt auf unser Vorhaben vorbereitet.

Mein Mehrwert im Markt:

Unser Mehrwert liegt in der Verbindung aus authentischer Atmosphäre, Uni-Nähe und einem flexiblen Angebot über den ganzen Tag. Durch regionale Lieferanten und studentengerechte Preise schaffen wir Qualität zu fairen Konditionen. Das Feedback aus unserem Umfeld bestätigt den Bedarf an einem persönlichen, gemütlichen Treffpunkt in Köln. Unser Konzept, Café und Begegnungsort zu kombinieren, bietet eine klare Abgrenzung zu bestehenden Angeboten und spricht direkt unsere Zielgruppe an.

Marketing:

Wir setzen auf eine starke Präsenz in Google Maps und optimieren unsere Homepage für relevante Suchbegriffe, um von unserer Zielgruppe direkt gefunden zu werden. Social Media, insbesondere Instagram und TikTok, nutzen wir, um Einblicke ins Café zu geben und eine Community aufzubauen. Ergänzt wird dies durch lokale Marketingmaßnahmen wie Flyer in der Universität, Kooperationen mit studentischen Gruppen und kleine Events im Café. Durch wechselnde Kunstausstellungen binden wir zudem lokale Kreative ein und steigern die Mund-zu-Mund-Propaganda.

Preise:

Unsere Preise sind bewusst studentengerecht kalkuliert und liegen leicht unter dem Durchschnitt vergleichbarer Cafés in der Innenstadt. Durch direkte Zusammenarbeit mit lokalen Lieferanten können wir frische, hochwertige Produkte zu fairen Konditionen anbieten. Eine Kombination aus günstigen Frühstückspaketen, flexiblen Einzelpreisen und moderaten Abendangeboten ermöglicht regelmäßige Besuche. Die Preisgestaltung unterstützt unser Ziel, sowohl Qualität als auch Zugänglichkeit für unsere Zielgruppe zu vereinen.

Chancen und Risiken:

Die größte Chance liegt in der Lage an der Universität und dem wachsenden Bedürfnis junger Menschen nach authentischen Treffpunkten. Risiken bestehen vor allem in einer möglicherweise

langsameren Umsatzentwicklung zu Beginn und der Herausforderung, den Betrieb zunächst zu zweit komplett abzudecken. Hier planen wir, schrittweise Personal aufzubauen, um Belastungsspitzen abzufedern. Äußere Faktoren wie saisonale Schwankungen begegnen wir mit flexiblen Angeboten und angepasster Raumgestaltung. Insgesamt sehen wir unser Konzept als gut positioniert, um sich nachhaltig am Markt zu etablieren.

2. Geschäftsidee

Zum **01.01.2026** planen wir die Gründung unseres Frühstücks-Cafés „Morgen & Mehr“ in Köln. Unser Café soll nicht nur ein Ort sein, an dem man guten Kaffee und leckeres Frühstück bekommt, sondern ein Treffpunkt für junge Menschen, die eine entspannte und gemütliche Atmosphäre schätzen. Durch die Lage direkt an der Universität Köln richten wir uns besonders an **Studentinnen und Studenten sowie junge Berufstätige**, die einen Ort suchen, an dem sie sich sowohl vor als auch nach den Vorlesungen treffen können – sei es für ein gemeinsames Frühstück, eine Lernpause am Nachmittag oder ein Glas Wein am Abend.

Angebot

Unser Angebot umfasst ein reichhaltiges Frühstückssortiment, das sowohl klassische als auch moderne Komponenten beinhaltet: frisches Brot und Brötchen, hausgemachte Aufstriche, Pancakes, vegetarische und vegane Frühstücksoptionen sowie ein kleines, saisonal wechselndes Angebot an warmen Speisen. Nachmittags erweitern wir unser Sortiment um selbstgebackene Kuchen und kleine Snacks. Abends bieten wir eine Auswahl an Tapas und Antipasti sowie eine kleine Getränkekarte mit Bier, Wein und alkoholfreien Cocktails an. Unser Ziel ist es, dass Gäste zu jeder Tageszeit etwas finden, das sie anspricht – vom Morgenkaffee bis zum gemütlichen Feierabend.

Zielgruppe

Unser Café richtet sich in erster Linie an **Studenten, junge Berufstätige und Kreative**, die Wert auf eine lockere, ungezwungene Atmosphäre legen. Durch günstige Preise und ein flexibles Angebot möchten wir besonders Menschen ansprechen, die regelmäßig vorbeikommen – sei es zum Frühstück, um an Projekten zu arbeiten oder sich mit Freundinnen zu treffen. Wir wollen bewusst einen Ort schaffen, der Gemeinschaft fördert und ein zweites Wohnzimmer für unsere Gäste wird.

Raumgestaltung

Die Einrichtung unseres Cafés wird bewusst **individuell und unperfekt** gestaltet. Wir nutzen eine Mischung aus alten, liebevoll ausgewählten Möbelstücken – Stühle und Tische vom Flohmarkt, Sofas aus Haushaltsauflösungen und Regale mit gebrauchten Büchern. Diese bewusst uneinheitliche Gestaltung schafft eine gemütliche, fast wohnzimmerartige Atmosphäre, die sich deutlich von standardisierten Café-Ketten unterscheidet. Mit warmem Licht, Pflanzen und wechselnden Kunstaussstellungen von lokalen Künstlerinnen wollen wir einen Raum schaffen, der zum Verweilen einlädt.

Personalplanung

Zum Start werden wir beide Gründerinnen im Café mitarbeiten – sowohl im Service als auch in der Küche. Für Stoßzeiten am Wochenende und abends planen wir, ein bis zwei Aushilfen einzustellen, um den Service reibungslos zu gestalten. Mittelfristig wollen wir eine feste Küchenhilfe einstellen, sobald sich das Geschäft etabliert hat. Unser Ziel ist es, nah an unseren Gästen zu sein, ihre Wünsche direkt aufzunehmen und das Café von Anfang an persönlich zu prägen.

Wir gründen unser Unternehmen im Wege einer **GbR**. Diese Rechtsform haben wir gewählt, weil sie uns ermöglicht, mit überschaubarem bürokratischem Aufwand zu starten, schnell Entscheidungen zu treffen und beide Gründerinnen gleichberechtigt einzubinden.

3. Gründer/in

Wir – **Anna Becker** und **Laura Stein** – haben uns während unseres Studiums an der Universität Köln kennengelernt. Im Jahr 2021 habe ich, Anna, mein Studium der Betriebswirtschaftslehre abgeschlossen, während Laura im selben Jahr ihr Studium der Ernährungswissenschaften erfolgreich beendete. Schon damals verband uns die gemeinsame Leidenschaft für gutes Essen, gemütliche Cafés und die Idee, irgendwann einmal etwas Eigenes auf die Beine zu stellen.

Nach dem Studium sammelte ich, Anna, erste Berufserfahrung im Marketing eines mittelständischen Unternehmens. Laura begann parallel in einer Kölner Bäckerei zu arbeiten, wo sie tiefe Einblicke in die Herstellung und Präsentation von Backwaren und Frühstücksangeboten bekam. **Während dieser Zeit haben wir beide gemerkt, wie sehr uns der Gedanke reizt, einen eigenen Ort zu schaffen, der nicht nur kulinarisch überzeugt, sondern Menschen zusammenbringt.**

Im Laufe unserer bisherigen Tätigkeiten haben wir die Erfahrung gemacht, dass gerade junge Menschen Orte suchen, die authentisch, gemütlich und persönlich sind – und nicht das standardisierte Ambiente von Café-Ketten widerspiegeln. Daher wuchs bei uns immer mehr der Wunsch, ein Konzept zu entwickeln, das diese Lücke füllt.

Mein Wunsch, Anna, festigte sich, als ich später die Erfahrung machte, dass sich kreative Marketingideen besonders gut in kleinen, persönlichen Projekten umsetzen lassen. Laura wiederum erlebte, wie wichtig es ist, qualitativ hochwertige, frische Produkte mit einer herzlichen Atmosphäre zu kombinieren, um Stammkundschaft aufzubauen.

Mittlerweile haben wir beide zusätzliche Weiterbildungen gemacht, um uns gezielt auf die Selbstständigkeit vorzubereiten: Ich, Anna, habe eine Weiterbildung im Bereich **Existenzgründung und Marketingstrategie** abgeschlossen, während Laura einen Kurs in **Food Management und Hygienestandards in der Gastronomie** absolviert hat. Diese Kombination aus betriebswirtschaftlichem Know-how und gastronomischer Expertise bildet die Grundlage unseres gemeinsamen Unternehmens.

4. Mehrwert im Markt

Unser Café „Morgen & Mehr“ zeichnet sich vor allem durch die **Kombination aus Lage, Atmosphäre und Konzept** aus. In direkter Nähe zur Universität Köln gelegen, treffen wir auf eine Zielgruppe, die ein flexibles, gemütliches und bezahlbares Angebot sucht – und genau das wollen wir bieten. **Während andere Cafés oft entweder reines Frühstück oder nur Abendbetrieb anbieten, schaffen wir einen Ort, der den ganzen Tag über funktioniert und seine Gäste von morgens bis abends begleitet.**

Wie bereits aus unserer Vorstellung als Gründerinnen ersichtlich, bringen wir eine Mischung aus betriebswirtschaftlichem Wissen, gastronomischer Praxis und viel persönlicher Leidenschaft mit. Dieses Zusammenspiel ermöglicht es uns, sowohl wirtschaftlich solide als auch kreativ und nah an unseren Gästen zu arbeiten.

Besonders hervorzuheben ist unsere **Atmosphäre**: Durch bewusst uneinheitliches, liebevoll ausgewähltes Mobiliar, kleine Details und wechselnde Ausstellungen von lokalen Künstlerinnen

entsteht ein Ort, der sich wie ein zweites Wohnzimmer anfühlt. Wir haben von Freunden und Bekannten bereits die Rückmeldung erhalten, dass genau diese Mischung aus **Persönlichkeit, Wärme und Authentizität** etwas ist, das sie anzieht und in Köln noch zu selten finden.

Ein weiterer Mehrwert ist unser **flexibles Angebot**: Frühstück mit veganen und vegetarischen Optionen, nachmittags frischer Kuchen, abends kleine Tapas und Getränke – ohne sich auf eine Tageszeit zu beschränken. Damit schaffen wir einen Treffpunkt für verschiedene Bedürfnisse und Tagesrhythmen.

Die Preise, zu denen wir anbieten, sind bewusst **studentenfreundlich kalkuliert**, ohne dabei an Qualität zu sparen. Durch unsere direkte Zusammenarbeit mit lokalen Bäckereien und kleinen Lieferanten können wir hochwertige Produkte zu fairen Konditionen anbieten und gleichzeitig den Charakter von Regionalität und Nachhaltigkeit unterstreichen.

5. Marktanalyse

Info: Die Marktanalyse setzt entweder spezifische lokale Gegebenheiten voraus, die nicht verallgemeinerbar sind und für jeden Einzelfall durchgeführt werden müssen oder es ist die Veröffentlichung von Karten der Statistiken notwendig, für die wir für den Zweck dieser Vorlage keine Rechte haben. Daher können wir an dieser Stelle keine Marktanalyse veröffentlichen.

Informiere Dich gerne hier, wie man eine Marktanalyse schreibt.

Wir erstellen die Analyse auch gerne mit Dir zusammen. Buche einfach unten einen Termin in unserer Gründersprechstunde.

6. Marketing

Eine wesentliche Säule, um auf unser Café aufmerksam zu machen, ist die **Präsenz in Google Maps**. Gerade für ein Café in Uni-Nähe ist es entscheidend, dass wir bei Suchanfragen wie „Frühstück Köln Uni“ oder „gemütliches Café Studenten Köln“ direkt erscheinen. Wir legen daher großen Wert auf ein gepflegtes Google-Business-Profil mit aktuellen Öffnungszeiten, Fotos und regelmäßigen Beiträgen. Zusätzlich werden wir unsere Homepage für diese Suchbegriffe optimieren, um in der organischen Suche gut gefunden zu werden.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf **Social Media**. Wir möchten auf Instagram und TikTok kurze Einblicke in den Café-Alltag geben – von der Zubereitung unseres hausgemachten Pancake-Teigs über Fotos des gemütlichen Innenraums bis hin zu kleinen Event-Ankündigungen. Durch die visuelle Ansprache dieser Kanäle erreichen wir unsere junge Zielgruppe direkt und schaffen eine Community, die mit dem Café wächst.

Für alle potenziellen Gäste, die sich online informieren möchten, werden wir eine übersichtliche **Homepage** erstellen, auf der unser Angebot, die Öffnungszeiten und aktuelle Aktionen dargestellt werden. Hierfür nutzen wir ein einfaches, aber professionelles CMS-Tool, das es uns ermöglicht, Inhalte selbst regelmäßig zu aktualisieren.

Neben der Online-Präsenz setzen wir bewusst auch auf **lokale Marketingmaßnahmen**: Flyer und kleine Plakate in der Universität, Kooperationen mit studentischen Initiativen sowie ein Eröffnungsangebot, das in den ersten Wochen besondere Aufmerksamkeit erzeugt. Zusätzlich planen wir, regelmäßige kleine Events wie offene Frühstücksabende oder Lern-Nachmittage zu veranstalten, um die Bindung zu unserer Zielgruppe zu stärken.

Eine weitere Besonderheit wird die **Kooperation mit lokalen Künstlerinnen**: Wir bieten ihnen die Möglichkeit, ihre Werke im Café auszustellen. Das schafft nicht nur Abwechslung in der Raumgestaltung, sondern zieht auch neue Besuchergruppen an, die durch Mund-zu-Mund-Propaganda unser Café weiterempfehlen.

7. Preissetzung

Unsere Preise orientieren sich an den Bedürfnissen unserer Zielgruppe und sind bewusst **studentenfreundlich kalkuliert**, ohne dabei Abstriche bei Qualität und Frische zu machen. Im Vergleich zu vielen Cafés in der Innenstadt liegen wir etwas günstiger, da wir uns in direkter Nähe zur Universität befinden und bewusst auf ein Konzept setzen, das regelmäßige Besuche ermöglicht.

Für unser Frühstücksangebot setzen wir auf faire Paketpreise, bei denen Getränke und Speisen kombiniert werden können. Einzelne Kaffee- und Snackpreise sind so gestaltet, dass sich unsere Gäste flexibel auch nur für einen schnellen Kaffee oder ein kleines Mittagssandwich entscheiden können. Abends bieten wir kleine Tapas- und Antipasti-Portionen zu moderaten Preisen an, damit auch hier ein spontaner Besuch attraktiv bleibt.

Produkt	Preis	Durchschnittspreis in Konkurrenzcafés
Filterkaffee (Bio, Fairtrade)	2,40 €	2,70 €
Cappuccino	3,00 €	3,30 €
Veganes Frühstück (inkl. Getränk)	8,50 €	9,50 €
Klassisches Frühstück (inkl. Getränk)	7,90 €	8,90 €
Pancake-Stack mit Obst	6,50 €	7,20 €
Hausgemachter Kuchen (Stück)	3,20 €	3,50 €
Tapas-Teller (abends)	6,90 €	7,50 €
Glas Wein (0,2l)	4,50 €	4,90 €

Durch die direkte Zusammenarbeit mit **lokalen Bäckereien und kleinen Lieferanten** können wir hochwertige Zutaten zu guten Konditionen beziehen. Gleichzeitig verzichten wir bewusst auf unnötige Zwischenhändler, um die Preise niedrig zu halten und dennoch nachhaltig und regional einzukaufen.

8. Chancen und Risiken

Das größte Risiko unserer Geschäftstätigkeit liegt darin, dass die Geschäftsentwicklung zu Beginn langsamer verläuft als erwartet. Grund hierfür könnte zum Beispiel sein, dass es einige Zeit braucht, bis wir uns in der Nachbarschaft und bei der studentischen Zielgruppe einen Namen gemacht haben. Dieses Risiko schätzen wir jedoch als überschaubar ein, da wir mit unserer Lage an der Universität Köln von Anfang an eine hohe Sichtbarkeit haben und unser

Konzept auf eine regelmäßige, wiederkehrende Kundschaft ausgelegt ist. Sollte der Umsatz in den ersten Monaten unter den Erwartungen liegen, planen wir, mit gezielten Aktionen wie Eröffnungsangeboten und Kooperationen mit studentischen Gruppen gegenzusteuern.

Ein weiteres Risiko besteht darin, dass wir als zwei Gründerinnen anfangs den gesamten Betrieb – vom Frühstück über den Nachmittag bis zum Abend – selbst abdecken. Gerade zu Beginn ist noch unüberschaubar, wie lange wir dies durchhalten können, ohne dass es zu Belastungsspitzen kommt. Deshalb ist mittelfristig die Einstellung von Personal geplant. Die Herausforderung dabei ist, dass dies einen zusätzlichen **Kostenblock** darstellt, der erst einmal durch den laufenden Umsatz gedeckt werden muss. Um das Risiko abzufedern, werden wir die Personalkosten schrittweise aufbauen und zunächst mit Aushilfen für Stoßzeiten starten, bevor wir festes Personal einstellen.

Auch äußere Faktoren wie **Wetter oder saisonale Schwankungen** können sich auf unser Geschäft auswirken. In den Sommermonaten setzen wir deshalb auf ein kleines Außensitz-Angebot, während wir in der kälteren Jahreszeit mit gemütlicher Innenraumgestaltung und saisonalen Angeboten wie Winterfrühstücken gegensteuern.

Den Risiken stehen allerdings auch erhebliche Chancen gegenüber. Unsere Lage in direkter Uni-Nähe bietet uns eine stetige Frequenz an potenziellen Gästen, und das wachsende Bedürfnis junger Menschen nach authentischen, gemütlichen Orten spielt uns in die Karten. Zudem eröffnet uns unser flexibles Konzept (Frühstück, Nachmittagssnacks, Abendangebot) die Möglichkeit, verschiedene Tageszeiten und Zielgruppen abzudecken. Auch die geplanten Kooperationen mit Künstlerinnen und die starke Einbindung in die studentische Szene sehen wir als große Chance, uns als fester Bestandteil der Nachbarschaft zu etablieren.
