



Businessplan

Online Business als Ernährungsexperte

Schritt für Schritt zu deinem Online Business
als Experte in der Ernährungsberatung.

Mein Team und ich helfen dir dein Business
erfolgreich zu gründen.



Businessplan Ernährungsberater

Um dir bei der Erstellung einer Ernährungsberatung zu helfen, stellen wir dir diesen Businessplan als Muster zur Verfügung. Er soll dir als Richtlinie dienen, wie du einfach eine Ernährungsberatung aufbauen kannst. Du kannst den Inhalt nutzen, um deinen eigenen Businessplan basierend auf deinen eigenen Werten zu erstellen. Es ist wichtig zu beachten, dass dieser Businessplan auf gründlicher Analyse und Recherche basiert, jedoch keine Gewährleistung übernommen wird. Falls du Unterstützung beim Aufbau deines Online-Business benötigst, stehen wir von Foodiary gerne zur Verfügung.

Um den Unterschied zwischen einem traditionellen Ernährungsberater und einem Foodiary Coach zu verdeutlichen, findest du in Punkt 6 einige Kennzahlen.

Wir wünschen dir viel Erfolg bei deiner Gründung!

1. Vorwort	2
2. Geschäftsidee	3
2.1. Angebot	3
2.2. Kundennutzen	4
2.3. Kernfähigkeiten	4
3. Vertrieb und Wettbewerb	5
3.1. Kunden	5
3.2. Vertrieb & Kundenkommunikation	5
3.3. Markt & Wettbewerb	6
4. Unternehmen	7
4.1. Gründerpersönlichkeit	7
4.2. Unternehmenswerte	8
4.3. Standort	8
4.4. Rechtsform & Vorschriften	8
4.5. Chancen & Risiken	9
5. Finanzen	10
5.1. Ertragsquellen / Umsatz	10
5.2. Kosten	10
5.3. Kapitalbedarf & Finanzierung	11
5.4. Rentabilität	11
5.5. Liquidität	12
6. Vergleich Foodiary Coach	14
6.1. Angebot als Foodiary Coach	14
6.2. Umsatzentwicklung Coach	15
6.1. Betriebsausgaben Coach	15
6.2. Kapitalbedarf als Foodiary Coach	16
6.3. Rentabilität als Foodiary Coach	16
6.4. Gegenüberstellung Rendite	17

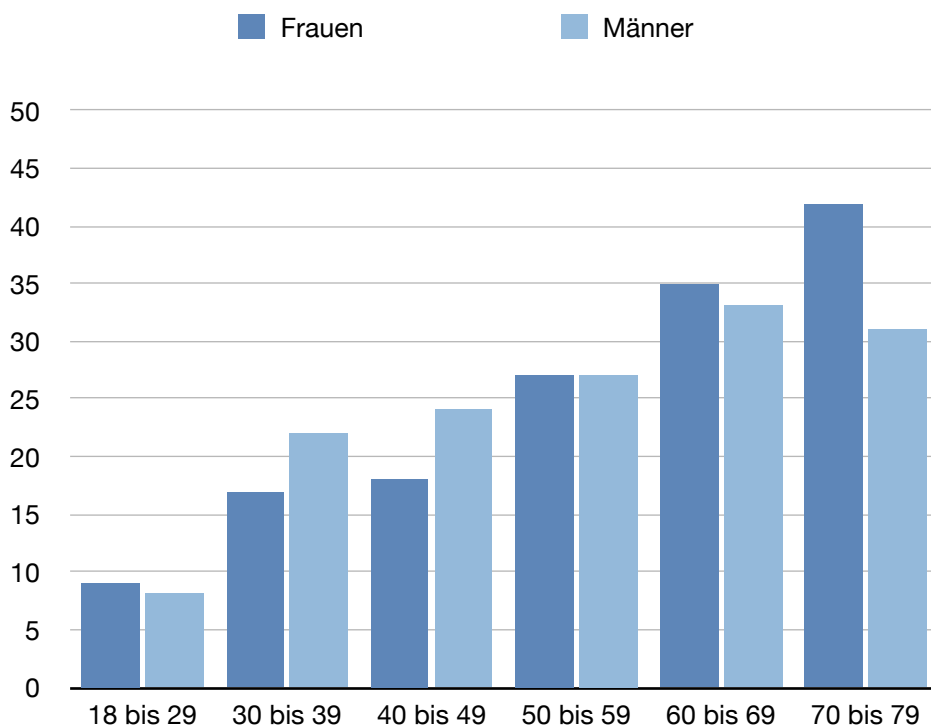
1. Vorwort

Zwei Drittel der Männer (67 Prozent) und die Hälfte der Frauen (53 Prozent) in Deutschland sind übergewichtig. Ein Viertel der Erwachsenen (23 Prozent der Männer und 24 Prozent der Frauen) ist stark übergewichtig (adipös).

2017 waren in Deutschland bereits knapp 8 Prozent mehr übergewichtig als noch zwanzig Jahre zuvor. Laut Prognosen wird der Anteil übergewichtiger Menschen bis zum Jahr 2030 voraussichtlich weiter steigen. Etwa 47 Prozent der Frauen und 65 Prozent der Männer werden voraussichtlich Übergewicht haben, während rund 24 Prozent der Männer und 21 Prozent der Frauen sogar als fettleibig eingestuft werden könnten (Quelle: Frankfurter Allgemeine Zeitung – 06.05.2015).

Der Zusammenhang zwischen Ernährungsgewohnheiten und Gesundheit ist gut dokumentiert. Übergewicht und Herz-Kreislauf-Erkrankungen sind zum Beispiel häufige Folgen einer ungesunden Ernährung. Darüber hinaus gibt es Studien, die einen Zusammenhang zwischen Stress und Gewichtszunahme belegen. Frauen, die über einen längeren Zeitraum beruflich hohen Anforderungen ausgesetzt waren, neigten eher dazu, an Gewicht zuzunehmen. In der Tat zeigte etwa die Hälfte der besonders belasteten Probandinnen im Verlauf der Studie eine signifikante Gewichtszunahme. Insgesamt war die Gewichtszunahme bei diesen Frauen etwa 20 Prozent größer im Vergleich zu Probandinnen mit weniger anspruchsvollen Jobs.

Angesichts dieser Entwicklungen und der erkennbaren Zusammenhänge zwischen Ernährung, Gesundheit und Stress besteht ein wachsender Bedarf an effektiven Lösungen, um Menschen dabei zu unterstützen, ihre Ernährungsgewohnheiten zu verbessern und ein gesundes Gewicht zu erreichen. Foodiary ist bestrebt, diesen Bedarf zu erfüllen, indem es eine personalisierte Plattform zur Verfügung stellt, die individuelle Ernährungsprofile erstellt, ein Tagebuch zur Erfassung von Mahlzeiten bietet und Coaching sowie eine unterstützende Community bereitstellt. Durch die Kombination von modernster Technologie und umfangreicher Datenanalyse strebt {NAME} an, Menschen auf ihrem Weg zu einer gesünderen Ernährung zu begleiten und langfristige positive Veränderungen zu ermöglichen.



2. Geschäftsidee

2.1. Angebot

{NAME} bietet als Ernährungsberater eine Vielzahl von Dienstleistungen an, um seine Kunden bei der Ernährungsumstellung und dem Erreichen ihrer individuellen Ziele zu unterstützen. Im Rahmen seines Geschäftsmodells sieht sein Leistungsangebot wie folgt aus:

- Individuelle Beratungsgespräche: {NAME} führt persönliche Beratungsgespräche mit seinen Kunden, um eine umfassende Einschätzung ihrer individuellen Bedürfnisse, Ziele und Herausforderungen im Zusammenhang mit ihrer Ernährung zu erhalten. Dabei werden auch gesundheitliche Aspekte, Vorlieben und eventuelle Einschränkungen berücksichtigt.
- Ernährungsanalyse: {NAME} analysiert die Ernährungsgewohnheiten seiner Kunden eingehend, um Schwachstellen und Bereiche mit Verbesserungspotenzial zu identifizieren. Dabei werden Faktoren wie die Nährstoffzusammensetzung der Mahlzeiten, Portionsgrößen und mögliche Mängel oder Überschüsse betrachtet.
- Entwicklung eines individuellen Ernährungsplans: Basierend auf den Zielen, Vorlieben und gesundheitlichen Bedürfnissen seiner Kunden erstellt {NAME} maßgeschneiderte Ernährungspläne. Diese enthalten detaillierte Empfehlungen zur Lebensmittelauswahl, Mahlzeitenstruktur und Portionskontrolle, um eine gesunde und ausgewogene Ernährung zu gewährleisten.
- Ernährungsumstellung und Gewichtsmanagement: {NAME} unterstützt seine Kunden aktiv bei der Umstellung ihrer Ernährungsgewohnheiten und begleitet sie während des Gewichtsmanagements. Gemeinsam setzen sie realistische Ziele und erarbeiten Strategien zur Umsetzung, um langfristige und nachhaltige Ergebnisse zu erzielen.
- Ernährungscoaching: {NAME} fungiert als persönlicher Ansprechpartner und motivierender Begleiter seiner Kunden während des gesamten Prozesses der
- Ernährungsumstellung. Er bietet kontinuierliche Unterstützung, beantwortet Fragen, gibt Feedback und gibt praktische Tipps, um den Kunden zu helfen, ihre Ziele zu erreichen.
- Monitoring und Fortschrittsbewertung: {NAME} überwacht kontinuierlich den Fortschritt seiner Kunden und bewertet regelmäßig die erreichten Ziele. Dabei passt er bei Bedarf den Ernährungsplan an, um den individuellen Bedürfnissen gerecht zu werden und optimale Ergebnisse zu erzielen.
- Schulung und Wissensvermittlung: {NAME} teilt sein fundiertes Ernährungswissen mit seinen Kunden, um ihnen ein besseres Verständnis für gesunde Ernährungsprinzipien, Nährstoffe, Lebensmittelauswahl und die Bedeutung einer ausgewogenen Ernährung zu vermitteln. Durch gezielte Schulungen werden die Kunden in die Lage versetzt, fundierte Entscheidungen in Bezug auf ihre Ernährung zu treffen.
- Unterstützung bei spezifischen Ernährungsbedürfnissen: {NAME} bietet auch spezialisierte Unterstützung bei spezifischen Ernährungsbedürfnissen an, wie zum Beispiel bei Allergien, Unverträglichkeiten, bestimmten Krankheiten oder besonderen Ernährungsformen (z.B. vegetarisch, vegan). Er passt den Ernährungsplan entsprechend an, um den individuellen Bedürfnissen gerecht zu werden.

Durch sein breites Leistungsangebot unterstützt {NAME} seine Kunden dabei, ihre Ernährungsgewohnheiten zu verbessern, ihre Gesundheitsziele zu erreichen und langfristige positive Veränderungen in Richtung einer gesunden Ernährung zu etablieren.

2.2. Kundennutzen

Die von {NAME} angebotenen Leistungen haben einen positiven Einfluss auf das Wohlbefinden seiner Kunden:

- Erlernen eines gesunden Essverhaltens: {NAME} unterstützt seine Kunden dabei, ein gesundes Essverhalten zu erlernen, das ihnen hilft, ihr Gewicht im normalen Bereich zu bringen und zu stabilisieren.
- Stärkung der Körperfunktionen: Durch eine gesunde und angepasste Ernährungsweise, beispielsweise durch die Vermeidung von Nahrungsmitteln, auf die sie intolerant reagieren, können die Körperfunktionen gestärkt werden. Dies kann sich auch positiv auf das "Bauchgefühl" der Kunden auswirken, was subjektiv anhand eines Tagebuchs gemessen werden kann.
- Prävention von Zivilisationskrankheiten: Zusätzlich zielt {NAME} darauf ab, Krankheiten wie Diabetes Typ 2 oder Bluthochdruck vorzubeugen oder das Risiko zu minimieren. Sein Ziel ist es, das Ess- und Stressverhalten seiner Kunden umzustellen.

{NAME} lehnt strikte Diätkonzepte grundsätzlich ab, es sei denn, sie sind medizinisch notwendig und von einem Arzt begleitet. Viele Diäten versprechen schnellen Gewichtsverlust, der jedoch oft nicht von Dauer ist und zum gefürchteten Jo-Jo-Effekt führt.

Stattdessen unterstützt {NAME} seine Kunden mit individuellen, primärpräventiven Ansätzen. Durch eine umfassende Analyse des Essverhaltens strebt er an, eine intuitivere und verbesserte Auswahl der täglichen Lebensmittel zu ermöglichen, um langfristige Kontrolle über das Gewicht zu erreichen.

2.3. Kernfähigkeiten

Folgende Fähigkeiten von {NAME} sind wertvoll für seine Kunden:

- Beratungskompetenz: Dank seiner langjährigen Tätigkeit in der Kundenbetreuung verfügt {NAME} über umfangreiches Know-how in der Begleitung und Anleitung von Kunden.
- Erfahrung: {NAME} ist versiert in der Organisation und Analyse von Informationen. Diese Fähigkeiten kommen ihm bei der systematischen Auswertung des Ernährungsverhaltens seiner Kunden sowie bei der professionellen Organisation von Workshops und anderen Aktivitäten zugute. Zudem hat er Erfahrung in der Projektarbeit und im Präsentieren vor Gruppen, was ihm Sicherheit und Gelassenheit verleiht.
- Empathie/Soziale Intelligenz: Durch den regelmäßigen Kundenkontakt und seine offene und soziale Art hat {NAME} ein gutes Feingefühl entwickelt, das ihm bei der Beurteilung der Probleme seiner Kunden von großem Nutzen ist.
- Eigene Erfahrungen: {NAME} praktiziert seit vielen Jahren Fitness und Yoga. Dieses Fachwissen kann er sinnvoll in der Anleitung von Entspannungstechniken für seine Kunden einsetzen. Er baut sein Fachwissen kontinuierlich aus und hat kürzlich einen Fernkurs in "Ernährungswissenschaften" belegt, der mit einem praktischen Abschlussseminar abschließen wird.
- Interesse an der Thematik: {NAME} beschäftigt sich seit vielen Jahren intensiv mit verschiedenen Ernährungsthemen. Durch eigene Erfahrungen und eine Ausbildung als "Ernährungsberater" mit Schwerpunkt auf Gewichtacoaching und Diätberatung verfügt er über das erforderliche Grundwissen, um seine Kunden optimal in Bezug auf ihre Ernährung zu beraten.

{NAME} plant, seine persönliche und fachliche Entwicklung in Zukunft wie folgt voranzutreiben:

- Er wird seine fachspezifischen Fähigkeiten je nach Bedarf in spezifischen Bereichen weiter ausbauen. Insbesondere im Bereich der Ernährung ist es wichtig, auf dem neuesten Stand zu bleiben und sich mit den neuesten Entwicklungen aus Wissenschaft und Forschung auseinanderzusetzen. Dies wird durch regelmäßiges Lesen von Fachzeitschriften und -büchern sowie die Teilnahme an Seminaren und die Nutzung seriöser Online-

Businessplan Ernährungsberater

Ressourcen gewährleistet. Auf diese Weise kann er flexibel auf veränderte Meinungen und Ansichten reagieren und seinen Kunden stets aktuelles Wissen bieten.

3. Vertrieb und Wettbewerb

3.1. Kunden

Die primären Zielgruppen, die sich an {NAME} wenden, haben folgende Beweggründe:

- Verbesserung des Wohlbefindens und Steigerung der körperlichen Fitness: Kunden möchten aktiv etwas für ihr Wohlbefinden tun und sich fitter fühlen.
- Notwendigkeit einer Verhaltensänderung: Kunden erkennen, dass sie negative Auswirkungen einer ungünstigen Ernährungsweise oder von negativem Stress abwehren müssen.
- Neue Lebensabschnitte und Veränderungen im Körper: Kunden befinden sich in neuen Lebensabschnitten, die Verunsicherung mit sich bringen und den Körper verändern.

Mit zunehmendem Alter treten bei vielen Menschen Veränderungen in der täglichen Energiebilanz auf, abhängig vom bisherigen Essverhalten und der Stresstoleranz. Zudem machen sich erste Anzeichen körperlichen Abbaus bemerkbar, die sowohl biologisch bedingt als auch durch die Lebensweise beeinflusst sein können. In diesem Stadium, typischerweise zwischen 40 und 50 Jahren, treten häufig erste Anzeichen ernährungsbedingter Krankheiten auf oder die Kontrolle über die Gewichtskurve geht verloren. {NAME} möchte an dieser Stelle seine Kunden unterstützen, indem er ihnen durch Ernährungscoaching und weitere Angebote zu persönlichem Wohlbefinden und besserer Gesundheit verhilft.

Konkret beabsichtigt {NAME}, folgende Kundengruppen zu gewinnen:

- Über- oder untergewichtige Kunden mittleren oder höheren Alters,
- Kunden in Stresssituationen, z. B. aufgrund von Mehrfachbelastung durch Beruf, Haushalt und Kinder.
- Kunden mit einem erhöhten Risiko für ernährungsbedingte Krankheiten aufgrund familiärer Veranlagung.
- Ruhe suchende und gesundheitsbewusste Kunden ab etwa 30 Jahren, die präventiv aktiv werden möchten.

{NAME} hat in den letzten Wochen aktiv seine Existenzgründung und sein Angebot beworben und mit verschiedenen Personen darüber gesprochen. Die bisherige Resonanz war durchweg positiv.

3.2. Vertrieb & Kundenkommunikation

{NAME} beabsichtigt, folgende Vertriebs- und Kommunikationskanäle für sein Unternehmen zu nutzen:

Online-Präsenz:

- {NAME} wird eine professionelle und informative Website aufbauen, die regelmäßig aktualisiert wird. Die Website soll potenziellen Kunden klare Informationen über seine Dienstleistungen bieten und ihnen das Gefühl geben, gut betreut zu werden. Er wird ein Kontaktformular und die Möglichkeit zur Anmeldung für seinen Newsletter integrieren, um regelmäßig auf sich aufmerksam zu machen und aktuelle Neuigkeiten zu teilen. Max Mustermann plant auch Investitionen in Suchmaschinenoptimierung, um seine Sichtbarkeit im Internet zu erhöhen.

Soziale Medien:

- {NAME} plant, eine Präsenz auf verschiedenen sozialen Medien aufzubauen, darunter Facebook und Instagram. Dort wird er regelmäßig relevante Inhalte teilen, um seine Zielgruppe anzusprechen und sein Unternehmen bekannt zu machen. Durch ansprechende visuelle Elemente und informative Beiträge wird er potenzielle Kunden auf seine Dienstleistungen aufmerksam machen und sie zur Interaktion ermutigen.

Offline-Marketing:

- {NAME} wird Visitenkarten entwerfen, die er persönlich an potenzielle Kunden und Geschäftspartner weitergeben kann. Diese Visitenkarten werden einen QR-Code enthalten, um eine schnelle Kontaktaufnahme zu ermöglichen. Außerdem plant er die Erstellung eines repräsentativen Flyers, der wichtige Informationen über seine Dienstleistungen enthält. Dieser Flyer wird gezielt verteilt und bei Bedarf durch zielgruppenspezifische Einlegeblätter ergänzt. Zusätzlich wird {NAME} Anzeigen in regionalen Printmedien schalten, die von seiner primären Zielgruppe regelmäßig gelesen werden.

Netzwerkaufbau:

- {NAME} wird aktiv daran arbeiten, ein Netzwerk mit anderen Fachleuten aufzubauen, darunter Ärzte, Apotheker, Physiotherapeuten, Psychotherapeuten, Fitnessstudios und Naturkostfachgeschäfte. Diese Kontakte werden ihm dabei helfen, seine Reichweite zu erhöhen, Synergieeffekte zu nutzen und möglicherweise Empfehlungen für seine Dienstleistungen zu erhalten.

Gutscheine:

- {NAME} plant, ganzjährig Gutscheine für Workshops und Coachings anzubieten. Diese Gutscheine sollen über Plattformen wie eBay-Kleinanzeigen beworben werden. Er wird attraktive Angebote gestalten und möglicherweise saisonale Motive verwenden, um die Aufmerksamkeit potenzieller Kunden zu gewinnen. Die Gutscheine können beispielsweise als Geschenk zum Geburtstag verschenkt werden, wobei {NAME} auch die Möglichkeit bietet, die Gutscheine individualisiert per Post oder per E-Mail zu versenden.

{NAME} wird diese verschiedenen Vertriebs- und Kommunikationskanäle nutzen, um seine Dienstleistungen einem breiten Publikum zugänglich zu machen und seine Marke aufzubauen. Durch eine gezielte Ansprache seiner Zielgruppe und die Schaffung eines positiven Markenimages strebt er an, eine solide Kundenbasis aufzubauen und seinen Geschäftserfolg langfristig zu sichern.

3.3. Markt & Wettbewerb

In einer Reichweite von 15 km um {NAME} Standort sind derzeit sechs Ernährungsberater ansässig. Deutliche Unterscheidungen sind in den Zielgruppen und der Wirkung, z.B. der Website, zu erkennen:

- 2 Angebote im Bereich Fitness-Coaching
- 1 Angebot unseriös, Vorher-Nachher-Bilder und sprachlich fehlerhaft
- 1 Angebot mit der Hauptzielgruppe Kinder und Eltern
- 2 Angebote von Ökotrophologinnen (von Krankenkassen zugelassen), vorrangig bei bereits bestehenden Erkrankungen in der Therapie

Die Einwohnerzahl der Gemeinden in diesem Umkreis liegt bei ca. 50.000.

Hausärzte, Ernährungsmediziner oder Apotheker beraten auch in Ernährungsfragen, allerdings konzentrieren sie sich hauptsächlich auf die Therapie von Krankheiten. Eine umfassende Ernährungsumstellung zur Verbesserung leichter Übergewichts- oder prädiabetischer Tendenzen können sie oft aufgrund von Zeitmangel nicht begleiten. In diesen Fällen ist {NAME} ein kompetenter Ansprechpartner, der auf Initiative des Kunden oder auf Empfehlung des Mediziners hinzugezogen werden kann.

Da {NAME} hauptsächlich Online-Beratungen anbietet, unterscheidet sich ihr Angebot von den Mitbewerbern. Er kann ihre Kunden effektiv bei der Ernährungsoptimierung begleiten, unabhängig von deren geografischem Standort. Dies bietet klare Wettbewerbsvorteile. {NAME} plant, eine professionelle Internetpräsenz aufzubauen, um deutschlandweit Kunden anzusprechen. Die Weitergabe positiver Erfahrungen durch Kundenrezensionen und Mundpropaganda wird dabei eine wichtige Rolle spielen.

Businessplan Ernährungsberater

Im Umkreis sind keine vergleichbaren Angebote für Online-Ernährungsberatung zu finden. {NAME} Fokus liegt auf der Nutzung digitaler Kommunikationskanäle wie Video-Chat, um Beratungen und Coaching-Sitzungen durchzuführen. Dabei wird der persönliche Austausch durch die virtuelle Verbindung ermöglicht.

In größerer Distanz befinden sich die Städte XXX/XXX (ca. 45 Autominuten entfernt). Während persönliche Einzelberatungen für Kunden in diesen Städten möglicherweise zu weit sind, kann Max über seine Online-Plattform auch Kunden aus diesen Gebieten erreichen. Gerade für ihre Wochenendworkshops sieht er die Möglichkeit, Interessenten anzusprechen, die in ihrer ländlichen Umgebung eine Auszeit vom Alltag und Stadtleben nehmen möchten. Diese Workshops können auch als Einstieg für spätere Online-Einzelcoachings dienen.

Der Online-Sektor bietet eine Vielzahl von Ernährungsberatern, aber {NAME} hebt sich durch ihr spezialisiertes Angebot und seiner Online-Expertise ab. Seine Fähigkeit, Kunden deutschlandweit zu erreichen und ihnen maßgeschneiderte Online-Beratungen anzubieten, verschafft ihm einen Wettbewerbsvorteil. Die Qualität und Effektivität ihrer Beratungen werden maßgeblich dazu beitragen, seinen Ruf aufzubauen und positive Empfehlungen von zufriedenen Kunden zu erhalten.

4. Unternehmen

4.1. Gründerpersönlichkeit

Hier ist eine Checkliste mit wichtigen Punkten zur Gründerpersönlichkeit für einen Businessplan:

- Persönliche Motivation: Beschreibe deine persönlichen Beweggründe und Motivation, warum du dieses Unternehmen gründen möchtest.
- Stärken und Fähigkeiten: Liste deine individuellen Stärken und Fähigkeiten auf, die dir helfen werden, das Unternehmen erfolgreich zu führen. Das können Fachkenntnisse, Führungsfähigkeiten, Verhandlungsgeschick, Kreativität oder andere relevante Kompetenzen sein.
- Erfahrungen: Fasse deine beruflichen Erfahrungen und Qualifikationen zusammen, insbesondere solche, die für das geplante Unternehmen relevant sind. Zeige auf, wie diese Erfahrungen dir bei der Gründung und Führung des Unternehmens helfen werden.
- Risikobereitschaft und Durchhaltevermögen: Beschreibe deine Bereitschaft, Risiken einzugehen und Herausforderungen zu meistern. Verdeutliche, dass du bereit bist, die notwendige Anstrengung und Zeit zu investieren, um das Unternehmen zum Erfolg zu führen.
- Teamfähigkeit: Gehe auf deine Fähigkeit ein, mit anderen Menschen zusammenzuarbeiten und ein Team aufzubauen. Zeige, dass du in der Lage bist, Mitarbeiter zu motivieren und zu führen, sowie Beziehungen zu Kunden, Lieferanten und Partnern aufzubauen.
- Belastbarkeit: Betone deine Fähigkeit, unter Druck ruhig und effektiv zu handeln. Erkläre, wie du mit Herausforderungen und Rückschlägen umgehst und wie du in der Lage bist, Lösungen zu finden und flexibel anzupassen.
- Unternehmerische Vision: Beschreibe deine Vision für das Unternehmen und wie du langfristig Erfolg erzielen möchtest. Verdeutliche, dass du über eine klare strategische Ausrichtung und einen Plan verfügst, um die definierten Ziele zu erreichen.
- Selbstreflexion und Lernbereitschaft: Zeige, dass du bereit bist, dich kontinuierlich weiterzuentwickeln und zu lernen. Betone deine Fähigkeit zur Selbstreflexion, um aus Fehlern zu lernen und dein Wissen und deine Fähigkeiten stetig zu verbessern.

Businessplan Ernährungsberater

- Netzwerk und Unterstützung: Beschreibe dein Netzwerk von Kontakten und Ressourcen, das dir bei der Gründung und dem Betrieb des Unternehmens helfen kann. Zeige auf, wie du externe Unterstützung wie Mentoren, Branchenverbände oder Experten nutzen kannst.
- Verantwortungsbewusstsein: Betone dein ethisches und soziales Verantwortungsbewusstsein als Gründer. Zeige, dass du die Auswirkungen deines Unternehmens auf Mitarbeiter, Kunden, die Gemeinschaft und die Umwelt berücksichtigst.

Es ist wichtig, dass du diese Punkte entsprechend deiner eigenen Persönlichkeit anpasst und spezifische Beispiele und Erfahrungen einbringst, um einen überzeugenden Businessplan zu erstellen.

4.2. Unternehmenswerte

{NAME} steht für Individualität und nachhaltige, intuitive Ernährungskonzepte. Er lehnt vorgefertigte, standardisierte Kurspläne ab und legt großen Wert auf eigene Konzepte, die speziell auf sein Klientel zugeschnitten sind. Die Entwicklung eigener Konzepte bildet die grundlegende Basis für Kundenzufriedenheit und langfristigen Geschäftserfolg.

Der Unternehmensgeist von von {NAME} zeichnet sich durch eine besondere Atmosphäre in seinen Kursen aus. Diese Atmosphäre soll dazu beitragen, dass die Kunden ihr Stressverhalten ablegen können und dadurch eine leichtere Umsetzung ihrer Ernährungsoptimierung erreichen. Durch eine einladende und unterstützende Umgebung soll den Kunden ein angenehmes und motivierendes Erlebnis geboten werden.

4.3. Standort

Aufgrund des Online-Beratungsansatzes ist der Standort für das Unternehmen flexibel und unabhängig von einer physischen Präsenz. Durch die Nutzung von Online-Kommunikationstechnologien kann eine breite Palette von Kunden erreicht werden, unabhängig von deren geografischem Standort. Diese flexible Standortwahl ermöglicht es, das Unternehmen effizient und kostengünstig zu betreiben.

Die Online-Beratung ermöglicht es dem Unternehmen, Kunden aus verschiedenen Regionen anzusprechen und ihre individuellen Bedürfnisse zu erfüllen. Die räumliche Flexibilität eröffnet eine Vielzahl von Marktchancen und ermöglicht es, Kunden in verschiedenen Zeitzonen und mit unterschiedlichen Terminpräferenzen zu bedienen. Dadurch kann das Unternehmen seine Reichweite erweitern und eine größere Anzahl von Kunden erreichen als bei einer lokal begrenzten Präsenz.

Durch den Verzicht auf einen festen Standort entfallen auch Mietkosten und andere betriebsbedingte Ausgaben, die mit einem physischen Standort verbunden wären. Dies ermöglicht es dem Unternehmen, seine Ressourcen effizient einzusetzen und sich auf die Bereitstellung hochwertiger Beratungsdienste zu konzentrieren.

Die Entscheidung für einen Online-Standort bietet zudem die Möglichkeit, die Beratungsleistungen rund um die Uhr anzubieten. Kunden können bequem von zu Hause oder jedem anderen Ort aus auf die Dienstleistungen zugreifen, was zu einer erhöhten Kundenzufriedenheit und -bindung führt.

Insgesamt ermöglicht der Online-Standort dem Unternehmen, flexibel zu sein, eine breite Palette von Kunden zu erreichen und die betrieblichen Kosten zu optimieren, während hochwertige Beratungsdienste angeboten werden.

4.4. Rechtsform & Vorschriften

{NAME} ist als Ernährungsberater tätig und betreibt ein Unternehmen, das neben Beratungsleistungen auch Onlinekurse und eine App anbietet. Um den rechtlichen Anforderungen gerecht zu werden, hat er die notwendigen Schritte unternommen.

{NAME} hat sein Unternehmen als Einzelunternehmen gegründet, da er sich alleine und eigenständig als Ernährungsberater selbständig macht. Diese Rechtsform ermöglicht ihm eine flexible Gestaltung seiner Geschäftstätigkeit.

Businessplan Ernährungsberater

Um sich gegen mögliche Haftungsrisiken aufgrund von Falschberatung abzusichern, hat {NAME} eine Betriebshaftpflicht-/Vermögensschadenversicherung abgeschlossen. Diese Versicherung bietet ihm eine finanzielle Absicherung für den Fall, dass durch seine Tätigkeit Schäden entstehen.

{NAME} hat zudem die erforderliche Anmeldung beim Finanzamt durchgeführt, um seine steuerlichen Pflichten zu erfüllen. Die Gewerbesteuerpflicht entsteht in seinem Fall nicht, da er als Einzelunternehmer tätig ist.

Mit diesen rechtlichen Maßnahmen und Vorschriften schafft {NAME} eine solide Basis für sein Unternehmen und stellt sicher, dass er seine Tätigkeit im Einklang mit den gesetzlichen Bestimmungen ausübt.

4.5. Chancen & Risiken

Ressourcenanalyse (interne Einflussfaktoren):

Stärken:

- soziale Intelligenz, Empathie
- Finanzielle Reserven
- Beratungskompetenz
- Eigene Erfahrungen

Schwächen:

- zu viel Enthusiasmus
- Starke persönliche Nähe zum Kunden

Umweltanalyse (externe Einflussfaktoren):

Chancen:

- Wachstumsmarkt Gesund
- Steigende private Ausgabebereitschaft
- Kooperation
- Bisherige Misserfolge von Kunden bei der Gewichtreduktion

Risiken:

- Netzwerk muss aufgebaut werden
- Zu geringe Nachfrage
- Umsatzrückgang
- Finanzielle Risiken
- Abwanderung von Kunden

Handlungsmöglichkeiten:

- individuelle Konzepte für einen zügigen Markteintritt
- Alleinstellungsmerkmal Kombination von persönlichem Ansprechpartner und digitalen Tools
- „Soziale“ Ader nutzen für die Kundenbindung
- Angebote präsent machen und Produkt platzieren
- Kundenaktionen zur Vermeidung von Abwanderung

(Gegen-) Maßnahmen:

- persönliche Abgrenzung zu Kundensorgen
- Objektiven Standpunkt bewahren
- Marktpotential nutzen durch weiteren Aufbau des Netzwerkes
- Nähe zum Kunden nutzen und mit Enthusiasmus punkten, jedoch unter angemessener persönlicher Distanz
- Potentiellen Kooperationspartnern einen Gegenwert vermitteln

5. Finanzen

5.1. Ertragsquellen / Umsatz

Umsatzentwicklung selbstständiger Ernährungsberater

	1. Betriebsjahr	2. Betriebsjahr	3. Betriebsjahr
Summe der Jahresumsätze	8.073,00 €	16.146,00 €	24.219,00 €

Die Kalkulation der Umsatzerlöse erfolgt auf der Basis einer üblichen Beratungseinheit von 45 Minuten zu einem Satz von 60€ mit einem Risikoabschlag von 2,5%. Eine Erhöhung der Preise ist in den ersten drei Betriebsjahren nicht eingerechnet, wird aber nach Anfragesituation angepasst.

Der wesentliche Zeitaufwand wird anfänglich in der Vor- und Nachbereitung der Termine liegen, sodass der zeitliche Aufwand für die Tätigkeit bei etwa 20 Stunden pro Arbeitswoche liegt. Eingerechnet ist ein Jahresurlaub von 30 Tagen.

Die Planung erfolgt mit einer linearen Steigerung der wöchentlichen Beratungstermine. Die Verteilung der Beratungseinheiten erfolgte aus Vereinfachungsgründen gleichmäßig auf die Monate mit folgender Auslastung:

1. Jahr: 2-3 Termine pro Woche
2. Jahr: 5-6 Termine pro Woche
3. Jahr: 7-9 Termine pro Woche

5.2. Kosten

Betriebsausgaben selbstständiger Ernährungsberater

Kosten	1. Betriebsjahr	2. Betriebsjahr	3. Betriebsjahr
Telefon	240,00 €	240,00 €	240,00 €
Internet	240,00 €	240,00 €	240,00 €
Steuerberatung	450,00 €	450,00 €	450,00 €
Versicherung	300,00 €	300,00 €	300,00 €
Werbung/ PR	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €
Abrechnungstool	240,00 €	240,00 €	240,00 €
Ernährungssoftware	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €
Terminbuchungstool	240,00 €	240,00 €	240,00 €
Video-Chat-Plattform	160,00 €	160,00 €	160,00 €
Grafik-/Marketingtools	600,00 €	600,00 €	600,00 €
Hosting Gebühren	240,00 €	240,00 €	240,00 €
Summe	5.110,00 €	5.110,00 €	5.110,00 €

Im Rahmen der selbstständigen Tätigkeit als Ernährungsberater entstehen monatliche Aufwendungen in verschiedenen Bereichen:

- Telefon und Internet: Kosten für eine zuverlässige Telefon- und Internetverbindung, um die Kommunikation mit Kunden, Terminvereinbarungen und gegebenenfalls Videokonferenzen zu ermöglichen.
- Steuerberatung: Ausgaben für die Dienstleistungen eines Steuerberaters, um steuerliche Pflichten zu erfüllen und von steuerlichen Vorteilen zu profitieren.

Businessplan Ernährungsberater

- Versicherungen: Kosten für Versicherungen wie eine Betriebshaftpflichtversicherung, um mögliche Risiken abzusichern.
- Werbung/PR: Ausgaben für Werbemaßnahmen und Öffentlichkeitsarbeit zur Bewerbung der Dienstleistungen und Gewinnung neuer Kunden.
- Software/Tools: Monatliche Kosten für spezialisierte Software und Tools, beispielsweise für Buchhaltung, Terminverwaltung, Kundenmanagement oder Online-Beratungen.

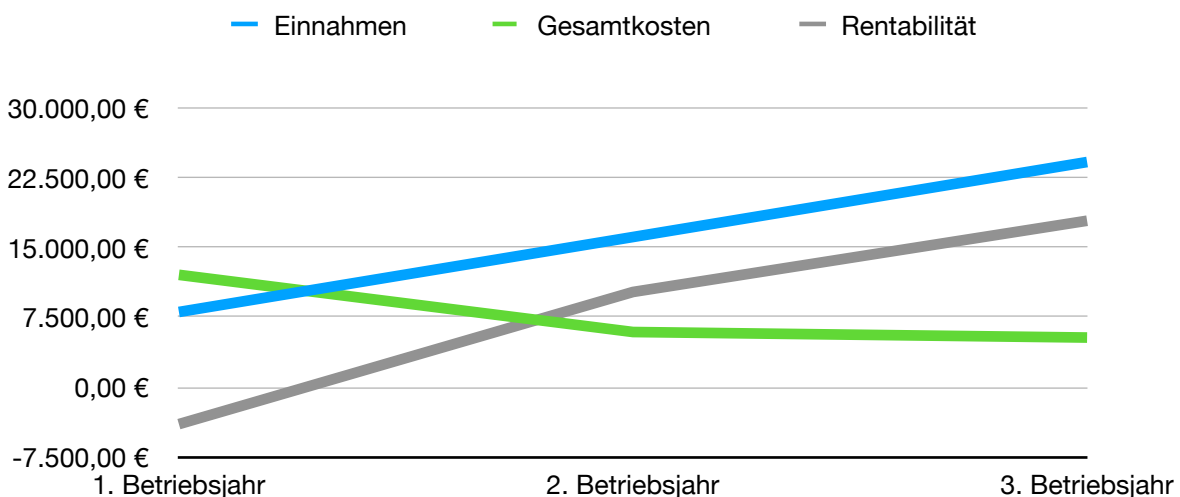
Es ist zu beachten, dass die genauen monatlichen Aufwendungen individuell variieren und von den spezifischen Bedürfnissen, dem Standort und den gewählten Dienstleistungen abhängen. Eine detaillierte Budgetplanung ist empfehlenswert, um die monatlichen Kosten im Zusammenhang mit der selbstständigen Tätigkeit als Ernährungsberater genau zu erfassen.

5.3. Kapitalbedarf & Finanzierung

Kapitalbedarfsplan selbstständiger Ernährungsberater

Gewerbeanmeldung	60,00 €
Einrichtungskosten*	1.000,00 €
Technische Ausstattung*	500,00 €
Werbemittel Erstellung	1.000,00 €
Social media Content Erstellung	1.500,00 €
Website Erstellung	2.500,00 €
Summe	6.560,00 €

5.4. Rentabilität



Businessplan Ernährungsberater

Rentabilität selbstständiger Ernährungsberater

	1. Betriebsjahr	2. Betriebsjahr	3. Betriebsjahr
Umsatzerlöse	8.073,00 €	16.146,00 €	24.219,00 €
Direkte Kosten	403,65 €	807,30 €	1.210,95 €
Rohgewinn	7.669,35 €	15.338,70 €	23.008,05 €
Gründungskosten	6.560,00 €	0,00 €	0,00 €
Betriebsausgaben	5.110,00 €	5.110,00 €	5.110,00 €
Ergebnis vor Steuern	-4.000,65 €	10.228,70 €	17.898,05 €
Überschuss/ Defizit	-4.000,65 €	10.228,70 €	17.898,05 €

5.5. Liquidität

Die Liquiditätstabelle dient als Instrument zur Erfassung und Analyse der finanziellen Situation. Sie ermöglicht es, wichtige Informationen zu erfassen, um die Liquidität des Unternehmens im Laufe des Jahres zu überwachen. Im Folgenden sind die verschiedenen Informationen aufgeführt, die in die Tabelle eingefügt werden müssen:

Kontostand am Anfang des Jahres:

Der Kontostand zu Beginn des Jahres ist der Betrag, der zum Jahresbeginn auf dem Bankkonto des Ernährungsberaters vorhanden ist. Dieser Betrag bildet den Ausgangspunkt für die Liquiditätsberechnungen.

Umsatzerlöse:

Die Umsatzerlöse umfassen alle Einnahmen, die der Ernährungsberater im Laufe des Jahres durch seine Dienstleistungen generiert. Dies können beispielsweise Honorare für Beratungssitzungen oder Einnahmen aus dem Verkauf von Ernährungsplänen sein.

Direkte Kosten:

Direkte Kosten sind Ausgaben, die direkt mit der Erbringung der Dienstleistungen zusammenhängen. Dazu können beispielsweise Lebensmittel für Beratungszwecke oder Kosten für die Nutzung von Räumlichkeiten gehören.

Personalausgaben:

Personalausgaben umfassen die Gehälter und Löhne der Mitarbeiter des Ernährungsberaters. Dies beinhaltet sowohl fest angestellte Mitarbeiter als auch gegebenenfalls Freelancer oder Honorarkräfte.

Betriebsausgaben:

Betriebsausgaben umfassen alle sonstigen Ausgaben, die im Zusammenhang mit dem Betrieb des Unternehmens stehen. Dazu gehören beispielsweise Büromaterial, Marketingkosten, Versicherungen und Mietzahlungen.

Zinsen:

Zinsen beziehen sich auf eventuell anfallende Zinszahlungen im Zusammenhang mit Krediten oder Darlehen, die der Ernährungsberater aufgenommen hat.

Tilgung:

Tilgung bezeichnet die Rückzahlung von Krediten oder Darlehen, die der Ernährungsberater erhalten hat. Dieser Betrag verringert die Verbindlichkeiten des Unternehmens.

Mehrwertsteuerzahlung an/vom Finanzamt:

Die Mehrwertsteuerzahlungen beinhalten die Beträge, die an das Finanzamt gezahlt oder von diesem erstattet werden müssen. Dies hängt von den Umsätzen und Vorsteuerabzügen des Ernährungsberaters ab.

Ertragssteuern:

Businessplan Ernährungsberater

Ertragssteuern umfassen die zu zahlenden Einkommensteuern auf den Gewinn des Ernährungsberaters. Dieser Betrag wird in der Regel auf Basis des Jahresergebnisses berechnet.

Privatentnahmen:

Privatentnahmen sind Geldmittel, die der Ernährungsberater für private Zwecke aus dem Unternehmen entnimmt. Dies kann beispielsweise in Form von Gehältern oder sonstigen Entnahmen erfolgen.

Überschuss/Defizit:

Der Überschuss/Defizit ist die Differenz zwischen den Umsatzerlösen und allen Ausgaben des Ernährungsberaters. Ein positives Ergebnis zeigt einen Überschuss, während ein negatives Ergebnis auf ein Defizit hinweist.

Überschuss/Defizit (Gesamt):

Der Überschuss/Defizit (Gesamt) ist die kumulierte Summe der Überschüsse oder Defizite über das gesamte Jahr hinweg. Dieser Betrag wird durch die fortlaufende Addition der monatlichen Überschüsse oder Defizite ermittelt.

Kontostand am Ende des Jahres:

Der Kontostand am Ende des Jahres ist der Betrag, der zum Jahresende auf dem Bankkonto verbleibt. Dieser Betrag gibt Auskunft über die Liquidität des Unternehmens zum Ende des Geschäftsjahres.

Die regelmäßige Pflege und Aktualisierung der Liquiditätstabelle ermöglicht es dem Ernährungsberater, seine finanzielle Situation besser zu verstehen und fundierte Entscheidungen für sein Unternehmen zu treffen.

6. Vergleich Foodiary Coach

6.1. Angebot als Foodiary Coach

Foodiary bietet eine umfassende und benutzerfreundliche Softwarelösung für die Ernährungsberatung. Mit vorgefertigten Vorlagen und einer effizienten Struktur ermöglicht Foodiary eine einfache Organisation und Durchführung der Beratung. Die automatisierten Berechnungen von Nährstoffen und Kalorien sparen Zeit und gewährleisten genaue Empfehlungen. Die Plattform erleichtert die Kommunikation mit den Klienten und bietet eine professionelle Präsentation mit anpassbarem Branding. Durch die Skalierbarkeit und Wachstumsunterstützung eignet sich Foodiary ideal für die Gründung und Expansion eines erfolgreichen Ernährungsberatungsgeschäfts.

Features	Selbstständiger Ernährungsberater	Foodiary Coach
Marketing	Eigenständige Entwicklung	Social Media Content
		Corporate Design
		Offline Werbemittel
		Social Media Schulungen
		Affiliate Systeme
Website	Eigenständige Erstellung	Influencer Datenbank
		Erstellung
		Hosting
		Re-Design
		Aktionen
Zahlsystem	Eigenständige Abrechnung	Implementierung Terminbuchungstool
		Abrechnung mit dem Kunden
Vertrieb	Eigenständiger Netzwerkaufbau	Netzwerkaufbau
		Kooperationspartnerschaftspflege
		Werbemittel für Kooperationspartner
		Brand Building
Betreuung	Eigenständige Betreuung	App
		Lernplattform
		Bibliothek
		Blogbeiträge
		Ernährungsguides
		Wöchentliche Termine
		Videoakademie
		Online Kurs

6.2. Umsatzentwicklung Coach

Umsatzentwicklung Foodiary Coach

	1. Betriebsjahr	2. Betriebsjahr	3. Betriebsjahr
Summe der Jahresumsätze	35.880,00 €	53.820,00 €	89.700,00 €

Die Kalkulation der Umsatzerlöse erfolgt auf der Basis der üblichen Vergütung als Foodiary Coach zu 390€ .

Der wesentliche Zeitaufwand wird anfänglich in der Vor- und Nachbereitung von Marketing- und Kooperationsaktivitäten liegen, sodass der zeitliche Aufwand für die Tätigkeit bei etwa 20 Stunden pro Arbeitswoche liegt. Eingerechnet ist ein Jahresurlaub von 30 Tagen.

Die Planung erfolgt mit einer Steigerung der wöchentlichen Beratungstermine. Die Verteilung der Beratungseinheiten erfolgte aus Vereinfachungsgründen gleichmäßig auf die Monate mit folgender Auslastung:

Erstes Jahr: 6 Termine pro Woche
 Zweites Jahr: 9 Termine pro Woche
 Drittes Jahr: 15 Termine pro Woche

6.1. Betriebsausgaben Coach

Betriebsausgaben Foodiary Coach

Kosten	1. Betriebsjahr	2. Betriebsjahr	3. Betriebsjahr
Telefon	240,00 €	240,00 €	240,00 €
Internet	240,00 €	240,00 €	240,00 €
Steuerberatung	450,00 €	450,00 €	450,00 €
Versicherung	300,00 €	300,00 €	300,00 €
Werbung/ PR	600,00 €	600,00 €	600,00 €
Foodiary Lizenz	2.988,00 €	2.988,00 €	2.988,00 €
Summe	4.818,00 €	4.818,00 €	4.818,00 €

Durch die Nutzung von Foodiary profitieren Ernährungsberater von signifikant niedrigeren Betriebsausgaben. Foodiary bietet umfangreiche Marketingunterstützung, sodass Berater keine hohen Kosten für die Erstellung und Vermarktung von Marketingmaterialien haben. Die kosteneffiziente Softwarelösung von Foodiary vereint alle erforderlichen Funktionen an einem Ort, was die Ausgaben für separate Tools und Systeme einspart. Mit vorgefertigten Vorlagen, automatisierten Berechnungen und einem skalierbaren System hilft Foodiary den Beratern, ihre Betriebskosten zu reduzieren und ihr Geschäft effizient zu skalieren. Durch diese Unterstützung können Ernährungsberater kostengünstig arbeiten und dennoch ein professionelles und erfolgreiches Geschäft aufbauen.

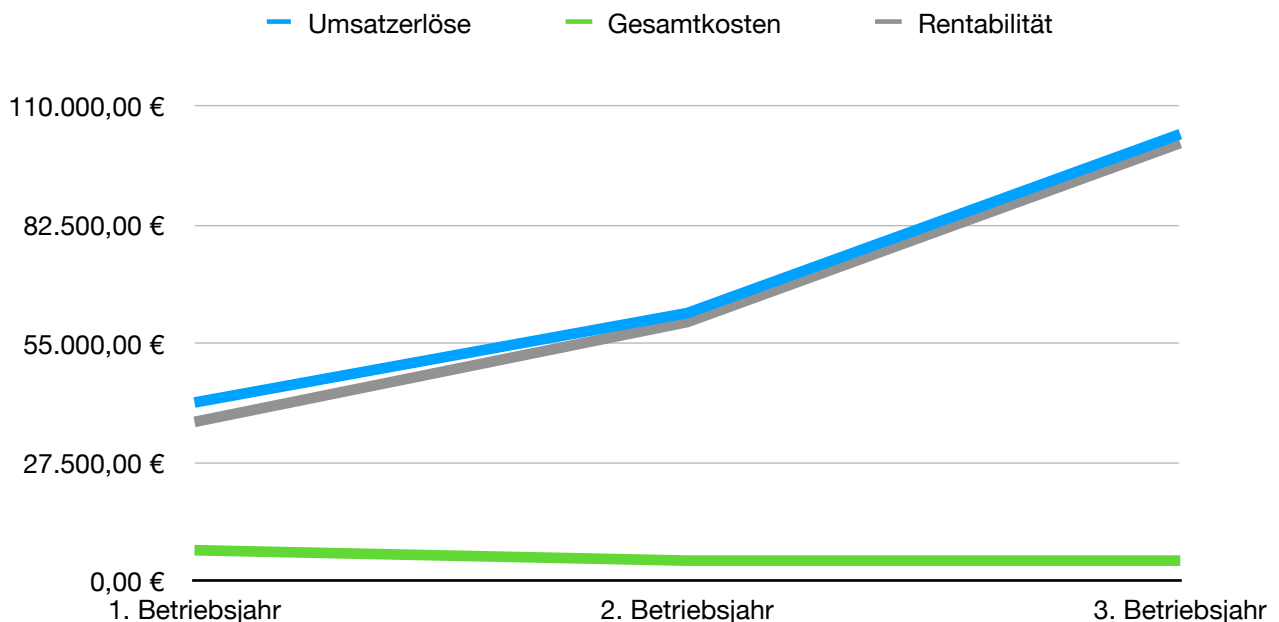
6.2. Kapitalbedarf als Foodiary Coach

Kapitalbedarfsplan Foodiary Coach

Gewerbeanmeldung	60,00 €
Einrichtungskosten*	1.000,00 €
Technische Ausstattung*	500,00 €
Marketingmaterialien + Erstellung	250,00 €
Website Erstellung	0,00 €
Einstiegsgebühr	599,00 €
Summe	2.409,00 €

Der Kapitalbedarf für einen Foodiary Coach ist zu Beginn in der Regel deutlich geringer als für einen selbstständigen Ernährungsberater. Als Foodiary Coach profitierst du von einer kostengünstigen Softwarelösung, die speziell auf die Bedürfnisse von Ernährungsberatern zugeschnitten ist. Du kannst von der vorhandenen Marke und Marketingunterstützung von Foodiary profitieren, was zu niedrigeren Marketing- und Werbekosten führt. Die ganze Entwicklung für eigene Marketingunterlagen und Design fallen für einen Foodiary Coach nicht an, da Foodiary diese dem Coach liefert. Zudem bietet Foodiary strukturierte Ressourcen und Vorlagen, die dir helfen, effizient zu arbeiten und Kosten für Eigenentwicklung zu sparen. Die Skalierbarkeit und Wachstumsunterstützung von Foodiary ermöglicht es dir, mit einem geringeren Kapitalbedarf zu starten und dein Geschäft schrittweise zu erweitern. Dadurch kannst du kosteneffizient in die Ernährungsberatung einsteigen und langfristig wachsen, mit einem reduzierten finanziellen Risiko.

6.3. Rentabilität als Foodiary Coach

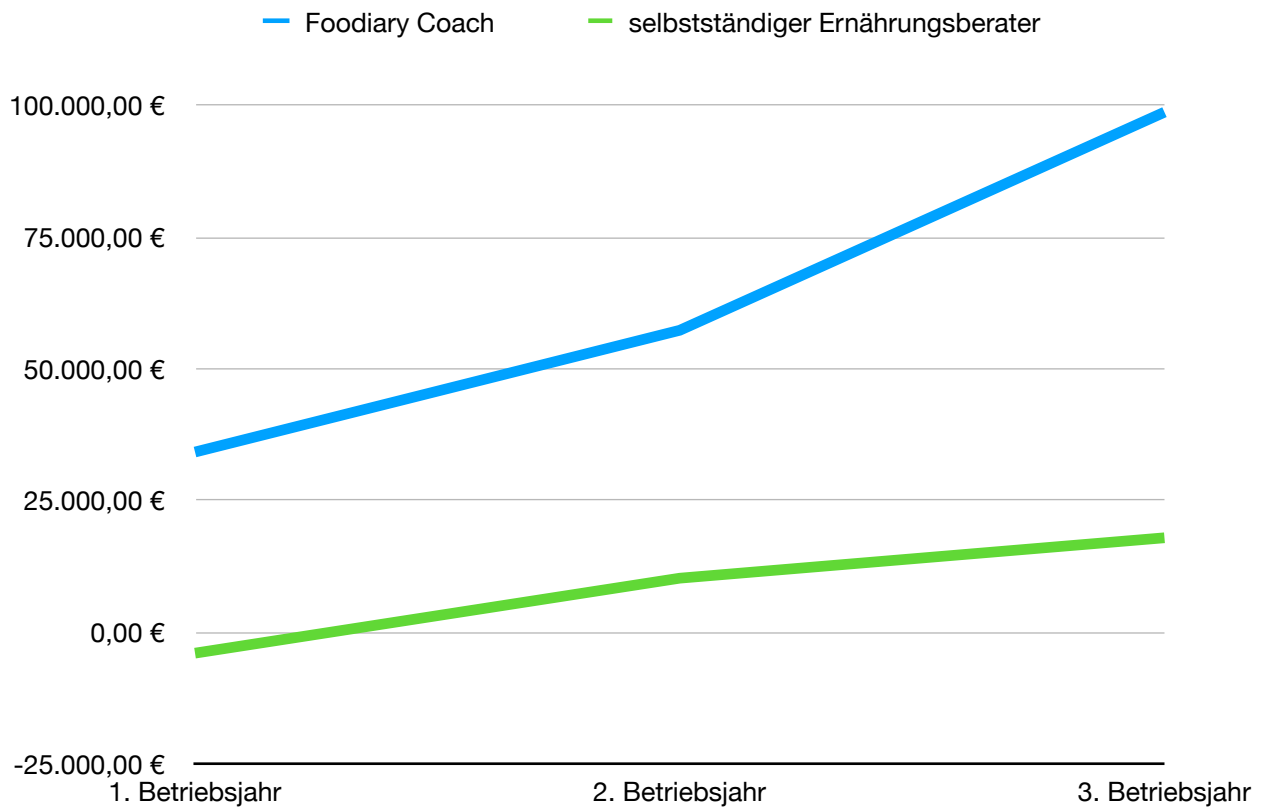


Businessplan Ernährungsberater

Rentabilität Foodiary Coach

	1. Betriebsjahr	2. Betriebsjahr	3. Betriebsjahr
Umsatzerlöse	41.400,00 €	62.100,00 €	103.500,00 €
Direkte Kosten	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Rohgewinn	41.400,00 €	62.100,00 €	103.500,00 €
Gründungskosten	2.409,00 €	0,00 €	0,00 €
Betriebsausgaben	4.818,00 €	4.818,00 €	4.818,00 €
Ergebnis vor Steuern	34.173,00 €	57.282,00 €	98.682,00 €
Überschuss/ Defizit	34.173,00 €	57.282,00 €	98.682,00 €

6.4. Gegenüberstellung Rendite



Es würde mich freuen, die Gelegenheit zu haben, dich kennenzulernen.

Ich bin Felix.

Seit mehr als 10 Jahren beschäftige ich mich intensiv mit Online-Ernährungsberatung, Online-Geschäftsmodellen und dem Unternehmertum im Allgemeinen.

Während meiner Zeit als Unternehmer habe ich verschiedene Projekte erfolgreich aufgebaut, darunter Co-Working Spaces, Influencer-Kooperationen, Online-Shops, Online-Kurse und einen erfolgreichen Direktvertrieb (D2C).

Im Jahr 2020 habe ich mein eigenes Unternehmen, Foodiary gegründet. Seitdem haben mein Team und ich bereits über 50.000 Menschen bei ihrer Ernährungsumstellung begleitet.

Wir betreuen deutschlandweit mehr als 250.000 Klienten und arbeiten eng mit etablierten Partnern in Sportanlagen zusammen, um ihnen ganzheitliche Ernährungsberatung anzubieten.

Nutze die Chance und vereinbare ein kostenlosen Demo-Call mit mir und gemeinsam erarbeiten wir eine Strategie, wie du erfolgreich dein Online Business aufbauen kannst.

Ich tausche mich gern mit dir aus und gebe dir Tipps, auch wenn du kein Foodiary Coach werden möchtest.



QR Code scannen und kostenlosen
Call vereinbaren.

