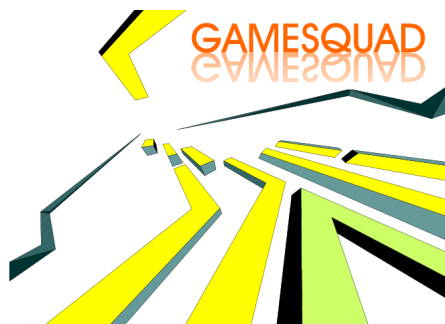


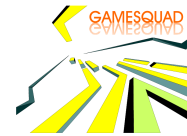
Entrepreneurship
Prof. Malek

Businessplan
Team GAMESQUAD

Alexander Borisov,
Moritz W. Lemm,
Dorian Weber,
Thomas Wolfart

6. Juni 2007





GAMESQUAD

Businessplan
Zeitraum: 2007 – 2010

Vertraulichkeit
Alle Angaben im Businessplan sind streng vertraulich!
Vervielfältigung und Kopien nur mit Zustimmung von GAMESQUAD.

Berlin, 6. Juni 2007

Created with L^AT_EX
Copyright ©2007 GAMESQUAD



Humboldt–Universität zu Berlin
Institut für Informatik
2007

1 Vorwort

Diese Arbeit ist im Rahmen eines Halbkurses Entrepreneurship im Wintersemester 2006/2007 von Prof. Malek an der Humboldt-Universität zu Berlin entstanden.

Team GAMESQUAD,
Berlin, 6. Juni 2007

Inhaltsverzeichnis

1	Vorwort	3
2	Zusammenfassung	5
3	Produkt	6
3.1	Produktbeschreibung	6
3.2	Entwicklungsstand	8
3.3	Mögliche Probleme	8
4	Gründerteam	8
5	Marktanalyse und Marketing	9
5.1	Zielgruppen und Kundennutzen	9
5.2	Verkaufszahlen	10
5.3	Vertriebspolitik	10
6	Unternehmen und Organisation	11
6.1	Organisation	11
6.2	Rechtsform, Stammkapital	11
6.3	Strategische Allianzen	12
6.4	Entwicklungsschritte	13
7	Finanzplanung	14
7.1	Komponentenkosten	14
7.2	Kapitalbeschaffung	15
8	Anhang	18
8.1	Allgemeine Marktnachfrage	18
8.2	Statistik	19
8.3	Finanzierungstabellen	20

2 Zusammenfassung

Produkt

GAMESQUAD bietet eine neue Lösung im Bereich des Home-Entertainment von Morgen an. Das Produkt ist der Beginn einer 3D-Plattform, die sich als ein völlig neuartiges Visualisierungssystem des 21. Jahrhunderts etablieren wird. Stellen Sie sich vor, Sie würden vor einem echten 3D-Bildschirm sitzen und arbeiten können. Gamesquad ist nur einen Handgriff davon entfernt und bietet die dreidimensionale Darstellung mit Hilfe ausgefeilter 2D-Technik. Eine realistische Darstellung räumlicher Objekte ist damit möglich.

Gamesquad ist eine nie da gewesene Plattform für die Entertainment- und Spielebranche. Als Spielkonsole wird bei Gamesquad die Dynamik und Vielseitigkeit der Computertechnik mit dem *Look'n Feel* und dem geselligen Erlebnis eines Brettspieles kombiniert.

Damit erschließen wir zusätzlich zu den an Spielekonsolen interessierten Kunden eine völlig neue Käuferschicht für High-Tech-Produkte: die klassische Brettspiele nutzende Familie.

Gründerteam

Die Gründer von GAMESQUAD sind Alexander Borisov, Moritz Lemm, Dorian Weber und Thomas Wolfart. Alle vier sind Studenten im Hauptstudium der Diplom-Informatik an der Humboldt-Universität zu Berlin und verfügen deshalb von Hause aus über Erfahrungen und Wissen in den Bereichen Computerarchitektur, Design und Softwareentwicklung.

3 Produkt

3.1 Produktbeschreibung

Ziel von GAMESQUAD ist, eine völlig neuartige Plattform für das visuelle Entertainment zu entwickeln. Die Plattform besteht aus einem flach gelegten LCD-Bildschirm, der durch eine besondere Beschichtung eine dreidimensionale Darstellung bewirkt.

Der zweidimensionalen Darstellung wird durch die Verwendung einer Linsenrasterfolie Tiefe verliehen. Die Technik dieser Linsenrasterfolie ist seit vielen Jahren in sogenannten "Wackelbildern" im Einsatz, für den GAMESQUAD wird eine angepasste Folie eingesetzt, die den hohen möglichen Auflösungen von LCD-Monitoren gerecht wird.

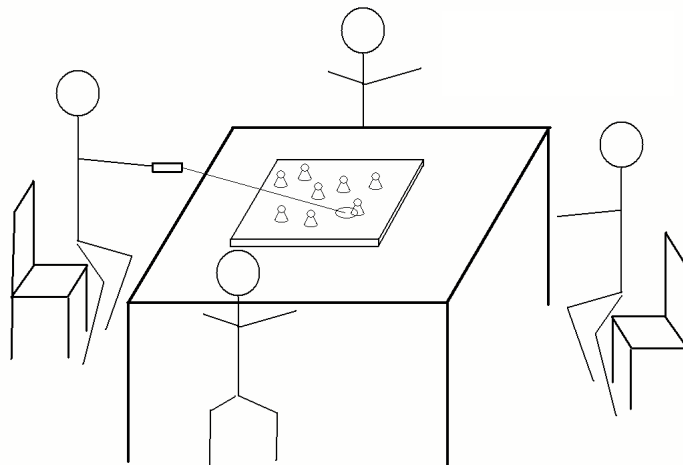


Abbildung 1: GAMESQUAD im Einsatz

Für den **Business-To-Consumer** Bereich ist die Plattform als Tischgerät konzipiert. GAMESQUAD wird ca. 50 cm x 50 cm gross sein, mit einer Bauhöhe von ca. 5 cm. Das Gerät hat die Form eines Quaders. Wir nennen es deshalb GamesQUAD (QUAD für Quader), aber auch GameSQUAD (SQUAD für Team, Gruppe).

In Punkto Bedienung fahren wir verschiedene Strategien. Das Haupteingabegerät wird der *Fingertip*, eine Art Laserpointer, sein, mit dem man auf Objekte innerhalb des Quaders zeigen und diese steuern kann.

Als weitere Bedienmöglichkeit, sind im Gamesquad-*Basement* Erschütterungssensoren verbaut, mit denen ein Schütteln des Würfels erkannt werden kann. Außerdem ist der Einbau einer Touch-Sensorik möglich, die es dem Benutzer ermöglicht, Objekte mit der Hand zu markieren.

Zusätzlich ist das *Basement* drehbar auf einem flachen Sockel angebracht, um auch eine Drehung des Spielfeldes um 360° zu ermöglichen.

Prototypen werden bis Mitte 2007 aus eigenen Mitteln gebaut.

Im Laufe der Zeit ist mit der Entwicklung echter holographischer 3D-Displays durch die Big Player zu rechnen. Eine neue Version von Gamesquad wird diese nutzen und dank der bereits bestehenden Kundenbasis schnell auf dem Markt Fuß fassen können.

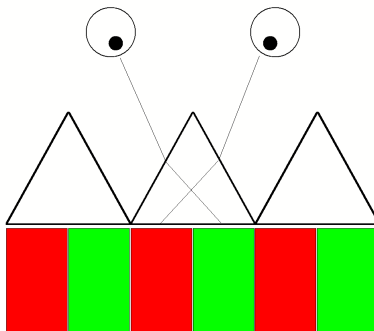


Abbildung 2: Lichtweg über Prismenfolien

Es ist geplant, wenn sich mit der Zeit die in professionellem Kontext einsetzbaren dreidimensionalen Visualisierungstechniken etablieren, für den **Business-To-Business** Markt spezielle Geräte zu fertigen, die als Display für Darstellung der Daten aller Art dienen können. Für Forschungsinstitute, Physiker, Chemiker, Architekten, Unternehmen in der Logistikbranche, Banken, Geologen, Geographen und viele andere böte die Plattform unzählige Visualisierungsmöglichkeiten, um zum Beispiel komplexe Zusammenhänge übersichtlich darzustellen.

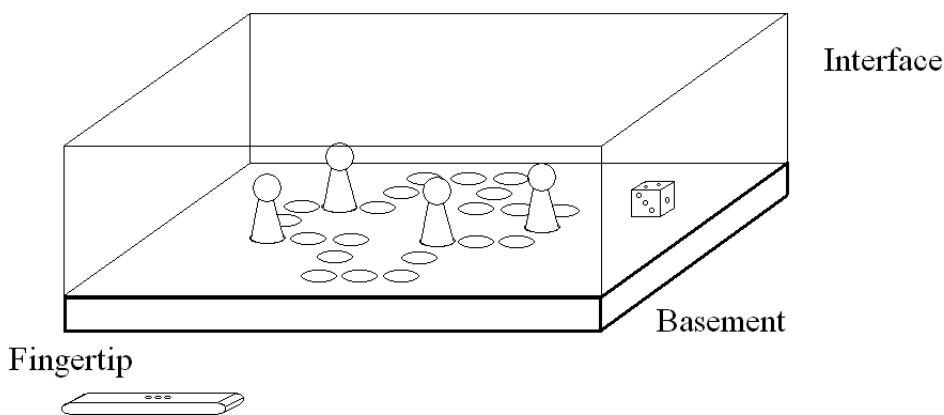


Abbildung 3: 3D-Bildschirm von GAMESQUAD

Als Voxel (3-dimensionale Pixel) werden für den **B2B-Bereich** organische LEDs verwendet, die auf Folien gedruckt, in zahlreichen Schichten übereinander im *Interface* des Würfels (Bildschirms) angebracht werden. Es lässt sich eine hohe Pixeldichte und folglich eine gute Auflösung erzielen. Eine solche Bauweise ermöglicht eine echte dreidimensionale Darstellung von beliebigen Objekten. Die Objekte können dann natürlich von allen Seiten ohne Bildverzerrung betrachtet werden.

3.2 Entwicklungsstand

Stand: Februar 2007

Auf dem Markt gibt es derzeit keine existierenden echten 3D-Displays, die Verwendung von Prismen zur Erzeugung pseudo-dreidimensionaler Grafik ist etabliert, aber nicht im Massenmarkt verbreitet. Eine erwünschte holographische Grafik, die eine einwandfreie 3D-Darstellung liefert, ist ebenfalls außerhalb von Versuchsaufbauten in Forschungseinrichtungen aktuell nicht umsetzbar. GAMESQUAD arbeitet seit einigen Monaten an dem Entwurf für grundlegende Hardware. Das Team wird ab September 2007 mit dem Prototypbau beginnen. Wir rechnen mit einer Fertigungszeit von 6 Monaten für das komplette Produkt – Hardware und Software für ein erstes Spiel. Die Entwicklung der Software hat bereits begonnen und ein erster Prototyp, der die Technik der 3D Darstellung demonstrieren soll, wurde angefertigt.

3.3 Mögliche Probleme

Eine objektive Analyse von möglichen Problemen brachte folgendes Resultat:

- Eine pseudodreidimensionale Darstellung könnte nicht ausreichen, um Kunden zu überzeugen, das Produkt zu kaufen.
- Die Plattform wird in der Anfangszeit für den Kunden teurer ausfallen als herkömmliche Technologien, was sich als hinderlich erweisen könnte.
- GAMESQUAD wird zunächst eine kleine Firma sein, folglich können wir nicht mit den Entwicklungsabteilungen und der Marktmacht großer Technologiekonzerne mithalten.

4 Gründerteam

Die Gründer von GamesQuad sind Alexander Borisov, Moritz Lemm, Dorian Weber und Thomas Wolfart. Alle vier sind Studenten im Hauptstudium der Diplom-Informatik an der Humboldt-Universität zu Berlin.

Alexander Borisov, 22 Jahre, hat durch sein Nebenfach Volkswirtschaft besonders das wirtschaftliche Umfeld im Blick. Alexander ist seit drei Jahren im Devisen- und Wertpapierhandel tätig.

Moritz Lemm, 22 Jahre, ist der Ideengeber, der durch sein physikalisches Hintergrundwissen die Entwicklung der Technologie vorantreibt.

Dorian Weber, 20 Jahre, arbeitet am Lehrstuhl für Systemanalyse und blickt auf eine sechsjährige Erfahrung im Bereich der Entwicklung von 3D-Grafiksoftware zurück.

Thomas Wolfart, 31 Jahre, hat zehn Jahre Berufserfahrung im IT- und Marketingbereich und dabei umfassende Erfahrungen im Projektmanagement gesammelt.

5 Marktanalyse und Marketing

5.1 Zielgruppen und Kundennutzen

Das Produkt hat für den Kunden unter Umständen einen enormen Nutzen. GAMESQUAD wird die Form der Darstellung auf dem Bildschirm revolutionieren. Man kann nun Daten eleganter, effizienter, schneller und kostengünstiger präsentieren als jemals zuvor.

Im **Business-To-Consumer** Bereich sehen wir unsere größte Chance vor allem im Spielsektor. Mit Gamesquad bieten wir eine völlig neue Möglichkeit Gesellschaftsspiele zu visualisieren. Schach, Dame, Poker, Monopoly, u.v.m. können nun unter einem ganz anderen Fokus gespielt werden. Unsere Kunden sind daher High-Tech orientierte Spieler und solche, die eine dynamische, computer-gestützte Alternative zum Brettspiel wollen, aber auch klassische Kunden der Spielverlage.

Im **Business-To-Business** und **Business-To-Government** Sektor sind unsere **Zielgruppen** vor allem:

Forschungsinstitute :

Physik-, Chemie-, Biologie-, Informatikforschungszentren, Geologen und Geographen brauchen GAMESQUAD für eine realistische Darstellung komplexe Vorgänge wie Strömungssimulationen, Wettervorhersage, Zellenentwicklung, Molekülbildung.

Architekturbüros :

Darstellung von Gebäudemodellen und Grundrissen. Derzeit zahlt man für ein Modell aus Holz bis zu 30.000 Euro und man hat eine Wartezeit von etwa 5 Tagen. Mit Hilfe von unserem Bildschirm wird es kein Problem sein in wenigen Sekunden ein perfektes 3D-Bild zu bekommen.

Regierung :

Visualisierung von Wirtschaftsprozessen und Truppenbewegungen für Militär.

Verschiedene Business Kunden :

Für eine präzise und anschauliche Darstellung von Datensammlungen und Prozessen, Tabellen und Grafiken, Diagrammen und Präsentationen.

5.2 Verkaufszahlen

Durch die Analyse von Marktsegmenten, haben wir folgende Absatzzahlen erarbeitet:

	1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr	4. Jahr	5. Jahr
B2C	300	1.600	12.500	56.000	95.000
B2B	0	0	5	130	420

Tabelle 1: Absatzzahlen

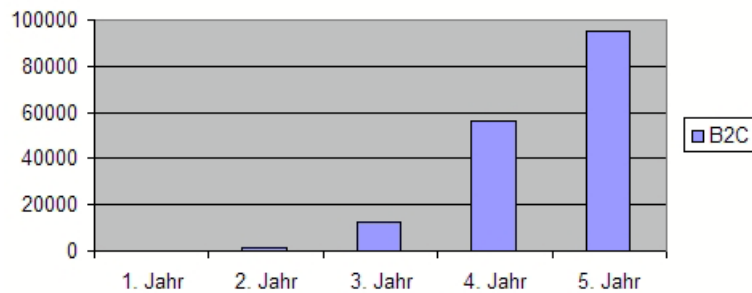


Abbildung 4: Verkauf B2C 2007 - 2012

Im dritten Jahr werden wir mit der Großproduktion der Geräte für den B2C-Markt beginnen. Wir erwarten, dass mindestens 56.000 Geräte im vierten Jahr verkauft werden. Die Produktion für den B2B-Markt wird, bedingt durch höhere Entwicklungskosten, erst im 3. Jahr gestartet. Die Verkaufszahlen für den B2B-Markt für die Jahre 2007–2012, kann man dem folgenden Diagramm entnehmen:

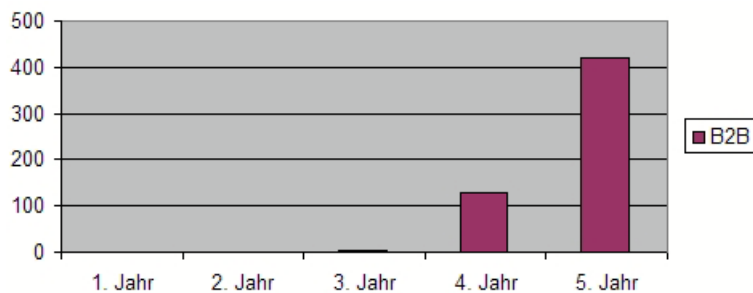


Abbildung 5: Verkauf B2B 2007 - 2012

5.3 Vertriebspolitik

5.3.1 B2C

Privatkunden werden über einen Reseller (Händler) erreicht, um den Vertriebsaufwand zu konzentrieren. Unsere geschäftliche Interaktion beschränkt sich deshalb auf den Reseller.

5.3.2 B2B

Geschäftskunden werden von uns direkt angeworben und betreut. Alle Kunden bekommen eine maßgeschneiderte Lösung. Größe und Auflösung des Bildschirms kann auf Wunsch des Kunden angepasst werden, genau so wie die mitgelieferte Software.

5.3.3 Informationsquellen

Unsere Informationsquellen für die Marktanalyse waren im Wesentlichen:

- Statistisches Bundesamt
- Bundesministerium für Wirtschaft
- aktuelle Geschäftsberichte der Berliner Volksbank
- Befragungen im Freunden- und Bekanntenkreis

6 Unternehmen und Organisation

6.1 Organisation

Neben dem Betriebsvorstand haben wir folgende Abteilungen :

- **Einkauf/Produktion:** Wareneinkauf, Produktion, Lagerung, Personal
Abteilungsleiter: Moritz Lemm.
- **Technische Abteilung:** Forschung, Entwicklung
Abteilungsleiter: Dorian Weber.
- **Finanzen:** Finanzen, Rechnungswesen, Controlling
Abteilungsleiter: Alexander Borisov.
- **Vertrieb/Marketing:** Vertrieb, After-Sales Politik, Werbung, PR
Abteilungsleiter: Thomas Wolfart.

6.2 Rechtsform, Stammkapital

GAMESQUAD wird als GmbH startend am 01.05.2007 in das Berliner Handelsregister eingetragen. Nach eingehenden Beratungen mit Rechtsanwälten, Steuer- und Unternehmensberatern wurde aus mehreren Gründen, unter anderem Risikobegrenzung, diese Rechtsform gewählt.

Das Stammkapital von 25.000 Euro wird auf das Geschäftskonto eingezahlt. Es wird zum Teil für die Prototypentwicklung und die Softwareentwicklung gebraucht. Der nicht sofort benötigte Teil wird als Liquiditätsreserve verwendet. Das Hauptquartier von GAMESQUAD wird in Berlin liegen.

6.3 Strategische Allianzen

Wir benötigen strategische Allianzen mit Technologieanbietern (insbesondere Displayhersteller), da Hardwareherstellung nicht Firmenziel ist und deshalb mittel- bis langfristig ausgelagert wird.

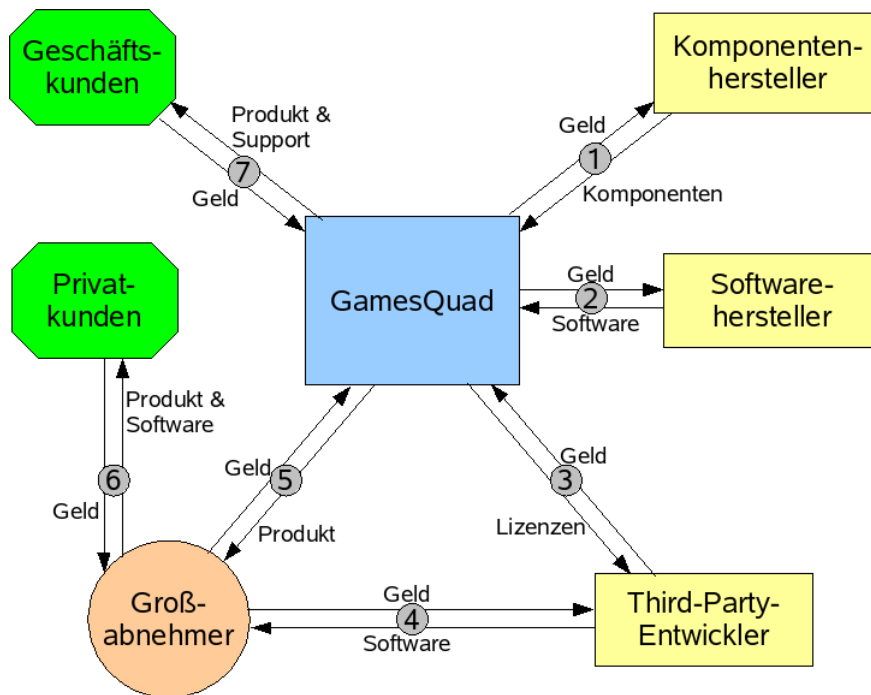


Abbildung 6: Strategische Allianzen und Cash-Flow

1. Die Systemkomponenten werden von externen Dienstleistern bezogen.
2. Initiale Zusatzsoftware wird im Auftrag gefertigt ("Bundle").
3. 3rd-Party Softwarehersteller können gegen eine Lizenzzahlung pro verkauftem Stück für die GamesQuad Plattform produzieren.
4. 3rd-Party Softwarehersteller bieten auf dem freien Markt ihre lizenzierte Zusatzsoftware für GamesQuad an.
5. GamesQuad wird über Großabnehmer und Versandhäuser an Privatkunden vertrieben.
6. Großabnehmer und Versandhäuser versorgen Privatkunden mit Hard- und Software.
7. Geschäftskunden des DATASQUAD werden direkt betreut und erhalten ein umfangreiches Serviceangebot.

6.4 Entwicklungsschritte

Die Preise für akzeptabel große, bereits existierende 3D-Displays sind außerhalb der Preisklasse, die – selbst für eine Spielkonsole – vom Endnutzer ausgegeben werden. Eine erwünschte holographische 3D-Grafik ist zudem aktuell nicht umsetzbar. Dazu kommt, dass es uns nicht möglich ist mit den Entwicklungsabteilungen großer Technologiekonzerne mitzuhalten.

Daraus folgt, dass wir Businesskunden und Privatkunden getrennt voneinander behandeln und für die jeweilige Gruppe unterschiedliche maßgeschneiderte Lösungen anbieten.

Es ist anzunehmen, dass für den Privatkundenmarkt die 3D-Technik, wegen zu hoher Kosten, in der 1. Projektphase nicht vollständig eingesetzt wird.

6.4.1 Phase 0

Die Firma GAMESQUAD wird gegründet und ein erster Prototyp mit Linsenrasterfolie entsteht. Die ersten 300 Geräte werden in Eigenregie gebaut und verkauft.

6.4.2 Ende der Phase 0

Die ersten 300 Exemplare sind verkauft und die Produktion wird nun ausgelagert. Erste Software von Third-Party-Entwicklern ist in Arbeit.

6.4.3 Phase I - Direktverkauf des GAMESQUAD

Der Gamesquad findet seinen festen Platz im Konsumentenmarkt. Dieses Gerät erlaubt sowohl den Markt für Nachfolgemodelle mit "echtem" 3D zu bereiten, als auch wichtige Erfahrungen mit der Entwicklung dieser Geräte zu sammeln. Hier verdienen wir das Geld mit dem Verkauf (B2C) und der Lizenzierung (B2B) von Software.

Die 3D-Displaytechnologie wird für Geschäftskunden entwickelt, in der sowohl physische Aspekte (Größe, Gewicht), als auch finanzielle Aspekte anderen, deutlich höheren Parametern als im Endkundenmarkt folgen. In diesem Segment werden die Einnahmen primär mit dem Gerät generiert und weniger mit der Lizenzierung von Software.

6.4.4 Ende der Phase I

Die erste Phase endet mit dem Status eines erfolgreich eingeführten Gamesquad für den Privatkundenmarkt und der sich in Entwicklung befindlichen "echten" 3D-Displaytechnologie für Unternehmen oder Staat.

6.4.5 Phase II - Markteinstieg in den Business-Sektor

Die 3D-Displaytechnologie ist nun funktionstüchtig und wird an Geschäftskunden oder Regierungsinstitutionen zur dreidimensionalen Visualisierung von Daten verkauft.

Für den Privatkundenmarkt wird Gamesquad von selbstständigen Anbietern sowie Amateurentwicklern mit Spielen und anderen Applikationen versorgt.

6.4.6 Ende der Phase II

Diese Phase endet mit dem Preisverfall der 3D Visualisierungstechnologie in für Endkunden akzeptable Preisbereiche. Die Variante des Gerätes für Geschäftskunden hat sich auf dem (Business-) Markt etabliert.

6.4.7 Phase III - Nachfolgemodelle des GamesQuad

Der GamesQuad wird durch Nachfolgeversionen mit echter dreidimensionaler Bildtechnik ersetzt und ist zusätzlich komplett abwärtskompatibel. Durch das bereits etablierte Vorgängermodell sind sofort hohe Absatzzahlen zu erwarten. Die Geschäftskundenvariante des Gerätes wird durch Nachfolger mit verbesserter Qualität ersetzt, was den erhöhten Preis rechtfertigt.

Bei Weiterentwicklungen der Displaytechnologie, kann die bestehende Technik vom Geschäftskundenmarkt im Privatkundenmarkt zweitverwendet werden. Damit sind wir im privaten Sektor Mitbewerbern einen Schritt voraus, da wir stets über das nötige Know-How der nächsten Grafikgeneration verfügen.

6.4.8 Timeline

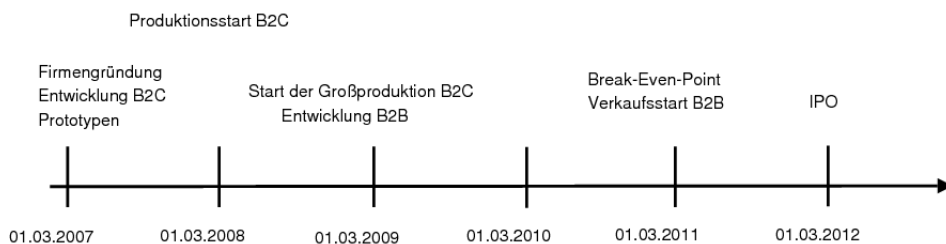


Abbildung 7: Timeline 2007 - 2012

7 Finanzplanung

7.1 Komponentenkosten

7.1.1 B2C - Sektor

- Bildschirm: 70,- Euro
- Grafikkarte: 10,- Euro
- Motherboard: 10,- Euro
- Prozessor: 15,- Euro
- RAM: 10,- Euro
- Input Einheit: 20,- Euro

.....
 135,- Euro (ohne Kosten für Softwareentwicklung, ohne Gewinn, ohne MwSt.)
 + Gewinn GAMESQUAD 30,- Euro
 + Gewinn Verkäufer 80,- Euro
 + 19 % MwSt.

 291,55 Euro => 299,95 Euro

7.1.2 B2B - Sektor

Da wir im B2B-Bereich für jeden Kunden eine maßgeschneiderte Lösung anbieten, können jetzt die Kosten für die jeweiligen Komponenten nur grob berechnet werden. Die Plattform wird jedoch mit Sicherheit:

- eine Grafikkarte
- eine Motherboard
- ein Prozessor
- RAM
- und eine Input Einheit

brauchen.

Da aber sowohl die Herstellung als auch Wartung und Support deutlich teurer als bei Privatkunden ausfallen wird, werden die Gesamtkosten geschätzte 15.000 Euro betragen.

7.2 Kapitalbeschaffung

1. Eigenkapital: Entwicklung der Hardware, Prototypbau.
2. Kredite: Produktionsstart, weitere Entwicklung.
3. Venture Capitalists: Großproduktion

Wir benötigen für das erste Jahr, für Prototypenbau, Entwicklung der Plattform sowie Softwareentwicklung eine Gesamtinvestition von 90.000 Euro. Es wird wie folgt verwendet und beschafft:

- 40.000 Euro – Eigenkapital => Entwicklung, Liquiditätsreserve, Softwareentwicklung, GmbH Gründung.
- 50.000 Euro – Kredite => Prototypbau (15.000), Produktionsstart (35.000).

Im zweiten Gründungsjahr benötigen wir ca. 350.000 Euro Gesamtinvestition um mit der Großproduktion der Geräte zu starten.

Der Umsatz und Gewinn in den Jahren 2007 bis 2012 sehen demnach so aus:

	1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr	4. Jahr	5. Jahr
B2C	49.500	264.000	2.062.500	9.240.000	15.675.000
B2B	0	0	100.000	2.600.000	8.400.000
Gesamt	49.500	264.000	2.162.500	11.840.000	24.075.000

Tabelle 2: Umsatz

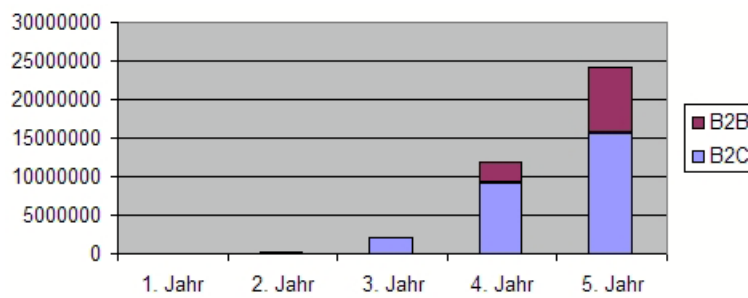


Abbildung 8: Gesamtumsatz 2007 - 2012

	1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr	4. Jahr	5. Jahr
B2C	9.000	48.000	318.000	1.344.000	2.280.000
B2B	0	0	16.000	416.000	1.176.000
Gesamt	9.000	48.000	334.000	1.760.000	3.456.000

Tabelle 3: Gewinn vor Steuern

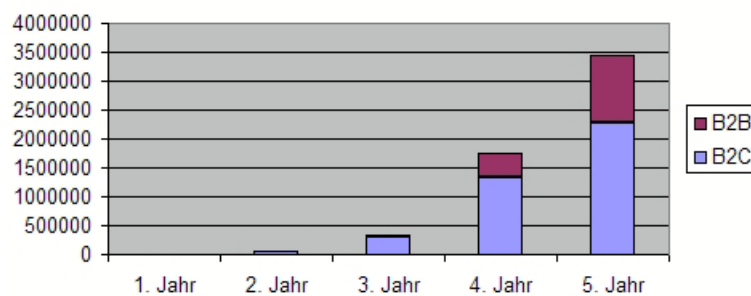


Abbildung 9: Gewinn 2007 - 2012

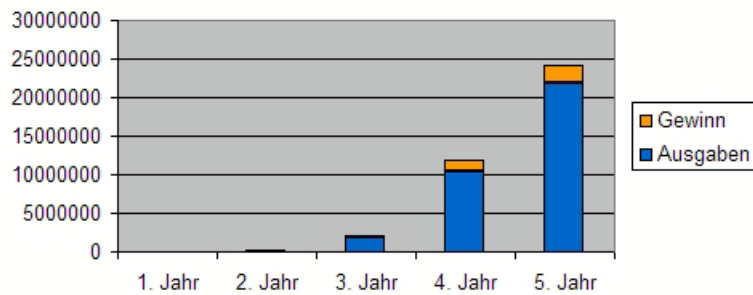


Abbildung 10: Gewinn/Umsatz Übersicht

Bei diesen Zahlen handelt es sich um keinen reinen Gewinn. Die Kreditierung sowie anfallende Zinsen und Steuern müssen noch abgezogen werden. Es wird mit einer Revalierung der Investitionen innerhalb von 4 Jahren gerechnet, so dass wir im Januar 2011 unseren Break-Even-Point haben werden und "echte" Gewinne machen können. Folgende Grafik verdeutlicht das:

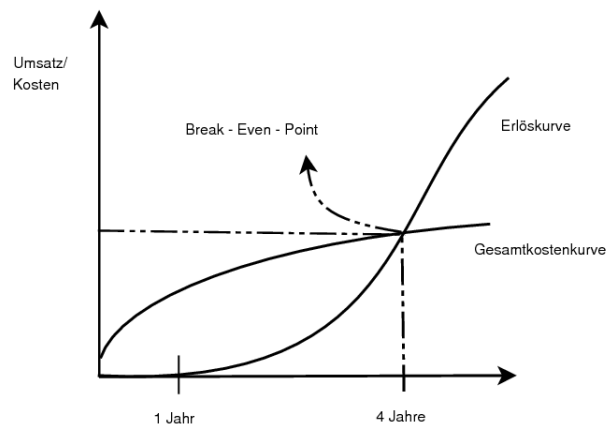


Abbildung 11: Zeitpunkt der Revalierung

8 Anhang

8.1 Allgemeine Marktnachfrage

Die allgemeine Marktnachfrage sieht wie folgt aus:

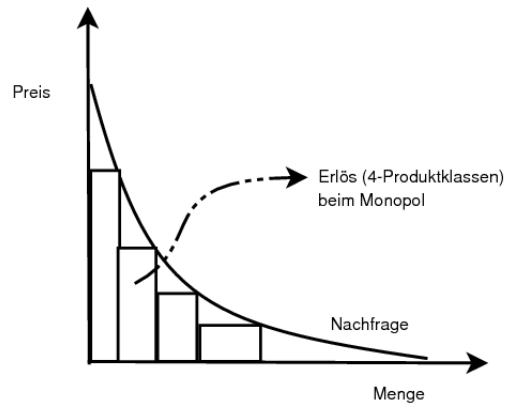


Abbildung 12: Markt beim Monopol

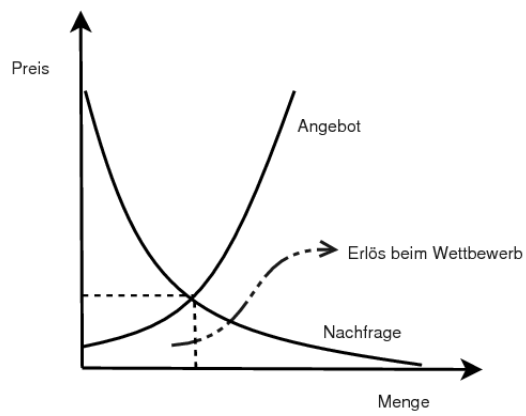


Abbildung 13: Markt beim Wettbewerb

8.2 Statistik

Im Jahr 2006 waren die Gesamtausgaben im Bereich "Freizeit, Unterhaltung und Kultur" in der Bundesrepublik Deutschland mit 119,97 Mrd. Euro auf dem höchsten Stand seit 5 Jahren (Quelle: Statistisches Bundesamt).

Konsumausgaben der privaten Haushalte im Inland nach Verwendungszwecken			
Gegenstand der Nachweisung	2004	2005	2006
in jeweiligen Preisen, Mrd. EUR			
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	183,12	188,49	189,37
Bekleidung und Schuhe	66,88	67,45	67,71
Wohnung, Wasser, Strom, Gas u. a. Brennstoffe	295,24	305,06	316,18
Einrichtungsgegenstände, Geräte für den Haushalt	86,96	87,46	88,94
Verkehr und Nachrichtenübermittlung	205,29	205,61	212,72
Freizeit, Unterhaltung und Kultur	117,71	119,37	119,97
Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen	65,95	66,29	67,96
Übrige Verwendungszwecke	213,76	216,37	219,24
Konsumausgaben der priv. Haushalte im Inland	1 234,91	1 256,10	1 282,09
preisbereinigt, Kettenindex (2000=100)			
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	98,78	99,76	98,09
Bekleidung und Schuhe	96,29	98,92	100,09
Wohnung, Wasser, Strom, Gas u. a. Brennstoffe	104,29	104,97	106,16
Einrichtungsgegenstände, Geräte für den Haushalt	93,57	94,05	95,50
Verkehr und Nachrichtenübermittlung	104,40	102,05	104,08
Freizeit, Unterhaltung und Kultur	103,49	105,68	106,62
Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen	93,75	93,31	94,48
Übrige Verwendungszwecke	102,30	102,60	102,44
Konsumausgaben der priv. Haushalte im Inland	101,13	101,47	102,12
Aktualisiert am 11. Januar 2007			

Abbildung 14: Konsumausgaben

Haushaltstypen				
Gegenstand der Nachweisung	Einheit	2003 ¹	2004 ¹	2005 ²
Haushalte ¹	1 000	38 944	39 122	39 178
Einpersonenhaushalte	1 000	14 426	14 566	14 695
2-Personenhaushalte	1 000	13 169	13 335	13 266
3-Personenhaushalte	1 000	5 462	5 413	5 477
4-Personenhaushalte	1 000	4 268	4 218	4 213
Haushalte mit 5 und mehr Personen	1 000	1 618	1 590	1 527
¹ Ergebnisse des Mikrozensus - 2003 im Mai; 2004 im März.				
² 2005, Jahresdurchschnitt.				
Aktualisiert am 06. Juni 2006				

Abbildung 15: Haushaltstypen

8.3 Finanzierungstabellen

Auf den folgenden Seiten, finden Sie eine Gewinn/Verlust Übersicht, sowie den detaillierten Finanzierungsplan.

GAMESQUAD - Liquiditätsplanung (Detailplanung)

Alle Beträge in TEuro und ohne MWSt

	2007											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Einzahlungen aus ...												
Umsatzerlösen/Anzahlungen:	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	49,5
DATASQUAD / B2B		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
GAMESQUAD / B2C		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	49,5
Sonst. betr. Erträgen:	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Lizenzgebühren		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Öffentl. Zuschüssen/Zulagen:	0,0	0,0	0,0	0,0	5,0	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Investitionszulagen		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Zuschüsse		0,0	0,0	0,0	5,0	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Auszahlungen für ...												
Materialeinkauf:	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	5,0	1,0	1,0	8,0	3,0	35,0
Vorprodukt 1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	7,0	0,0	0,0
Vorprodukt 2 etc.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	5,0	1,0	1,0	1,0	3,0	35,0
Personalaufwand:	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	6,3	6,3	6,3	6,3	6,3	6,3
Löhne Gehälter	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0
Soziale Abgaben	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Zinsaufwand	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0
sonst. betr. Aufwand:	2,2	0,2	0,2	0,3	0,2	3,2	3,2	2,3	2,2	2,2	2,2	4,5
Mieten	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Strom, Gas, Wasser	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1
Versicherungen, Beiträge	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Bürobedarf	2,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Telefon, Fax, Internet	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Porto	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Kraftfahrzeugkosten	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Werbung, Repräsentation	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Werbe- und Reisekosten	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Rechts- und Beratungskosten	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0
Steuern auf Erträge	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	1,0	1,0	1,2	1,2	1,2
Investitionen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Tilgungen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
EINZAHLUNGEN INSGESAMT	0,0	0,0	0,0	0,0	5,0	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	49,5
AUSZAHLUNGEN INSGESAMT	6,2	4,2	4,2	4,3	4,2	7,2	15,0	12,6	12,5	19,7	14,7	49,0
ÜBER/UNTERD. JE PERIODE	-6,2	-4,2	-4,2	-4,3	0,8	2,8	-15,0	-12,6	-12,5	-19,7	-14,7	0,5
ÜBER/UNTERD KUMULATIV	-6,2	-10,4	-14,6	-18,9	-18,1	-15,3	-30,3	-42,9	-55,4	-75,1	-89,8	-89,3
Finanzierung:	40,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Eigenkapital/Stammkapital	40,0											
Einlagen												
Kontokorrentkredit												
Gesellschafterdarlehen												
Stille Beteiligung												
Investitionskredit								50,0				
LIQUIDITÄT JE PERIODE	33,8	-4,2	-4,2	-4,3	0,8	2,8	-15,0	37,4	-12,5	-19,7	-14,7	0,5
LIQUIDITÄT KUMULATIV	33,8	29,6	25,4	21,1	21,9	24,7	9,7	47,1	34,6	14,9	0,2	0,7

Gewinn- und Verlustrechnung (Übersicht)

Alle Beträge in TEuro und ohne MWSt

	1. Jahr		2. Jahr		3. Jahr	
	TEuro	%	TEuro	%	TEuro	%
Umsatzerlöse	49,5		264,0		2.162,5	
Sonstige betriebl. Erträge	0,0		10,0		25,0	
Betriebsertrag	49,5	100	274,0	100	2.187,5	100
- Materialaufwand	53,0	107	160,0	58	1.240,0	57
- Personalaufwand	61,8	125	120,0	44	230,0	11
- Abschreibungen	6,8	14	14,0	5	48,0	2
- Zinsaufwand, Rückzahlung	10,0	20	20,0	7	300,0	14
- Sonst. betriebl. Aufwand	22,2	45	42,0	15	51,0	2
Betriebsaufwand	153,8	311	356,0	130	1.869,0	85
Betriebsergebnis	-104,3	-211	-82,0	-30	318,5	15
Öffentl. Zuschüsse, Kredite	105,0		350,0		0,0	
Steuern auf Erträge	0,0		31,0		122,0	
Ausgewiesenes Ergebnis	0,7		237,0		196,5	
Beschäftigte (Durchschnitt)	4,0		8,0		15,0	
Kennzahlen						
Umsatzerlöse/Monat (TEuro)	10,0		22,0		180,0	
Personalaufw./Besch. (TEuro)	15,0		15,0		15,0	
Betriebl. cash-flow (TEuro)	-111,1		-96,0		270,5	
Ausgewies. cash-flow (TEuro)	-6,1		223,0		148,5	
Umsatzrentabilität (%)	0		0		15,0	