

Sehr geehrte Expertinnen und Experten,

die fachliche Bewertung von Businessplänen ist ein zentrales Element der i2b Businessplan-Initiative. Sie unterstützt Gründer:innen bei der Weiterentwicklung ihrer Vorhaben und trägt zur Qualitätssicherung der eingereichten Businesspläne bei.

Eine qualifizierte, nachvollziehbare und möglichst einheitliche Bewertung ist dafür von besonderer Bedeutung. Sie basiert auf Ihrer fachlichen Erfahrung und Ihrem professionellen Blick auf unternehmerische Konzepte.

Der vorliegende ExpertsGuide dient als Orientierungshilfe für die inhaltliche Bewertung und das qualitative Feedback. Er soll Sie dabei unterstützen, Businesspläne fair, konsistent und nachvollziehbar zu beurteilen.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung und Ihr Engagement.

Inhaltsverzeichnis

1. ZIEL UND ROLLE DER EXPERT:INNEN	2
2. GRUNDLAGEN DER BEWERTUNG	2
3. INHALTLICHE BEWERTUNGSKRITERIEN (KAPITEL GUIDE).....	2
3.1. EXECUTIVE SUMMARY	2
3.2. PRODUKT UND DIENSTLEISTUNG	3
3.3. GESELLSCHAFTLICHER MEHRWERT UND IMPACT	4
3.4. UNTERNEHMEN & MANAGEMENT	4
3.5. BRANCHE, MARKT & WETTBEWERB	5
3.6. MARKETING & VERTRIEB.....	5
3.7. ERFOLGS- UND FINANZPLANUNG	6
4. BENOTUNGSSYSTEM	7
5. EINSATZ VON KI-TOOLS BEI DER BEWERTUNG.....	8
6. QUALITATIVES FEEDBACK: TON, ZIEL UND WIRKUNG.....	9
7. EINORDNUNG DER BEWERTUNGEN IM WETTBEWERB.....	9
8. ERKLÄRVIDEO HOW TO FEEDBACK.....	9
9. KONTAKT.....	9

1. Ziel und Rolle der Expert:innen

Die Fachfeedbacks der Expert:innen sind ein zentrales Instrument zur Qualitätssicherung der i2b Businesspläne. Sie unterstützen Gründer:innen bei der Weiterentwicklung ihrer Vorhaben und tragen wesentlich zu einer fairen und nachvollziehbaren Bewertung bei. Als Expert:in leisten Sie eine fundierte, sachliche und konstruktive Einschätzung auf Basis Ihrer fachlichen Erfahrung.

2. Grundlagen der Bewertung

Die Bewertung erfolgt anhand der im Folgenden beschriebenen Kapitel und inhaltlichen Kriterien. Ziel ist eine einheitliche, vergleichbare und fachlich nachvollziehbare Beurteilung der Businesspläne. Der ExpertsGuide dient dabei als Orientierungshilfe für die qualitative und quantitative Bewertung.

3. Inhaltliche Bewertungskriterien (Kapitel Guide)

3.1. Executive Summary

Die Executive Summary soll einen klaren Gesamtüberblick über das Vorhaben geben. Beim Feedback ist zu prüfen, ob Idee, Team, Zielgruppe, Geschäftsmodell und Finanzlogik konsistent, verständlich und realistisch dargestellt sind. Besonders relevant sind USP, Kapitalbedarf, grobe Finanzprognose (3 Jahre) sowie die strategische Bedeutung von Nachhaltigkeit.

Wichtig: Die Executive Summary muss mit den Detailkapiteln übereinstimmen.

3.2. Produkt und Dienstleistung

- Produkt / Dienstleistungsbeschreibung & Entwicklungsstand

Zu beurteilen ist, ob Produkt oder Dienstleistung klar beschrieben sind und der Entwicklungsstand nachvollziehbar dargestellt wird (Idee, Prototyp, erste Umsätze). Relevanz von Nachhaltigkeit, Zukunftsfähigkeit und Ressourceneinsatz sollte plausibel eingeordnet sein.

- Kundennutzen

Im Fokus steht, ob der konkrete Mehrwert aus Kundensicht klar wird. Zeitersparnis, Kostenreduktion, Qualitätsvorteile oder Neuheitsgrad sollen nachvollziehbar argumentiert sein.

- USP, Stärken & Schwächen

Zu prüfen ist, ob der USP klar abgegrenzt ist und ob Stärken und Schwächen des Produkts/der Dienstleistung realistisch und nachvollziehbar dargestellt werden, insbesondere im Vergleich zum Wettbewerb. Die Kaufentscheidung aus Kundensicht sowie der sachliche Umgang mit möglichen Schwächen sollten erkennbar sein.

- Innovationsgrad

Bewertet wird, ob und in welcher Form Innovation vorliegt (technisch, sozial, prozessual, ökologisch etc.) und wie sich diese im Marktvergleich einordnen lässt.

- Schutzrechte

Relevant ist, ob Schutzrechte notwendig sind und ob eine nachvollziehbare Strategie (Marke, Patent, Lizenz) besteht bzw. angedacht ist.

- Leistungserstellung

Die Leistungserbringung soll verständlich und umsetzbar beschrieben sein. Eigenleistungen, Partner, Ressourcenbedarf und zeitliche Abhängigkeiten müssen erkennbar sein.

3.3. Gesellschaftlicher Mehrwert und Impact

Zu beurteilen ist, ob ein gesellschaftlicher Mehrwert klar benannt wird und ob das zugrunde liegende Problem, der konkrete Lösungsbeitrag des Vorhabens sowie die angestrebte Wirkung nachvollziehbar, glaubwürdig und – soweit möglich – messbar dargestellt sind.

3.4. Unternehmen & Management

- Management und (Gründungs)-Team

Zu bewerten ist, ob das Team über die relevanten Kompetenzen verfügt und fehlendes Know-how realistisch adressiert wird (z.B. durch Outsourcing, Personal, Weiterbildung). Nachhaltigkeit in der Unternehmensführung sollte nachvollziehbar verankert sein.

- Organisationsstruktur

Die Organisationsstruktur sollte klar, realistisch und wachstumsfähig dargestellt sein, inklusive ausgelagerter Funktionen.

- Informationen zum Unternehmen

Rechtsform, Standort, Eigentumsverhältnisse, Kooperationspartner und Gründungsstatus müssen schlüssig und vollständig dargestellt sein.

- Unternehmensanalyse & SWOT-Analyse

Zu prüfen ist, ob Geschäftsmodell, Kernaufgaben sowie Chancen und Risiken realistisch analysiert und daraus sinnvolle Maßnahmen abgeleitet werden.

- Ziele

Ziele sollen klar formuliert, messbar und zeitlich eingeordnet sein (SMART).

- Umsetzungsplanung

Die geplanten Schritte, Meilensteine und Abhängigkeiten sollen logisch aufgebaut und realistisch terminisiert sein. Kritische Pfade sollten erkennbar sein.

3.5. Branche, Markt & Wettbewerb

- Branche

Die Branche soll hinsichtlich Größe, Struktur, Besonderheiten und Nachhaltigkeitsrelevanz realistisch beschrieben sein.

- Markt & Absatzpotential

Marktvolumen, Wachstum und geplante Absatzmengen müssen nachvollziehbar hergeleitet und zur Einstiegsphase passend sein.

- Zielgruppen

Die Zielgruppe soll klar abgegrenzt und in ihren Kaufmotiven verständlich beschrieben sein (B2C/B2B).

- Trends

Relevante Markt- und Technologietrends sollten erkannt und konkret in die Planung integriert sein.

- Konkurrenzanalyse

Die Positionierung gegenüber Mitbewerbern muss plausibel und differenziert dargestellt sein.

- Markteintrittsbarrieren & Abhängigkeiten

Abhängigkeiten und Eintrittsbarrieren sollen realistisch benannt und reflektiert werden.

3.6. Marketing & Vertrieb

- Marketingstrategie & Kommunikationskanäle

Zu prüfen ist, ob Maßnahmen, Kanäle und Zielgruppen zueinander passen und wie Nachhaltigkeit kommuniziert wird.

- Vertriebsstrategie & Vertriebskanäle

Vertriebskanäle und Verkaufslogik sollen schlüssig begründet und realistisch umsetzbar sein.

- Preisgestaltung

Die Preisgestaltung muss kostendeckend, markttauglich und argumentierbar sein. Bei höheren Preisen ist eine klare Begründung erforderlich.

- Zahlungskonditionen & Kundenservice

Zahlungsbedingungen und Umgang mit Kundenservice sollen professionell und praxisnah dargestellt sein.

3.7. Erfolgs- und Finanzplanung

- Gründungskosten & Investitionskosten

Investitionen müssen vollständig, realistisch und zeitlich passend geplant sein. Nachhaltige Investitionen sollen sinnvoll eingeordnet werden.

- Kostenplanung

Kostenstruktur, Personalbedarf und Unternehmerlohn müssen realistisch und vollständig abgebildet sein.

- Absatz- / Umsatzplanung

Die Umsatzplanung soll logisch aus Markt- und Vertriebsannahmen abgeleitet sein.

- Plan-Gewinn- und Verlustrechnung & Planbilanz

Umsätze, Kosten und Ergebnisse müssen in sich konsistent sein.

- Kapitalbedarf- und Finanzierungsquellen

Kapitalbedarf und Finanzierungsquellen sollen klar beziffert und realistisch kombinierbar sein.

- Ausführliche Planung Plan4You

Hinweis auf Plan4You als Tool zur detaillierten und laufend aktualisierbaren Finanzplanung. Nur relevant, wenn die Gründer:innen ein Plan4You-Dokument hochladen.

4. Benotungssystem

Die Bewertung erfolgt anhand einer vierstufigen Notenskala von 1 (hervorragend) bis 4 (mangelhaft). Maßgeblich sind Klarheit, Nachvollziehbarkeit, Quantifizierung relevanter Größen sowie die Plausibilität der Annahmen.

Hervorragend (1): Inhalte sind klar, präzise und schlüssig dargestellt.

Relevante Größen sind quantifiziert und plausibel begründet.

Gut (2): Inhalte sind verständlich und ausreichend dargestellt (Regelfall).

Wesentliche Größen sind quantifiziert, Annahmen überwiegend plausibel.

Genügend (3): Inhalte sind nur teilweise ausgearbeitet.

Darstellung teils unklar, Quantifizierungen und Annahmen nur vereinzelt vorhanden.

Mangelhaft (4): Inhalte fehlen weitgehend oder sind unverständlich.

Keine relevante Quantifizierung.

WICHTIG: Fehlt ein für das Kapitel wesentliches (Unter-)Kapitel, ist mit **(4)** zu bewerten.

Wird das fehlende (Unter-)Kapitel von den Expert:innen als **nicht erforderlich** erachtet, ist mit **(1)** zu bewerten, um das Gesamtergebnis nicht zu verzerren.

5. Einsatz von KI-Tools bei der Bewertung

Der Einsatz von KI-Tools kann Expert:innen bei der **sprachlichen Ausformulierung** ihrer Fachfeedbacks unterstützen. Dabei sind jedoch klare Grenzen einzuhalten.

Nicht zulässig ist:

- das Hochladen von Businessplänen oder Teilen davon in KI-Tools,
- die Eingabe von Originaltexten, Zahlen, Tabellen oder sonstigen Inhalten aus eingereichten Businessplänen,
- die Nutzung von KI-Tools zur Analyse, Bewertung oder inhaltlichen Beurteilung der Businesspläne.

Dies gilt **unabhängig vom verwendeten Tool oder Anbieter**.

Zulässig ist:

- die Überarbeitung, Strukturierung oder sprachliche Verbesserung eines **eigenständig erstellten Feedbacktexts**,
- die Nutzung von KI-Tools zur Optimierung von Stil, Verständlichkeit oder Ausdruck,
- die Verwendung allgemeiner, nicht projektbezogener Formulierungs- oder Strukturhilfen.

Diese Regelung dient dem Schutz vertraulicher Informationen sowie der Sicherstellung eines verantwortungsvollen und datenschutzkonformen Bewertungsprozesses.

6. Qualitatives Feedback: Ton, Ziel und Wirkung

Das qualitative Feedback soll Gründer:innen gezielt bei der Weiterentwicklung ihres Businessplans unterstützen. Dabei steht ein sachlicher, wertschätzender und lösungsorientierter Ton im Vordergrund. Schwächen sollen klar benannt, Annahmen hinterfragt und konkrete Verbesserungshinweise gegeben werden. Gleichzeitig ist auf die Stärken des Vorhabens hinzuweisen, um Motivation und Weiterentwicklung zu fördern.

7. Einordnung der Bewertungen im Wettbewerb

Die Fachfeedbacks bilden eine wesentliche Grundlage für die Reihung im Rahmen der i2b Awards. Eine sorgfältige und nachvollziehbare Bewertung ist daher nicht nur für die Gründer:innen, sondern auch für die Fairness des Wettbewerbs von zentraler Bedeutung.

8. Erklärvideo How To Feedback

<https://youtu.be/oAkKOQLGD-I>

9. Kontakt

Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung!

Nicole Kus [LinkedIn](#)

Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation,
Projektmanagement

i2b – ideas to business | c/o andys coworking company GmbH |
Aspernbrückengasse 2 | A - 1020 Wien

kus@i2b.at | www.i2b.at

Mobil: +43 699 189 737 28