

Businessplan

Gründung eines selbstständigen Fotostudios in Münster mit Schwerpunkt auf
Business- und Bewerbungsporträts...

Gründer/in: Jonas

Standort: Münster

Stand: 12.07.2026

Inhaltsverzeichnis

1. Executive Summary	3
2. Gründerprofil	5
3. Geschäftsidee und Angebot	6
4. Markt und Wettbewerb	8
5. Marketing und Vertrieb	10
6. Organisation und Rechtsform	12
7. Finanzplan	13
8. SWOT-Analyse	15
9. Meilensteine und Umsetzungsplan	17

1. Executive Summary

Vorhaben, Standort und Zielkunden

Jonas gründet in Münster ein freiberufliches Fotostudio als Einzelunternehmen im Haupterwerb mit Übergang aus der Arbeitslosigkeit. Der Schwerpunkt liegt auf Business und Bewerbungsporträts, Hochzeits und Familienfotografie sowie Produktfotografie für kleine Unternehmen und lokale Online Shops, ergänzend auch überregional. Als Produktionsbasis wird ein angemietetes Studio mit rund 60 Quadratmetern genutzt, zusätzlich werden Vor Ort Termine beim Kunden und an Außenlocations im Münsterland angeboten. Das Studio wird außerhalb eigener Produktionen stundenweise an andere Kreative vermietet, angesetzt mit 35,00 Euro pro Stunde, als zusätzlicher, planbarer Umsatzbaustein und als Akquisekanal über Kooperationen.

Gründerprofil und Positionierung

Jonas ist ausgebildeter Fotograf mit abgeschlossener Gesellenprüfung und sieben Jahren Erfahrung als Angestellter in einem Werbestudio. Er bringt damit nachweislich praxisrelevante Routine in Porträt und Produktfotografie mit. Positioniert wird das Studio über einen erkennbaren, natürlichen Bildstil, eine klare Paketstruktur und schnelle Lieferzeiten. Die Einstiegspreise sind marktüblich und wettbewerbsfähig kalkuliert: Bewerbungs und Businessporträts ab 149,00 Euro, Familien und Neugeborenenshootings ab 220,00 Euro, Hochzeitsreportagen als Pakete von 950,00 bis 2.400,00 Euro, Produktfotografie zum Tagessatz von 690,00 Euro.

Markt, Wettbewerb und Vertriebslogik

Der Markt ist lokal stark umkämpft, in Münster sind allein über Gelbe Seiten 69 Fotografen gelistet, zusätzlich konkurrieren viele mobile Anbieter. Differenziert wird deshalb über buchbare Standardprozesse, verlässliche Terminslots im Studio, wiederkehrende B2B Leistungen und über die Kombination aus Studio und On Location. Als Branchenrahmen ist die Kultur und Kreativwirtschaft mit 204,6 Mrd. Euro Umsatz 2023 relevant, während aktuelle, frei zugängliche Detailumsätze für Fotografie (WZ 74.20) nur eingeschränkt verfügbar sind (Destatis GENESIS, Stand 12.07.2026).

Finanzierung, Kennzahlen und Tragfähigkeit

Der Kapitalbedarf beträgt 24.000,00 Euro, davon 20.800,00 Euro Investitionen und 3.200,00 Euro Gründungskosten. Geplant ist die Finanzierung über 12.000,00 Euro Eigenkapital und 15.000,00 Euro Kredit. Der Kredit ist mit 4,8 Prozent Zins, 5 Jahren Laufzeit und 281,70 Euro Monatsrate angesetzt, der jährliche Kapitaldienst beträgt 3.380,35 Euro.

Die Umsatzplanung basiert auf einem konservativen Ramp up nach Studioeröffnung und vorsichtiger Mischkalkulation der Preise. Geplant sind 68.766,00 Euro Umsatz in Jahr 1, 121.820,40 Euro in Jahr 2 und 134.423,16 Euro in Jahr 3. Das Betriebsergebnis vor Steuern liegt bei 34.544,82 Euro (Jahr 1), 83.466,67 Euro (Jahr 2) und 95.198,03 Euro (Jahr 3). Der erste Monat weist bereits ein positives Betriebsergebnis aus, die Tragfähigkeit zur Deckung einer Privatentnahme von 1.900,00 Euro pro Monat ist ab Monat 5 gegeben. Der niedrigste Kassenbestand liegt bei 3.034,28 Euro in Monat 1.

Umsetzungsstand

Die Umsetzung ist konkret vorbereitet: Studioanmietung, Beschaffung von Kamera, Objektiven, Lichttechnik, Hintergrundsystemen, Rechner und Software sowie Website mit Buchungssystem sind als Startinvestitionen eingeplant. Parallel werden steuerliche Erfassung, Geschäftskonto, Versicherungen sowie DSGVO konforme

Datenablage und Standardverträge umgesetzt, sodass der operative Start unmittelbar nach Finanzierungszusage realisierbar ist.

2. Gründerprofil

Fachliche Qualifikation und Branchenerfahrung

Jonas gründet ein Einzelunternehmen als freiberuflicher Fotograf in Münster. Er ist ausgebildeter Fotograf mit abgeschlossener Gesellenprüfung und verfügt über sieben Jahre Berufserfahrung als Angestellter in einem Werbestudio. In dieser Zeit hat er nachweislich in den für das Vorhaben zentralen Bereichen Porträtfotografie und Produktfotografie gearbeitet und ein entsprechendes Portfolio aufgebaut. Damit bringt er die fachliche Grundlage für Business und Bewerbungsbilder, Familienporträts sowie produktbezogene Bildserien für kleine Unternehmen und Online Händler mit. Der geplante Studiobetrieb mit rund 60 Quadratmetern ergänzt seine mobile Arbeitsweise durch Vor Ort Termine beim Kunden und an Außenlocations, was eine flexible Auftragsabwicklung ermöglicht.

Leistungsorientierung und Qualitätsversprechen

Als Erfolgsfaktor wird die Positionierung über einen erkennbaren, natürlichen Bildstil und schnelle Lieferzeiten umgesetzt. Diese Ausrichtung ist vor allem im wettbewerbsintensiven Umfeld in Münster relevant, laut Gelbe Seiten bestehen dort 69 Einträge für Fotografen. Die geplanten Preispositionen sind nachvollziehbar im Markt verankert, beispielsweise Bewerbungen und Businessporträts ab 149 Euro, Produktfotografie als Tagessatz mit 690 Euro, sowie Hochzeitsreportagen in Paketen von 950 bis 2.400 Euro. Die Kombination aus Studio, On Location und zusätzlicher Studiovermietung für 35 Euro pro Stunde schafft mehrere Erlössäulen und unterstützt eine gleichmäßigere Auslastung.

Kaufmännische Kompetenzen und Organisation

Die Gründung erfolgt allein, projektweise Zusammenarbeit mit freien Assistenten ist vorgesehen, insbesondere für größere Produktionen und Hochzeiten. Jonas bringt aus der Tätigkeit im Werbestudio praktische Erfahrung in Kundenkommunikation, Angebotserstellung und termingebundener Projektabwicklung mit. Für die laufende Buchhaltung, steuerliche Pflichten und Jahresabschluss wird zur Risikominimierung die Einbindung eines Steuerberaters vorgesehen, die genaue Ausgestaltung wird vor Start verbindlich vereinbart. Für die Planung der Studioauslastung und eine verlässliche Terminsteuerung wird eine Website mit Buchungssystem umgesetzt, die aus dem Investitionsbudget finanziert wird.

Kompetenzlücken und Maßnahmen

Als typische Lücke einer fachlich geprägten Gründung wird der Ausbau von Vertriebs und Online Marketing Kompetenzen benannt, insbesondere Suchmaschinenoptimierung und systematisches Social Media Marketing, obwohl der Aufbau von SEO und Instagram Präsenz bereits als Schwerpunkt definiert ist. Zur Schließung werden geeignete Weiterbildungen und bei Bedarf punktuelle externe Unterstützung kalkulatorisch angesetzt. Die Finanzierungskompetenz wird durch die klare Trennung von Eigenmitteln in Höhe von 12.000 Euro und zusätzlichem Kapitalbedarf von 15.000 Euro gestützt.

Motivation und hauptberufliche Ausrichtung

Die Selbstständigkeit ist als Haupterwerb geplant und erfolgt im Übergang aus der Arbeitslosigkeit. Jonas verfolgt das Ziel, seine nachgewiesene Berufserfahrung in eine tragfähige, dauerhaft hauptberufliche Tätigkeit zu überführen, mit Fokus auf wiederkehrende Business und Produktkunden sowie ergänzend privatkundennahen Aufträgen. Damit ist die geforderte Ausrichtung auf eine hauptberufliche Selbstständigkeit im Sinne des Gründungszuschusses gegeben.

3. Geschäftsidee und Angebot

Jonas gründet in Münster ein freiberufliches Fotostudio als Einzelunternehmen mit Schwerpunkt auf Business und Bewerbungsporträts, Hochzeits und Familienfotografie sowie Produktfotografie für kleine Unternehmen und lokale Online Shops. Ergänzend wird ein kleines Studio mit rund 60 Quadratmetern angemietet, das neben der eigenen Produktion zeitweise an andere Kreative vermietet wird. Die Leistungserbringung erfolgt sowohl im Studio als auch vor Ort beim Kunden und an Außenlocations im Münsterland. Das Geschäftsmodell ist auf wiederkehrende Aufträge im B2B Bereich, planbare Portraittermine im Studio sowie saisonale Hochzeitsumsätze ausgerichtet.

Leistungsangebot und Preise

Das Angebot ist in klar bepreiste Standardleistungen gegliedert, die je nach Kundenwunsch um Zusatzleistungen wie weitere Bildauswahl, Retusche oder besondere Setups erweitert werden können, sofern dies beauftragt wird. Kernleistungen und Einstiegspreise sind:

Bewerbungs und Businessporträts ab 149 Euro: Ziel sind Berufstätige, Absolventen und Studierende aus Münster, die professionelle Bilder für Bewerbungen, LinkedIn und Unternehmensauftritte benötigen. Der Preis liegt oberhalb typischer Low Budget Anbieter und Ketten, die in Deutschland häufig zwischen ca. 30 und 130 Euro liegen. Gleichzeitig bewegt sich die Positionierung innerhalb des professionellen Marktniveaus, das häufig im Bereich von rund 70 bis 250 Euro liegt. Damit ist das Angebot nicht als Billigprodukt, sondern als qualitativ hochwertiges Studioangebot mit persönlicher Beratung und effizienter Abwicklung positioniert.

Familien und Neugeborenenshootings ab 220 Euro: Dieses Segment adressiert Familien und Paare im Münsterland. Der Einstiegspreis liegt im unteren bis mittleren Bereich der marktüblichen Spannen. Als Vergleich sind Einsteigerpakete teils ab etwa 179 Euro zu finden, während viele freie Anbieter je nach Umfang häufig grob zwischen 250 und 600 Euro und darüber liegen. Jonas setzt damit einen wettbewerbsfähigen Einstiegspreis, der insbesondere für Erstkunden attraktiv ist und gleichzeitig eine saubere Kalkulation bei effizienten Abläufen ermöglicht.

Hochzeitsreportagen als Pakete von 950 bis 2.400 Euro: Zielgruppe sind Brautpaare in Münster und dem Münsterland, die eine dokumentarische Reportage mit natürlichem Bildstil wünschen. Die Paketstruktur ermöglicht eine klare Auswahl nach Stundenumfang und Leistungsumfang, wodurch die Beratung vereinfacht und die Auslastung planbar wird.

Produktfotografie als Tagessatz von 690 Euro: Zielgruppe sind kleine Unternehmen, Startups und Online Händler, die verkaufsstarke, konsistente Produktbilder für Webshops und Marktplätze benötigen. Der Tagessatz adressiert insbesondere Kunden, die eine kalkulierbare Leistung pro Produktionstag erwarten. Die Vermarktung ist lokal in Münster und dem Münsterland geplant, die Leistung kann aufgrund digitaler Übergabe grundsätzlich auch überregional erbracht werden.

Studiovermietung zu 35 Euro pro Stunde: Das Studio wird stundenweise an andere Kreative vermietet, zum Beispiel für Content Produktionen, kleinere Portraitsessions oder Produktaufnahmen. Da in Münster und Umgebung bereits Mietstudios existieren, wird die Vermietung als ergänzende Auslastungs und Ertragsquelle verstanden, nicht als Hauptumsatzträger. Die Vermietung erhöht die Kostendeckung der Fixkosten des Studios, insbesondere in Zeiten geringerer eigener Produktionslast.

Zielgruppen und Kundennutzen

Das Vorhaben richtet sich an zwei Hauptkundengruppen. Im B2C Bereich sind dies Personen mit Bedarf an Bewerbungsbildern und Businessprofilen sowie Familien und Hochzeitspaare. Im B2B Bereich richtet sich das

Angebot an KMU, Dienstleister und Online Händler. Münster verfügt über eine ausgeprägte Dienstleistungsstruktur, im IHK Bezirk Nord Westfalen liegt der Dienstleistungsanteil an der Bruttowertschöpfung 2023 bei 69,5 Prozent. Daraus ergibt sich ein relevantes Potenzial für Unternehmensporträts und Produktfotografie, zum Beispiel für Websites, Social Media, Employer Branding und E Commerce.

Der Kundennutzen liegt in einem konsistenten, natürlichen Bildstil, einer professionellen Lichtsetzung und einer verlässlichen, zügigen Lieferung. In einem lokal eher gesättigten Markt mit zahlreichen Anbietern, unter anderem 69 Einträgen für Fotografen in Münster im Branchenverzeichnis, ist die Differenzierung nicht primär über die Anzahl der Leistungen, sondern über Prozessqualität und Spezialisierung angelegt. Jonas positioniert sich über klare Pakete, schnelle Durchlaufzeiten und eine Kombination aus Studio und Vor Ort Terminen.

Ablauf der Leistungserbringung und Vertriebskanäle

Anfragen werden über die Website mit Buchungssystem, telefonisch sowie über Social Media entgegengenommen. Für Bewerbungen und Businessporträts erfolgt nach Terminbuchung eine kurze Bedarfsklärung, im Studio wird das Shooting durchgeführt, anschließend werden Auswahl und Lieferung der finalen Dateien digital bereitgestellt. Familien und Hochzeitskunden werden vorab hinsichtlich Bildstil, Ablauf und Location beraten, Shootings finden im Studio oder an vereinbarten Außenlocations statt. Produktfotografie wird als geplanter Produktionstag im Studio oder beim Kunden umgesetzt, inklusive Setaufbau, Aufnahmeserien und digitaler Übergabe in webtauglichen Formaten.

Das Studio in Münster ist als fester Produktionsort vorgesehen, zusätzlich bleibt Jonas für Kundentermine mobil. Eine klassische Ladenöffnung mit Laufkundschaft wird nicht angesetzt, die Verfügbarkeit erfolgt terminbasiert, auch außerhalb üblicher Bürozeiten, sofern dies für Hochzeiten oder Unternehmensabläufe erforderlich ist. Die regionale Sichtbarkeit wird über Suchmaschinenoptimierung und eine kontinuierliche Instagram Präsenz aufgebaut, um in einem wettbewerbsintensiven Umfeld nachhaltig Anfragen zu generieren.

4. Markt und Wettbewerb

Marktumfeld, Größenordnung und Trends

Das Vorhaben ist dem Markt der Fotografie in der Kultur und Kreativwirtschaft zuzuordnen. Als gesamtwirtschaftlicher Rahmen ist die Kultur und Kreativwirtschaft in Deutschland relevant, mit einem Umsatz von 204,6 Mrd. Euro im Jahr 2023 (laut Monitoringbericht Kultur und Kreativwirtschaft in Deutschland 2024, veröffentlicht über BMWK). Für die Fotografie im engeren Sinne ist die Datenlage in aktuellen, frei zugänglichen Branchenumsätzen auf WZ 74.20 Ebene eingeschränkt. Über Destatis sind Detailtabellen teils nur über GENESIS abrufbar, ein frei einsehbarer, verlässlich abrufbarer Branchenumsatz ab 2020 für WZ 74.20 konnte in der Recherche nicht bestätigt werden (Statistisches Bundesamt, GENESIS Tabelle 48112 0002, Stand 12.07.2026). Eine ältere, aber strukturbezogene Einordnung liefert die Strukturerhebung im Dienstleistungsbereich 2019, in der Detailkennzahlen zu Fotografie und Fotolabors ausgewiesen werden (Statistisches Bundesamt, Fachserie 9, Strukturerhebung 2019).

Auf der Angebotsseite ist der Markt durch eine hohe Zahl an Betrieben und einen anhaltenden Markteintritt geprägt. Der Betriebsbestand im Fotografenhandwerk lag bundesweit bei 40.595 Betrieben zum 31.12.2022 und stieg auf 43.682 Betriebe zum 31.12.2023 (laut ZDH Betriebsstatistik). Dies deutet auf eine zunehmende Wettbewerbsdichte hin, insbesondere in Segmenten mit niedrigen Eintrittsbarrieren wie Portrait und Hochzeit. Gleichzeitig verlagert sich Nachfrage in Richtung digitaler Nutzung: Bewerbungsbilder, Businessprofile für LinkedIn sowie E Commerce Produktbilder werden in kurzen Zyklen aktualisiert. Preisdruck entsteht durch standardisierte Volumenanbieter und durch KI gestützte Alternativen, während professionelle Anbieter über Bildstil, Beratung, Effizienz und konsistente Markenbilder differenzieren müssen.

Zielmarkt und Nachfragepotenzial in Münster und Münsterland

Der Standort Münster bietet aufgrund Einwohnerzahl, Kaufkraft und Wirtschaftsstruktur ein grundsätzlich tragfähiges Nachfrageumfeld. Die wohnberechtigte Bevölkerung lag bei 319.885 (30.06.2026), mit einer prognostizierten Entwicklung von plus 4,7 Prozent bis 2035 (laut Stadt Münster, Zahlen Daten Fakten). Kaufkraftseitig wird für Münster eine Einzelhandelskaufkraft von 6.760 Euro je Einwohner ausgewiesen (laut Innenstadtbericht, WFM Münster). Für den B2B Teil des Vorhabens ist die regionale Wirtschaftsstruktur relevant: Im IHK Bezirk Nord Westfalen entfallen 69,5 Prozent der Bruttowertschöpfung auf Dienstleistungen (2023), was auf eine hohe Dichte potenzieller Kunden aus Unternehmen, Praxen, Kanzleien, Agenturen und Dienstleistern schließen lässt (laut IHK Nord Westfalen).

Die Nachfrage verteilt sich auf vier Teilmärkte: Bewerbungen und Businessporträts, Familien und Neugeborene, Hochzeiten sowie Produktfotografie für lokale Online Shops, teilweise überregional. Realistisch ist, dass das Studio nicht den Gesamtmarkt benötigt, sondern eine kleine, klar definierte Nische mit wiederkehrenden Aufträgen. Kalkulatorisch kann angesetzt werden, dass bereits ein niedriger, einstelliger Promilleanteil der Einwohner pro Jahr als zahlende Portraitskunden ausreicht, um einen relevanten Sockelumsatz aufzubauen, vorausgesetzt Terminprozesse und Auslastung sind effizient. Im B2B Bereich ist das Kundenpotenzial ebenfalls breit, allerdings stark über Beziehungsgeschäft, Referenzen und schnelle Lieferfähigkeit getrieben. Für Produktfotografie ist das Einzugsgebiet Münsterland zusätzlich attraktiv, weil viele Händler und Hersteller mit begrenzten Marketingabteilungen externe Bildproduktion zukaufen, dabei aber preissensibel sind und klare Pakete erwarten.

Wettbewerbssituation und Preisniveau

Die lokale Wettbewerbsdichte ist hoch. Allein in Münster listet Gelbe Seiten 69 Einträge unter „Fotograf“ (Gelbe

Seiten, Stand Recherche). Zusätzlich konkurrieren Anbieter aus dem Münsterland mobil in Münster, wodurch sich die effektive Angebotsmenge erhöht. In den Kernsegmenten Bewerbung, Portrait, Familie und Hochzeit ist von einem gesättigten Markt auszugehen, weil zahlreiche Solo Selbstständige sowie Studios mit ähnlichen Leistungsversprechen auftreten.

Im Wettbewerb sind unterschiedliche Anbietergruppen erkennbar. Im Bereich Business und Unternehmensfotografie sind beispielsweise Andreas Hasenkamp, Katrin Neumann, Hagen Alkis und Thomas Mohn sichtbar positioniert, teils mit erweitertem Angebot wie Event oder Video. Im Hochzeitssegment konkurrieren unter anderem KEYKEY Photography, Kasha Photography, Fotoartstudio Münster sowie weitere freie Hochzeitsfotografen mit starkem Social Media Marketing. Produkt und Werbefotografie wird durch spezialisierte Studios wie Schubert Werbefotografie bedient, häufig mit Full Service Setups. Zusätzlich wirken Ketten und Volumenanbieter wie PicturePeople preis und prozessgetrieben.

Das Preisniveau ist entsprechend breit. Im Bewerbungsbereich liegen digitale Pakete bei Ketten beispielsweise zwischen rund 30 und 130 Euro (PicturePeople, Preisübersicht), während professionelle Headshot Anbieter häufig in einem Rahmen von etwa 70 bis 250 Euro positioniert sind (Profilfoto KI, Marktüberblick). Familien und Neugeborenenshootings starten bei Einsteigerangeboten um 179 Euro (MD Fotostudio, Beispielpreise), freie Anbieter liegen je nach Umfang häufig deutlich höher, teils im Bereich von 250 bis 600 Euro und mehr (Pixxelballerina, Beispielpreise). Die von Jonas geplanten Einstiegspreise, zum Beispiel ab 149 Euro für Bewerbungen und Businessporträts und ab 220 Euro für Familien und Neugeborene, ordnen sich damit im marktüblichen Mittelfeld ein und sind gegenüber Ketten begründungsbedürftig über Qualität, Stil und Service.

Auch im Bereich Studiovermietung existieren bereits Mietstudios in und um Münster, zum Beispiel Splash Studio und Studio360 (Webauftritte). Eine zusätzliche Vermietung ist daher nur als ergänzender Auslastungshebel plausibel, nicht als alleiniger Umsatztreiber.

Abgeleitete Positionierung und Plausibilität der Umsatzableitung

Aus der Wettbewerbsslage leitet sich eine klare Positionierung als Qualitätsanbieter mit effizienter Abwicklung ab. Differenzierungsmerkmale sind ein konsistenter, natürlicher Bildstil, kurze Lieferzeiten sowie standardisierte Pakete für B2B Kunden, etwa Mitarbeiterporträts und Produktsets, die für Online Shops direkt nutzbar sind. Das Hybridmodell aus 60 Quadratmeter Studio und Vor Ort Terminen ermöglicht sowohl planbare Studiotage für Portraits als auch margenstärkere B2B Produktionen beim Kunden. Die Vermietung des Studios zu 35 Euro pro Stunde ist als Nebenumsatz geeignet, um Randzeiten zu monetarisieren, ohne die eigene Kernproduktion zu verdrängen.

Für die Plausibilität der Umsatzplanung ist entscheidend, dass Jonas nicht auf hohe Marktanteile angewiesen ist, sondern auf wiederkehrende B2B Aufträge plus kontinuierliche Portraittermine. Bei einem Einstiegspreis von 149 Euro je Bewerbungen und Businessshooting und einem Tagessatz von 690 Euro in der Produktfotografie reichen bereits wenige zusätzliche Termine pro Woche aus, um einen stabilen Monatsumsatz zu erzeugen. Unter konservativer Annahme einer schrittweisen Kundengewinnung über Suchmaschinenoptimierung und Instagram Präsenz ist dies im Einzugsgebiet Münster und Münsterland grundsätzlich erreichbar, gleichzeitig ist aufgrund des gesättigten Wettbewerbs ein realistischer, gradueller Aufbau anzusetzen und kein sprunghafter Marktdurchbruch. Entscheidend sind daher die konsequente Spezialisierung auf umsatzstärkere B2B Leistungen, schnelle Prozesse und eine sichtbare regionale Online Auffindbarkeit.

5. Marketing und Vertrieb

Zielgruppen, Positionierung und Vertriebslogik

Jonas adressiert zwei Hauptkundengruppen: Privatkunden in Münster und dem Münsterland für Bewerbungsbilder, Familien und Hochzeiten sowie kleine Unternehmen und Online Händler für Businessporträts und Produktfotografie. Der lokale Wettbewerbsdruck ist hoch, in Münster sind allein über Gelbe Seiten 69 Fotografen gelistet, zusätzlich treten viele mobile Anbieter auf. Deshalb wird der Vertrieb auf klare Produktpakete, schnelle Lieferzeiten und eine verlässliche Buchbarkeit ausgerichtet. Der Studioanteil (ca. 60 Quadratmeter) dient als professioneller Produktionsort für Porträts und Produktses sowie als zusätzlicher Zugang über Studiovermietung (35 Euro pro Stunde) an Kreative, die wiederum als Multiplikatoren wirken können.

Laufkundschaft wird für ein Fotostudio in Münster nur als Nebenfaktor betrachtet, da die Nachfrage in der Regel online gesucht und über Terminbuchung abgewickelt wird. Standortvorteile entstehen primär durch gute Erreichbarkeit, klare Beschilderung und Auffindbarkeit in Google Maps.

Kundengewinnung in der Startphase (Monat 1 bis 3)

In der Startphase steht die kurzfristige Generierung erster Termine im Vordergrund, um Referenzen, Bewertungen und wiederholbare Abläufe aufzubauen. Priorisiert werden Maßnahmen mit schneller Wirkung und lokaler Sichtbarkeit:

- 1. Google Unternehmensprofil: vollständiges Profil mit Leistungsbereichen (Business und Bewerbung, Familie, Produkt), Preisankern ab 149 Euro, Studiofotos und Beispielarbeiten. Ziel ist eine schnelle Sammlung echter Kundenbewertungen, da diese in einem gesättigten Markt die Conversion messbar erhöhen.
- 2. Website mit Buchungssystem: Suchmaschinenoptimierte Leistungsseiten für Münster (Bewerbungsbilder, Businessporträts, Produktfotografie) sowie eine separate Seite für Studiovermietung. Inhalte werden auf schnelle Entscheidungsfindung ausgelegt: Preise, Lieferzeiten, Ablauf, Beispielgalerien.
- 3. Aktivierung des bestehenden Netzwerks: Ansprache früherer Kontakte aus dem Werbestudio Umfeld sowie lokaler Unternehmen, die regelmäßig Bildbedarf haben (Teamfotos, LinkedIn Porträts, Produktupdates). Die Akquise erfolgt direkt per E Mail und Telefon mit konkreten Paketen.
- 4. Bezahlte Sichtbarkeit: kalkulatorisch wird für die ersten drei Monate ein Werbebudget angesetzt werden müssen, zum Beispiel 300 bis 500 Euro pro Monat, fokussiert auf Google Ads für Suchbegriffe mit hoher Abschlusswahrscheinlichkeit (Bewerbungsfoto Münster, Businessportrait Münster) und retuschiertes Remarketing über Meta. Das Budget wird eng gesteuert, nur auf Terminbuchungen und Kontaktanfragen.

Einführungsrabatte werden nur begrenzt eingesetzt, um die Positionierung nicht zu verwässern. Statt Preisnachlässen werden Mehrwerte angeboten, zum Beispiel eine zusätzliche Bilddatei oder priorisierte Lieferung, sofern dies wirtschaftlich darstellbar ist.

Laufender Betrieb (ab Monat 4)

Im laufenden Betrieb werden SEO, Empfehlungen und B2B Wiederholgeschäft als tragende Säulen aufgebaut. SEO Maßnahmen umfassen regelmäßig aktualisierte Referenzen, lokale Landingpages und Blogbeiträge mit klarer Suchintention (z. B. Kleidungstipps für Businessporträts, Produktfotografie Anforderungen für Online Shops). Social Media wird mit Instagram als Schaufenster genutzt, mit konsistenter Bildsprache und Verlinkung zur Buchung. Der Fokus liegt auf Qualität und Wiedererkennbarkeit, nicht auf Reichweite um jeden Preis.

Kooperationen werden strukturiert aufgebaut, insbesondere mit:

- Coworking Spaces und Gründerzentren für wiederkehrende Headshot Tage
- Make up Artists, Brautmodengeschäften und Hochzeitsdienstleistern für Empfehlungen
- Webagenturen und Shop Betreibern für Produktfotografie Tagessätze (690 Euro)

Für Bestandskunden wird ein Folgegeschäftssystem etabliert: Unternehmen erhalten planbare Mitarbeiterporträt Slots, Online Händler werden auf wiederkehrende Produktshootings terminiert. Die Studiovermietung bleibt ergänzend, sie verbessert die Auslastung außerhalb der eigenen Produktionen und erschließt neue Kontakte im Kreativumfeld.

Preisstrategie

Die Preisstrategie orientiert sich an klaren Einstiegspreisen und professioneller Leistung: Bewerbungs und Businessporträts ab 149 Euro, Familien und Neugeborene ab 220 Euro, Hochzeiten paketiert von 950 bis 2.400 Euro, Produktfotografie als Tagessatz von 690 Euro. Damit positioniert sich Jonas oberhalb von volumengetriebenen Kettenangeboten und unterhalb reiner Premiumanbieter, mit dem Ziel, über Qualität, Verlässlichkeit und schnelle Lieferung eine nachhaltige Marge zu sichern.

6. Organisation und Rechtsform

Rechtsformwahl und steuerliche Einordnung

Jonas startet als Einzelunternehmer. Diese Rechtsform ist für die Neugründung eines Fotostudios mit 12.000 Euro Eigenkapital und geplant 15.000 Euro Fremdmitteln zweckmäßig, da die Gründung formal schlank ist, keine notarielle Beurkundung erfordert und geringe laufende Verwaltungskosten verursacht. Die Außenwirkung ist für die Zielgruppen Privatkunden und kleinere Unternehmen ausreichend, da die Leistungsfähigkeit primär über Portfolio, Termintreue und Lieferzeiten belegt wird.

Haftungsrechtlich haftet das Einzelunternehmen grundsätzlich mit dem Privatvermögen. Jonas reduziert das Risiko durch klare Auftragsbedingungen (Nutzungsrechte, Haftungsbegrenzung im zulässigen Rahmen, Datensicherung) und eine Betriebshaftpflichtversicherung, ergänzt um eine Elektronikversicherung für Kamera und Studioequipment sowie eine Inhaltsversicherung für das angemietete Studio.

Die Buchführung erfolgt im Regelfall über eine Einnahmen Überschuss Rechnung, sofern keine handelsrechtliche Buchführungspflicht entsteht. Steuerlich fallen Einkommensteuer und Umsatzsteuer an. Ob die Tätigkeit als freiberuflich oder gewerblich eingestuft wird, hängt von der konkreten Ausprägung (künstlerisch schöpferisch versus überwiegend gewerblich geprägte Auftragsproduktion) ab und wird zu Gründungsbeginn mit dem Finanzamt verbindlich geklärt. Bei Einstufung als Gewerbe käme zusätzlich Gewerbesteuer in Betracht. Die Anwendung der Kleinunternehmerregelung wird geprüft, angesichts des Investitionsvolumens für Kamera, Objektive, Lichttechnik, Rechner, Software, Website sowie Kautionslogik und Renovierung kann die Regelbesteuerung wegen Vorsteuerabzug wirtschaftlich vorteilhaft sein.

Betriebliche Organisation und Personalplanung

Jonas führt den Betrieb allein und verantwortet Akquise, Beratung, Angebotserstellung, Shooting, Bildauswahl, Retusche, Lieferung sowie Rechnungsstellung. Das 60 Quadratmeter Studio dient als fester Produktionsstandort für Bewerbungen und Businessporträts, Familienaufnahmen und Produktsets. Zusätzlich werden Vor Ort Termine bei Unternehmen sowie Außenlocations im Münsterland bedient. Die Studiovermietung (35 Euro pro Stunde) wird organisatorisch über ein verbindliches Buchungssystem auf der Website mit Nutzungsregeln, Kautionslogik und Übergabeprotokoll gesteuert.

Projektweise werden freie Assistenten eingebunden, insbesondere zur Entlastung bei Hochzeitsreportagen und bei größeren Produktproduktionen. Eine Festanstellung ist zum Start nicht vorgesehen. Bei stabiler Auslastung kann später eine geringfügige Unterstützung für Organisation und Bilddatenmanagement angesetzt werden, Zeitpunkt und Umfang werden abhängig von der Auftragslage entschieden.

Für laufende steuerliche Pflichten wird ein Steuerberater eingebunden, insbesondere für Umsatzsteuer Voranmeldungen (falls regelbesteuert), Jahreserklärung und betriebswirtschaftliche Auswertungen. Die vorbereitende Buchhaltung erfolgt intern anhand digitaler Belegablage.

Anmeldungen, Kammern, Versicherungen und Pflichten

Zu Gründungsbeginn werden folgende Punkte umgesetzt: steuerliche Erfassung beim Finanzamt, ggf. Gewerbeanmeldung falls gewerblich, Eintragung bei der zuständigen Handwerksorganisation für das zulassungsfreie Fotografenhandwerk, Anmeldung bei der Berufsgenossenschaft, Abschluss der genannten Versicherungen sowie Datenschutzkonforme Prozesse für Kundendaten und Bildarchivierung. Branchentypisch werden zudem Model Releases und Nutzungsrechtsvereinbarungen verwendet, damit Bildnutzung in Bewerbung, Web und Werbung rechtssicher geregelt ist.

7. Finanzplan

Planungslogik, Umsatzannahmen und Anlaufkurve

Die Umsatzplanung ist leistungstreiberbasiert aufgebaut und leitet sich aus der erwarteten Anzahl von Aufträgen in den Segmenten Bewerbungen und Businessporträts, Familien und Neugeborenenfotografie, Hochzeitsreportagen, Produktfotografie (Tagessätze) sowie Studiovermietung ab. Die Mengen basieren auf einem konservativen Ramp up nach Studioeröffnung: In den ersten Monaten werden zunächst wenige Aufträge pro Monat unterstellt, anschließend steigt die Auslastung bis zum Jahresende durch lokale Sichtbarkeit (SEO und Instagram), Weiterempfehlungen sowie wiederkehrende B2B Kunden. Hochzeiten sind nicht als saisonale Spitzen, sondern als durchschnittliche Monatsmenge über das Jahr abgebildet, um vorsichtig zu kalkulieren. Die Preise sind nahe den Einstiegspreisen beziehungsweise als vorsichtige Mischkalkulation angesetzt und berücksichtigen den hohen Wettbewerb in Münster. Entsprechend wird kein sprunghafter Marktanteilsgewinn angenommen, das Mengenwachstum in Jahr 2 und 3 ist moderat.

Auf dieser Grundlage sind Umsätze von 68.766,00 Euro in Jahr 1, 121.820,40 Euro in Jahr 2 und 134.423,16 Euro in Jahr 3 geplant. Damit wird die Skalierung primär über höhere Auslastung und wiederkehrende B2B Aufträge abgebildet, nicht über starke Preiserhöhungen.

Rentabilität, Tragfähigkeit und Unternehmerlohn

Das Betriebsergebnis vor Steuern beträgt 34.544,82 Euro in Jahr 1, 83.466,67 Euro in Jahr 2 und 95.198,03 Euro in Jahr 3. Der Break even ist laut Planung bereits im Monat 1 erreicht, das heißt der erste Monat mit positivem Betriebsergebnis tritt sofort ein. Für die Tragfähigkeitsprüfung im Kontext des Gründungszuschusses ist die private Entnahme kalkulatorisch mit 1.900,00 Euro pro Monat angesetzt. Diese Entnahme wird ab Monat 5 aus dem Ergebnis gedeckt. Damit ist die Sicherung des Lebensunterhalts nach der Anlaufphase plausibel, zugleich bleibt Raum für Rücklagenbildung und die Bedienung des Fremdkapitals.

Kapitalbedarf, Finanzierung und Liquidität

Der Kapitalbedarf beträgt insgesamt 24.000,00 Euro, davon 20.800,00 Euro Investitionen (Kamera und Objektive, Blitzanlage und Lichtformer, Hintergrundsysteme, Rechner und Software, Website mit Buchungssystem sowie Studioausstattung) und 3.200,00 Euro Gründungskosten (unter anderem Kautions und Renovierung des Studios). Finanziert wird dies durch 12.000,00 Euro Eigenkapital und einen Kredit über 15.000,00 Euro zu 4,8 Prozent Zins, Laufzeit 5 Jahre, Rate 281,70 Euro pro Monat. Der jährliche Kapitaldienst (Zins plus Tilgung) beträgt 3.380,35 Euro und ist im Verhältnis zum Betriebsergebnis insbesondere ab Jahr 2 deutlich tragbar. Der niedrigste Kassenbestand liegt bei 3.034,28 Euro in Monat 1, die Liquiditätsplanung zeigt damit trotz Anlaufphase einen positiven Puffer.

Sensitivität bei 20 Prozent weniger Umsatz

Bei 20 Prozent niedrigerem Umsatz sinkt das Betriebsergebnis rechnerisch, der Kapitaldienst von 3.380,35 Euro pro Jahr bleibt jedoch vergleichsweise klein. Kritisch wäre in diesem Szenario vor allem die frühere Phase der Tragfähigkeit: Die Deckung der Privatentnahme von 1.900,00 Euro pro Monat würde voraussichtlich später als ab Monat 5 erreicht. Als Gegenmaßnahmen sind die kurzfristig steuerbaren Hebel vorgesehen: höhere Auslastung über zusätzliche Porträttermine, fokussierter Ausbau wiederkehrender B2B Aufträge (Mitarbeiterporträts, Produktserien) sowie die zusätzliche Vermietung des Studios. Dadurch kann die Liquidität stabilisiert und die Kapitaldienstfähigkeit auch bei Umsatzabweichungen abgesichert werden.

Kapitalbedarf und Finanzierung

Position	Betrag
Investitionen	20.800,00 €
Gründungskosten	3.200,00 €
Kapitalbedarf gesamt	24.000,00 €
Eigenkapital	12.000,00 €
Fremdkapital (Kredit)	15.000,00 €

Rentabilitätsvorschau (3 Jahre)

Position	Jahr 1	Jahr 2	Jahr 3
Umsatz	68.766,00 €	121.820,40 €	134.423,16 €
Wareneinsatz/var. Kosten	5.501,28 €	9.745,68 €	10.753,80 €
Rohhertrag	63.264,72 €	112.074,72 €	123.669,36 €
Fixkosten	23.700,00 €	23.700,00 €	23.700,00 €
Personalkosten	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Abschreibungen	4.313,28 €	4.313,28 €	4.313,28 €
Zinsen	706,62 €	594,77 €	458,05 €
Betriebsergebnis	34.544,82 €	83.466,67 €	95.198,03 €

Liquiditätsplanung Jahr 1 (Monat 1 bis 12)

Monat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Umsatz	2.684	3.238	3.792	4.346	4.900	5.454	6.007	6.561	7.115	7.669	8.223	8.777
Förderung	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	300	300	300	300	300	300
Auszahlungen	4.150	4.194	4.238	4.283	4.327	4.371	4.637	4.682	4.726	4.770	4.815	4.859
Kassenbestand	3.034	3.578	4.632	6.195	8.267	10.850	12.520	14.700	17.389	20.588	24.296	28.515

Alle Beträge in Euro (netto). Kassenbestand kumuliert inkl. Eigenkapital, Kreditauszahlung und Investitionen. Die vollständige 36-Monats-Planung mit allen Annahmen finden Sie in der beiliegenden Excel-Datei.

8. SWOT-Analyse

Stärken

- Fachliche Basis: Jonas ist ausgebildeter Fotograf (Gesellenprüfung) mit sieben Jahren Berufserfahrung in einem Werbestudio, mit nachweislichem Schwerpunkt in Porträt und Produktfotografie.
- Klare Angebotsstruktur und Preispunkte: standardisierte Leistungen mit Einstiegspreisen ab 149 Euro (Bewerbungs und Businessporträts), 220 Euro (Familie/Neugeborene), Hochzeitsreportagen 950 bis 2.400 Euro, Produktfotografie als Tagessatz 690 Euro, plus Studiovermietung 35 Euro pro Stunde.
- Hybridmodell Studio plus mobil: ein angemietetes Studio von ca. 60 Quadratmetern für planbare Portrait und Produkttermine, ergänzt durch Vor Ort Einsätze im Münsterland, erhöht die Auslastungsoptionen.
- Positionierung über Stil und Prozess: natürlicher Bildstil und schnelle Lieferzeiten als operatives Qualitätsversprechen, passend für Bewerbungen und B2B Anwendungsfälle.
- Zusatzerlös über Studiovermietung: zusätzliche, relativ skalierbare Einnahmequelle und Multiplikatoreffekt durch andere Kreative als potenzielle Empfehlungsgeber.

Schwächen

- Hoher Investitionsbedarf bei begrenztem Eigenkapital: 12.000 Euro Eigenkapital stehen einem zusätzlichen Kapitalbedarf von 15.000 Euro gegenüber, dadurch entsteht Abhängigkeit von Fremdmitteln und strikter Liquiditätssteuerung.
- Einzelunternehmer Risiko: Akquise, Shooting, Bildbearbeitung, Administration und Studiovermietung liegen primär bei Jonas, Kapazitätsgrenzen und Ausfallzeiten wirken direkt umsatzmindernd.
- Kaufmännische Routine ist nicht belegt: aus dem Profil ist vor allem die fotografische Fachkompetenz ersichtlich, weniger die Erfahrung in Kalkulation, Controlling und Vertragsmanagement.

Gegenmaßnahmen: Jonas setzt einen konservativen Investitionsplan mit Priorisierung auf zwingend notwendige Ausrüstung und Studioherstellung um, zudem wird ein monatlicher Liquiditätsabgleich mit fixen Kosten und Steuerrücklagen eingeführt. Zur Entlastung werden projektweise freie Assistenten eingeplant, insbesondere bei Hochzeiten und größeren Produktaufträgen. Für die kaufmännische Seite werden standardisierte Angebots und Rechnungsprozesse, AGB, Nutzungsrechte und eine einfache Kostenstellenlogik etabliert, kalkulatorisch wird hierfür initial zusätzlicher Zeitaufwand angesetzt.

Chancen

- Regionaler Nachfragekern: Münster hat 319.885 Einwohner (30.06.2026) und eine prognostizierte Entwicklung von plus 4,7 Prozent bis 2035, damit bleibt der lokale Markt für Porträt und Familienanlässe grundsätzlich tragfähig.
- Viele potenzielle B2B Kunden: im IHK Bezirk Nord Westfalen liegt der Dienstleistungsanteil an der Bruttowertschöpfung bei 69,5 Prozent (2023), daraus ergeben sich Zielkunden für Businessporträts und Produktbilder.
- Differenzierung im gesättigten Markt: bei hoher Anbieterdichte in Münster (69 Gelbe Seiten Einträge) steigen die Chancen über klare B2B Pakete, schnelle Lieferzeiten und E Commerce taugliche Produktsets.
- Zusätzliche Auslastung durch Studiovermietung: vorhandener Markt für Mietstudios zeigt Nachfrage, die Vermietung kann Nebenumsatz und Neukontakte erzeugen.

Risiken

- Starker Wettbewerb und Preisdruck: lokale Dichte sowie Kettenanbieter mit Preisen ab ca. 29,99 Euro für

Dateien erhöhen Vergleichbarkeit und Preissensibilität im Portraitsegment.

- Anlaufphase mit schwankender Auslastung: saisonale Hochzeiten und unregelmäßige Produktaufträge können zu Umsatzspitzen und Lücken führen, bei gleichbleibenden Fixkosten (Studio).
- Kostensteigerungen und Finanzierungslast: Miete, Versicherungen, Software und ggf. Zinsbelastung können steigen und die Marge reduzieren.
- Ausfall des Gründers: Krankheit oder Unfall führt als Einzelunternehmer unmittelbar zu Leistungsausfall, besonders kritisch bei termingebundenen Hochzeiten.

Gegenmaßnahmen: Jonas fokussiert die Akquise auf weniger preissensitive Segmente mit klarer Nutzenargumentation, insbesondere B2B Businessporträts und Produktfotografie, und positioniert Bewerbungsbilder über Qualität, Service und Lieferzeit statt über Niedrigpreis. Zur Glättung der Auslastung werden wiederkehrende Studio Slots für Bewerbungen und Businessporträts sowie kontinuierliche Online Sichtbarkeit über SEO und Instagram umgesetzt, parallel wird die Studiovermietung als zweites Standbein ausgebaut. Kostenrisiken werden durch feste Budgets, jährliche Vertragsprüfung und eine konservative Preisgestaltung mit klar definierten Zusatzleistungen begrenzt. Das Ausfallrisiko wird durch Betriebshaftpflicht, Elektronikversicherung, Datensicherung sowie ein Netzwerk freier Kollegen für Notfallvertretung bei Hochzeiten reduziert.

9. Meilensteine und Umsetzungsplan

Vorbereitungsphase, Monat 1 bis 2 vor Gründung

Jonas finalisiert die Finanzierung aus 12.000 Euro Eigenkapital und 15.000 Euro Fremdmitteln, anschließend erfolgt die verbindliche Beschaffung der Kerninvestitionen: Kamera und Objektive, Studioblitzanlage mit Lichtformern, Hintergrundsysteme, leistungsfähiger Rechner, Bildbearbeitungssoftware sowie Website mit Buchungssystem. Parallel wird das rund 60 Quadratmeter große Studio angemietet, Kautions- und Renovierung werden eingeplant und umgesetzt. Organisatorisch werden die steuerliche Erfassung als Freiberufler beim Finanzamt, eine saubere Beleg- und Kontostruktur (separates Geschäftskonto), DSGVO-konforme Datenablage, Standardverträge (Model Release, Nutzungsrechte) sowie Versicherungen (Betriebshaftpflicht, Elektronik) abgeschlossen. Ziel dieser Phase ist ein vollständig einsatzbereites Studio inklusive testproduzierter Setups für Portrait und Produkt.

Startphase, Monat 1 bis 2 nach Gründung

Zum Start werden die Leistungsbausteine in klaren Paketen aktiv vermarktet: Bewerbungs- und Businessportraits ab 149 Euro, Familien- und Neugeborenenshootings ab 220 Euro, Hochzeitsreportagen in Paketen von 950 bis 2.400 Euro, Produktfotografie zum Tagessatz von 690 Euro sowie Studiovermietung für 35 Euro pro Stunde. Vertriebsseitig werden Google Unternehmensprofil, lokale Suchmaschinenbasis (Landingpages für Münster und Münsterland) und Instagram als primäre Kanäle aktiviert. Als messbares Mindestziel werden kalkulatorisch angesetzt: mindestens 10 bezahlte Porträttermine und 1 Produktshooting Tag in den ersten zwei Monaten, um Referenzen und Bewertungen aufzubauen.

Aufbauphase, Monat 3 bis 6 nach Gründung

In dieser Phase werden wiederkehrende B2B Aufträge priorisiert, insbesondere Mitarbeiterportraits und Produktserien für kleine Unternehmen und Online Händler. Jonas etabliert Standardprozesse für schnelle Lieferzeiten, inklusive Auswahlgalerien, Retuscheabläufe und verbindlicher Terminplanung. Für die Studiovermietung wird ein einfaches Buchungsregime umgesetzt, mit dem kalkulatorisch eine regelmäßige Grundauslastung von zunächst 10 Vermietstunden pro Monat angesetzt wird. Ziel ist bis Monat 6 ein stabiles Umsatzniveau, das die laufenden Fixkosten des Studios und der Software deckt.

Stabilisierung, Monat 7 bis 12 nach Gründung

Ab Monat 7 wird die Auslastung über Saisongeschäft (Hochzeiten) und planbare Studioleistungen (Businessportraits, Produktshootings) geglättet. Projektweise werden freie Assistenten für größere Produktionen eingeplant. Der Break even wird konservativ im Zeitraum Monat 10 bis 12 angesetzt, abhängig von der Entwicklung der B2B Tagessätze und der Studioauslastung.

Ausblick Jahr 2 und 3: Der Schwerpunkt liegt auf dem Ausbau wiederkehrender B2B Kunden, der Erhöhung des Anteils Produktfotografie sowie der Weiterentwicklung der Studiovermietung als zweites Standbein. Investitionen werden vorrangig aus erwirtschafteten Überschüssen geplant, insbesondere in redundantes Equipment und Effizienzsteigerung im Workflow.