

# *Businessplan für Tiny Houses*

## Tiny Wonder



# Businessplan

## Tiny Wonder

**Gründer:** Max Muster

**Anschrift:** Musterstraße 13  
12345 Musterstadt

**Telefon:** 12345-67890

**Mobil:** 0987-654321

**Mail:** [maxmustermann@mustermail.de](mailto:maxmustermann@mustermail.de)

**URL:**

# INHALTSVERZEICHNIS

1	Executive Summary .....	4
2	Darstellung des Unternehmens .....	5
2.1	Geschäftskonzept .....	5
2.2	Das Alleinstellungsmerkmal .....	6
2.2.1	Stabilität und Leichtigkeit.....	6
2.2.2	Gewichtseinsparung.....	7
2.2.3	Kostensenkung .....	9
2.2.4	Energieersparnis .....	9
2.2.5	Platzersparnis .....	10
2.3	Marktanalyse.....	10
2.4	Zielgruppe .....	12
2.4.1	Autarke Personen .....	12
2.4.2	Tiny House als Freizeitmöglichkeit .....	12
2.5	Der Gründer .....	13
2.6	Marketing und Vertrieb .....	13
2.7	Chancen und Risiken .....	14
2.8	Weitere Planung.....	15
2.8.1	Kapital.....	15
2.8.2	Personal.....	15
2.8.3	Marketing .....	15
3	Finanzplanung.....	17

# 1 EXECUTIVE SUMMARY

Tiny Houses erfreuen sich in Deutschland und Europa seit mehreren Jahren immer größerer Beliebtheit.

Der Marktumsatz mit Tiny Houses ist in den letzten Jahren in Deutschland auf über 3,9 Milliarden gestiegen. Mehr als 58.000 Deutsche können sich vorstellen, in einem Tiny House zu leben, oder überlegen sich, eines anzuschaffen. Der größte Anteil der Interessenten befindet sich in einem Alter zwischen 30 und 40 Jahren.

Aufgrund des recht jungen Produktes lässt sich noch eine Vielzahl von Dingen verbessern. Das Unternehmen *Tiny Wonder* möchte mit dem vorliegenden Konzept eine **größere Zielgruppe ansprechen** als nur die 30- bis 40-Jährigen und das Konzept *Tiny House* für bestimmte Personengruppen optimieren.

Ziel des vorliegenden Geschäftskonzeptes ist es, **ein besseres, langlebiges und autarkes Tiny House zu erstellen**, welches von älteren und autark lebenden Menschen angenommen wird.

Einige der Neuerungen umfassen hier beispielsweise die **Verwendung eines speziellen Holzes und einer Stahlkonstruktion**, die in dieser Art von so gut wie keinem anderen Hersteller verwendet werden. Dadurch werden der **Transport und die Langlebigkeit der Tiny Houses enorm verbessert**.

Darüber hinaus bietet *Tiny Wonder* eine **überwältigende Anzahl von Neuerungen** an, die **für einen autark lebenden Menschen** in seinem Tiny House von großem Nutzen sein werden.

Durch die **Produktion in Ungarn** werden bei **gleichbleibender Qualität die Kosten** für ein Tiny House **deutlich reduziert**. Außerdem kann bei den Tiny Houses von *Tiny Wonder* völlig auf einen festverbauten Anhänger verzichtet werden, wodurch ebenfalls Kosten für den Kunden eingespart werden.

## 2 DARSTELLUNG DES UNTERNEHMENS

### 2.1 GESCHÄFTSKONZEPT

Tiny Houses erfreuen sich in den letzten Jahren steigender Beliebtheit. Aufgrund der hohen Nachfrage steigt sowohl die Zahl der gekauften Tiny Houses, aber auch die Produktion durch eine Vielzahl verschiedener Anbieter. Das Design vieler Tiny Houses ist hierbei so individuell wie die Wünsche der Kunden selbst. Nichtsdestotrotz fehlt es bei zahlreichen Anbietern an Innovationen und zahlreiche Hersteller können nicht den qualitativen Ansprüchen gerecht werden, welche im Rahmen des vorliegenden Konzepts in einem völlig neuartigen Tiny-House-Konzept umgesetzt werden sollen.

Zwar werden wir bei *Tiny Wonder* ebenfalls zahlreiche verschiedene Tiny Houses anbieten, wir möchten uns aber insbesondere auf die Zielgruppe konzentrieren, der ein autarker Lebensstil wichtig ist. Aus diesem Grund bietet *Tiny Wonder* außergewöhnliche Neuerungen an, die in dieser Weise noch in keiner Form kommerziell vertrieben werden.

#### **Allgemeines zum Tiny House**

Tiny Houses sind in der Regel mobil, was nicht heißt, dass jedes fahrbar ist. Es muss bei den Tiny Houses grundsätzlich zwischen den folgenden Modellen unterschieden werden:

- mobile Fertighäuser
- Modulhäuser
- Container, die auf Tiefladern transportiert werden
- Tiny Houses auf Rädern



Bild: Tiny House auf Rädern

## 2.2 DAS ALLEINSTELLUNGSMERKMAL

Mit dem vorliegenden Konzept wird ein langlebiges, leichtes und stabiles Tiny House präsentiert, welches über die folgenden Neuerungen und Innovationen verfügt.

### 2.2.1 Stabilität und Leichtigkeit

#### Auswechselbare Holzkonstruktion

Das Tiny House wird über eine **innovative Holzkonstruktion** verfügen, welche erlaubt, jedes beliebige Holzelement, welches das Tiny House verkleidet, jederzeit auswechseln zu können

– sei es, um schadhafte Elemente auszutauschen oder um für Reparaturen an die Innenverkleidung zu gelangen –, was die Lebensdauer der Immobilie in Verbindung mit dem unverwüstlichen Holz extrem verlängert.

### **Lebenslange Haltbarkeit**

Durch die Verbindung eines qualitativ hochwertigen Holzes, das höchsten Witterungen standhält, und der Möglichkeit, die Holzelemente einzeln auszutauschen, können wir ein lebenslang haltbares Tiny House garantieren.

### **2.2.2 Gewichtseinsparung**

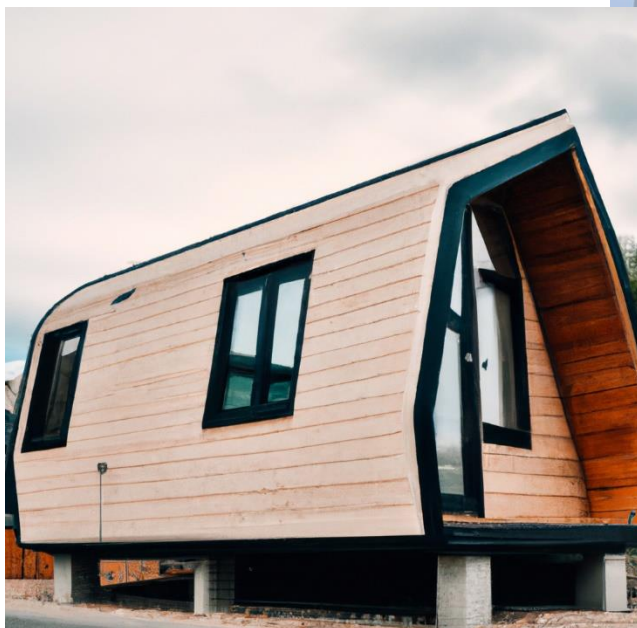
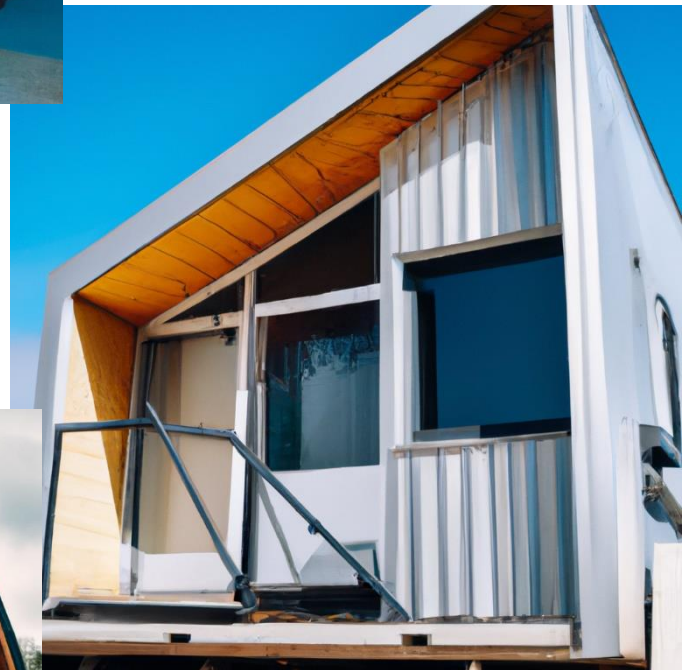
Ein Problem der meisten Hersteller in diesem Segment liegt darin, dass das zugelassene und mögliche Gewicht für den Transport der Häuser schwierig eingehalten werden kann bzw. schwere Gerätschaften wie beispielsweise Waschmaschinen und Ähnliches für den Transport besonders verfrachtet werden müssen.

*Tiny Wonder* möchte diese Problematik umgehen, indem einerseits auf eine leichte Holzkonstruktion gesetzt wird, aber auch indem Gerätschaften durch innovative und autarke Möglichkeiten ersetzt werden können, welche der autarke Kunde auf Wunsch einbauen lassen kann. Der Transport ohne einen Ausbau der Waschmaschine stellt daher kein Problem mehr dar.



**Beispielbilder**

Im Folgenden sehen Sie einige unserer beliebtesten Modelle:





## 2.2.3 Kostensenkung

### Produktion in Ungarn

Durch zahlreiche Möglichkeiten achten wir darauf, dass unsere Tiny Houses **qualitativ höchst hochwertig**, aber **preislich erschwinglich** sind. Dies soll dadurch erreicht werden, dass wir die Produktion nach Ungarn verlegen.

Der Gründer Max Muster hat durch seine jahrelange Erfahrung im Bereich des Holzbaues außerordentlich gute Erfahrungen mit Fachkräften aus Ungarn gemacht. Auch andere Hersteller von Tiny Houses greifen auf ausländische Fachproduktion zurück. Dies geschieht auf außergewöhnlich hochwertige Art und Weise. Damit verschaffen sich solche Hersteller einen enormen Preisvorteil gegenüber Produzenten, welche im deutschen Inland produzieren lassen. Wie diese Hersteller werden auch unsere Tiny Houses von hervorragender Qualität sein und nach deutschen Qualitätsvorgaben angefertigt. Dies ist eines der Hauptziele von *Tiny Wonder*.

Ein Standardhaus wird voraussichtlich bei einem Preis von 39.000 € beginnen. Für ein komplett autarkes und komplett möbliertes Tiny House wird ein Preis von ca. 95.000 € angesetzt sein. Das ist weit kostengünstiger, als es bei den meisten Herstellern der Fall ist, welche ein Haus unmöbliert für mindestens 55.000 € ansetzen müssen.

## 2.2.4 Energieersparnis

### Autarke Energieversorgung

Für den autarken und energiebewussten Verbraucher wird daher auf eine autarke Energieversorgung geachtet, welche unter anderem durch **Solarpanels** gewährleistet sein wird. Andere Möglichkeiten der autarken Energieversorgung sind in Absprache mit dem Kunden ebenfalls erhältlich.

Um den kompletten Energiebedarf abzudecken, für den die mit Solarpanels bestückte Dachfläche des Tiny Houses nicht ausreicht, wird die Fläche durch eine weitere **ausfahrbare Lage Solarpanels verdoppelt**, die man jederzeit auch wieder einfahren kann.

## Besondere Dämmung

Mit der verwendeten Dämmung wird Heizen vielfach überflüssig. Dieses Produkt wird im Ausland bereits erfolgreich verbaut und findet auch im Sanierungsbereich Anwendung. Durch die Verwendung unseres Systems ist Heizen vielfach nicht mehr notwendig.

### 2.2.5 Platzersparnis

#### Einbau von Küchenarbeitsplatten mit Induktion

Durch neuartige Küchenarbeitsplatten mit Induktion ist es möglich, direkt auf der Arbeitsplatte zu kochen. Bei dieser Küchenarbeitsplatte ist kein Kochfeld mehr sichtbar bzw. muss dieses auf der Arbeitsplatte markiert werden. Das hat den Vorteil, dass man die gesamte Arbeitsplatte anderweitig nutzen kann, wenn man nicht gerade kocht. Zudem ist eine widerstandsfähige und im Design zeitlose Granitplatte geplant, auf der man im Gegensatz zu herkömmlichen Arbeitsplatten direkt schneiden kann, ohne dabei Schäden befürchten zu müssen.<sup>1</sup>

## 2.3 MARKTANALYSE

In Deutschland existieren mittlerweile über **75 Anbieter von Tiny Houses**. Seit 2019 sind einige von ihnen in einem Verband organisiert. Durch diesen Verband lassen sich belastbare Zahlen abschätzen, wie viele Häuser pro Jahr umgesetzt werden. Nach Angaben des letzten Jahres wurden 2019 in Deutschland ca. 500 Tiny Houses im Jahr fertiggestellt. Laut einer umfassenden Marktstudie und statistischen Umfragen sind ca. 58.000 Deutsche prinzipiell an der neuen Wohnungsart interessiert, allerdings kann sich nur die Hälfte der Befragten vorstellen, dauerhaft darin zu wohnen.<sup>2 3</sup>

Ein Tiny House kostete 2019 pro Quadratmeter im Schnitt rund 2.300 Euro. Die meisten der 2019 in Deutschland verkauften Tiny Houses hatten eine Grundfläche zwischen 16 und 30

---

<sup>1</sup> Auf der folgenden Seite sind nähere Informationen vom Hersteller zu finden:  
<https://youtu.be/-7sKK8TaZg4>

<sup>2</sup><https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1260971/umfrage/Tiny-Houses-nutzungsarten-in-deutschland/>

<sup>3</sup> <https://wohnglueck.de/artikel/Tiny-House-studie-56789>

Quadratmetern. Im Schnitt waren die verkauften Tiny Houses 28,7 Quadratmeter groß und kosteten damit rund 67.000 Euro.<sup>4</sup>

Gemäß Schätzungen des Verbandes sollen bereits im **Jahr 2022 mehr als 3,9 Milliarden Euro** umgesetzt werden. Die Entwicklung der Corona-Krise wird hier bestimmt eine entscheidende Rolle spielen.<sup>5</sup>

Nach Einschätzung des Gründers Max Muster machen allerdings die meisten Tiny-House-Hersteller einen gravierenden Fehler und optimieren ihre Konzepte nicht zugunsten der Kundenbedürfnisse. Aufgrund dieser fehlenden Innovation existiert eine **wesentliche Marktlücke**, welche erschlossen werden kann: Bekannte Fehler sollen vermieden werden und Tiny Houses auf verschiedene Weise optimiert werden.

Insbesondere soll sich auch der Marktvorteil zunutze gemacht werden, welcher durch eine kostengünstige und qualitativ hochwertige Produktion in Ungarn stattfinden kann. Dies alles geschieht auf Basis eines gut durchdachten ökologischen und nachhaltigen Konzeptes, das sich besonders **auf eine Kundschaft konzentriert, die autark leben möchte**.

Es wird keinen Stillstand in den Innovationen geben, sondern *Tiny Wonder* wird weiterhin aktiv auf Veränderungen am Markt und auf Kundenwünsche eingehen.

---

<sup>4</sup> <https://wohnglueck.de/artikel/Tiny-House-studie-56789>

<sup>5</sup> <https://www.Tiny-House-verband.de/>

## 2.4 ZIELGRUPPE

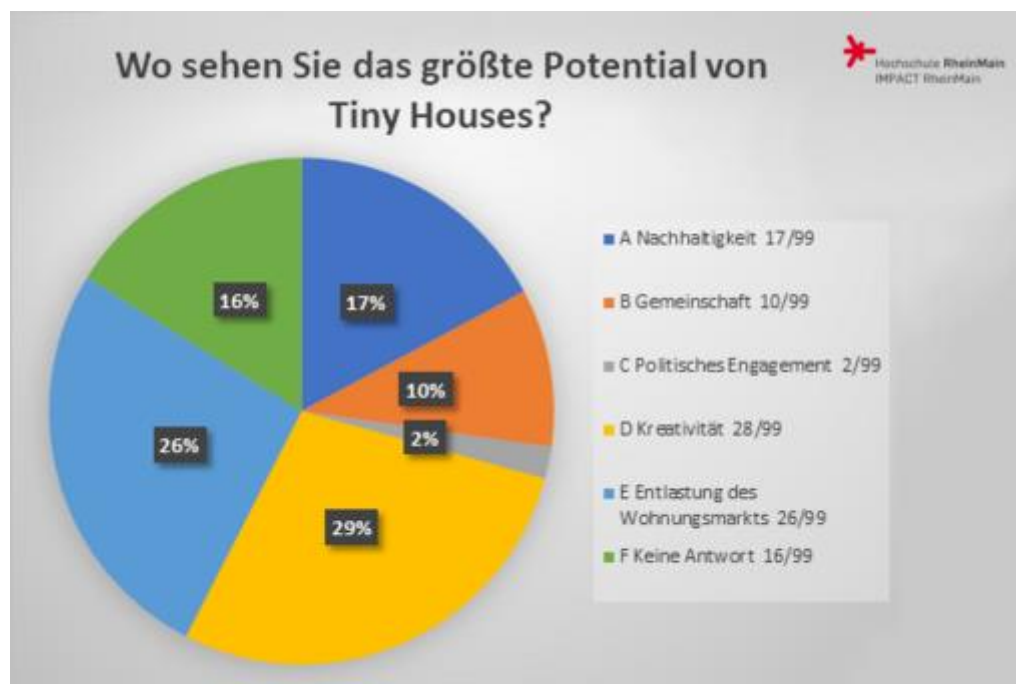
### 2.4.1 Autarke Personen

Bei unserer Zielgruppe konzentrieren wir uns besonders auf Personen, die auf einen autarken Lebensstil Wert legen. Gerade durch die fortlaufende Corona-Krise, deren Entwicklung noch nicht abgeschätzt werden kann, vergrößert sich nach Ansicht des Gründers Max Muster die Anzahl dieser Personen ständig.

Viele Menschen haben gelernt, dass ein autarkes Leben eher ein Vorteil als ein Nachteil sein kann. Naturverbundenheit und ökologisches Bewusstsein stellen ein nicht mehr wegzudenkendes Element unserer modernen Gesellschaft dar.

### 2.4.2 Tiny House als Freizeitmöglichkeit

Allerdings werden mit unseren Produkten nicht nur Menschen angesprochen, welche gänzlich autark leben wollen, sondern auch eine große Anzahl anderer junger Personen oder Personen mittleren Alters, welche gerne über die Sommermonate mehr Zeit in der Natur verbringen wollen.



## 2.5 DER GRÜNDER

Der Gründer Max Muster, gelernter Schreiner, konnte in zahlreichen Ländern Europas, wie beispielsweise Dänemark und Deutschland, umfassende Erfahrungen im Bereich Holzbau und Möbelherstellung sammeln. Als leidenschaftlicher Liebhaber von Tiny Houses nutzt er sein Wissen und seinen Erfindergeist, um Tiny Houses noch attraktiver und innovativer für autarke und ältere Menschen zu gestalten.

Durch seine Kontakte zu zahlreichen Personen, die bereits Innovationen im Bereich von Anwendungen im Haushalt und im Holzbau gemacht haben, weiß er, mit welchen Möglichkeiten Tiny Houses noch autarker und vielseitiger gestaltet werden können.

Insbesondere hat er herausragende Kenntnisse im Bereich des Holzbaues, ist ein Allroundhandwerker und verfügt daher über die Fähigkeit, geeignetes Fachpersonal aus verschiedenen Ländern zu finden, um seine Projekte umzusetzen.

## 2.6 MARKETING UND VERTRIEB

*Tiny Wonder* legt beim Marketing besonderen Wert darauf, dass die folgenden Schwerpunkte berücksichtigt werden:

- Ökologie und Innovation
- Mobilität für Kunden
- Kostenersparnis bei gleichbleibender Qualität

Dies alles soll durch eine Reihe von Marketingmaßnahmen und verschiedene Werbestrategien umgesetzt werden, die hier kurz aufgeführt werden sollen. Mitunter werden der Verkauf und die Vermittlung von Tiny Houses über die **folgenden Möglichkeiten** stattfinden:

- Messen
- Bereitstellung von Musterhäusern
- Probewohnen in Wohnparks
- Aktivitäten in einschlägigen Gruppen
- Schalten von Google-Anzeigen
- Internetseite und Suchmaschinenoptimierung
- gezieltes Social-Media-Marketing

Insbesondere wird *Tiny Wonder* besonderen Wert auf **Marketing über Social Media** legen. Es hat sich herausgestellt, dass ein Großteil der Kaufinteressenten von Tiny Houses in Facebook-Gruppen organisiert ist. Hier wird *Tiny Wonder* entsprechend engagiert agieren, um diese Zielgruppe anzusprechen. Neben diesen Möglichkeiten erwartet der Gründer Max Muster auch Anfragen durch erfolgte Mundpropaganda.

Hier spielen die Öffentlichkeitsarbeit und die Vernetzung eine herausragende Rolle. **Public Relations** ermöglichen es, dass Kunden erstmalig und langfristig Vertrauen in die Produkte von *Tiny Wonder* aufbauen. Die unterschiedlichen Zielgruppen, also potenzielle Kunden oder auch mögliche Geschäftspartner, werden auf ihre spezielle Art und Weise angesprochen. Dies wird sich positiv auf die Unternehmensentwicklung auswirken.

Daher ist auch **Empfehlungsmarketing** eine weitere Säule, auf die sich *Tiny Wonder* im Marketing-Konzept stützen will.

Dabei werden die Produktion und die Entwicklung von neuen Konzepten in enger Beobachtung der aktuellen Marktentwicklung und der Kundenwünsche erfolgen. Nur so kann eine langfristige Kundenbindung gewährleistet werden.

Die bewusste Preisgestaltung, mögliche Preisnachlässe, Sondervereinbarungen oder Aktionen fallen ebenfalls in den Bereich Marketing. Hier wird sich *Tiny Wonder* weiterhin am Markt und an der Wettbewerbssituation orientieren. Mithilfe intensiver Recherchen hinsichtlich der Konkurrenten, der Zielgruppe und der Nachfrage lassen sich so Preisunter- und -obergrenzen ermitteln.

## 2.7 CHANCEN UND RISIKEN

Als besonderes Risiko für die Durchführung des Unternehmens sieht der Gründer Max Muster die **Rekrutierung und das Ausfindigmachen von geeignetem Personal**. Aufgrund der hohen Nachfrage im Bereich des Handwerkes und fehlender Ausbildungsplätze hat sich der Mangel an geeigneten Fachkräften in Deutschland in den letzten Jahren noch verschärft.

Der Gründer Max Muster hat hier jedoch die Erfahrung gemacht, dass diesem Problem dadurch begegnet werden kann, dass in Ungarn nach geeigneten Fachkräften gesucht wird.



## Tiny Wonder Businessplan

Ein allgemeines Risiko besteht in der allgemeinen Entwicklung der Nachfrage nach Tiny Houses. Aufgrund der hohen Nachfrage in den letzten Jahren ist zwar tendenziell zu erwarten, dass sich dieser Trend fortsetzt, allerdings kann hier nie eine endgültige Sicherheit bestehen.

Da sich *Tiny Wonder* vornehmlich auf autark orientierte Personen ausrichten will, besteht ebenfalls die Möglichkeit, dass sich nicht genügend Personen für diese Nische interessieren könnten. Aufgrund der positiven Erfahrungen von anderen Tiny-House-Produzenten geht der Gründer jedoch davon aus, dass auch dieses Risiko weitgehend vernachlässigt werden kann und die Chancen auf einen Markterfolg sehr groß sind. Es ist ebenfalls möglich, das Konzept entsprechend den Kundenwünschen noch anzupassen.

## 2.8 WEITERE PLANUNG

### 2.8.1 Kapital

Für die Finanzierung des Projektes werden Geschäftspartner benötigt, die in das Unternehmen *Tiny Wonder* investieren. Aus diesem Grund richtet sich das Projekt gezielt an Investoren, die über Crowdfunding-Plattformen erreicht werden können.

### 2.8.2 Personal

Zu Beginn sollen drei Handwerker und ein kaufmännischer Mitarbeiter eingestellt werden. Sobald das Personal eingearbeitet ist, wird jedem Handwerker ein weiterer Handwerker zum Anlernen an die Seite gestellt. Auf diese Weise können bis zu drei kompetente Montageteams aufgebaut werden.

Darüber hinaus sind auch weitere Kooperationspartner im Personalmanagement eingeplant.

### 2.8.3 Marketing

Beim Marketing ist vorgesehen, entsprechende Fachkräfte anzuheuern, die unsere Produkte in den sozialen Medien, auf Messen und im Internet gezielt vermarkten werden.



## 3 FINANZPLANUNG