

BUSINESSPLAN

RESTAURANT

NAME, VORNAME

Straße, Hausnummer

Postleitzahl, Ort

ihremail@email.de

12345/1234567

INHALTSVERZEICHNIS

1. MANAGEMENT SUMMARY	3
2. GESCHÄFTSMODELL	5
2.1 ANGEBOTSBESCHREIBUNG	5
2.2 ZIELGRUPPE	6
2.3 KUNDENNUTZEN, ERFOLGSFAKTOREN UND WETTBEWERBSVORTEILE	7
3. UNTERNEHMEN	8
3.1 UNTERNEHMENSFÜHRUNG	8
3.2 MITARBEITER	8
3.3 PARTNER	9
3.4 GRÜNDUNGSVORAUSSETZUNGEN	9
3.5 RECHTSFORM	11
3.6 VERSICHERUNGEN	12
3.7 STANDORT	13
3.8 CORPORATE IDENTITY (CI)	14
4. MARKT UND WETTBEWERB	15
4.1 MARKTANALYSE	15
4.2 WETTBEWERBSANALYSE	18
5. MARKETINGKONZEPT	20
5.1 VERTRIEBSWEGE	20
5.2 PREISKALKULATION	20
5.3 MARKETING-MIX	21
5.3.1 <i>Offline-Marketing</i>	21
5.3.2 <i>Online-Marketing</i>	22
6. FINANZPLANUNG	23
6.1 KAPITALBEDARFSPLANUNG	23
6.2 FINANZIERUNGSPLANUNG	24
6.3 UMSATZPLANUNG	26
6.4 KOSTENPLANUNG	27
6.5 RENTABILITÄTSPLANUNG	37
6.6 LIQUIDITÄTSPLANUNG	41
7. SWOT-ANALYSE (STÄRKEN, SCHWÄCHEN, CHANCEN, RISIKEN)	54
8. MEILENSTEINPLANUNG	56
9. ERFOLGSKENNZAHLEN (KPI)	57

ANLAGEN

LEBENSÄUFE

ARBEITSVERTRÄGE

1. Management Summary

Diese Ausarbeitung beschreibt das Existenzgründungsvorhaben/die Übernahme/die Neuausrichtung eines Restaurants.

Die Speisekarte des Restaurants umfasst ein breites Angebot an Vor-, Haupt- und Nachspeisen. Darüber hinaus werden alkoholische und nicht-alkoholische Getränke (Softdrinks) angeboten.

Die Zielgruppe des Restaurants setzt sich aus Privatkunden (Jugendliche, Erwachsene, Paare, Familien) und Geschäftskunden (Firmenfeiern, Teambuilding-Maßnahmen, Vereinsausflüge) zusammen. Es wird zu gleichen Teilen mit weiblicher und männlicher Kundschaft gerechnet. Ziel ist es, viele Stammgäste aufzubauen. Abgerundet wird die Zielgruppe durch Laufkunden in Form von Passanten. In einer räumlichen Betrachtung umfasst das Zielgebiet einen Umkreis von 10 km um das Restaurant (direktes Einzugsgebiet). Mitunter wird mit Gästen aus einer Entfernung bis 30 km gerechnet (erweitertes Einzugsgebiet). Durch eine erstklassige Qualität, ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis und überdurchschnittlichen Service entsteht ein hoher Kundennutzen. Darüber hinaus erreicht das Angebot einige Wettbewerbsvorteile. Die gesamte Übersicht ist unter Gliederungspunkt 2.3 zu finden.

.....

Ende der Leseprobe

[Hier klicken und den vollständigen Businessplan Restaurant herunterladen!](#)