

BUSINESSPLAN

SUPPENBAR

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 | 25 |
| 6.4 KOSTENPLANUNG | 26 |
| 6.5 RENTABILITÄTSPLANUNG | 36 |
| 6.6 LIQUIDITÄTSPLANUNG | 40 |
| 7. SWOT-ANALYSE (STÄRKEN, SCHWÄCHEN, CHANCEN, RISIKEN) | 53 |
| 8. MEILENSTEINPLANUNG | 55 |
| 9. ERFOLGSKENNZAHLEN (KPI) | 56 |

ANLAGEN

LEBENSÄUFE

ARBEITSVERTRÄGE

1. Management Summary

Diese Ausarbeitung beschreibt das Existenzgründungsvorhaben/die Übernahme/die Neuausrichtung einer Suppenbar.

Das Angebot der Suppenbar besteht aus kalten und warmen Suppen aus aller Welt. Im Einzelnen werden Fleischsuppen, vegetarische Suppen, exotische Suppen, mediterrane Suppen und internationale Suppen angeboten. Zu jeder Suppe wird Brot gereicht. Selbstverständlich ist auch die „Suppe to-go“ möglich. Zur Ergänzung des Angebots dienen Eintöpfe. Softdrinks und alkoholische Getränke runden das Angebot der Suppenbar ab.

Zielgruppe für die Suppenbar sind Jugendliche, Erwachsene, Paare und Familien, die einerseits wenig Zeit für eine Mahlzeit haben, andererseits an gesunder und leichter Ernährung statt Fast-Food interessiert sind. Die stärkste Nachfrage wird durch Schüler, Auszubildende, Studenten und Angestellte erzeugt, die z.B. ihre Mittagspause bei einer Suppe verbringen möchten. Es wird mit einer jüngeren Kundschaft im Alter zwischen 16 und 49 Jahren gerechnet. Die Verteilung Frauen zu Männern beträgt 70% zu 30%. 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 Suppenbar herunterladen!](#)