

# BUSINESSPLAN

---

## WEINBAR

**NAME, VORNAME**

Straße, Hausnummer

Postleitzahl, Ort

[ihremail@email.de](mailto:ihremail@email.de)

12345/1234567

# INHALTSVERZEICHNIS

---

<b>1. MANAGEMENT SUMMARY</b> .....	<b>3</b>
<b>2. GESCHÄFTSMODELL</b> .....	<b>5</b>
2.1 ANGEBOTSBESCHREIBUNG .....	5
2.2 ZIELGRUPPE .....	6
2.3 KUNDENNUTZEN, ERFOLGSFAKTOREN UND WETTBEWERBSVORTEILE .....	7
<b>3. UNTERNEHMEN</b> .....	<b>8</b>
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
<b>4. MARKT UND WETTBEWERB</b> .....	<b>15</b>
4.1 MARKTANALYSE .....	15
4.2 WETTBEWERBSANALYSE .....	18
<b>5. MARKETINGKONZEPT</b> .....	<b>20</b>
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
<b>6. FINANZPLANUNG</b> .....	<b>23</b>
6.1 KAPITALBEDARFSPLANUNG .....	23
6.2 FINANZIERUNGSPLANUNG .....	24
6.3 UMSATZPLANUNG .....	25
6.4 KOSTENPLANUNG .....	26
6.5 RENTABILITÄTSPLANUNG .....	36
6.6 LIQUIDITÄTSPLANUNG .....	40
<b>7. SWOT-ANALYSE (STÄRKEN, SCHWÄCHEN, CHANCEN, RISIKEN)</b> .....	<b>53</b>
<b>8. MEILENSTEINPLANUNG</b> .....	<b>55</b>
<b>9. ERFOLGSKENNZAHLEN (KPI)</b> .....	<b>56</b>

## ANLAGEN

LEBENSÄUFE

ARBEITSVERTRÄGE

## 1. Management Summary

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

Das Angebot umfasst eine große Auswahl an offenen Weinen und Flaschenweinen unterschiedlicher Rebsorten, Qualitäten und Herkunft. Ebenfalls zählen kalte und warme Feinkost sowie alkoholische und nicht alkoholische Getränke zum Angebot der Weinbar (z.B. Rum, Gin, Whiskey, Champagner, Cocktails und Longdrinks). Ein Zusatzgeschäft stellt der Verkauf von edlen Zigarren dar. Hierzu wird eine exklusive Raucher-Lounge eingerichtet.

Die Zielgruppe der Wein Bar besteht aus Weinliebhabern, Freunden, Kollegen, Singles, Paaren und Familien, die in gehobener Atmosphäre bei einem Glas Rot-, Weiß- oder Roséwein und einem guten Essen Zeit miteinander verbringen möchten. 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 Weinbar herunterladen!](#)