

# BUSINESSPLAN

---

GASTRONOMIE (ALLG.)

**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 .....	6
<b>3. UNTERNEHMEN</b> .....	<b>8</b>
3.1 UNTERNEHMENSFÜHRUNG .....	8
3.2 MITARBEITER .....	8
3.3 PARTNER .....	8
3.4 GRÜNDUNGSVORAUSSETZUNGEN .....	9
3.5 RECHTSFORM .....	11
3.6 VERSICHERUNGEN .....	11
3.7 STANDORT .....	12
3.8 CORPORATE IDENTITY (CI) .....	14
<b>4. MARKT UND WETTBEWERB</b> .....	<b>14</b>
4.1 MARKTANALYSE .....	14
4.2 WETTBEWERBSANALYSE .....	18
<b>5. MARKETINGKONZEPT</b> .....	<b>20</b>
5.1 VERTRIEBSWEGE .....	20
5.2 PREISKALKULATION .....	21
5.3 MARKETING-MIX .....	22
5.3.1 <i>Offline-Marketing</i> .....	22
5.3.2 <i>Online-Marketing</i> .....	23
<b>6. FINANZPLANUNG</b> .....	<b>24</b>
6.1 KAPITALBEDARFSPLANUNG .....	24
6.2 FINANZIERUNGSPLANUNG .....	24
6.3 UMSATZPLANUNG .....	26
6.4 KOSTENPLANUNG .....	27
6.5 RENTABILITÄTSPLANUNG .....	38
6.6 LIQUIDITÄTSPLANUNG .....	43
<b>7. SWOT-ANALYSE (STÄRKEN, SCHWÄCHEN, CHANCEN, RISIKEN)</b> .....	<b>57</b>
<b>8. MEILENSTEINPLANUNG</b> .....	<b>59</b>
<b>9. ERFOLGSKENNZAHLEN (KPI)</b> .....	<b>60</b>

## ANLAGEN

LEBENS-LÄUFE

ARBEITSVERTRÄGE

## 1. Management Summary

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

Das Angebot des gastronomischen Betriebs umfasst ein Restaurant mit hochwertigem Getränke- und Speisenangebot (alkoholische und nicht-alkoholische Getränke sowie kalte und warme Speisen und Snacks). Darüber hinaus werden Fremdenzimmer angeboten.

Die Zielgruppe umfasst Privatkunden (z.B. Kinder, Jugendliche, Erwachsene, Singles, Paare und Familien) und Geschäftskunden (z.B. Freiberufler, Selbstständige, Unternehmen) in einem Umkreis von 10 km um den gastronomischen Betrieb (direkte Zielgruppe). Für Fremdenzimmer wird mit Gästen aus ganz Deutschland gerechnet, vereinzelt auch aus dem Ausland. Das Geschäft lebt einerseits von Stammgästen. Ebenfalls zählt Laufkundschaft in Form von Passanten zur Zielgruppe. 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 Gastronomie \(allg.\) herunterladen!](#)