BUSINESSPLAN

PARKHAUS

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	7
2.3 KUNDENNUTZEN, ERFOLGSFAKTOREN UND WETTBEWERBSVORTEILE	7
3. UNTERNEHMEN	8
3.1 Unternehmensführung	8
3.2 MITARBEITER	9
3.3 PARTNER	g
3.4 Gründungsvoraussetzungen	9
3.5 RECHTSFORM	
3.6 Versicherungen	
3.7 STANDORT	
3.8 CORPORATE IDENTITY (CI)	13
4. MARKT UND WETTBEWERB	14
4.1 Marktanalyse	14
4.2 WETTBEWERBSANALYSE	16
5. MARKETINGKONZEPT	18
5.1 Vertriebswege	18
5.2 Preiskalkulation	18
5.3 MARKETING-MIX	19
5.3.1 Offline-Marketing	19
5.3.2 Online-Marketing	19
6. FINANZPLANUNG	20
6.1 Kapitalbedarfsplanung	20
6.2 FINANZIERUNGSPLANUNG	21
6.3 Umsatzplanung	23
6.4 KOSTENPLANUNG	24
6.5 RENTABILITÄTSPLANUNG	33
6.6 LIQUIDITÄTSPLANUNG	38
7. SWOT-ANALYSE (STÄRKEN, SCHWÄCHEN, CHANCEN, RIS	IKEN) 50
8. MEILENSTEINPLANUNG	52
9. ERFOLGSKENNZAHLEN (KPI)	53

ANLAGEN

LEBENSLÄUFE

ARBEITSVERTRÄGE

1. Management Summary

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

Die Parkhausanlage ist verkehrstechnisch hervorragend zu erreichen und besteht aus einem Areal mit 500 Stellplätzen auf 4 Ebenen. Das Parkhaus kann 365 Tage pro Jahr und 24 Stunden pro Tag genutzt werden. Das Angebot umfasst Stundentickets, Dauerparken, Saisonkarten, Wertkarten, Ausfahrttickets und einen Parkservice.

Die Zielgruppe sind alle Kfz-Halter, die einen Parkplatz im Zielgebiet des Parkhauses benötigen. Ziel ist der Aufbau von Stammkunden, was durch eine angenehme Logistik und angemessene Preise erreicht wird. 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 Parkhaus herunterladen!