

# BUSINESSPLAN

---

## KONZERT- UND VERANSTALTUNGSTECHNIK

**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 .....	7
2.3 KUNDENNUTZEN, ERFOLGSFAKTOREN UND WETTBEWERBSVORTEILE .....	7
<b>3. UNTERNEHMEN .....</b>	<b>8</b>
3.1 UNTERNEHMENSFÜHRUNG .....	8
3.2 MITARBEITER .....	9
3.3 PARTNER .....	9
3.4 GRÜNDUNGSVORAUSSETZUNGEN .....	9
3.5 RECHTSFORM .....	10
3.6 VERSICHERUNGEN .....	11
3.7 STANDORT .....	12
3.8 CORPORATE IDENTITY (CI) .....	13
<b>4. MARKT UND WETTBEWERB .....</b>	<b>14</b>
4.1 MARKTANALYSE .....	14
4.2 WETTBEWERBSANALYSE .....	16
<b>5. MARKETINGKONZEPT .....</b>	<b>18</b>
5.1 VERTRIEBSWEGE .....	18
5.2 PREISKALKULATION .....	19
5.3 MARKETING-MIX .....	20
5.3.1 <i>Offline-Marketing</i> .....	20
5.3.2 <i>Online-Marketing</i> .....	21
<b>6. FINANZPLANUNG .....</b>	<b>22</b>
6.1 KAPITALBEDARFSPLANUNG .....	22
6.2 FINANZIERUNGSPLANUNG .....	22
6.3 UMSATZPLANUNG .....	24
6.4 KOSTENPLANUNG .....	25
6.5 RENTABILITÄTSPLANUNG .....	35
6.6 LIQUIDITÄTSPLANUNG .....	39
<b>7. SWOT-ANALYSE (STÄRKEN, SCHWÄCHEN, CHANCEN, RISIKEN) .....</b>	<b>52</b>
<b>8. MEILENSTEINPLANUNG .....</b>	<b>54</b>
<b>9. ERFOLGSKENNZAHLEN (KPI) .....</b>	<b>55</b>

## ANLAGEN

LEBENSÄUFE

ARBEITSVERTRÄGE

## 1. Management Summary

Diese Ausarbeitung beschreibt das Existenzgründungsvorhaben/die Übernahme/die Neuausrichtung eines Konzert- und Veranstaltungstechnikunternehmens.

Das Angebot umfasst Leistungen in den Bereichen Audio, Lighting, Bühne, Rigging und Video. Mittels hochmoderner und innovativer Lösungen kann das Unternehmen hohen Kundenanforderungen gerecht werden und selbst die ausgefallensten Wünsche umsetzen.

Zielgruppe sind Veranstalter von Events aller Art wie z.B. Konzerte, Firmenevents, PR-Events, Weihnachts-Events, Messeevents, Bühnenevents und Hochzeiten. Neben Konzertveranstaltern sind dies KMU (kleine und mittlere Unternehmen) sowie öffentliche Institutionen wie z.B. Vereine, Schulen, Gemeinden, Städte und Kommunen. Ziel ist die Entwicklung zufriedener Erstkunden zu Stammkunden. Es werden überwiegend Kunden aus einem Radius von 50 km um den Standort des Unternehmens erwartet (direktes Einzugsgebiet). Mitunter wird mit Nachfrage aus einem Umkreis von 100 km gerechnet (erweiterter Einzugsbereich). 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 Konzert- und Veranstaltungstechnik herunterladen!](#)