

BUSINESSPLAN

SCHWIMMSCHULE

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 | 8 |
| 2.3 KUNDENNUTZEN, ERFOLGSFAKTOREN UND WETTBEWERBSVORTEILE | 8 |
| 3. UNTERNEHMEN | 9 |
| 3.1 UNTERNEHMENSFÜHRUNG | 9 |
| 3.2 MITARBEITER | 10 |
| 3.3 PARTNER | 10 |
| 3.4 GRÜNDUNGSVORAUSSETZUNGEN | 10 |
| 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> | 22 |
| 5.3.2 <i>Online-Marketing</i> | 22 |
| 6. FINANZPLANUNG | 23 |
| 6.1 KAPITALBEDARFSPLANUNG | 23 |
| 6.2 FINANZIERUNGSPLANUNG | 24 |
| 6.3 UMSATZPLANUNG | 26 |
| 6.4 KOSTENPLANUNG | 27 |
| 6.5 RENTABILITÄTSPLANUNG | 36 |
| 6.6 LIQUIDITÄTSPLANUNG | 41 |
| 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 Schwimmschule.

Die Schwimmschule bietet Anfänger- und Fortgeschrittenenkurse für Kinder, Jugendliche, Erwachsene und Senioren, zum Beispiel Babyschwimmen, Kleinkinderschwimmen, Kindergartenschwimmen, Jugendschwimmen und Erwachsenenschwimmen. Schwimmbadabzeichen können ebenfalls erworben werden. Wassergymnastikangebote wie z.B. Aqua Fitness, Aqua Bike und Aqua Zumba runden das Angebot ab.

Die Zielgruppe des Schwimmlehrers setzt sich aus Kindern ab 4 Jahren, Jugendlichen und Erwachsenen aller Leistungsniveaus zusammen, vom Nichtschwimmer bis zum Anwärter auf das goldene Leistungsschwimmbadabzeichen. Ziel ist der Aufbau von Stammkunden, z.B. die mehrjährige Begleitung von Schwimmern vom Seepferdchen bis zum Leistungsschwimmer. 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 Schwimmschule herunterladen!](#)