

BUSINESSPLAN

TAUCHSCHULE

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	9
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	17
5. MARKETINGKONZEPT	19
5.1 VERTRIEBSWEGE	19
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
6. FINANZPLANUNG	23
6.1 KAPITALBEDARFSPLANUNG	23
6.2 FINANZIERUNGSPLANUNG	23
6.3 UMSATZPLANUNG	25
6.4 KOSTENPLANUNG	26
6.5 RENTABILITÄTSPLANUNG	35
6.6 LIQUIDITÄTSPLANUNG	40
7. SWOT-ANALYSE (STÄRKEN, SCHWÄCHEN, CHANCEN, RISIKEN)	52
8. MEILENSTEINPLANUNG	54
9. ERFOLGSKENNZAHLEN (KPI)	55

ANLAGEN

LEBENSÄUFE

ARBEITSVERTRÄGE

1. Management Summary

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

Das Angebot der Tauchschule besteht aus Tauchkursen für alle Altersklassen (z.B. Schnuppertrainings, Auffrischungstrainings, Open Water Diver, Advanced Open Water Diver, Master Diver). Darüber hinaus gibt es Spezialkurse wie z.B. Tieftauchkurse oder Nachttauchkurse. Es werden sowohl Einzel- als auch Gruppentrainings angeboten. Ziel ist es, Spaß am Tauchsport zu vermitteln und die Fähigkeiten der Schüler auf ein neues Niveau zu heben. Zur Abrundung des Angebots tragen Tauchreisen in Form von Tauchcamps und der Verkauf von Tauchprodukten wie z.B. Ausrüstung und Zubehör bei.

Zielgruppe der Tauchschule sind tauchsportbegeisterte Menschen aller Leistungsniveaus, vom Anfänger bis zum passionierten Anwarter auf einen bestimmten Tauchschein. Die Hauptzielgruppe ist zwischen 18 und 59 Jahre alt und zu 80% männlich. Erwartet werden mehrheitlich Tauchschüler aus einem Umkreis von 25 km um die Tauchschule (direktes Einzugsgebiet). Das erweiterte Einzugsgebiet umfasst einen Radius von 100 km um den Standort. 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 Tauchschule herunterladen!](#)