

BUSINESSPLAN

GOLD AN- UND VERKAUF

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 | 9 |
| 3.1 UNTERNEHMENSFÜHRUNG | 9 |
| 3.2 MITARBEITER | 9 |
| 3.3 PARTNER | 9 |
| 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 | 19 |
| 5.3 MARKETING-MIX | 21 |
| 5.3.1 <i>Offline-Marketing</i> | 21 |
| 5.3.2 <i>Online-Marketing</i> | 21 |
| 6. FINANZPLANUNG | 22 |
| 6.1 KAPITALBEDARFSPLANUNG | 22 |
| 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 eines Goldhandelsunternehmens.

Das Geschäftsmodell umfasst den Goldankauf und den Goldverkauf, sprich den Handel mit Gold. Angekauft wird das Gold (z.B. Gold, Feingold, Altgold, Zahngold, Goldschmuck, Weißgold, Golduhren und Goldketten) mit einem Abschlag ausgehend vom Wert des Goldes. Als Basis zur Bewertung des jeweiligen Edelmetalls dient eine Edelmetallanalyse auf Basis tagesaktueller Edelmetallpreise an internationalen Börsen. Verkauft wird zum tatsächlichen Kurs. Das Angebot wird durch Herstellung, Umbau, Reparatur und Reinigung von Goldschmuck und sonstigem Schmuck abgerundet.

Zur Zielgruppe des Gold An- und Verkäufers gehören einerseits private oder gewerbliche Verkäufer von Gold oder Silber, andererseits Käufer solcher Edelmetalle. Die Zielgruppe ist zu 70% weiblich und meist zwischen 35 und 75 Jahre alt. 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 Gold An- und Verkauf herunterladen!](#)