

BUSINESSPLAN

SECOND HAND SHOP

NAME, VORNAME

Straße, Hausnummer

Postleitzahl, Ort

ihremail@email.de

12345/1234567

INHALTSVERZEICHNIS

1. MANAGEMENT SUMMARY	3
2. GESCHÄFTSMODELL	4
2.1 ANGEBOTSBESCHREIBUNG	4
2.2 ZIELGRUPPE.....	5
2.3 KUNDENNUTZEN, ERFOLGSFAKTOREN UND WETTBEWERBSVORTEILE	6
3. UNTERNEHMEN	7
3.1 UNTERNEHMENSFÜHRUNG	7
3.2 MITARBEITER.....	7
3.3 PARTNER.....	8
3.4 GRÜNDUNGSVORAUSSETZUNGEN.....	8
3.5 RECHTSFORM	9
3.6 VERSICHERUNGEN.....	10
3.7 STANDORT.....	11
3.8 CORPORATE IDENTITY (CI).....	12
4. MARKT UND WETTBEWERB	13
4.1 MARKTANALYSE.....	13
4.2 WETTBEWERBSANALYSE.....	21
5. MARKETINGKONZEPT	23
5.1 VERTRIEBSWEGE	23
5.2 PREISKALKULATION.....	24
5.3 MARKETING-MIX	25
5.3.1 <i>Offline-Marketing</i>	25
5.3.2 <i>Online-Marketing</i>	25
6. FINANZPLANUNG	26
6.1 KAPITALBEDARFSPLANUNG.....	26
6.2 FINANZIERUNGSPLANUNG	27
6.3 UMSATZPLANUNG.....	29
6.4 KOSTENPLANUNG	31
6.5 RENTABILITÄTSPLANUNG	33
6.6 LIQUIDITÄTSPLANUNG.....	35
7. SWOT-ANALYSE (STÄRKEN, SCHWÄCHEN, CHANCEN, RISIKEN)	39
8. MEILENSTEINPLANUNG	41
9. ERFOLGSKENNZAHLEN (KPI)	42

ANLAGEN

LEBENSÄUFE

ARBEITSVERTRÄGE

1. Management Summary

Diese Ausarbeitung beschreibt das Existenzgründungsvorhaben/die Übernahme/die Neuausrichtung eines Second Hand Shops.

Das Geschäft des Second Hand Shops umfasst den An- und Verkauf gut erhaltener Modeartikel aller Art in den Bereichen Damen-, Herren- und Kindermode, zum Beispiel Pullover, Blusen, T-Shirts, Hosen und Jacken. Darüber hinaus werden Accessoires wie z.B. Ketten, Ringe, Taschen und Geldbörsen angeboten.

Die Zielgruppe des Second Hand Shops sind Personen, die Mode vor allem günstig kaufen möchten bzw. sogar auf günstige Möglichkeiten der Kleidungsbeschaffung angewiesen sind. Darüber hinaus zählen Menschen zur Zielgruppe, die sich gezielt von der "Wegwerfgesellschaft" distanzieren möchten und einen nachhaltigen Umgang mit Mode anstreben. Tendenziell umfasst die Zielgruppe untere bis mittlere Einkommensschichten. Zur Zielgruppe gehören Kinder, Jugendliche, Erwachsene und Senioren in einem Umkreis von 15 km um den Second Hand Shop (direkter Einzugsbereich). Das erweiterte Zielgebiet umfasst einen Radius von 30 km um den Standort. Solide Grundlage des Erfolgs sind Stammkunden. Laufkundschaft zählt ebenfalls zur Zielgruppe. 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 Second Hand Shop herunterladen!](#)