# **BUSINESSPLAN**

# **TAXIUNTERNEHMEN**

# 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	8
3. UNTERNEHMEN	9
3.1 Unternehmensführung	9
3.2 MITARBEITER	9
3.3 PARTNER	10
3.4 Gründungsvoraussetzungen	10
3.5 RECHTSFORM	
3.6 Versicherungen	
3.7 STANDORT	
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 Offline-Marketing	
5.3.2 Online-Marketing	22
6. FINANZPLANUNG	23
6.1 Kapitalbedarfsplanung	23
6.2 FINANZIERUNGSPLANUNG	24
6.3 Umsatzplanung	26
6.4 KOSTENPLANUNG	27
6.5 RENTABILITÄTSPLANUNG	
6.6 LIQUIDITÄTSPLANUNG	43
7. SWOT-ANALYSE (STÄRKEN, SCHWÄCHEN, CHANCEN, RI	SIKEN)57
8. MEILENSTEINPLANUNG	59
9. ERFOLGSKENNZAHLEN (KPI)	60

### ANLAGEN

LEBENSLÄUFE

ARBEITSVERTRÄGE

#### 1. Management Summary

Diese Ausarbeitung beschreibt das Existenzgründungsvorhaben/die Übernahme/die Neuausrichtung eines Taxiunternehmens.

Das Geschäft des Taxiunternehmers umfasst allgemeine Taxifahrten, Flughafenservice, Businesstransfers, Stadtrundfahrten und Limousinenvermietung.

Zielgruppe sind einerseits Privatpersonen (z.B. Urlaubsreisende, Senioren und Menschen ohne Pkw) und andererseits Geschäftsreisende lokaler Unternehmen aller Größenklassen und Branchen. Der typische Taxikunde ist zwischen 25 und 59 Jahre alt und Besserverdiener. 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 Taxiunternehmen herunterladen!