

# BUSINESSPLAN

---

MODELABEL / MODEDESIGNER

**NAME, VORNAME**

Straße, Hausnummer

Postleitzahl, Ort

[ihremail@email.de](mailto:ihremail@email.de)

12345/1234567

# INHALTSVERZEICHNIS

---

<b>1. MANAGEMENT SUMMARY</b> .....	<b>3</b>
<b>2. GESCHÄFTSMODELL</b> .....	<b>5</b>
2.1 ANGEBOTSBESCHREIBUNG .....	5
2.2 ZIELGRUPPE .....	6
2.3 KUNDENNUTZEN, ERFOLGSFAKTOREN UND WETTBEWERBSVORTEILE .....	6
<b>3. UNTERNEHMEN</b> .....	<b>8</b>
3.1 UNTERNEHMENSFÜHRUNG .....	8
3.2 MITARBEITER .....	8
3.3 PARTNER .....	8
3.4 GRÜNDUNGSVORAUSSETZUNGEN .....	9
3.5 RECHTSFORM .....	10
3.6 VERSICHERUNGEN .....	11
3.7 STANDORT .....	12
3.8 CORPORATE IDENTITY (CI) .....	13
<b>4. MARKT UND WETTBEWERB</b> .....	<b>14</b>
4.1 MARKTANALYSE .....	14
4.2 WETTBEWERBSANALYSE .....	16
<b>5. MARKETINGKONZEPT</b> .....	<b>18</b>
5.1 VERTRIEBSWEGE .....	18
5.2 PREISKALKULATION .....	19
5.3 MARKETING-MIX .....	20
5.3.1 <i>Offline-Marketing</i> .....	20
5.3.2 <i>Online-Marketing</i> .....	21
<b>6. FINANZPLANUNG</b> .....	<b>22</b>
6.1 KAPITALBEDARFSPLANUNG .....	22
6.2 FINANZIERUNGSPLANUNG .....	23
6.3 UMSATZPLANUNG .....	25
6.4 KOSTENPLANUNG .....	26
6.5 RENTABILITÄTSPLANUNG .....	35
6.6 LIQUIDITÄTSPLANUNG .....	40
<b>7. SWOT-ANALYSE (STÄRKEN, SCHWÄCHEN, CHANCEN, RISIKEN)</b> .....	<b>52</b>
<b>8. MEILENSTEINPLANUNG</b> .....	<b>54</b>
<b>9. ERFOLGSKENNZAHLEN (KPI)</b> .....	<b>55</b>

## ANLAGEN

LEBENS-LÄUFE

ARBEITSVERTRÄGE

## 1. Management Summary

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

Als eingetragene Marke beim Deutschen Patent- und Markenamt umfasst das Angebot des Modelabels eine eigens entworfene Modekollektion. Im Einzelnen werden T-Shirts, Tops, Kleider, Hosen, Unterwäsche, Mäntel und Accessoires (z.B. Taschen, Geldbörsen und Schuhe) angeboten. Ziele sind der Aufbau einer starken Marke und die rasche Steigerung der Markenbekanntheit und des Markenwerts.

Die Zielgruppen sind extrovertierte, trend- und modebewusste Menschen, die Kleidung von starken Modemarken (Brands) bevorzugen und sich gezielt vom Massenmarkt der Modeindustrie abgrenzen möchten. Tendenziell umfasst die Zielgruppe Besserverdiener mit hoher Bildung im Alter zwischen 18 und 49 Jahren. 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 Modelabel / Modedesigner herunterladen!](#)