

BUSINESSPLAN

SANITÄTSHAUS

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 | 10 |
| 3.1 UNTERNEHMENSFÜHRUNG | 10 |
| 3.2 MITARBEITER | 10 |
| 3.3 PARTNER | 11 |
| 3.4 GRÜNDUNGSVORAUSSETZUNGEN | 11 |
| 3.5 RECHTSFORM | 12 |
| 3.6 VERSICHERUNGEN | 13 |
| 3.7 STANDORT | 14 |
| 3.8 CORPORATE IDENTITY (CI) | 15 |
| 4. MARKT UND WETTBEWERB | 16 |
| 4.1 MARKTANALYSE | 16 |
| 4.2 WETTBEWERBSANALYSE | 19 |
| 5. MARKETINGKONZEPT | 21 |
| 5.1 VERTRIEBSWEGE | 21 |
| 5.2 PREISKALKULATION | 22 |
| 5.3 MARKETING-MIX | 23 |
| 5.3.1 <i>Offline-Marketing</i> | 23 |
| 5.3.2 <i>Online-Marketing</i> | 23 |
| 6. FINANZPLANUNG | 24 |
| 6.1 KAPITALBEDARFSPLANUNG | 24 |
| 6.2 FINANZIERUNGSPLANUNG | 25 |
| 6.3 UMSATZPLANUNG | 27 |
| 6.4 KOSTENPLANUNG | 28 |
| 6.5 RENTABILITÄTSPLANUNG | 38 |
| 6.6 LIQUIDITÄTSPLANUNG | 43 |
| 7. SWOT-ANALYSE (STÄRKEN, SCHWÄCHEN, CHANCEN, RISIKEN) | 56 |
| 8. MEILENSTEINPLANUNG | 58 |
| 9. ERFOLGSKENNZAHLEN (KPI) | 59 |

ANLAGEN

LEBENSÄUFE

ARBEITSVERTRÄGE

1. Management Summary

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

Das Produktprogramm umfasst ein breites Angebot an Hilfsmitteln wie z.B. Schuhe, Einlagen, Bandagen, Kompressionsprodukte, Rollstühle, Rollatoren, Gehhilfen, Badhilfen, Pflegebetten und Treppenlifte.

Die Zielgruppe des Sanitätshauses umfasst alle Menschen im direkten Umfeld des Sanitätshauses (ca. 25 km), die auf Hilfsmittel aller Art angewiesen sind. In erster Linie sind dies Senioren, allerdings zählen auch Kinder, Jugendliche und Erwachsene zur Zielgruppe. Es zählen sowohl Personen mit einem Neubedarf, als auch mit Ersatzbedarf für Hilfsmittel 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 Sanitätshaus herunterladen!](#)