

BUSINESSPLAN

TOURISMUS

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	9
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	20
5. MARKETINGKONZEPT	22
5.1 VERTRIEBSWEGE	22
5.2 PREISKALKULATION	22
5.3 MARKETING-MIX	23
5.3.1 <i>Offline-Marketing</i>	23
5.3.2 <i>Online-Marketing</i>	24
6. FINANZPLANUNG	25
6.1 KAPITALBEDARFSPLANUNG	25
6.2 FINANZIERUNGSPLANUNG	26
6.3 UMSATZPLANUNG	27
6.4 KOSTENPLANUNG	28
6.5 RENTABILITÄTSPLANUNG	38
6.6 LIQUIDITÄTSPLANUNG	42
7. SWOT-ANALYSE (STÄRKEN, SCHWÄCHEN, CHANCEN, RISIKEN)	54
8. MEILENSTEINPLANUNG	56
9. ERFOLGSKENNZAHLEN (KPI)	57

ANLAGEN

LEBENS-LÄUFE

ARBEITSVERTRÄGE

1. Management Summary

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

Das Tourismusunternehmen bietet ein breites Angebot touristischer Leistungen. Beispielsweise werden Familienreisen, Badereisen, Kreuzfahrten, Studienreisen und Städtereisen angeboten.

Zur Zielgruppe des Tourismusunternehmens gehören Hotels, Pensionen, Bauernhöfe, Campingplätze und Busunternehmen, aber auch Gemeinden, Städte, Kommunen, Länder und Reisebüros. 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 Tourismus herunterladen!](#)