

Businessplan Muster GmbH

Businessplan

Übersicht

Name der Unternehmung:

Businessplan Muster GmbH

Name der Gründerin:

Frau Businessplan Muster

Standort:

Businessplan-Musterstadt

Gegenstand:

Der internationale Handel mit Kfz

Höhe des Stammkapitals:

XXX.XXX,- Euro

Personalbedarf in den ersten 3 Jahren (kumuliert):

1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr
X Mitarbeiter	X Mitarbeiter	X Mitarbeiter

Umsatzerwartung in den ersten 3 Jahren:

1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr
XXX.XXX	XXX.XXX	XXX.XXX

Gewinnerwartung in den ersten 3 Jahren:

1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr
XXX.XXX	XXX.XXX	XXX.XXX

Inhaltsangabe

1. GESCHÄFTSIDEE	4
1.1. HANDELSFOKUS.....	4
1.2. ALLEINSTELLUNGSMERKMALE	5
1.3. GESCHÄFTSSTRATEGIE	6
2. MARKTANALYSE	7
2.1. DER CHINESISCHE KFZ UND KFZ ABSATZMARKT	7
2.2. WETTBEWERB	10
2.3. ZIELGRUPPE.....	11
2.4. RISIKEN	11
3. SWOT-ANALYSE	13
4. STANDORT	13
5. PARTNER	14
5.1. KUNDEN UND LIEFERANTEN	14
5.2. DIE BUSINESSPLAN-MUSTER PARTNERUNTERNEHMEN	14
6. MARKETINGSTRATEGIE	15
6.1. PREISPOLITIK	15
6.2. KOMMUNIKATIONSPOLITIK.....	15
7. DIE GESCHÄFTSFÜHRERIN	17
8. MITARBEITER	17
9. FINANZPLAN	17
9.1. ERLÄUTERUNGEN	17
9.2. KAPITAL	18

1. Geschäftsidee

Die Businessplan Muster GmbH möchte mit Luxus-Kfz ein internationales Handelsgeschäft betreiben. Es werden Produkte von deutschen Premiummarken nach China exportiert.

Geschäftsführerin Businessplan-Muster ist seit 2009 stellvertretende Geschäftsführerin eines mittelgroßen chinesischen Herstellers von Bremstechnik namens Businessplan-Muster Partnerunternehmen. Das Unternehmen verfügt über besondere Geschäftsbeziehungen zu zahlreichen chinesischen Abnehmern von Premium-Kfz und hat schon öfter mit deutschen und europäischen Unternehmen Geschäfte getätigt. Insbesondere interessiert man sich für Sportwagen und Limousinen. Da die Geschäftsführerin viel Berufserfahrung und technische Kenntnisse einbringen kann, wird dem Gründungsunternehmen besonders viel Know-How zur Verfügung stehen, so dass das ehrgeizige Unternehmenskonzept gut realisiert werden kann.

Mehrere Geschäftskontakte in Europa, hauptsächlich Kunden für Bremstechnik in Deutschland und Dänemark, bestehen bereits durch das Geschäft der Businessplan-Muster Partnerunternehmen. Weitere Partner wurden durch die Vorarbeit der Geschäftsführerin bereits ausfindig gemacht. Da der chinesische Kfz-Markt sich immer noch in einer Boomphase befindet, steht dem schnellen Markteintritt nichts im Wege. Durch Ausnutzung aller Synergien wird die deutsche GmbH von dem chinesischen Partnerunternehmen Businessplan-Muster Partnerunternehmen auf verschiedenen Ebenen profitieren können. Die Zusammenarbeit wird das Marketing, die Kundenbetreuung und die Einkaufs- wie auch Absatzposition der beiden Unternehmen verbessern, so dass das große Synergiepotential optimal in entsprechenden Geschäftserfolg umgewandelt werden kann. In diesem Sinne ist zu erwarten, dass der Markteintritt der Businessplan Muster GmbH von Erfolg geprägt sein wird.

1.1. Handelsfokus

Die Kfz, welche das Unternehmen nach China exportieren möchte, sind hauptsächlich Kfz der Marken Land Rover, Porsche Cayenne, Mercedes-Benz und BMW. Diese Premium-Kfz sind langlebig, komfortabel (viel Platz) und werthaltig und deshalb in China sehr populär, sowohl aus praktischen als auch aus Prestige Gründen. Mittlerweile gibt es so viele Fahrzeuge dieser beliebten Premium-

Marken auf den Straßen Chinas, dass auch viele Werkstätten sich darauf eingerichtet haben, was der weiteren Marktdurchdringung der ausländischen Marke förderlich ist.

Der registrierte Geschäftsgegenstand der Businessplan Muster GmbH umfasst eine Reihe weiterer möglicher Geschäftsaktivitäten im Bereich der Entwicklung und Herstellung von Kfz-Technik, sowie den Handel mit Konsumgütern, insbesondere Wein und Textilien. Die Mit anmeldung dieser Geschäftsgegenstände erfolgt aus Überlegungen, nach einer erfolgreichen Umsetzung der Primär-Geschäftsaktivitäten noch weitere Handelsmöglichkeiten zu nutzen. Frau Businessplan Muster verfügt gemeinsam mit Ihrem Mann über zwei weitere Firmen in China, die Businessplan Muster Automotive Components Co., Ltd. welche Entwicklung und Herstellung von Kfz-Teilen betreibt sowie die Handelsgesellschaft Businessplan Muster International Trade Co., Ltd., welche unter anderem mit Wein und anderen Konsumgütern handelt. Aus diesem Grund sind die relativ breit gefächerten Geschäftsanliegen der Businessplan Muster GmbH durchaus von konkreten Überlegungen und Absichten untermauert.

1.2. Alleinstellungsmerkmale

Die Businessplan Muster GmbH genießt eine Fülle an Alleinstellungsmerkmalen gegenüber heutigen Wettbewerbern wie auch neu hinzutretenden Firmen. Diese Alleinstellungsmerkmale in ihrer Gesamtheit sind eine spezifische Stärke des Gründungsunternehmens. Sie werden dazu beitragen, Chancen umsetzen zu können und ein langfristiges und stetiges Wachstum selbst in unsicheren Konjunkturphasen zu ermöglichen.

Das wichtigste Alleinstellungsmerkmal findet sich in der Partnerschaft zu der Businessplan-Muster Partnerunternehmen Die Geschäftsführerin der Businessplan Muster GmbH wird als simultane stellvertretende Geschäftsführerin (Hauptgeschäftsführer der Businessplan-Muster Partnerunternehmen ist ihr Mann Herr Businessplan-Muster Partner) der chinesischen Partnerunternehmung die Geschicke der Firmen so aufeinander einstimmen und ausrichten, dass eine sehr harmonische und effiziente Geschäftsbeziehung entstehen kann. Der Einkauf von Produkten in Deutschland durch eine deutsche GmbH schafft zahlreiche Kommunikationsbarrieren aus dem Weg und erleichtert die logistische Durchführung komplexer Beschaffungsaufträge. Zudem ist die Unternehmensrepräsentation stärker

und auch für das chinesische Partnerunternehmen wird ein Reputationszugewinn erzielt.

Die Geschäftsführerin selbst und ihr Einsatz für die Businessplan Muster GmbH sind ein ebenfalls wichtiges Alleinstellungsmerkmal. Frau Businessplan Muster hat bereits in der Führungsposition eines Branchenunternehmens gearbeitet, hat zuvor eine Kommunikationsagentur aufgebaut und somit als ausgebildete Grafikdesignerin auch unternehmerisches Talent bewiesen. Somit ist Frau Businessplan Muster sachverständig und kann selbst Qualitätskontrollen, Kundenberatung in chinesischer Sprache und ähnliche Aufgaben erfüllen, bei denen Sachkenntnisse wichtig sind. Die Mehrheit der Wettbewerber verfügt nicht über eine solche Personalunion von Geschäftsführung und Kenntnis des operativen Geschäfts.

1.3. Geschäftsstrategie

Wie bereits angesprochen, verfolgt die Businessplan Muster GmbH gemeinsam mit dem chinesischen Partner Businessplan-Muster Partnerunternehmen eine Strategie der Spezialisierung im Segment hochwertiger Kfz deutscher Qualitätsmarken. Das deutsche Unternehmen wird zunächst vor allen Dingen logistische Prozesse und den Einkauf einfach und kontrollierbar machen. Eigenständig wird es mit den chinesischen Kunden aus dieser vorteilhaften Position heraus sukzessive seine Marktposition formieren und auch technisches Know-How vor Ort in Form erfahrener deutscher Mitarbeiter einkaufen.

Da es im Handel mit hochwertigen Kfz auf internationalem Niveau und besonders zwischen China und Europa auf gute Kontakte zu den etablierten Großabnehmern ankommt, hat Frau Businessplan Muster schon früh gute Beziehungen zu wichtigen Schlüsselpersonen aufgebaut. Durch zusätzliche Internet- und Printwerbungen sowie Messebesuche, wird der Bekanntheitsgrad der Businessplan Muster GmbH in Deutschland und China schnell aufgebaut werden können. Zusätzlich wird auch der eigene Newsflow aktiv kommuniziert, mit der Beachtung von Themen wie Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung der Unternehmen wird sich die Businessplan Muster GmbH zukunftsfähig positionieren können. Die bestehenden Kontakte der Businessplan-Muster Partnerunternehmen in der Etablierung der deutschen Gründungsunternehmung zu nutzen und Einkaufsbeziehungen zu vertiefen ist in den Anfangsstadien der Unternehmensentwicklung ein wichtiges Etappenziel.

Wenn die kurzfristigen Unternehmensziele erreicht sind, wird die Businessplan Muster GmbH weiter expandieren. Langfristig (etwa in 5-7 Jahren) sollen durch Investitionen i.H.v. XXX.000 Euro eine Europazentrale mit eigener Entwicklungsabteilung für technische Kooperationen eingerichtet werden. Bis dahin können durch das Handelsgeschäft gute Profite erzielt werden, während der Markt und das Produktangebot analysiert wird, um mit Know-How und belastbaren Geschäftskontakte die weiteren Phasen begehen kann. Somit verfolgt die Unternehmung eine Strategie des organischen und nachhaltigen Wachstums, welche zugleich die Strategie zum Aufbau eines positiven und glaubhaften Marketingauftritts einbindet.

2. Marktanalyse

2.1. Der chinesische Kfz und Kfz Absatzmarkt

Laut einer Studie der Unternehmensberatung McKinsey wird der Absatz von Fahrzeugen mit einem Neuwert zwischen 25.000 und 150.000 Euro von 1,25 Millionen im Jahr 2012 auf rund drei Millionen im Jahr 2020 steigen. Die USA, wo 2012 rund 1,7 Millionen Premium-Modelle verkauft wurden, werden der Studie zufolge im Premiumsegment auf den zweiten Platz zurückfallen.

Bis 2020 wird das Premiumsegment demnach jährlich um 12% zulegen. Vor allem deutsche Premiumhersteller wie Audi, Porsche, BMW und Mercedes können von Chinas wachsenden Appetit auf Luxus profitieren. Laut McKinsey liegt der Anteil der deutschen Produzenten in Chinas Premiummarkt schon jetzt bei 80%. Allein die VW-Tochter Audi verkaufte im Jahr 2012 rund 400.000 Fahrzeuge in China. Der Sportwagenhersteller Porsche konnte im vergangenen Jahr 30.000 Fahrzeuge in China absetzen und so einen neuen Absatzrekord erzielen.

Um auch weiter von dem Premium-Boom zu profitieren, müssten die deutschen Hersteller ihr Vertriebsnetz in den chinesischen Städten ausbauen, so Detlev Mohr, Leiter von McKinseys europäischer Automobilberatung. Zudem müssen die Hersteller laut Mohr auf Preise und moderne Antriebstechnologien achten. In den USA und Deutschland wird das Premiumsegment bis 2020 McKinsey zufolge jährlich nur um respektive 4% und 2% zulegen. Die Betonung, dass der Preis und tatsächliche, technologische Werthaltigkeit eine Rolle spielt, deckt sich mit den Entwicklungen im Luxusgütermarkt, dass selbst die reichsten Chinesen mittlerweile

etwas weniger zügellos Geld ausgeben, die Oberschicht "wird erwachsen", so heißt es.

Die Abhängigkeit der deutschen Autobauer von der Kaufkraft der Konsumenten im Reich der Mitte ist in den vergangenen Jahren stark gewachsen. Manche Experten sehen darin ein Problem heraufziehen, wenn die jahrelang stark wachsende Wirtschaft Chinas einbrechen sollte oder politische Konflikte wie aktuell zwischen dem Westen und Russland in der Krim-Krise das Geschäft treffen sollten. Der Erfolg in China ist aber entscheidend für die Wachstumsziele der Premiumhersteller. Daimler hat sich vorgenommen, bis 2020 wieder die Nummer eins weltweit zu sein, liegt derzeit aber hinter BMW und Audi auf Platz drei. Die VW-Tochter hat das selbe Ziel, und beide bauen ihr Vertriebsnetz in China stark aus.

Diese Tendenzen sind einerseits positiv, da die Präsenz vieler Wagen ausländischer Marken Kaufreize setzt und auch die Dichte von Service-Werkstätten erhöht. Andererseits wird natürlich das Importgeschäft etwas schwieriger, wenn die Autobauer im großen Stil eigene Vertriebsaktivitäten unterhalten. Es gibt jedoch viel Diversifizierungspotential, speziell was die zu importierenden Modelle angeht. Wohlhabende Chinesen legen vor allem Wert auf Platz im Auto. So sind Audi und Mercedes mit Nobelkarossen in Langversion wie dem Audi A6 und der E-Klasse erfolgreich. Auch Geländewagen sind gefragt.

Dass die Zukunft der Hersteller auf jeden Fall in China liegt, zu diesem Ergebnis kommt auch eine Studie des Center of Automotive Management (CAM) zur Absatz- und Marktpositionierung der 17 größten Automobilkonzerne weltweit. Demnach bestimmen China zusammen mit den USA mit einem Zuwachs von 12 Millionen Pkw seit dem Jahr 2010 bald über die Hälfte des globalen Automobilabsatzes. Im gleichen Zeitraum seien in Westeuropa trotz der Erholung 2013 (+4,8%) die Pkw-Verkäufe um rund 0,9 Millionen zurückgegangen, heißt es in der Studie.

Darüber hinaus haben die 17 größten Automobilkonzerne im Jahr 2014 ihren globalen Absatz um 3,8% auf den Rekordwert von 74,9 Millionen Pkw erhöhen können. Zu den Gewinnern zählen vor allem die deutschen Konzerne Daimler (+9,9%), BMW (+7,9%) und Volkswagen (+4,5%). Auch die kleineren japanischen Hersteller Subaru (+15,6%) und Mazda (+6,6%) haben laut Studie kräftige Zuwächse bei den Pkw-Verkäufen einstreichen können. Unterdurchschnittlich falle die Entwicklung bei den Autobauern Ford (-0,1%), Suzuki

(+1,0%), GM (+2,2%) sowie Toyota (+ 2,5%) aus. Diese Entwicklung zeigt nochmal sehr schön, wie beliebt die Kfz aus deutscher Herstellung sind.

Um die Chancen des Gründungsunternehmens besser zu beleuchten, lohnt sich auch ein Blick auf den Markt für Luxusgüter in China generell. 2012 wurde der chinesische Luxusmarkt der größte in der Region Asien, überholte dabei Japan und war der zweitgrößte der Welt. Wohlhabende Chinesen aus China einschließlich Macao, Hongkong und Taiwan gaben damals geschätzte 27 Milliarden Euro für Luxusgüter aus, etwa 12% des Gesamtvolumens eines 212 Milliarden Euro schweren Marktes.

Der in 2014 in China verzeichnete Rückgang bei den Luxusausgaben war jedoch der stärkste seit über fünf Jahren. Für die Hersteller von Luxusprodukten, die sich für ihr Wachstum zunehmend auf den chinesischen Markt verlassen, war diese Entwicklung unvorhergesehen.

Der Rückgang deckt sich mit einer Anti-Korruptions-Kampagne der Regierung, welche einerseits teure Geschenke zwischen Unternehmern und Offiziellen belangt und andererseits auch den Fluss von Schmiergeldern erschwert, die den Luxuskonsum anfeuern könnten. Andererseits ist es inzwischen unter Chinas Reichen auch zu einer neuen Gewohnheit geworden, für Einkaufstouren ins Ausland zu fahren und bei dieser Gelegenheit Luxusprodukte mitzubringen. Dieser Trend gilt jedoch naturgemäß nicht für Premium-Kfz, sondern vor allem für Uhren, Schmuck und sonstige leicht transportierbare Güter.

Hinzu kommt, bereits ein Drittel der reichen Chinesen hat die Volksrepublik dauerhaft verlassen oder verbringt regelmäßig viel Zeit im Ausland. Laut dem Hurun-Report (einer Marktstudie über Luxusprodukte) planen viele andere, das Gleiche zu tun, da sie sich im Ausland für ihre Kinder bessere Bildungschancen erhoffen und zudem der tw. kritischen Luftverschmutzung in den großen Städten zu entgehen.

Global gesehen sind die Chinesen immer noch die Top-Konsumenten von Luxusartikeln. Doch das Kaufverhalten ändert sich, zudem gibt es wirtschaftliche Probleme. Diese Trends muss das Gründungsunternehmen im Auge behalten.

Insgesamt ist bei Betrachtung der vorliegenden Daten davon auszugehen, dass der Markteintritt der Businessplan Muster GmbH durch die bestehenden Partner in China, der Marktpositionierung in beliebten Premium-Marken und dem allgemeinen Trend unter guten Bedingungen erfolgt. Trotz Krisen und Turbulenzen halten sich die ausgewählten Segmente sehr robust, und es ist mit weiterem Wachstum im Zuge einer breiteren Erholung der Wirtschaft zu rechnen.

2.2. Wettbewerb

Als spezialisierter Händler im Premium-Kfz-Segment wird die Businessplan Muster GmbH in ihrem Unternehmensumfeld aufgrund der Partnerschaften in China nur wenige Wettbewerber antreffen, die echten Einfluss auf das Geschäftsmodell der Unternehmung ausüben könnten. Zwar gibt es, wie auch in der Marktbetrachtung erwähnt, eine vitale Unternehmenslandschaft in China, welche sich das Marktvolumen aufteilt. Neben den ausländischen Joint-Ventures und den Importfirmen wachsen derzeit auch rein chinesische Hersteller mit eigenen Produktionsanlagen für Premium-Kfz und werden in einigen Jahren mit ihren eigenen Limousinen- und Sportwagenmodellen Wettbewerbsdruck in die Branche hineinbringen, auch international. Die Businessplan Muster GmbH wird sich strategisch gut positionieren können und dank einem Fokus auf beliebte Marken auch in der langfristigen Zukunftsbetrachtung ihr Geschäft gut betreiben können.

Durch die Fokussierung auf Produkte der erwähnten Marken schafft sich die Businessplan Muster GmbH mit Hilfe der bestehenden Firmen der Gründerin und ihres Mannes eine aussichtsreiche Marketingposition, welche genügen wird, um auch langfristig im chinesischen Wettbewerb bestehen zu können. Der wichtige Partner Businessplan-Muster Partnerunternehmen ist als etablierter Kfz-Technik Hersteller durch gewachsene Kundenbeziehungen und zahlreiche erfolgreich ausgeführte Aufträge robust aufgestellt, so dass ggf. zusätzliche Ressourcen bereitstehen, um den Vertrieb der Import-Kfz anzutreiben.

Es können beim Export von Kfz von Deutschland nach China aufgrund der Möglichkeit von Wunsch-Individualisierungen (Farbe, Ein-/Anbauten, Elektronik etc.) Vorteile für chinesische Kunden geschaffen werden, die auf Wunsch bestellen. Mit einwandfreier Kundenbetreuung und sehr gutem Service wird sich die Businessplan Muster GmbH gegenüber ähnlich aufgestellten Unternehmen gut durchsetzen können. Wichtig ist für chinesische Kunden vor allen Dingen, dass die beliebtesten Modelle erworben werden. Durch den Input der erfahrenen Geschäftsführerin werden Transport-, Versicherungs-, Informations- und Lagerkosten minimiert. Mit einer besonders vollwertigen Betreuung werden Kunden durch ihre Zahlungsbereitschaft Impulse für eine optimale logistische Organisation setzen. Die Businessplan Muster GmbH wird bei der Logistik mit dem erfahrenen und langjährig bewährten Anbieter Businessplan Muster Logistics Co., Ltd. zusammenarbeiten, so dass auch von dieser Seite her keine Risiken für die Kundenzufriedenheit ausgehen.

In der Schlussbetrachtung lässt sich sagen, dass die Wettbewerbssituation der Businessplan Muster GmbH aufgrund der bestehenden Markttrends und eigener Stärke äußerst zufriedenstellend ist. Wegen der Sonderstellung des Gründungsunternehmens als professioneller Marktteilnehmer mit Geschäftsbeziehungen und diversifiziertem Geschäftsmodell eröffnet sich für die Businessplan Muster GmbH eine sehr aussichtsreiche Zukunft, der das Unternehmen durch seine strategische Ausrichtung optimistisch entgegenzutreten kann.

2.3. Zielgruppe

Die Zielgruppe für die Vermarktung der Produkte der Businessplan Muster GmbH sind wohlhabende chinesische Privatpersonen, bzw. Autohäuser.

Es wird so geplant, dass das Marketing der Businessplan Muster GmbH über die erprobten Kanäle der bestehenden chinesischen Firmen, die sich unter Kontrolle von Frau Businessplan Muster und ihres Mannes befinden, erfolgt. Die Streuung der Werbemaßnahmen wird entsprechend eingegrenzt sein, um mit den zur Verfügung stehenden Ressourcen verantwortungsvoll haushalten zu können. So werden etwa die Nutzung von stark spezifizierter Internetwerbung, telefonische Kaltakquise, der Besuch branchenspezifischer Messen und das Inserieren in Fachzeitschriften als wirkungsvolle Methoden betrachtet, die Angebote der Businessplan Muster GmbH weithin bekannt zu machen. Die Geschäftsführerin als chinesische Muttersprachlerin wird auch in der Lage sein, Entscheider in chinesischen Unternehmen mit dem richtigen Profil direkt und persönlich anzusprechen, bzw. über ihr Kontaktnetzwerk Geschäftsbeziehungen zu ermöglichen.

2.4. Risiken

Die Risiken, derer sich die Businessplan Muster GmbH ausgesetzt fühlt, sind in erster Linie operative Risiken beim Handel mit den hochwertigen und empfindlichen Kfz. Transportrisiken, Lagerrisiken oder Ausfallrisiken werden durch Abschluss entsprechender Versicherungen minimiert. Ein weiteres Risiko ist auch der plötzliche Ausfall eines oder mehrerer Partnerunternehmen. Besonders am Anfang würde dies die Wachstumsziele der jungen Unternehmung gefährden. Da die Partner allerdings langjährig bewährte und gut geführte Unternehmungen sind und schnell weitere Geschäftskontakte entstehen werden, wird das Unternehmen dieses Risiko

verhältnismäßig rasch diversifizieren können. Durch die internationale Aufstellung ist die Businessplan Muster GmbH außerdem Währungsrisiken ausgesetzt.

Darüber hinaus sind für die Risikobetrachtung politische Faktoren wichtig. Das Verkehrsaufkommen in China ist schon jetzt sehr hoch, die Umweltbelastung hat in manchen Städten ein kritisches Ausmaß angenommen. Die Regierung Chinas hat bereits Maßnahmen angekündigt, insbesondere durch die Förderung alternativer Antriebstechnik Impulse zu setzen, um eine weitere Eskalation der Umweltbelastung einzudämmen. Es ist unter Umständen damit zu rechnen, dass das Eingreifen der Regierung zu Unregelmäßigkeiten im Markt führen wird. Durch diese Eingriffe sinkt zudem natürlich auch die Kaufbereitschaft für manche Kfz. Der Ausbau der Infrastruktur mit Zügen und Bussen nimmt ebenfalls viel Kaufdruck aus dem Markt für Kfz, wobei allerdings das Premiumsegment weniger betroffen ist. Die langfristige Zukunft der Automobilbranche ist im Rahmen der Betrachtung der politischen Risiken für den Sektor schwierig abzusehen. Allerdings ist der Grad der Motorisierung der chinesischen Bevölkerung noch immer vergleichsweise gering, so dass das noch zu realisierende Potential nichtsdestotrotz groß ist. Durch protektionistische Maßnahmen, welche auf die Förderung der eigenen Automobilproduktion abzielen, wird zudem die preisliche Attraktivität ausländischer Produkte verzerrt, was ebenfalls Auswirkungen für die Marktakteure hat.

Die Businessplan Muster GmbH ist zudem Währungsrisiken ausgesetzt. Langfristig jedoch ist damit zu rechnen, dass die chinesische Währung anzieht, während der Euro weiter fällt. Dies kommt den Exportaktivitäten der Gründungsunternehmung entgegen.

3. SWOT-Analyse

Auf der nachfolgenden SWOT-Tabelle sind die Stärken, Schwächen, Chancen und Bedrohungen in übersichtlicher Form aufgezeigt.

Strengths:	Weaknesses:
<ul style="list-style-type: none"> • Enge Kooperation mit verschiedenen chinesischen Partnerunternehmen • Geschäftsführerin hat über elf Jahre Führungs- und Kfz-Branchenerfahrung • Geschäftsmodell ist vorausschauend eingegrenzt 	<ul style="list-style-type: none"> • Die Geschäftsführerin spricht Deutsch nur auf einem Basisniveau • Das Geschäftsmodell ist nicht diversifiziert
Opportunities:	Threats:
<ul style="list-style-type: none"> • In China boomt der Kfz-Markt sehr stark • Auch der Markt für Luxusprodukte boomt, es gibt immer mehr potentielle Käufer für Premium-Kfz • Deutsche Qualität wird in China sehr geschätzt 	<ul style="list-style-type: none"> • Staatliche Maßnahmen zur Beschränkung des Verkehrsaufkommens • Protektionismus

4. Standort

Im industriegeprägten Ruhrgebiet gelegen, in der Nähe anderer großer Städte mit starker Unternehmenslandschaft wie Köln, Essen, Dortmund und Duisburg gilt der Standort Businessplan-Musterstadt als gute Basis für den Zugang zur gesamten Region. Businessplan-Musterstadt verfügt auch über seine anderen standortspezifischen Stärken über das richtige Profil für eine Ansiedlung der Businessplan Muster GmbH. Durch bekannte Messen konnte die Region schon viele

interessante Gründungsunternehmen (auch aus China) anziehen, so dass das Vernetzungspotential sehr hoch ist.

Mit gut ausgebauter, moderner Infrastruktur und einem Flughafen in der Nähe ist sichergestellt, dass Messen und Veranstaltungen leicht erreichbar sind. Qualifiziertes Personal, ein ausländerfreundliches Geschäftsklima und faire Mieten für gut ausgestattete Büroflächen sind weitere Argumente, die den Ausschlag für die Standortentscheidung gegeben haben.

5. Partner

5.1. Kunden und Lieferanten

Die nachfolgend aufgeführten Unternehmen sind wichtige Partner für die Businessplan Muster GmbH. Diese Unternehmen sind innerhalb des flexiblen Geschäftsmodells der Businessplan Muster GmbH sowohl Kunden als auch Lieferanten. Ausnahmslos sind die Partnerunternehmen etablierte und erfolgreiche Marktteilnehmer mit mehrjähriger Firmengeschichte. In den beiden Folgeabschnitten werden die Unternehmen näher beschrieben.

[TABELLEN ENTFERNT]

5.2. Die Businessplan-Muster Partnerunternehmen

Die chinesischen Unternehmen und allen voran die Businessplan-Muster Partnerunternehmen werden innerhalb des Geschäftsmodells wichtige Erfolgsfaktoren darstellen, und es wird abhängig vom Bedarf auch zu Einkaufsaufträgen von diesen Unternehmen kommen. Speziell die Businessplan-Muster Partnerunternehmen spielt für die Businessplan Muster GmbH eine sehr bedeutsame Rolle und wird von den drei Unternehmen in China, die sich unter Kontrolle von Frau Businessplan Muster und/oder ihrem Mann befinden der wichtigste Kooperationspartner sein.

Die Geschäftsführerin der Businessplan Muster GmbH ist bis heute stellvertretende Geschäftsführerin der Businessplan-Muster Partnerunternehmen, gegründet wurde die Firma ursprünglich von ihrem Mann Businessplan-Muster Partner. Aus diesem Grunde ist von einer sehr harmonischen Geschäftsbeziehung auszugehen und auch

Marketingkooperation und ähnliche Zusammenarbeit wird erfolgen, um das Geschäft der deutschen GmbH auf starke Beine zu stellen.

6. Marketingstrategie

6.1. Preispolitik

Der Spielraum bei der Margengestaltung in dem Segment hochpreisiger Kfz kann bei entsprechender Auslastung dazu dienen, langfristige Kundenbeziehungen durch Rabatte oder Skonti aufrechtzuerhalten und die errungenen Marktanteile konsequent zu verteidigen oder gar auszuweiten. Durch stärkere Skaleneffekte verbessert sich nicht nur die Kostenstruktur in der Logistik und des administrativen Aufwands, zudem stärken sie die Einkaufsposition des Unternehmens gegenüber den eigenen Lieferanten, welche dann Preisnachlässe gewähren könnten. Konsequente und kontinuierliche Prüfung der Einkaufsposition in Dreimonatsabständen und die ständige Bereitschaft zur Rückverhandlung sind ebenfalls Komponenten der geplanten Preisstrategie.

Ein dynamisches Preismanagement im Verkauf steigert die Umschlagsgeschwindigkeit, welche gleichzeitig auch ein effektives Werkzeug zum Schutz vor Währungsrisiken, Liquiditätsengpässen, Lagerrisiken oder technischer Überholung ist. Die Businessplan Muster GmbH muss ihre Preispolitik derart gestalten, dass sie dann wiederum im Einkauf möglichst bedarfsgerecht und straff organisiert verfahren kann.

6.2. Kommunikationspolitik

Das Geschäft der Businessplan Muster GmbH ist sehr speziell, deshalb muss das Marketing möglichst zielgruppenspezifisch konzipiert werden. Da auch gegenüber Lieferanten Professionalität kommuniziert werden soll (denn sehr aussichtsreiche Kunden kriegen oftmals bessere Konditionen gewährt als Kunden, die als unseriös/instabil wahrgenommen werden), werden Marketinginstrumente sowohl auf den chinesischen Hauptabsatzmarkt als auch auf den deutschen Hauptbeschaffungsmarkt angewendet.

Eine professionell gestaltete, dreisprachige Internetpräsenz ist als Informationsbasis unabdingbar, doch der Hauptteil der Marketingtätigkeit wird sich erwartungsgemäß über Direktmarketing, sprich postalischem Zusenden von Information und

anschließender Telefonakquise abspielen. Persönliche Recherche und gut vorbereitete Kontaktabstimmung per Telefon ist von großem Nutzen, um besonders im zweiten Jahr das Netzwerk zu erweitern. Dieses Netzwerk kann in späteren Phasen weiter genutzt werden, wenn Expansionen oder Veränderungen in der Unternehmensstruktur durchgeführt werden, welche die Angebotsmöglichkeiten oder das Einkaufsspektrum des Unternehmens erweitern.

Der Präsenz auf Messen kommt im Rahmen des Direktmarketings ebenfalls einige Bedeutung zu. Messen, die als aussichtsreich identifiziert wurden, sind bspw. die IAA (Frankfurt/Hannover) oder die Shanghai Auto Show, u.a. Da diese Messen sowohl von potentiellen Lieferanten als auch potentiellen Kunden frequentiert werden, ist das Vernetzungspotential umso größer. Um bei potentiellen Kunden in Erinnerung zu bleiben, werden ansprechend gestaltete Werbebroschüren und Visitenkarten gedruckt und ausgegeben. Denselben Zweck erfüllen ebenfalls Werbegeschenke, wie bspw. mit dem Firmenlogo bedruckte Kugelschreiber.

Zeitschriftenwerbung in fachspezifischen Zeitschriften in China und Deutschland wird zur Akquise neuer Kunden ebenfalls in die Marketingaktivität einbezogen. Obwohl bereits mehrere Kontakte bestehen, müssen Marketingmaßnahmen in China zum Aktionsradius gehören, um eine nachhaltige Expansion ermöglichen, die zwischen verschiedenen Abnehmern diversifiziert ist. Nach einer gewissen Zeit, in der das Hauptaugenmerk den bereits akquirierten Kunden gilt, werden hier Investitionen getätigt werden. Es wird versucht, mit den Partnerunternehmen Marketingkooperationen anzustrengen, die sich bspw. in der Repräsentation auf Messen oder der gemeinsamen Schaltung größerer Werbekampagnen niederschlägt.

Die Website der Businessplan Muster GmbH wird für interessierte Kundenunternehmen als Plattform bereitgestellt, Informationen oder Kontaktmöglichkeiten anzuzeigen. Auch können dort Kataloge und Broschüren bezogen werden, um die Qualität und Beschaffenheit der angebotenen Kfz für Kunden besser ersichtlich zu machen. Internetwerbung und besonders Werbung durch Google Adwords wird Interessenten auf die Internetseite aufmerksam machen, wo diese sich von der Professionalität der Businessplan Muster GmbH überzeugen können, die sich insbesondere in einwandfreier Rechtschreibung und glaubhaftem Wording ausdrücken wird.

7. Die Geschäftsführerin

Geschäftsführende Alleingesellschafterin der Businessplan Muster GmbH ist Frau Businessplan Muster. Frau Businessplan Muster verfügt über ein gutes Profil für das geplante Geschäftsmodell, insbesondere was Berufserfahrung, Kontakte und Kenntnisse in Sachen Marketing, Führung und Kundenbetreuung anbelangt.

Frau Businessplan Muster hat nach Abschluss der chinesischen Schulbildung Design studiert und in mehreren chinesischen mittelständischen Businessplan-Muster-Unternehmen gearbeitet, bevor sie 2002 ihre eigene Businessplan-Muster-Agentur aufbaute und sieben Jahre erfolgreich führte. Da ihr Mann sie als stellvertretende Geschäftsführerin der Businessplan Muster Machinery Co., Ltd. brauchte, wickelte sie die Agentur ab und arbeitet seitdem bei dem Businessplan-Muster-Hersteller.

Die chinesische Muttersprachlerin Frau Businessplan-Muster spricht sehr gutes Englisch aber Deutsch nur auf einem Basisniveau. Zwar kann er sich durch die Einstellung entsprechender Mitarbeiter in der Branche und auf internationalem Parkett gut bewegen, aber trotzdem wird Frau Businessplan Muster an ihren Sprachkenntnissen in Deutsch arbeiten.

8. Mitarbeiter

Der Personalbedarf und die Aufgaben der Mitarbeiter sind in übersichtlicher Form in der nachfolgenden Tabelle dargestellt.

[TABELLE ENTFERNT]

9. Finanzplan

9.1. Erläuterungen

Es wird planungsgemäß mit der Kapitaleinlage i.H.v. XXX.XXX Euro gut gehaushaltet werden können. Das Unternehmen wird so organisiert sein, dass sich kurze Finanzierungszyklen im Einkauf von Handelsware einstellen. Auch die anderen Kostenparameter, insbesondere Personal, Miet- und Reisekosten werden so geplant, dass keine Fremdkapitalaufnahme notwendig sein wird. Die notwendigen Investitionen sind überschaubar und enthalten in erster Linie Investitionen in eine leistungsfähige Büroinfrastruktur, einen Firmenwagen sowie marketingwichtige

materielle und immaterielle Vermögensgegenstände, bspw. Webseite und Messeausrüstung.

Die Businessplan Muster GmbH wird aufgrund des vorhandenen Kontaktnetzwerks sofort in das Geschäft einsteigen können und im Handel mit guten Zahlungszielen arbeiten, da das Vertrauen der akquirierten Partner in die Businessplan Muster GmbH sehr groß ist. Dieses Vorgehen erlaubt einen, relativ zur Kapitalbasis betrachtet, raschen Anstieg des Umsatzvolumens.

Es wird mit einem höheren Verlust im ersten Geschäftsjahr gerechnet, da viel investiert wird, Mitarbeiter eingearbeitet, Know-How eingekauft und Vertriebslogistik etc. aufgebaut werden müssen. Im zweiten Geschäftsjahr, wenn die Kapazitäten der Businessplan Muster GmbH fertig eingerichtet sind, alle Mitarbeiter ausgelastet wurden und die Kunden wachsende Gütermengen und Beratungsleistungen nachfragen, wird das junge Unternehmen voraussichtlich die Gewinnzone erreichen.

9.2. Kapital

Die geschäftsführende Alleingesellschafterin Businessplan-Muster bringt ein Stammkapital in Höhe von XXX.XXX,- Euro in das Unternehmen ein.