

Businessplan

Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH

Übersicht

Name der Unternehmung:	Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH
Name des Gründers:	Herr Fertiger Businessplan-Beispiel
Standort:	Fertiger Businessplan-Beispiel-Stadt
Gegenstand:	Der internationale Handel mit Arbeitsschutzartikeln, insbesondere medizinischen Arbeitsschutzartikeln
Höhe des Stammkapitals:	XX.000,- Euro

Personalbedarf in den ersten 3 Jahren (kumuliert):
[TABELLE ENTFERNT]

Umsatzerwartung in den ersten 3 Jahren:
(in Euro)
[TABELLE ENTFERNT]

Gewinnerwartung in den ersten 3 Jahren:
(in Euro)
[TABELLE ENTFERNT]

Inhaltsverzeichnis

1. GESCHÄFTSIDEE	4
1.1. PRODUKTPALETTE	4
1.2. ALLEINSTELLUNGSMERKMALE	5
1.3. GESCHÄFTSSTRATEGIE.....	6
2. MARKTANALYSE	7
2.1. WETTBEWERB.....	10
2.2. ZIELGRUPPE	11
2.3. RISIKEN.....	12
3. SWOT-ANALYSE.....	12
4. PARTNERUNTERNEHMEN	13
4.1. KUNDEN	13
4.2. CHINESISCHER LIEFERANT.....	13
5. STANDORTWAHL	13
6. MARKETINGSTRATEGIE.....	14
6.1. PRODUKTPOLITIK	14
6.2. PREISPOLITIK.....	14
6.3. KOMMUNIKATIONSPOLITIK.....	14
7. DIE GESCHÄFTSFÜHRER.....	15
8. MITARBEITER.....	16
9. FINANZPLAN.....	16
9.1. ERLÄUTERUNGEN.....	16
9.2. KAPITAL.....	17

1. Geschäftsidee

Die Geschäftsidee der Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH ist in erster Linie der Import von Arbeitsschutzartikeln wie bspw. Masken, Arztmützen, Isolationskleidung, OP-Kittel, Labormäntel und Krankenhaus-Bettwäsche von China nach Deutschland. Die Art des Imports der Güter ist hauptsächlich auf den Bedarf der deutschen Großhändler ausgerichtet. In der Anfangsphase wird planungsgemäß vor allen Dingen mit rein medizinischen Schutzprodukten der Hauptumsatz generiert werden, über den Verlauf der Unternehmensentwicklung wird dann das Warenportfolio sukzessive erweitert. Dabei ist insbesondere eine Position im Bereich medizinischer Einwegunterwäsche angestrebt.

Die Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH wird ein professionelles Markterschließungskonzept verfolgen, welche insbesondere auf den Erfahrungen der Geschäftsführung basieren. Gründer Fertiger Businessplan-Beispiel verfügt über stehende Kontakte zu Abnehmern Deutschland sowie eine Produktionsfirma für Arbeitsschutzartikel in China namens Fertiger Businessplan-Beispiel Protective Gear Co., Ltd., die über eine vielseitige und hochwertige Produktpalette verfügt. Diese Firma mit einem Jahresumsatz von XX Mio. RMB (ca. X,X Mio Euro) wird eng mit dem deutschen Gründungsunternehmen kooperieren.

Durch die Unterhaltung eines eigenen Lagers mit Büro soll es den Kunden ermöglicht werden, die Produkte der Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH direkt vor Ort zu günstigen Konditionen zu beziehen. Der Hauptschwerpunkt der geschäftlichen Tätigkeit liegt auf dem Großhandel, dem Vertrieb der Produkte an andere Zwischenhändler und Vertriebspartner. Da hier bereits ein kleines Netzwerk an Kontakten in Europa besteht, sollten leicht weitere potentielle Kunden durch interessante Preismodelle und qualitativ hochwertige Waren gewonnen werden.

1.1. Produktpalette

Die Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH wird hauptsächlich verschiedene Arbeitsschutzgüter (PSA-Artikel) zwischen Deutschland und China handeln.

Vor allen Dingen Mundschutz/Masken, Arbeitskleidung für Labore und medizinische Einrichtungen und medizinische Bettwäsche/Vorhänge werden am Anfang im Hauptfokus stehen. Diese Produkte werden in Deutschland auch im Zuge des demografischen Wandels immer stärker nachgefragt. Viele Unternehmen achten im Einkauf der uniformen Produkte vor allen Dingen auf den Preis. Das chinesische

Partnerunternehmen Fertiger Businessplan-Beispiel Protective Gear Co., Ltd., welches bereits seit vielen Jahren medizinische PSA-Ausrüstung herstellt und erfolgreich absetzt, ist in der Lage die genannten Produkte in standardisierter Qualität zu äußerst wettbewerbsfähigen Preisen anzubieten. Es wird auch Schutzbekleidung produziert, welche Schutz beispielweise vor Ebola und anderen Krankheiten und Schutz nach Naturkatastrophen wie Erdbeben, Tsunami oder Hochwasser bieten.

Ein großes Wachstumsfeld für das deutsche Gründungsunternehmen ist der Handel mit medizinischer Einweg-Unterwäsche. Die aus einem papierähnlichen Material bestehenden Hösschen sind steril, atmungsaktiv und aufgrund des geringen Materialaufwands günstig herzustellen. Das chinesische Partnerunternehmen baut in diesem Bereich derzeit Kapazitäten auf, um alle gängigen Größen und Geschlechtermodelle zeitnah produzieren zu können.

1.2. Alleinstellungsmerkmale

Die Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH hat Vorteile gegenüber Wettbewerbern dadurch, dass der Gründer sein umfangreiches Know-How und sein Partnernetzwerk in China in die Unternehmung einbringt und das Geschäftsmodell zwischen verschiedenen Arbeitsschutzartikeln diversifiziert sein wird, ohne dass der Anspruch verlorenght, spezialisierter Fachhändler für PSA-Güter zu sein. Herr Fertiger Businessplan-Beispiel wird die Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH dank seiner Kenntnisse straff organisieren und zielorientiert führen können. Mit potentiellen Kunden sind u.a. in Polen und UK bereits Vereinbarungen ausgemacht worden. Besonderes Augenmerk wird daher auf die Aktivierung und regionale Erweiterung des Kundenkreises verwendet werden, um optimales Umsatzwachstum erreichen zu können.

Gute Qualität, sowie ein umfassendes Angebot und auch rascher Transport wird zu den Stärken des Gründungsunternehmens gehören. So sollte die Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH sehr wettbewerbsfähig auftreten können. Darüber hinaus sind nicht nur das sehr spezifische und umfassende Produktwissen, auch die hohen Kosten zum Aufbau eines Beziehungsnetzwerks in Deutschland, China und Asien als Markteintrittsbarrieren zu betrachten. Die Tatsache, dass Herr Fertiger Businessplan-Beispiel bereits ein chinesisches Unternehmen führt, welches als

Partner der deutschen Firma fungieren wird, ist eine weitere spezifische Stärke des Gründungsunternehmens.

Auf diese Weise ergeben sich für die Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH gute Aussichten auf ein langfristiges und stetiges Wachstum, sobald die Firma in Fertiger Businessplan-Beispiel Stadt angesiedelt wurde. Im Wettbewerb wird das Unternehmen alle Voraussetzungen für einen gelungenen Markteintritt schaffen, und sicherlich erfolgreich die Startphase bewältigen.

1.3. Geschäftsstrategie

Als strategischer Partner in der Einkaufsgestaltung europäischer PSA-Kunden ist ein wesentlicher Aspekt der Unternehmenstätigkeit Partnerunternehmen in das Kundennetzwerk aufzunehmen, die sich durch ihren Erfolg im Vertrieb von Arbeitsschutzartikeln hervorgetan haben. Da der Gründer über umfassende Erfahrung in diesem Bereich verfügt, wird er sehr gut in der Lage sein, die selbst gesetzten Ziele durch eine klare Strategie und ein fähiges Team verwirklichen zu können. Auch ein lückenloses Controlling ist im Konzept vorgesehen, das Werttreiber, Risiken und Expansionsmöglichkeiten Monat für Monat analysiert.

Die Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH hat einen entscheidenden Vorteil bei dem Handel mit Arbeitsschutzartikeln: Direkter Kontakt mit Endkunden und die starke, partnerschaftliche Unterstützung des chinesischen Lieferanten. Gemäß der Nachfrage von verschiedenen Kunde können Artikel adäquat für den Import ausgewählt und abverkauft werden, damit alle Beschaffungsverfahren und Zwischenschritte zeitsparend durchgeführt und für den Kunden Kosten reduziert werden.

Um für die Knüpfung von Kontakten zu deutschen Unternehmen eine Steigerung des Bekanntheitsgrades zu erreichen und ein weitergehendes Interesse bei potentiellen Partnern zu erwecken wird die Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH direkt am Standort Fertiger Businessplan-Beispiel Stadt bei Veranstaltungen wie Kontaktmessen und Branchenvorträgen anwesend sein, und das Firmennetzwerk weiter ausbauen. Auf diese Weise bleibt die Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH am Puls der Zeit und kann frühzeitig auf Trends und Veränderungen im Geschäftsfeld reagieren, da sie entsprechende Informationen rechtzeitig in Erfahrung gebracht hat. Das sicherheitsaffine Deutschland als Land der Industrie und des Handwerks gilt dabei als besonders dynamischer Standort für Händler von

Arbeitsschutzprodukten. Auch durch viele medizinische und chemische Ausbildungs- und Forschungseinrichtungen wird der Absatz stimuliert, weswegen eine Präsenz vor Ort einen hohen Wert hat.

Um Qualitätsrisiken für alle Stakeholder zu minimieren und Effizienz in der Lieferkette zum Nutzen aller beteiligten Unternehmen zu maximieren, ist die ständige Präsenz eines zwischengeschalteten Unternehmens von großem Nutzen. Die Fachkenntnisse der Gründer und ihre Kontakte in Deutschland und China werden im Rahmen der Aufstellung des Unternehmens eine wichtige Stärke sein und die Geschäftsstrategie entsprechend prägen. Dadurch, dass die Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH in einem recht robusten Geschäftsfeld aktiv ist, ist das Geschäftsmodell flexibel gegenüber allgemeinen Marktschwankungen.

Schlussfolgernd lässt sich die Strategie wie folgt zusammenfassen: Rascher Aufbau der Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH zur Optimierung des Vertriebs, Einrichtung breiterer Kommunikationskanäle in Deutschland und Europa sowie Informations- und Kontaktpartner für die lokalen Kunden. Auf diese drei Kernpunkte fokussiert sich die Strategie, die jedoch auch die vormals erwähnten Punkte beinhaltet.

2. Marktanalyse

Der Markt für medizinische Arbeitsschutzartikel in Deutschland ist von verschiedenen Faktoren geprägt. Seit 2002 sinkt bspw. kontinuierlich die Verweildauer von Patienten in deutschen Krankenhäusern. Ein anderer Negativtrend ist, dass in der chemischen Industrie weniger Arbeitsschutzartikel benötigt werden, vor allem weil immer modernere Maschinen und Arbeitsprozesse die Umwelteinflüsse auf den Menschen reduzieren. Nichtsdestoweniger ist Deutschland der wichtigste europäische Marktschauplatz. Es gibt kaum ein Land, in dem Gesundheit ernster genommen wird und die gesetzlichen Regelungen strikter sind, zudem gibt es nach wie vor viel Forschung und Biotechnik/-Chemieindustrie.

Die Gesundheitswirtschaft ist nach einer Studie von Roland Berger mit 5,7 Millionen Beschäftigten der größte Arbeitgeber Deutschlands (Erhebung Juli 2014). Damit ist jeder siebte Arbeitsplatz in Deutschland in der Gesundheitswirtschaft angesiedelt (14,5% der gesamten Arbeitsplätze in Deutschland). In anderen Branchen sind 3,1 Millionen Arbeitsplätze von der Gesundheitswirtschaft abhängig. Jährlich entstehen in der Gesundheitsbranche rund 2% neue Jobs. Dieser Trend belegt die Robustheit des Marktwachstums.

Seit dem Jahr 2000 ist das Personal im Gesundheitswesen um insgesamt 500.000 Beschäftigte (über 12%) gestiegen. Die Zahl der Arbeitsplätze wuchs somit im Gesundheitswesen rund dreimal so stark wie in der Gesamtwirtschaft. Nach einer Prognose einer Studie im Auftrag des Bundeswirtschaftsministeriums aus dem Jahr 2010 werden bis zum Jahr 2030 weitere zwei Millionen Menschen mehr in der Gesundheitswirtschaft beschäftigt sein. Das Personalwachstum ist ein guter Beleg für den übergeordneten Trend, der eindeutig Richtung Wachstum zeigt.

Im Jahre 2012 wurden durch alle Ausgabenträger (einschließlich Privater) insgesamt 300,4 Mrd. Euro für Gesundheit ausgegeben. Das ist ein Anteil von 11,3% am Bruttoinlandsprodukt. (DESTATIS, April 2014). 2010 lag dieser Wert noch bei 11,6%. Der Rückgang ist auf die anhaltend starke Wirtschaftsleistung zurückzuführen, während sich das Wachstum der Gesundheitsausgaben in den beiden letzten Jahren stetig abschwächte. Im Jahr 2012 lag der Anstieg der Gesundheitsausgaben mit 2,3% unter der durchschnittlichen jährlichen Steigerungsrate zwischen 2000 und 2010 von 3,1%. Ein Gutachten für das Bundeswirtschaftsministerium im Jahr 2010 kommt zum Ergebnis, dass unter den richtigen Rahmenbedingungen der Anteil der Gesundheitswirtschaft am Bruttoinlandsprodukt bis 2030 auf fast 13% wachsen kann. Wie eingangs kurz erwähnt, haben auch der technische Fortschritt und kürzere Verweildauern einen Einfluss auf die Ausgabenlage (siehe Grafik).

[GRAFIK ENTFERNT]

Die Medizin/Medizintechnik in Deutschland ist eine dynamische und innovative Branche. Bei Patenten und Welthandelsanteil liegt Deutschland auf Platz 2 hinter den USA. Durchschnittlich investieren die forschenden MedTech-Unternehmen rund 9% des Umsatzes in Forschung und Entwicklung. Zum Vergleich: Der Anteil der Ausgaben für Forschung und Entwicklung am Umsatz beträgt in der Chemieindustrie 5%, in der verarbeitenden Industrie insgesamt 3,8%. Dennoch ist Forschung nicht allein Sache der Großen: Kleinunternehmen mit weniger als 100 Beschäftigten im Bereich MedTech erreichen Aktivitätsgrade weit über dem Durchschnitt der Kleinunternehmen im verarbeitenden Gewerbe. Insgesamt sind also auch die Absatzchance für die Zielgruppe der forschenden Unternehmen in Deutschland sehr gut.

Der Weltmarkt für Medizintechnologien betrug 2012 rund 220 Mrd. Euro (Zahlen von AdvaMed). Die USA haben mit 90 Mrd. Euro mit Abstand den größten Weltmarktanteil. Zweitgrößter MedTech-Markt ist Japan mit rund 25 Mrd. Euro. Der europäische Markt wird auf rund 70 Mrd. Euro geschätzt. Deutschland hat eine Marktgröße von rund 22 Mrd. Euro (Abgabepreise der Hersteller). Der deutsche Markt ist hinter den USA und Japan der drittgrößte MedTech-Markt der Welt. Deutschlands Markt ist fast doppelt so groß wie Frankreich (13 Mrd. Euro) und drei Mal so groß wie Großbritannien und Italien (jeweils 7 Mrd. Euro). Nach einer Studie von Ernst & Young vom Oktober 2012 stiegen die Umsätze in Europa und den USA 2011 zusammen um 6% auf 331,7 Mrd. Dollar. Dabei konnten die US-Firmen die Umsätze um 4% auf 204 Mrd. Dollar und die Nettogewinne auf 13,7 Mrd. Dollar (plus 19%) erhöhen. Die europäischen Medizintechnik-Unternehmen haben dagegen ihre Umsätze 2011 insgesamt um 8% auf 127,4 Mrd. Dollar und die Gewinne nur um 5% gesteigert. Nach einer Studie des Hamburgischen Weltwirtschaftsinstituts (HWWI) wird die Nachfrage nach Medizintechnik bis zum Jahr 2020 in den Schwellenländern im Schnitt jährlich zwischen 9 und 16% zunehmen. In den Industrieländern geht die Studie von einem Wachstum von jährlich 3 bis 4% aus (Quelle: FAZ 2011).

Das Zukunftsklima wird auch von den betroffenen Unternehmen selbst als positiv wahrgenommen: 73% der befragten MedTech-Unternehmen, deren Geschäftsfeld stark mit dem Geschäftsfeld der Gründungsunternehmung korreliert, rechnen für 2014 mit einem besseren Umsatzergebnis als 2013. Nach drei Jahren abgeschwächter Umsatzentwicklungen in Folge ist damit eine leichte Trendwende spürbar. Dies könnte durch Nachholeffekte erklärbar sein. Generell ist man sich branchenweit darüber einig, dass die Fallzahlen in der Medizintechnik durch die demografische Entwicklung in den nächsten Jahren weiter zunehmen werden.

Aus den Umsatzangaben ergibt sich im deutschen Markt ein Umsatzwachstum von 3,4% gegenüber dem Vorjahr. 2013 lag dieser Wert bei 2,6%, nachdem zuvor drei Jahre in Folge rückläufig war. Die weltweite Umsatzentwicklung ist für die Unternehmen besser als die Entwicklung im Inlandsmarkt. 85% der befragten MedTech-Unternehmen rechnen weltweit mit einem besseren Umsatzergebnis als im Vorjahr. Aus den Umsatzangaben ergibt sich ein weltweites Wachstum von 4,6%. Im Vorjahr waren es 4,4%. Die unterschiedliche Entwicklung spiegelt sich auch beim Ausblick auf das kommende Jahr 2015 wider. Während 33% der Unternehmen eine

positive Entwicklung auf hohem Niveau im Inland erwarten (Vorjahr: 36%), gehen 64% von einer weltweit positiven Entwicklung aus.

Insgesamt wird dem Standort Deutschland im Vergleich zu den Vorjahren von den am höchsten angesiedelten Marktteilnehmern ein tendenziell schlechteres Zeugnis ausgestellt. Besonders die Faktoren "hohes Versorgungsniveau der Patienten", "schnelle Marktzulassung" und "gutes Erstattungsniveau" werden in der Entwicklung der letzten Jahre immer schlechter beurteilt. 62% beklagen den zunehmenden Preisdruck durch Einkaufsgemeinschaften. 52% der Unternehmen kritisieren eine innovationsfeindliche Politik der Krankenkassen, 45% das insgesamt zu niedrige Erstattungsniveau in Deutschland. Es herrscht also enormer Preisdruck. Dieser Preisdruck kommt dem Gründungsunternehmen aber insofern zugute, als dass die zu handelnden PSA-Produkte eher im unteren Preissegment liegen werden- Das Segment, welches derzeit und aller Voraussicht nach auch mittlerer Zukunft am besten läuft.

Alle derzeitig zu beobachtenden Entwicklungen deuten darauf hin, dass die Marktbedingungen sehr günstig für die Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH stehen. Im Import medizinischer Einweg-PSA-Güter nach Deutschland stimmen Potential, Zukunftsaussichten und Zahlungsbereitschaft der preisbewussten Kunden überein, so dass mit großer Wahrscheinlichkeit der Markteintritt erfolgreich von Statten gehen wird.

2.1. Wettbewerb

Der Markt für PSA-Produkte ist relativ hart umkämpft. Es gibt einige Betriebe, mit denen die Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH in den Wettbewerb treten wird, allerdings besteht genügend Diversifikationsspielraum sowie Spielraum in der Preisgestaltung, damit die junge Firma sich gut durchsetzen kann. Den verschiedenen Klassen von Wettbewerbern gegenüber wird die Gründungsunternehmung gut bestehen können.

Den Wettbewerbern aus dem internationalen Großhandel gegenüber kann die Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH mit entscheidenden Alleinstellungsmerkmalen gegenüberreten. So wird die Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH anfangs eine relativ enge Palette an stark gefragten Gütern handeln und Kunden direkt betreuen, was die Informations- und Transaktionskosten für Kunden und die Organisations- und Vertriebskosten für die Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH gering hält. Zudem

wird die Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH ein professionelles Marketing fahren und auch in der Zusammenarbeit mit Kunden und Partnern Sorgfalt, Zuverlässigkeit und Gewissenhaftigkeit walten lassen. Mit dieser Unternehmensphilosophie wird es der Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH leicht fallen, gut im Wettbewerb zu bestehen.

Gegenüber anderen chinesischen Zwischenhändlern ohne eigenen Zugang zu Deutschland und Europa hat die Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH eindeutig den Vorteil der eigenen Lagerhaltung und des direkten Kontaktes zu den Abnehmern in Deutschland. Die entscheidende Komponente des Wettbewerbes ist jedoch der Preis, und wie man diesen Preis kommuniziert. So ist es nahezu ausgeschlossen, dass etablierte Zwischenhändler günstigere Produkte beziehen können, als die schlank und straff organisierte Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH mit einem verbundenen Produktionsunternehmen in China. Den besseren Preis muss die Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH aber auch professionell kommunizieren und Händlern eine Möglichkeit geben, sich vor Ort und auf Messen von der Qualität der angebotenen Ware zu überzeugen.

2.2. Zielgruppe

Die Zielgruppe der Produkte der Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH sind Großhändler, und deren Abnehmer wiederum die klassischen Abnehmer von medizinischen PSA-Gütern wie bspw. Krankenhäuser und anderen medizinischen Einrichtungen, Forschungs-einrichtungen, Alten-/Pflegeheime und medizinisch-/biochemische Unternehmen und Ausbildungseinrichtungen. Die Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH wird sich aktiv mit dem Kaufverhalten ihrer Zielgruppe auseinandersetzen, und ihre Marketingaktivitäten zielgruppen-spezifisch gestalten (bspw. in Fachzeitschriften inserieren etc.).

Die Zielgruppe zeichnet sich aus durch einen hohen Beratungsbedarf, äußerstes Preisbewusstsein und eine lange Vorlaufzeit, bevor Kooperationen und Geschäfte zustande kommen. Das Auftragsvolumen und eine relativ hohe Kundenloyalität aber rechtfertigen den Aufwand, der für die Anbahnung benötigt wird. Da die Kunden ständig auf der Suche nach neuen Produkten und Produktkategorien sind, wird damit gerechnet, dass man auch über die Erschließung des neuen Geschäftszweiges der Einwegunterwäsche schnell erfolgreiche Geschäftsabschlüsse tätigen kann. Je größer das Sortiment, desto attraktiver die Zusammenarbeit.

2.3. Risiken

Die Hauptrisiken liegen im allgemeinen Markttrend, der jedoch ein systematisches Risiko ist, welches nicht abgestellt werden kann. Man wird kostenbewusst wirtschaften und eine straffe Organisation fahren, um mit vorhandenen Reserven schonend umzugehen. Minimierbare Risiken wie Transportrisiken, Lagerrisiken oder Ausfallrisiken werden durch Abschluss entsprechender Versicherungen minimiert.

Durch die internationale Aufstellung ist die Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH Währungsrisiken ausgesetzt. Dabei profitiert das Unternehmen durch die Richtung des internationalen Handels von einem starken Euro.

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">• Kontaktnetzwerk und starker chinesischer Partner bereits vorhanden• GmbH ist in robustem, aussichtsreichem Segment aktiv	<ul style="list-style-type: none">• Deutschkenntnisse des Geschäftsführers noch auf Basisniveau• Möglicherweise Vertrauensproblem bei PSA-Gütern aus chinesischer Herstellung bei manchen deutschen Kunden
Opportunities:	Threats:
<ul style="list-style-type: none">• BRD wichtigster westeuropäischer PSA-Markt• Wettbewerber sind geschwächt, doch Absatz zieht wieder an• Megatrends Demografie, höhere Lebenserwartung	<ul style="list-style-type: none">• Neue Entwicklungen in der PSA-Branche• Wachsender Protektionismus zwischen Deutschland und China• Wachsender Wettbewerb

4. Partnerunternehmen

4.1. Kunden

Die derzeit akquirierten Kunden der Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH sind aus dem europäischen Ausland. Die Auswahl der zukünftigen Vertriebsstrategie entspricht den üblichen Hauptvertriebskanälen für die Produkte der Produktpalette der Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH in Deutschland und ist somit äußerst erfolgversprechend, was die verstärkte Gewinnung deutscher Kunden anbelangt.

Details zu den derzeit akquirierten Kunden sind der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen.

[TABELLE ENTFERNT]

4.2. Chinesischer Lieferant

Die Fertiger Businessplan-Beispiel Protective Gear Co., Ltd. aus Xiantao, China welche 20XX mit XXX.000 RMB registriertem Grundkapital gegründet wurde, verfügt über eine XXX Mann starke Produktion für medizinische Einwegkleidungsstücke und andere textile medizinische Verbrauchsgüter. Seit 20XX schon erwirtschaftet das Unternehmen substantielle Umsatzbestandteile mit Exporten ins Ausland. Der Umsatz lag 20XX bei ca. XX Mio. RMB (ca. X,X Mio. Euro).

5. Standortwahl

Nach eingehender Betrachtung verschiedener Standorte ist die Wahl auf Fertiger Businessplan-Beispiel Stadt gefallen. Nicht nur die ausgezeichnete Infrastruktur und das Vorhandensein von Unternehmen mit internationalem Profil waren für die Entscheidung ausschlaggebend, auch die Nähe zu anderen Großstädten in Region X spielte eine Rolle für die geplante Ansiedlung.

Mit der hervorragend ausgebauten Infrastruktur und dem Vorhandensein großer Flughäfen in Standortnähe ist sichergestellt, dass Messen und Veranstaltungen leicht erreichbar sind. Qualifiziertes Personal und faire Mieten für gut ausgestattete Büroflächen sind weitere Argumente, die für die Standortentscheidung ausschlaggebend waren.

6. Marketingstrategie

6.1. Produktpolitik

Die Produkte der Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH werden einheitlich und in großen Mengen vertrieben werden, auf den Bedarf der Kunden angepasst. Da im deutschen Geschäftssegment versucht wird, weniger direkt an Endverbraucher und mehr an Zwischenhändler und Großkunden zu verkaufen, müssen die Güter auch einigermaßen homogen sein. Denn zum Beispiel möchten Abnehmer in Deutschland möglichst in einer Kategorie nur wenige Produkte haben. Dies verursacht weniger Mühe, um den finanziellen Aufwand des Produktions- und Logistikmanagement zu minimieren.

Auf jeden Fall genügen die chinesischen Waren hinsichtlich Qualität und Beschaffenheit den hohen Anforderungen der deutschen und europäischen Verbraucher und werden deshalb auch den Markt gut durchdringen können.

6.2. Preispolitik

Beim Preis wird die Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH darauf achten, mittlere Margen zu erreichen ohne das Preisargument, das chinesische Waren auszeichnet, zu sehr abzuschwächen. Zumindest am Anfang jedoch wird das Unternehmen mit niedrigen Preisen Kunden locken wollen. Weil langfristige Partnerschaften zu Großkunden angestrebt sind, wird die Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH in der Preisgestaltung anfänglich Zugeständnisse machen müssen, bis eine gewisse Bekanntheit erreicht wurde. Der Abschlag im Handel mit Großkunden in Form von Rabatten und Skonti wird durch Skaleneffekte typischerweise mehr als ausgeglichen. Die Produktionsbedingungen in China erlauben es, im Importgeschäft Preisvorteile zum Teil auch an Kunden weiterzureichen, und es ist nicht zu befürchten, dass potentielle Käufer aufgrund des Preises abgeschreckt werden. Viele PSA-Produkte und besonders textile medizinische Einwegprodukte sind momentan bei entsprechender Qualitätserwartung immer noch kaum besser und günstiger zu bekommen als bei chinesischen Großfabrikanten.

6.3. Kommunikationspolitik

Über Inserate in Fachzeitschriften (Auswahl an Beispielzeitschriften siehe etwa <http://www.springermedizin.de/zeitschriften/>) und Regionalzeitschriften, kann gezielt

die richtige Zielgruppe angesprochen werden. Für die aktive Akquise weiterer Großhändler bieten sich traditionelle Mittel an wie Produktkataloge, Mailings, Flyer und Broschüren, die interessierten Unternehmern zur Verfügung gestellt werden können. Überhaupt kommt es auf eine enge Zusammenarbeit mit den Partnern an. Die aktive Mitgestaltung der Produktpräsentation erlaubt es der Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH individuelle Stärken gezielt zu betonen und Fehlern vorzubeugen, die von einem professionellen Marketingstandpunkt aus betrachtet vor allem im Internet häufig vorkommen.

Mit Werbung im Internet und durch das Einrichten eines ansprechenden Webauftritts ist geplant, auf passive Weise Bekanntheit bei deutschen Händlern und Käufern zu erlangen. Auch wird das Direktgeschäft im Internet auf diese Weise stimuliert.

Auch auf Messen wie LAB SUPPLY (Leine), Medizin Messe Stuttgart, Gesundheitsmessen (z.B. Gesundheitsmesse Koblenz) oder Expolife (Kassel), durch telefonische Direktakquise und andere Netzwerk- und Branchenveranstaltungen kann die Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH Präsenz zeigen, Kunden und Partner finden und ihre Position dadurch ausbauen.

7. Die Geschäftsführer

Die Geschäftsführer der Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH ist Herr Fertiger Businessplan-Beispiel. Er verfügt durch seine Erfahrungen und Qualifikationen über ein gutes Gesamtprofil, welches für die Führung der Firma und den Vertrieb der Produkte wichtig ist.

Herr Fertiger Businessplan-Beispiel hält einen chinesischen Businessplan-Beispiel - Grad im Bereich Businessplan-Beispiel Technik und hat zudem als Businessplan-Beispiel gearbeitet. 20XX begann er die Vorbereitungen für die Gründung der Fertiger Businessplan-Beispiel Protective Gear Co., Ltd. und ist auch seit dieser Zeit ihr Geschäftsführer. Durch die nun mehr als XX Jahre andauernde Tätigkeit als Geschäftsführer bestehen bereits für den Beginn der Geschäftstätigkeit notwendige Kenntnisse, was Führungsaufgaben, Teamfähigkeit und eigenverantwortliches Handeln belangt. Durch seine sozialen Kompetenzen wie Kommunikationsfähigkeit, aber auch durch ihre außerordentliche Belastbarkeit wird Herr Fertiger Businessplan-Beispiel eine Schlüsselrolle für den Erfolg des Gründungsunternehmens spielen.

Der chinesische Muttersprachler Fertiger Businessplan-Beispiel spricht sehr gutes Englisch, aber Deutsch nur auf einem Basisniveau. Dieser Nachteil wird durch die

Einstellung eines entsprechend qualifizierten Mitarbeiters und die Inanspruchnahme weiterer Sprachkurse schnell abgestellt sein werden.

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

Zu Anfang steht dem Unternehmen nur die Kapitaleinlage der Gründer zur Verfügung, Fremdkapital soll keines aufgenommen werden. Im Bedarfsfall kann weiteres Kapital aus privaten Reserven nachgeschossen werden. Die Fertiger Businessplan-Beispiel GmbH wird aufgrund der vorhandenen Kontakte mit kurzen Cash-cycles in das Geschäft einsteigen können. Ein schnelles Wachstum des Umsatzvolumens ermöglicht die Ausnutzung von Rabatten und Skonti. Es ist ein erklärtes Ziel der Geschäftsführung, Skaleneffekte möglichst schnell ausnutzen zu können und breite Vertriebskanäle einzurichten

[GRAFIK ENTFERNT]

Quelle: Finanzplan

Das Marketingbudget wird im ersten Jahr im Verhältnis zum Umsatz eher hoch sein, um eine schnelle Vergrößerung der Bekanntheit erreichen zu können. Mit einem Break-Even ist im zweiten Jahr zu rechnen, im dritten Jahr wird ein Gewinn im Umfeld von XX.000,- Euro erwartet (konservative Schätzung).

[GRAFIK ENTFERNT]

Quelle: Finanzplan

Es wird damit gerechnet, dass das Gründungsunternehmen durch eine straffe Organisation und einer laufenden Orientierung an den Markterfordernissen in einem finanziell noch flexiblen Spielraum agieren kann, ohne Fremdkapital oder zusätzliche Einlagen zu benötigen. Auch die späteren Expansionen sollen aus eigenen Kräften finanziert werden, bspw. über Gewinnrücklagen. Wie erwähnt, steht im Zweifelsfall genug Kapital zur Verfügung, um die Einlagen aufzustocken.

9.2. Kapital

Gründer Fertiger Businessplan-Beispiel bringt ein Stammkapital in Höhe von XX.000,- Euro in die Unternehmung ein.