

Businessplan

Weinhandel

Firmenname

Name

Straße, Hausnummer

PLZ, Ort

Telefonnummer

Faxnummer

E-Mail-Adresse

Datum der Unternehmensgründung

Businessplan Weinhandel

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	3
Lebenslauf des Gründers	4
Standort	5
Rechtsform	6
Leistungsangebot	6
Zielgruppe	6
Stärken / Schwächen	7
Marktumfeld	8
Mitbewerberanalyse	9
Umsatzplanung	10
Personalplanung	11
Kostenplanung	12
Investitionsplanung	13
Liquiditätsplanung	14
Rentabilitätsplanung	15
Finanzierungsplanung	16
Marketing	17
Rechtliche Voraussetzung	18
Risikoanalyse	18
Ziele und Visionen	18
Zeitplan	19

Zusammenfassung

Ich werde mich mit einem Weinhandel selbstständig machen. Die entscheidenden Profilierungsmöglichkeiten des Weinfachhandels bestehen in seiner Beratungskompetenz, im Verkostungsangebot und in einer guten und breiten Auswahl, die dem Kunden ermöglicht, seinen vielfältigen Weinbedarf aus einer Hand zu decken.

Jeder Deutsche trinkt (im statistischen Mittel) ca. 20 Liter Wein im Jahr. Mit etwa 20 Mio. Hektolitern liegt der deutsche Weinkonsum auf Platz 4 der weltweiten Top Ten der Weinliebhaber, fast die Hälfte dieses Volumens produzieren die einheimischen Winzer. Ausländische Anbieter wie auch Fachhändler bemängeln ein zu geringes Preisniveau in Deutschland. Die Verbraucher, die sich in den zahlreichen Rebsorten und Lagen nicht auskennen, greifen mittlerweile gern zu Markenweinen oder Produkten von (ausländischen) Großkellereien, die ordentliche Standardweine mit geschicktem Marketing verbinden. Von den rund 12,5 Mio. bei Erzeugern und Importeuren auf Lager befindlichen Hektolitern Wein sind rund zwei Drittel Weißweine. Trockene und halbtrockene Weine halten mittlerweile einen Marktanteil über 50 Prozent. Beim Sektverbrauch zeigt sich im langjährigen Vergleich ein Rückgang. Weniger Nachfrage besteht auch nach den Luxusgetränken der 90er Jahre; Champagner fiel auf dem deutschen Markt auf den Umsatz der 80er Jahre zurück, aber auch Prosecco wird deutlich weniger getrunken.

Die Zielgruppe gliedert sich in 2 Teile:

1. Gedeigetes Publikum mit mittleren oder höheren Einkommen im Umkreis von ca. 10 Kilometern. zusätzlich wird durch Internethandel auch Deutschlandweit angeboten.
2. Gehobene Gastronomiebetriebe im Einzugsgebiet.

Ich werde zumindest in der Startphase ohne zusätzliches Personal auskommen. Personal wird erst bei steigenden Umsätzen je nach Bedarf eingestellt. Ich verfüge aus meiner bisherigen Tätigkeit über zahlreiche Kontakte zu potentiellen Mitarbeitern.

Im Gründungsjahr ist ein Umsatz in Höhe von ca. 154.000 Euro geplant. Im zweiten Jahr steigt der Umsatz auf ca. 275.000 Euro an und bleibt dann etwa konstant bei ca. 325.000 Euro ab dem dritten Jahr. Um diesen Umsatz zu erreichen werde ich in den ersten 3 Jahren komplett auf Urlaub verzichten, da es besonders in der Startphase wichtig ist, als zuverlässiger Partner der Auftraggeber „immer zur Stelle“ zu sein.

Der Businessplan sieht Anfangsinvestitionen in Höhe von 12.500 € vor. Hiervon sind alleine für die Ladenausstattung 10.000 € eingeplant.

Das Unternehmen wird als Einzelunternehmen von (Ihr Name) gegründet. Ich verfüge über weitreichende Erfahrung im Weinhandel.

Der Kapitalbedarf der Existenzgründung beträgt (tragen Sie hier Ihren Kapitalbedarf ein, den Sie im Kapitel Kapitalbedarfsplanung errechnet haben) und wird folgendermaßen gedeckt:

- Eigenkapital: Höhe der Eigenmittel
- Fremdkapital: Höhe der aufgenommenen Darlehen
- Förderung: z.B. Arbeitsamt

Der Start des Unternehmens erfolgt am (tragen Sie hier das geplante Startdatum ein)