



Hochschule Neubrandenburg

University of Applied Sciences

Fachbereich Agrarwirtschaft und Lebensmittelwissenschaften

Gründung einer Ferienbungalowanlage

Bachelor-Thesis

Studiengang Angewandte Betriebswirtschaftslehre

vorgelegt von
Sigusch, Thomas

urn:nbn:de:gbv:519-thesis
2017-0527-0

Datum der Abgabe: 03.07.2017
Betreuer: Prof. Dr. Clemens Fuchs
Zweitbetreuer: Prof. Dr. Michael Harth



Hochschule Neubrandenburg

University of Applied Sciences

Fachbereich Agrarwirtschaft und Lebensmittelwissenschaften

Widmung

*Ich widme diese Arbeit meiner Frau, die mir den Anstoß zu
diesem Studium gab.*

Thomas Sigusch



Hochschule Neubrandenburg

University of Applied Sciences

Fachbereich Agrarwirtschaft und Lebensmittelwissenschaften

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich mich bei meinem Erstbetreuer Herr Prof. Dr. Clemens Fuchs und bei meinem Zweitbetreuer Herr Prof. Dr. Michael Harth bedanken. Beide haben mich mit Ihren Ratschlägen sehr gut unterstützt. Danke an Nico Rausch für den Tipp neu zu formatieren! Danke an Patrick Dahlemann für seine Unterstützung.

Ein großer Dank gilt meiner Frau Christin Sigusch. Sie musste viele Abende allein auf dem Sofa verbringen und hat mir an vielen Freitagen und Samstagen, als ich die Schulbank gedrückt habe, den Rücken frei gehalten. An meine beiden Kinder Johanna und Jakob: Ich habe jetzt wieder mehr Zeit für euch.

Thomas Sigusch

Inhaltsverzeichnis.....	I
Abbildungsverzeichnis.....	III
Tabellenverzeichnis.....	V
Abkürzungsverzeichnis.....	VI
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung	2
1.2 Zielsetzung	2
1.3 Vorgehensweise.....	3
2 Grundlagen der Unternehmensgründung und die Organisation des Bungalowparks	4
2.1 Existenzgründung	4
2.2 Unternehmensgründung	7
2.3 Die Geschäftsidee	11
2.4 Die Gründer	12
2.5 Der Businessplan	13
2.6 Wahl der Rechtsform.....	17
2.7 Organisation des Bungalowparks	18
2.8 Meilensteinplanung	19
2.9 Personalplanung	20
3 Finanzierung , Investition und wirtschaftliche Planung	22
3.1 Gründungsfinanzierung	22
3.2 Ermittlung des Gesamtkapitalbedarfs.....	23
3.3 Außenfinanzierung	25
3.4 Innenfinanzierung.....	25
3.5 Investitions-und Abschreibungsplanung, Raum und Materialbedarf	26

3.6	Finanzplan des Bungalowparks	28
3.7	Umsatz-und Preispolitik	29
3.8	Bilanz-und GuV-Planung	30
4	Standortwahl.....	32
4.1	Standortanalyse.....	32
4.2	Ausweichstandorte	36
5	Marktanalyse	38
5.1	SWOT- Analyse	38
5.2	Zielgruppen und Kunden	40
5.3	Konkurrenz	42
6	Marketing und Vertrieb	45
6.1	Marketingansatz.....	45
6.2	Vertriebskonzept/ Distributionspolitik	47
6.3	Produktpolitik	48
6.4	Preispolitik.....	50
6.5	Werbemaßnahmen	50
6.6	Kommunikationspolitik	51
7	Perspektiven	53
7.1	Wachstumschancen	53
7.2	Sensitivitätsanalyse.....	56
7.3	Ausstiegsszenario	58
8	Fazit	59
9	Zusammenfassung	62
10	Anhang	63
10.1	Ausschnitt EnEV 2016	63

10.2	Finanzplan (VoFi-Muster = Vollständige Finanzierung)	65
10.3	Unternehmensbewertung zum Zeitpunkt Ende des 5. Jahres bzw. nach 8 Planungsperioden	66
10.4	DCF-Methode	66
10.5	Vortrag Bauausschuss Ueckermünde	67
10.6	Statistik: Ankünfte und Übernachtungen in MV nach Betriebsarten	72
10.7	Inlandsreiseziele	73
11	Literaturverzeichnis	74

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Ferienhaus Ganges	1
Abbildung 2: Lageplan der Bungalows	1
Abbildung 3: Mind Map Existenzgründung.....	6
Abbildung 4: Mind Map Existenzgründung Bungalowpark	6
Abbildung 5: Angebot Ferienanlage Immowelt	11
Abbildung 6: Mind Map Businessplan	15
Abbildung 7: Mind Map Businessplan Bungalowpark	16
Abbildung 8: Finanzquellen	22
Abbildung 9: Ausschnitt Finanzierungsplan	28
Abbildung 10: Umsatz- und Peiskalkulation in €.....	30
Abbildung 11: Ausschnitt Flurkarte Gemeinde Grambin	36
Abbildung 12: Ansicht Vogelsang-Warsin Flurstück 1/1	37
Abbildung 13: Durchschnittliche Bettenauslastung in Beherbergungsbetrieben in MV in Prozent (Zeitreihe)	39
Abbildung 14: Mitbewerber, private Anbieter	42
Abbildung 15: Ferienhäuser Kron Bellin	43
Abbildung 16: Ferienanlage Lagunenstadt Ueckermünde	43
Abbildung 17: Die "4Ps" im Marketingmix	45
Abbildung 18: vom 4P zum 7p Marketing nach Gardini(2007).....	46
Abbildung 19: Impressum LaH GmbH	47
Abbildung 20: Befragung des ADAC nach Unterkunftsarten und Urlaubsland 2017 ...	48
Abbildung 21: Bewertung Holiday Check	51
Abbildung 22: Bewertung booking.com	51
Abbildung 23: Übernachtungszahlen nach Betriebsart	54

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Phasen der Existenzgründung	5
Tabelle 2: KMU Schwellenwerte der EU seit 01.01.2005	8
Tabelle 4: Phasen der Unternehmensgründung	10
Tabelle 5: Rechtsform von Unternehmen.....	17
Tabelle 6: Meilensteinplanung	20
Tabelle 7: Entwicklung des Cash flow bei unterschiedlichen Zinssätzen.....	23
Tabelle 8: Investitions-u. Abschreibungsplan, Materialbedarf in €	27
Tabelle 9: Bilanz 1. Geschäftsjahr.....	30
Tabelle 10: Geschäftsvorfälle im 1. Geschäftsjahr.....	31
Tabelle 11: GuV im 1. Geschäftsjahr	31
Tabelle 12: Gästestatistik 2016 inkl. Camping gegenüber 2015 gewerblich	34
Tabelle 13: Statistik einzelner touristischer Leistungsanbieter Stettiner Haff	35
Tabelle 14: SWOT- Analyse	38
Tabelle 15: Beherbergungsstatistik LaH GmbH	40
Tabelle 16: Umsatzentwicklung im Gastgewerbe	53
Tabelle 17: Ankünfte und Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben (einschl. Camping) in MV.....	55
Tabelle 18: Sensitivitätsanalyse- EK-Veränderung bis zum 5. Geschäftsjahr in € im Vergleich zu Beginn	57
Tabelle 19: Verhältnis Auslastung, Zinssatz und Cash flow	57

Abkürzungsverzeichnis

EU	Europäische Union
HSNB	Hochschule Neubrandenburg
FeWo	Ferienwohnung
IHK	Industrie-und Handelskammer
BMWi	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
KMU	kleine und mittlere Unternehmen
UER	Uecker-Randow
MV	Mecklenburg-Vorpommern
Pkw	Personenkraftwagen
LK	Landkreis
LaH GmbH	Lagunenstadt am Haff GmbH

1 Einleitung

In dieser Facharbeit soll die Gründung eines Bungalowparks dargestellt werden. Diese Geschäftsidee ist zwar keine neue innovative Konzeption, doch an dem angestrebten Standort in der Form noch nicht vorhanden. Die besondere Herausforderung liegt im Konzept der Geschäftsidee. Es soll möglich sein, in einer strukturschwachen und wirtschaftlich schwachen Region ein Unternehmensmodell zu schaffen, das mit einer geringen Auslastung finanzierbar und rechenbar sein soll. Eine gezielte Produkt-, Preis-, Marketing und Vertriebspolitik sollen den Gründern zum Erfolg verhelfen.

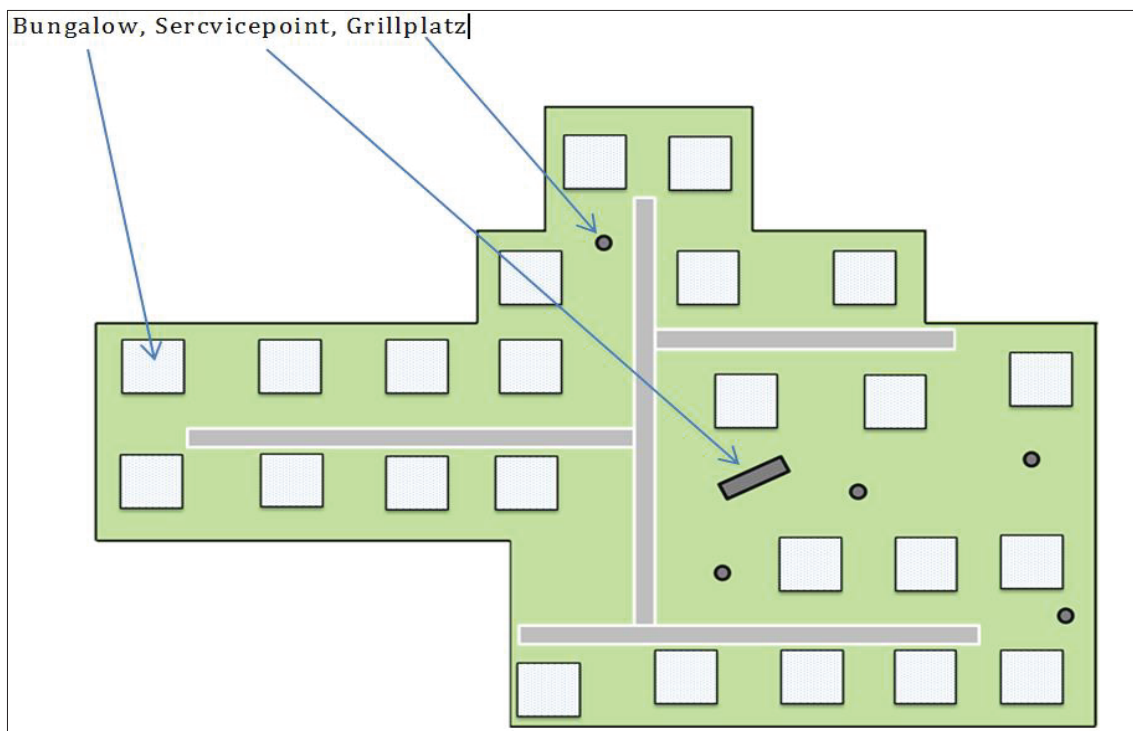
„Bungalowpark am Haff“

Abbildung 1: Ferienhaus Ganges



Quelle: www.gartenhaus2000.de

Abbildung 2: Lageplan der Bungalows



Quelle: eigene Darstellung

1.1 Problemstellung

Eine Unternehmensgründung stellt die Gründer vor große Herausforderungen mit hohen Risiken aber auch guten Chancen. Die Beweggründe für einen Schritt in die Selbstständigkeit können sehr verschieden sein. Die Möglichkeit sein eigener Herr zu sein, seine eigenen Vorstellungen von Unternehmertum zu verwirklichen, die Aussicht auf bessere Verdienstmöglichkeiten oder der Zwang zu Veränderungen z.B. durch drohende Arbeitslosigkeit sind Beispiele solcher Beweggründe. Eine Abwägung zwischen Erfolg und Misserfolg ist zwingend notwendig. Ein jeder Gründer muss sich die Frage stellen nach dem Unternehmertyp. Ist man selbst in der Lage zu führen, besitzt man die nötigen Qualifikationen und ist die Geschäftsidee das einzugehende Risiko wert? Ist das Konzept zur Gründung zielführend und sind ausreichend finanzielle Mittel vorhanden um das Gründungsprojekt auch wirtschaftlich zu meistern? Werden die Banken ein solches Konzept als erfolgreich bewerten und finanzieren? Wie werden die Kundenwünsche erreicht oder betrachtet man die Marktentwicklung selber falsch? Ist der Standort richtig gewählt und werden alle beteiligten Akteure die Gründung positive unterstützen? Der Fragenkatalog könnte noch ausgeweitet werden, doch als Ansatz für die Problemstellung einer Unternehmensgründung sind bereits viele Fragen entstanden, die zu beantworten sind. Dies zeigt, wie komplex die Gründung eines neuen Unternehmens ist.

Als einer der entscheidenden Faktoren spielt das Grundstück eine große Rolle für das Gelingen des Projektes. Dazu tauchen Fragen des Eigentums oder der Erschließung auf. Als Grundstein dieser Geschäftsidee können die Gründer auf Fachwissen und Zahlenwerk der Lagunenstadt am Haff GmbH (LaH GmbH) zurückgreifen. Diese Firma wurde vor 3 Jahren gegründet und hat derzeit ca. 50 Ferienwohnungen (FeWo) in der Verwaltung. Zur Eingrenzung des Themenbereichs wird sich in dieser Arbeit auf eine nebenberufliche Gründung bezogen. Mögliche Gründerförderung seitens des Landes oder Bundes aus der Arbeitslosigkeit heraus kommt also nicht in Betracht.

1.2 Zielsetzung

Ziel dieser Arbeit soll die Darstellung der optimalen Startbedingungen für eine Unternehmensgründung eines Bungalowparks sein. Es sollen die Chancen und Risiken einer solchen Unternehmung erläutert werden. Insbesondere soll die Geschäftsidee so

analysiert werden, dass es am Ende dieser Arbeit eine klare Entscheidungshilfe für die Gründer zur Verfügung steht dieses finanzielle Risiko zu tragen. Eng mit der Finanzierung ist ein fundierter Businessplan verbunden, der als aussagekräftiges Dokument für die Gespräche und Verhandlungen mit den Banken vorgelegt werden soll. Für die Gründer sollen die Rollen des Grundstückpreises, die Erschließungskosten, und des Zinssatzes für dieses Projekt klar erkennbar sein. Die Umsetzung der Idee soll anhand eines realistischen Zeitplans dargestellt werden. Im Ergebnis der Arbeit soll abbildbar sein, inwieweit dieses Konzept auf andere Projekte in strukturschwachen Regionen übertragbar ist.

1.3 Vorgehensweise

In dieser Arbeit werden nach der Einleitung, Zielsetzung und Vorgehensweise im Kapitel 1 die Grundlagen und Definition der Unternehmensgründung und zum Businessplan theoretisch betrachtet und auf die Geschäftsidee angepasst. Es werden die Gründer und die Möglichkeiten der Wahl der Rechtsform, sowie die Organisation des Geschäftsmodells vorgestellt. Dies findet sich in Kapitel 2 wieder. Im Kapitel 3 wird die Finanzierungsmöglichkeit vorgestellt. Eine gesunde Finanzierung ist Basis für einen Erfolg der Gründung. Dementsprechend wird die Finanzierung näher beleuchtet und auf die Geschäftsidee in Form der Investitions-, Finanz-, Preis- und Umsatzplanung angewendet. Das 4. Kapitel gibt Auskunft über die Standortwahl. Teile des Businessplans mit der Marktanalyse, der SWOT-Analyse, der Kunden- und Zielgruppen, der Analyse des Wettbewerbsumfelds werden im 5. Kapitel betrachtet. Im 6. Kapitel werden das Marketing und der Vertrieb des Unternehmens dargestellt. Der Unternehmensaufbau und die betriebswirtschaftliche Analyse, weitere Perspektiven und Planungen, sowie ein Ausstiegsszenario zeigen sich in Kapitel 7. Zum Ende dieser Bachelorarbeit wird im Kapitel 8 ein Fazit aus dieser Arbeit gegeben. Danach folgen die Zusammenfassung, der Anhang, das Literaturverzeichnis und die Eidesstattliche Erklärung.

2 Grundlagen der Unternehmensgründung und die Organisation des Bungalowparks

Im Kapitel 2 werden theoretische Grundlagen zur Unternehmensgründung betrachtet und bezogen auf die Geschäftsidee eines Bungalowparks als Organisation angewendet. Es soll die Komplexität einer Unternehmensgründung zeigen und die Weichen für die Gründer stellen.

2.1 Existenzgründung

Bei einer Existenzgründung muss sich jeder Gründer fragen, ob eine erfolgreiche, tragfähige Existenzgründung überhaupt möglich ist. Was sind die Beweggründe für eine eigene Existenz? Besitzen der/die GründerInnen die fachlichen und kaufmännischen Kenntnisse, sind sie persönlich in der Lage zu führen, haben sie ausreichende finanzielle Mittel und eine sichere Finanzierung? Die untere Abbildung 1, von Gabler zeigt wie komplex eine Gründung ist. Dies birgt große Chancen, aber auch große Risiken mit sich. Das Bundesministerium für Wirtschaft definiert Existenzgründung wie folgt:

“Eine gewerbliche oder freiberufliche Tätigkeit in Form einer Neugründung, Übernahme oder tätigen Beteiligung gilt als Existenzgründung“. (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie Referat Öffentlichkeitsarbeit, 2017)

Existenzgründer sind:

“Natürliche Person, die eine gewerbliche oder selbstständige berufliche Tätigkeit aufnimmt (§ 507 BGB)“. (Springer Gabler, 2017)

Die beiden Existenzgründer sind sich Ihrer Verantwortung bewusst. Eine Existenzgründung heißt Eigenverantwortung, Verpflichtungen gegenüber Geldgebern, Kunden und Lieferanten. Besondere Verantwortung tragen Gründer für eventuelle Mitarbeiter. Diese müssen Ihren Lebensunterhalt bestreiten können, daher sollte für jeden Unternehmer eine faire Lohnzahlung selbstverständlich sein. Robert Bosch sagte einmal: „Ich zahle nicht gute Löhne, weil ich viel Geld habe, sondern ich habe viel Geld, weil ich gute Löhne zahle“. (Bosch & AG, 2017) Ein guter Punkt für ein Firmenleitbild.

„Die Gründer müssen sich klar für eine Form der Existenzgründung entscheiden. Starten sie nebenberuflich oder wird die Gründung von Beginn an eine Vollexistenz. Um erfolgreich zu starten, sollten Sie sich vorher genügend Zeit nehmen und Ihre

Existenzgründung sorgfältig planen. Ihre Vorbereitung können Sie in drei Phasen einteilen: Orientierung, Planung und Umsetzung“. (KFW, 2016)

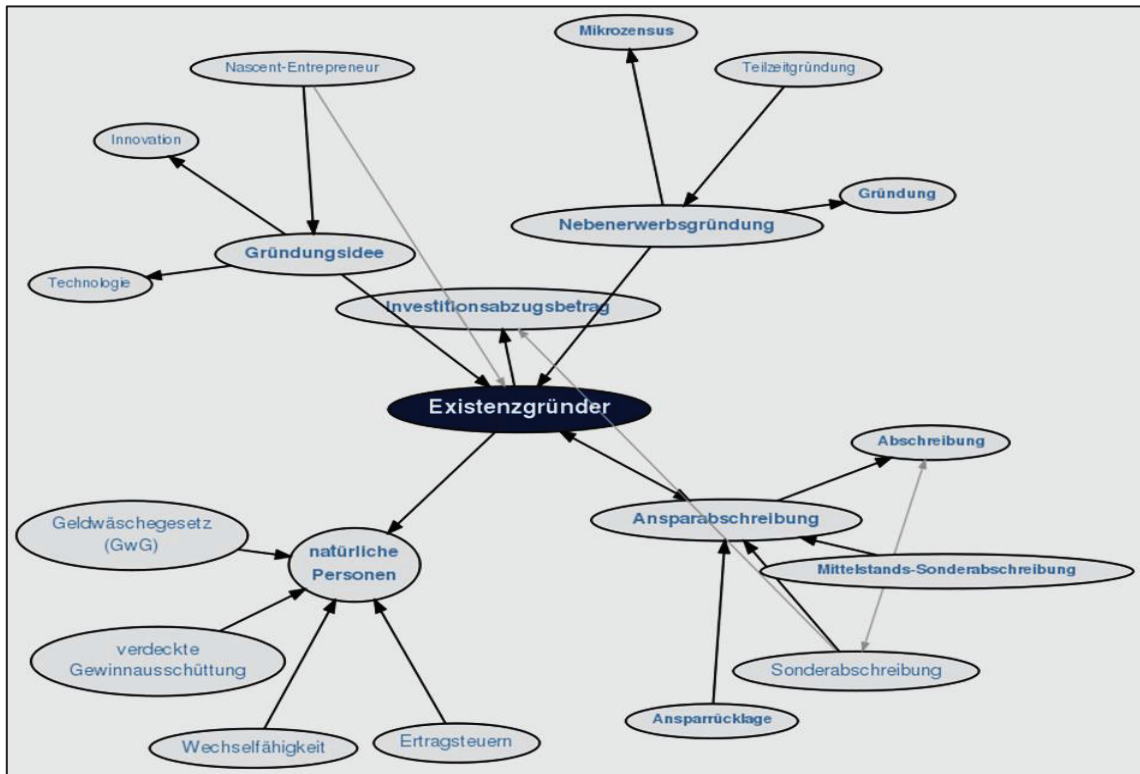
Tabelle 1: Phasen der Existenzgründung

Phase, die Orientierung:	Phase der Planung	Phase der Umsetzung
-es besteht der Wille zur Selbstständigkeit -es wird geprüft, ob man ein Unternehmertyp darstellt, sind persönliche und fachlichen Kompetenzen und Fähigkeiten vorhanden -die Suche nach einer lukrativen, gewinnbringenden und marktorientierten Geschäftsidee beginnt, ist ein Produkt vorhanden oder wird eine Dienstleistung angeboten -gibt es einen Markt für die Geschäftsidee	-welche gesetzlichen Anforderungen müssen erfüllt werden -welcher Standort wird mit welchen Strukturen benötigt -wird Personal benötigt und wenn in welchem Umfang -welche Rechtsform ist für die Unternehmung zielführend -welche Preispolitik soll betrieben werden -welche Vertriebswege werden genutzt? -Gespräche mit Banken werden geführt	-Gewerbeanmeldung -Steuern -Risikoabsicherung -Förderprogramme greifen - die Antworten aus der Planungsphase werden Stück für Stück Realität. - die Detailplanung der Geschäftsidee in die Tat umzusetzen

Quelle: eigene Darstellung

Diese drei Phasen sind für eine gut strukturierte Existenzgründung wichtig und geben einen guten Leitfaden für die Gründer. Die Phase der Orientierung haben die beiden Gründer bereits durchlaufen. Dies wird im Kapitel 2.3 in der Geschäftsidee und im Kapitel 2.4 mit der Vorstellung der Gründer deutlich. Momentan befinden sie sich in der Planungsphase ihres zukünftigen Unternehmens. Diese Arbeit ist ein wichtiger Bestandteil der Planungsphase und soll im Ergebnis ein Leitfaden für die Umsetzung werden. Die darin enthaltenen Teile eines Businessplans dienen den Gesprächen mit den Banken.

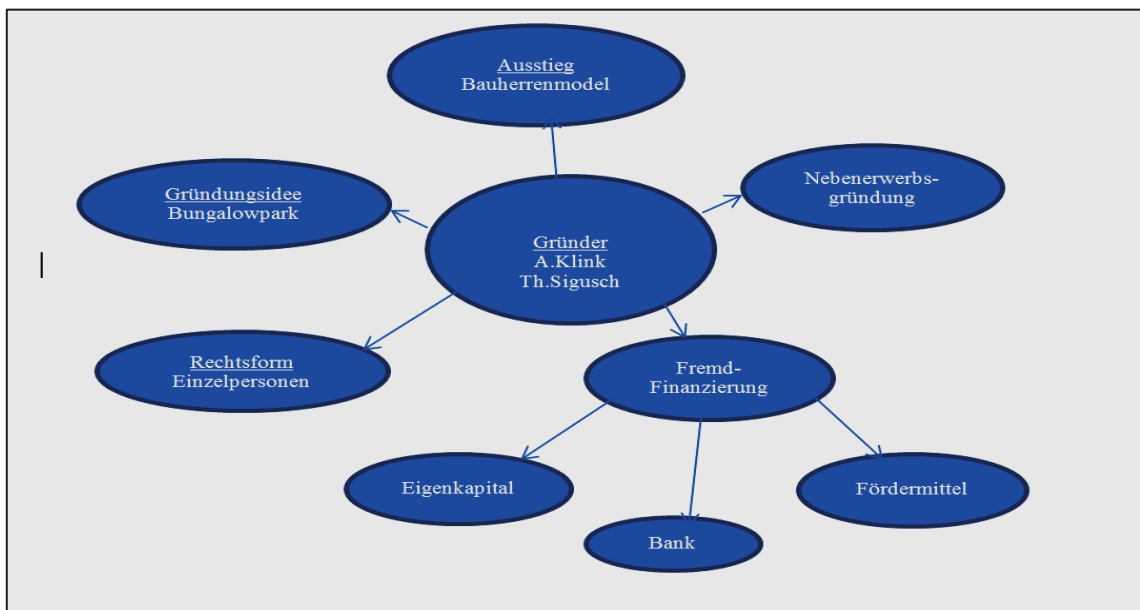
Abbildung 3: Mind Map Existenzgründung



Quelle: (Springer Gabler, 2017)

Mit der Existenzgründung können die ersten Schritte zur Unternehmensgründung vollzogen werden.

Abbildung 4: Mind Map Existenzgründung Bungalowpark



Quelle: eigene Darstellung

Diese Abbildung 4 der Existenzgründung der Bungalowanlage ist gegenüber der Abbildung 3 von Gabler vereinfacht dargestellt. Die entscheidenden Grundpfeiler der Unternehmung sollen mit einem Blick die Struktur bzw. den Aufbau der Geschäftsidee zeigen.

2.2 Unternehmensgründung

Im Gegensatz zum Existenzgründer (natürliche Person) basiert eine Unternehmensgründung auf Personengesellschaften, Kapitalgesellschaften und Stille Gesellschaften.

„1. Begriff: Errichtung eines arbeitsfähigen, erwerbswirtschaftlichen Betriebs. Erforderliche Maßnahmen: Planung (der Beschaffung, der Leistungserstellung, des Absatzes, der Finanzierung und der Organisation), Beschaffung der Erstausrüstung an Kapital, an Personal, an Betriebsmitteln und ggf. Waren oder Stoffen, Aufbau der inneren und äußeren Organisation.....

(II. Personengesellschaften:

Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR), Kommanditgesellschaft (KG), offene Handelsgesellschaft (OHG).

III. Kapitalgesellschaften:

Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH), GmbH & Co. KG, Unternehmungsgesellschaft (UG), Gründung einer AG, Gründung einer SE.

IV. Stille Gesellschaft:

stille Gesellschaft)”. (Springer Gabler, 2017)

Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre werden für die Existenzgründung und die Unternehmensgründung benötigt. Die Unternehmensgründung stellt eine größere Herausforderung dar. Der/die Existenzgründer/innen kann ein Einpersonen-Handwerksbetrieb sein, der einen Hausmeisterservice für Einfamilienhäuser anbietet, ein Unternehmen kann z.B. diesen Service für große Wohnanlagen bieten und viele Mitarbeiter beschäftigen. Der Weg führt vom Kleinstunternehmen unter 10 Mitarbeitern zum kleinen und mittleren Unternehmen (KMU).

KMU-Definition der Europäischen Kommission

„Kleinstunternehmen, kleine und mittlere Unternehmen (KMU) werden in der EU-Empfehlung 2003/361 definiert. Danach zählt ein Unternehmen zu den KMU, wenn es nicht mehr als 249 Beschäftigte hat und einen Jahresumsatz von höchstens 50 Millionen € erwirtschaftet oder eine Bilanzsumme von maximal 43 Millionen € aufweist.

Diese Schwellenwerte gelten für Einzelunternehmen. Bei einem Unternehmen, das Teil einer größeren Gruppe ist, müssen je nach Höhe der Beteiligung die Mitarbeiterzahl und der Umsatz bzw. die Bilanzsumme der Gruppe mit berücksichtigt werden. Für statistische/empirische Analysen werden die KMU in der Regel nach der Zahl der Beschäftigten bzw. der Umsatzgröße abgegrenzt:

- Kleinstunternehmen: bis 9 Beschäftigte und bis 2 Millionen € Umsatz/Jahr
- Kleines Unternehmen: bis 49 Beschäftigte und bis 10 Millionen € Umsatz/Jahr und kein kleinstes Unternehmen
- Mittleres Unternehmen: bis 249 Beschäftigte und bis 50 Millionen € Umsatz/Jahr und kein kleinstes oder kleines Unternehmen

Verflechtungen von KMU mit anderen Unternehmen können in den amtlichen Statistiken (noch) nicht berücksichtigt werden“. (Institut für Mittelstandsforschung Bonn, 2017)

Tabelle 2: KMU Schwellenwerte der EU seit 01.01.2005

Unternehmensgröße	Zahl der Beschäftigten	und	Umsatz €/Jahr
kleinst	bis 9		bis 2 Millionen
klein*	bis 49		bis 10 Millionen
mittel**	bis 499		bis 50 Millionen
(KMU) zusammen	unter 500		bis 50 Millionen

© IfM Bonn

** und kein kleinstes Unternehmen*

*** und kein kleinstes oder kleines Unternehmen*

Quelle: Institut für Mittelstandsforschung, Stichwort KMU

Zu einem Unternehmen gehören Verwaltungsaufgaben zu denen ein Kleinstbetrieb keine finanziellen und personellen Ressourcen hat. Dazu gehören ein Firmenleitbild, eine Firmenkultur oder ganz formal eine vollständige Bilanzierung oder z.B. bei

Aktiengesellschaften die Aktionärsversammlungen mindestens einmal pro Jahr. „Entrepreneurship steht für Unternehmertum oder auch Unternehmergeist. Entrepreneurship beinhaltet alle Aspekte, die zur Gründung und Führung von Unternehmen gehören. Hochschulen, die zum Beispiel über das BMWi-Programm EXIST – Existenzgründungen aus der Wissenschaft gefördert werden, betreiben sowohl Entrepreneurship-Forschung als auch Entrepreneurship-Education“. (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie Referat Öffentlichkeitsarbeit, 2017)

Die beiden Gründer werden als Kleinstunternehmen starten. Da sie vorerst kein eigenes Personal beschäftigen, kann das Unternehmen anhand der zu erwartenden Umsatzzahlen eingeordnet werden. Der erwartete Umsatz liegt bei 225.000 € netto im Jahr bei einer Grundauslastung von ca. 25 Prozent. Auch als Kleinstunternehmen möchten die Gründer ein Firmenleitbild erstellen, formulieren und leben. Das Wohlbefinden eines jeden Gastes in Verbindung mit nachhaltigem Tourismus wird darin eine große Rolle spielen. Im Bereich der Verwaltung werden die Gründer das Marketing durch die Lagunenstadt am Haff GmbH überwachen und das Controlling eigenständig durchführen.

Wie bei der Existenzgründung verläuft die Unternehmensgründung auch in Phasen. Im Vergleich zu den Phasen der Existenzgründung sind die Phasen der Unternehmensgründung umfangreicher und tiefgründiger.

Tabelle 3: Phasen der Unternehmensgründung

Strategische Planung Analysieren Sie Ihre Ausgangslage und entwickeln Sie Ihre unternehmerische und persönliche Strategie.	Operative Planung Definieren Sie, welche Maßnahmen Sie in welcher Planungsperiode einsetzen und welche erforderlichen Mittel bereitgestellt werden müssen.	Dispositive Planung Legen Sie fest, wie Sie den Ablauf der einzelnen Maßnahmen zeitlich und nach Kapazität optimal planen und auch kontrollieren.
Bestandsaufnahme	Festlegung fixer Ziele und Maßnahmen	Umsetzung
<u>SWOT-Analyse</u> Wo liegen Ihre Stärken und Schwächen? <u>Umfeldanalyse</u> Erfassen und interpretieren Sie das allgemeine Umfeld <u>Marktanalyse</u> Analysieren Sie Ihren zukünftigen Absatzmarkt und bestimmen Sie Ihre Zielgruppe <u>Branchen- und Konkurrenzanalyse</u> Verschaffen Sie sich einen Überblick über die Branchenstruktur und Ihre Mitbewerber <u>Portfolio-Analyse und Produktlebenszyklus</u> Strategische Schlüsselfaktoren bei der Entwicklung Ihres Produktangebots <u>Strategieentwicklung und -umsetzung</u>	Meilensteine festlegen und Zwischenziele definieren Vorgänge und Verfahren fest-schreiben, die sich regelmäßig wiederholen Inhalte und Darstellungsformen festlegen Kontrollprozesse abstimmen. Inter-ne und externe Personen integrieren Zielgruppen und Regionen mit Terminen fixieren, an denen Sie das Erreichen strategischer Ziele überprüfen Art, Umfang und Einsatz der Mar-keing-Instrumentarien bestimmen	- Konkrete Terminplanung - Optimierung der Abläufe - Qualitätssicherung
<u>Marktforschung</u> Sammeln Sie Informationen über Ihre Marktpartner, Ihre Mitbewerber und Ihre zukünftigen Kunden: - <u>Beschaffungsmarktforschung</u> - <u>Absatzmarkt- und Konkurrenzfor-schung</u>	<u>Marketinginstrumentarien</u> Definieren Sie die Werkzeuge, mit denen Sie am Markt operieren wollen: - Produktpolitik - Preispolitik - Kommunikationspolitik - Distributionspolitik	Kommunikation - <u>Corporate Identity (CI)</u> - <u>Werbung</u> - <u>Öffentlichkeitsarbeit / PR</u> - <u>Messeauftritte</u>

Quelle: Fuchs, C. (2016), Skript Modul 25 aBWL, Hochschule Neubrandenburg

Die beiden Gründer arbeiten anhand der drei Planungsphasen, wie auch schon bei den drei Phasen der Existenzgründung, ihre Geschäftsidee ab. Einige Punkte der Phasen der Existenzgründung und der Unternehmensgründung überschneiden sich oder die Phasen der Unternehmensgründung gehen tiefgründiger in die Analyse. Mit der Marktanalyse im Abschnitt 5 beginnt die SWOT Analyse im Punkt 5.1, die Branche bzw. Konkurrenz wird beobachtet, zukünftige Kunden- und Zielgruppen definiert, im Kapitel 4 wird die Standortfrage geklärt und im Kapitel 6 die Marketinginstrumente, Preis- und Produktpolitik betrachtet. Die Meilensteinplanung aus Kapitel 2, die zur Dispositiven Planungsphase gehört, hilft den Gründern den angestrebten Fahrplan einzuhalten.

2.3 Die Geschäftsidee

Die Gründungsidee eines Bungalowparks entstand auf der Suche nach weiteren Ferienwohnungen und Ferienbungalows für die Vermietungsgesellschaft Lagunenstadt am Haff GmbH. Während der Besichtigung von zum Kauf angebotenen Ferienbungalows in Ueckermünde OT Bellin wuchs die Idee, für den dort veranschlagten Preis, könnte selber einen Bungalowpark gebaut werden.

Abbildung 5: Angebot Ferienanlage Immowelt



Bild 5 von 12: DSCF8092

Ferienobjektanlage im Seebad Ueckermünde / Bellin

📍 17373 Ueckermünde [Zur Karte](#)

[Umzugsangebote anfordern](#)

✓ Stellplatz, als Ferienimmobilie geeignet

260.800 € Kaufpreis 🏠	504 m ² Wohnfläche (ca.)	36 Zimmer	1.600 m ² Grundstücksfl. (ca.)
---------------------------------	--	--------------	--

Preise & Kosten

Preise	Kaufpreis	260.800 €
--------	------------------	------------------

Quelle: www.immowelt.de/expose/2DWYQ4H

Diese Anlage umfasst 6 Doppelbungalows. Die einzelnen Wohneinheiten sind 50 qm groß. Gebaut wurden die Bungalows 1982. Es mussten die Dächer, Fenster, Türen und Innenräume komplett saniert werden. Das bedeutet pro Bungalow ein Kostenaufwand von ca. 30.000,- €. Dafür ist der angebotene Preis nicht gerechtfertigt, zumal die Dächer noch mit Asbest gedeckt sind und dies teure Entsorgungskosten verursacht.

So begannen die Gründer grundsätzliche Anforderungen und Standards für einen Bungalow zu definieren. Dabei konnte auf Zahlen der Lagunenstadt am Haff GmbH zurückgegriffen werden. Die Auswertung der Buchungszahlen und der prozentualen Auslastung von unterschiedlichen Wohneinheiten ergab eine klare Richtung der Anforderungen. So begannen die Recherchen zu Preisen, Ausstattung, Fördermöglichkeiten und passenden Grundstücken und die Standortwahl.

Die Anforderungen an einen Bungalow werden im Teil 6.3 Produktpolitik erläutert.

„Wer seine Geschäftsidee nicht auf einem Fest der eigenen Familie erklären kann, wird scheitern. Klingt dramatisch, zeugt aber tatsächlich von einer Fähigkeit, die unabdingbar ist, wenn man ein Start-up gründen möchte. Das bedeutet: Fremdwörter sind tabu“. (Richter, 2017)

Mit dem oben genannten Zitat wird der erste Kreis genannt, die von einer Gründungsidee erfahren. Es werden die ersten Kommentare genannt und der/die Gründer müssen sich erklären und gute Argumente liefern um die Familie zu überzeugen. Dies geschah auch im Rahmen der Familie und im Freundeskreis und war eine gute Übung für ein Gespräch mit der Bank. Beide Gründer sind von der Geschäftsidee voll überzeugt.

2.4 Die Gründer

Der Gründer André Klink ist Diplompädagoge und arbeitet hauptberuflich als Regionalreferent der Evangelischen Arbeitsgemeinschaft für Soldatenbetreuung, ist Eventmanager und Gesellschafter der Lagunenstadt am Haff GmbH. Er besitzt Fachkompetenz in den Bereichen Personal, Organisation, Marketing, Controlling und Unternehmensgründung. Herr Klink konnte durch den Aufbau der Lagunenstadt am Haff GmbH reichhaltiges Gründungswissen erlangen. Führungserfahrung und sammelte er während seine Zeit als Offizier der Bundeswehr.

Herr Thomas Sigusch arbeitet hauptberuflich als Wahlkreisbüroleiter eines Landtagsabgeordneten. Als gelernter Koch war 20 Jahre in der Gastronomie tätig u.a. 8 Jahre als Geschäftsführer vom Haus an der Schleuse in Torgelow. Seit September 2013 studiert er nebenberuflich angewandte Betriebswirtschaftslehre an der Hochschule Neubrandenburg und beendet dieses voraussichtlich im August 2017. Er arbeitet strukturiert, zielorientiert, service- und kundenorientiert und konnte sein praktisch

erworbenes Wissen durch das bisherige Studium theoretisch untermauern. Führungserfahrung und kaufmännisches Wissen sind vorhanden. Mit der Vermietung der Bungalows wollen sich die Gründer ein zusätzliches Standbein aufbauen. Beide Gründer sind an dem Erfolg des Unternehmens stark interessiert und möchten das Angebot der Vermietung entsprechend der Entwicklung der Unternehmung gerne erweitern. Die zusätzlichen Aufgaben sehen beide Gründer als positive Herausforderung. Der zu gründende Bungalowpark muss sich rechnen.

Existenzgründer: André Klink
Anschrift: Am Strand 2, 17373 Ueckermünde
Telefon: +49 160 8464960
Email: a.klink@lagunenstadt-am-haff.de

Existenzgründer: Thomas Sigusch
Anschrift: Gartenstraße 7, 17379 Ferdinandshof
Email: thomassigusch@gmail.com
Telefon: +49 160 96716038

2.5 Der Businessplan

Zu dem Begriff Businessplan sind viele Definitionen zu finden. Es gibt einige Vorlagen und Tipps zur Durchführung durch das Bundeswirtschaftsministerium (BMWi), verschiedener IHK's und Banken.

„Der Businessplan bzw. das Gründungskonzept ist der Fahrplan in die Selbständigkeit. Der Existenzgründer beschreibt hier detailliert, wie er seine Geschäftsidee gewinnbringend umsetzen möchte. Der Businessplan enthält eine genaue Beschreibung des Angebotes bzw. der Leistung, der zukünftigen Kunden, der Konkurrenten, der Werbemaßnahmen usw. Auf Grundlage des Businessplans beurteilen z.B. Kreditinstitute, ob die Gründungsidee tragfähig ist und das Projekt Erfolg verspricht“. (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie Referat Öffentlichkeitsarbeit, 2017)

Für die Existenzgründer ist ein positiver Planungs-und Beratungsansatz sich solcher Vorlagen zu bedienen. Gerade die Ratschläge des BMWi und der Banken sind nach den Richtlinien für Förderung durch die öffentliche Hand oder nach Arbeitspapieren der Banken aufgestellt und erleichtern damit die Antragstellung und ermöglichen eine schnellere Bearbeitung.

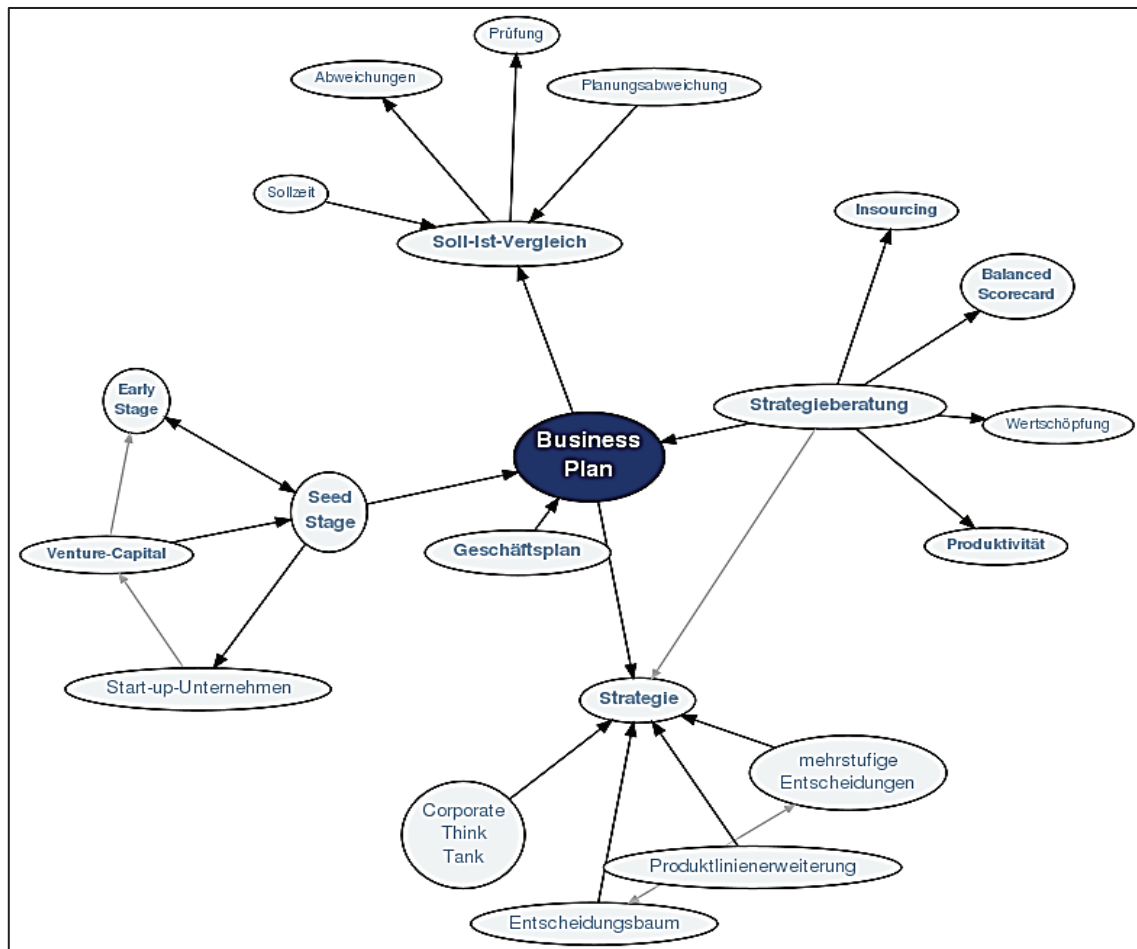
„Ein guter Businessplan muss klar gegliedert und verständlich formuliert sein. Überzeugen Sie Ihre Geldgeber mit Ihrem unternehmerischen Know-how und schrecken Sie sie nicht mit technischen Details ab. Klar gliedern, verständlich schreiben. Eine klare Gliederung sowie ein einfacher und verständlicher Schreibstil sind das A und O jedes guten Businessplans. Am Anfang muss eine Zusammenfassung stehen - auch wenn Sie diese erst zum Schluss schreiben. Außerdem ist eine gut leserliche und optische Aufbereitung hilfreich“. (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, 2017)

Die Teilkapitel eines Businessplan in dieser Arbeit soll die Geschäftsidee eines Bungalowparks in einer strukturschwachen Region darstellen und als aussagekräftiges Dokument für die Verhandlungen mit der Hausbank der Lagunenstadt am Haff GmbH, der VR Bank Uckermark-Randow, dienen. Er wird auch für Gespräche mit anderen Banken benötigt. Wie schon in den Zitaten hervorgehoben, stellt der Businessplan den Gründern ein Strategiepapier zur Seite, mit dessen Hilfe die Gründer eine klare Entscheidungshilfe für Ihre Unternehmung haben. Durch die Erstellung dieses Businessplans sind die Gründer gezwungen sich intensiv mit allen Facetten einer Unternehmensgründung zu befassen und Methoden der Analyse und Forschung anzuwenden z.B. SWOT-Analyse. Es wird nichts schön gerechnet oder besonders bunt gemalt. Dieser Businessplan basiert auf realistischen Zahlen mit konkreten Unternehmenszielen. Die Gründer sind an einem logisch nachvollziehbaren Handlungspapier interessiert, da sie mit der Unternehmensgründung auch in die private Haftung treten. Für die Zielsetzung dieser Arbeit spielt der Businessplan eine große Rolle. Es wird ein aussagekräftiges Papier erstellt.

Für die Anwendung der Idee bzw. des Konzeptes muss ein solcher Plan auf den jeweiligen Standort angepasst werden. Die Phasen der Existenz- und Unternehmensgründung fließen mit in den Businessplan ein. Das erleichtert den Gründern ihre Geschäftsidee umzusetzen. Wie bei einer Leiter erreichen die Gründer mit jedem neuen Schritt oder auch Meilenstein im Businessplan einen weiteren Schritt zum eigenen Unternehmen. Die Struktur eines Businessplans unterbindet Fehlerquellen. So kann z.B. ein Produktpreis nicht einfach umgangssprachlich π mal Daumenfestgelegt werden, sondern muss fachlich korrekt kalkuliert sein. Es ist jedem/er Gründer/innen zu empfehlen sich die doch aufwendige Arbeit eines Businessplans im

Vorfeld zu machen, um das eigene Risiko darzustellen und genau zu kennen. Das minimiert das Risiko des Scheiterns.

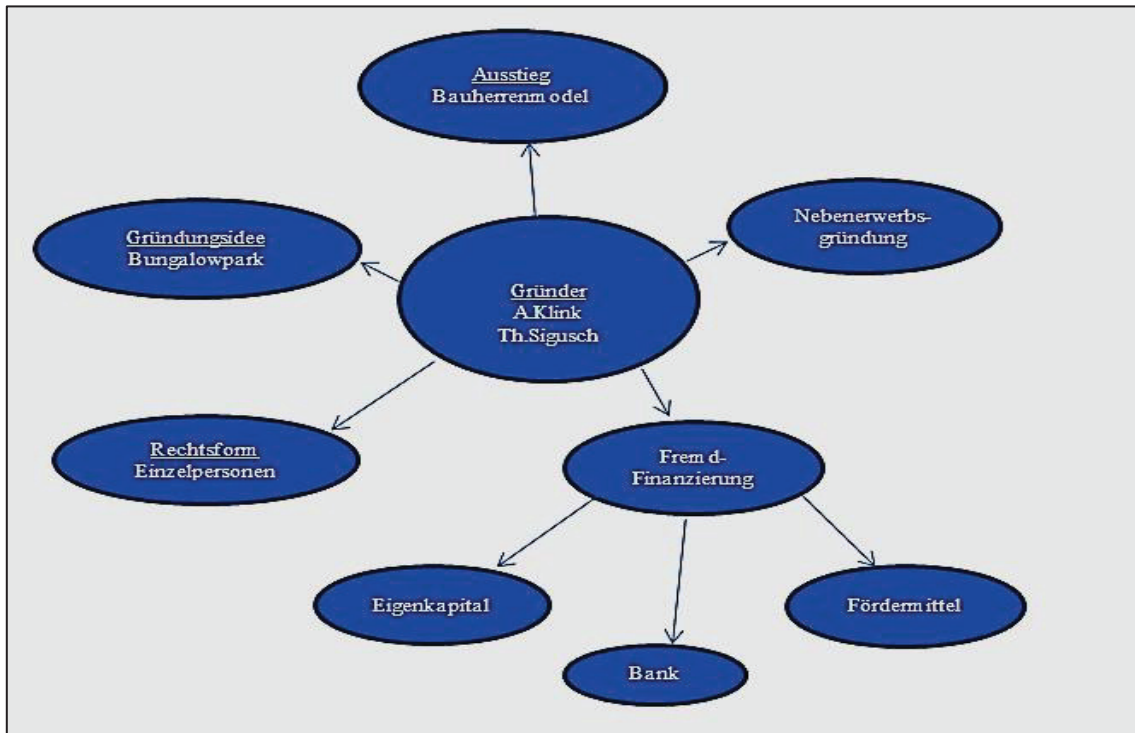
Abbildung 6: Mind Map Businessplan



Quelle: Gabler Wirtschaftslexikon

In dieser Abbildung nach Gabler wird ein Modell eines Businessplans sehr umfangreich und ausführlich dargestellt. Diese Abbildung wurde bewusst ausgewählt um die komplexen Möglichkeiten einer Unternehmensgründung darzustellen. Daher ist es für Gründer von wichtiger Bedeutung sich gut zu strukturieren und den Ablauf einer Gründung nach den drei Phasen zu nutzen. Schnell kann in der Komplexität einer Gründung ein wichtiger Baustein vergessen werden. In dieser Arbeit wird der Businessplan nicht so umfangreich ausgearbeitet. In der folgenden Abbildung 7 wird dies dargestellt.

Abbildung 7: Mind Map Businessplan Bungalowpark



Quelle: eigene Darstellung

Wie auch bei dem Mindmaps zur Existenzgründung wurde die Abbildung 7 vereinfacht und auf den Businessplan für den Bungalowpark zugeschnitten. Dabei soll deutlich werden, dass der Bungalowpark mit seiner Gründungs-idee und der späteren Marketing-Vertriebsstruktur und dem Personalkonzept eng mit der Lagunenstadt am Haff GmbH verbunden ist. Die Geschäftsidee, die Lagunenstadt am Haff, der Standort Ueckermünde und die Gründer stehen in einer direkten Wechselbeziehung. Herr Klink und Herr Sigusch haben schon zusammen gearbeitet. Als Mitbegründer und Gesellschafter der Lagunenstadt am Haff GmbH mit dem Standort Ueckermünde und die gemeinsame Suche nach zusätzlichen FeWo führten zu der Geschäftsidee eines Bungalowparks.

Dieses Konzept kann genauso an einem anderen Standort, der touristisch interessant ist und an andere Vertriebsstrukturen angepasst werden. Grundsätzlich gilt aber, dass jede neue Unternehmung ihren eigenen Businessplan benötigt. Die Gründung und der Unternehmensaufbau der LaH GmbH haben 3 Jahre in Anspruch genommen, inklusive der Vertragsverhandlungen mit den Buchungsportalen und den Reiseanbietern.

2.6 Wahl der Rechtsform

Die Wahl der Rechtsform wird eine der grundlegenden Entscheidungen, die die Gründer treffen müssen. Diese sollte im Vorfeld auch mit einem Steuerberater besprochen werden. Als strategische Entscheidung ist dies auf einen längeren Zeitraum ausgelegt. Eine Änderung verursacht hohen Zeitaufwand mit hohen Kosten.

„Als konstitutive Entscheidung bezeichnet man Führungsentscheidungen, die für das Unternehmen von grundlegender Bedeutung sind und die einmalig oder sehr selten zu treffen sind“. (Wöhe & Döring, 2013)

Dies hat Einfluss auf die Haftung, Steuern, Leitungs- und Kontrollbefugnisse, Finanzierung, Gewinn- und Verlustbeteiligung, Publizität und Beteiligung von Mitarbeitern. Klar ein Grundstein für den Erfolg oder Misserfolg der Unternehmung. In der nachfolgenden Tabelle werden die einzelnen Rechtsformen dargestellt und beschrieben.

Tabelle 4: Rechtsform von Unternehmen

Rechtsform	Kapital/Mindesteinzahlung	Gründerzahl	Haftung	Entscheidungsbefugnis/ Vertretung	Formalitäten/ Kosten	Eintragung in das HR	Vertrag/ Formvorschriften
Einzelunternehmen (Nichtkaufleute/Klein- gewerbetreibende)	• kein festes Kapital/ • keine Mindesteinlage vorge- schrieben	1	unbeschränkt mit Geschäfts- und Privatvermögen	Alleinentscheidung des Inhabers	Gewerbeanmeldung/ gering	Nein	
Einzelkaufleute (Kaufmann)	• kein festes Kapital/ • keine Mindesteinlage vorge- schrieben	1	unbeschränkt mit Geschäfts- und Privatvermögen	Alleinentscheidung des Inhabers, Bestellung von Prokuristen möglich	Gewerbeanmeldung und Anmeldung zur Eintragung in das Handelsregister/ relativ gering	Ja	
GbR Gesellschaft Bürgerlichen Rechts (Nichtkaufleute/Klein- gewerbetreibende)	• kein festes Kapital/ • keine Mindesteinlage vorge- schrieben	mindestens 2	Gesellschaft und Gesellschafter (auch mit Privatvermögen) für Gesellschaftsschulden, gesamtschuldnerische Haftung	Gemeinsame Geschäftsfüh- rung und Vertretung durch alle Gesellschafter, sofern im Gesellschaftsvertrag nichts anderes geregelt ist	Gewerbeanmeldung/ gering	Nein	schriftlicher Gesellschafts- vertrag nicht zwingend erforderlich, aber zu emp- fehlen
OHG Offene Handelsgesellschaft (Kaufmann)	• kein festes Kapital/ • keine Mindesteinlage vorge- schrieben	mindestens 2	Gesellschaft und Gesellschafter (auch mit Privatvermögen) für Gesellschaftsschulden, gesamtschuldnerische Haftung	Einzelgeschäftsführung und Einzelvertretungsmacht jedes Gesellschafter, sofern im Gesellschaftsvertrag nichts anderes geregelt ist, Bestellung von Prokuristen möglich	Gewerbeanmeldung und Anmeldung zur Eintragung in das Handelsregister/ relativ gering	Ja	schriftlicher Gesellschafts- vertrag nicht zwingend erforderlich, aber zu emp- fehlen
KG Kommandit- Gesellschaft (Kaufmann)	• kein festes Kapital/ • keine Mindesteinlage vorge- schrieben, • jedoch Kommanditeinlagen für Kommanditisten (Höhe beliebig)	mindestens 2	Komplementäre (persönlich haftende Gesellschafter) unbeschränkt, Kommanditisten in Höhe der Einlage (Haftungsbeschränkung tritt in der Regel erst nach Eintragung im Handelsregister ein)	Grundsätzlich persönlich haftende Gesellschafter, in besonderen Fällen Beteiligung der Kommanditisten erforder- lich, Bestellung von Prokuris- ten möglich	Gewerbeanmeldung und Anmeldung zur Eintragung in das Handelsregister/ relativ gering	Ja	schriftlicher Gesellschafts- vertrag nicht zwingend erforderlich, aber zu emp- fehlen
GmbH Gesellschaft mit beschränkter Haftung	• Mindeststammkapital: 25.000 Euro • Mindesteinzahlung bei Gründung: 12.500 Euro	mindestens 1	nur mit Gesellschaftsvermögen (Haftungsbeschränkung tritt erst nach Eintragung in das Han- delsregister ein), ggf. persönliche Haftung des Geschäftsführers	Geschäftsführer, Geschäftspolitik: Gesellschaf- tersversammlung, sofern vor- handen Aufsichtsrat, Bestellung von Prokuristen möglich	Gewerbeanmeldung und Anmeldung zur Eintragung in das Handelsregister, insgesamt umfangreiche Formalitäten/ hohe Gründungskosten (Erleichterung bei Ver- wendung des notariellen Musterprotokolls)	Ja	schriftlicher Gesellschafts- vertrag zwingend erforder- lich, Mindestinhalt gesetzlich geregelt, notarielle Beurkundung erforderlich, notarielles Musterprotokoll kann in einfachen Fällen genutzt werden
UG (haftungsbeschränkt) Unternehmergesellschaft	• Mindeststammkapital: 1 Euro, • vollständige Einzahlung bei Gründung erforderlich, • nur Bargründung möglich	mindestens 1	wie GmbH	wie GmbH	wie GmbH	Ja	wie GmbH
AG Aktiengesellschaft	Mindestgrundkapital: 50.000 Euro	mindestens 1	nur mit Gesellschaftsvermögen (Haftungsbeschränkung tritt erst nach Eintragung in das Han- delsregister ein), ggf. persönliche Haftung des Vorstandes	Vorstand, Geschäftspolitik: Aufsichtsrat, Hauptversammlung, Bestellung von Prokuristen möglich	Gewerbeanmeldung und Anmeldung zur Eintragung in das Handelsregister, insgesamt sehr umfang- reiche Formalitäten hohe Gründungskosten	Ja	schriftlicher Gesellschafts- vertrag zwingend erforder- lich Mindestinhalt gesetzlich geregelt notarielle Beurkundung

Quelle: IKH Aachen, www.aachen.ikh.de

“Gegenstand der Wahl der Rechtsform ist die Regelung der Rechtsbeziehungen zwischen den Gesellschaftern (Innenverhältnis) und der Rechtsbeziehungen zwischen dem Unternehmen und den anspruchsberechtigten Stakeholdern (Außenverhältnis)” (Wöhe & Döring, Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 25.Auflage, S.210, 2013)

Ein Vergleich der Vor- und Nachteile hilft den Gründern ihre Prioritäten zu definieren. In einem ersten Vorgespräch mit der Hausbank wurde seitens der Bank klar die Frage nach Sicherheiten gestellt. Selbst bei einer Gründung einer GmbH oder einer UG verlangt die Hausbank eine Besicherung des Kredits durch die Gründer von je 100.000 €. Zwischen den Zeilen wollte die Bank damit testen, wie weit die Gründer hinter ihrem Projekt stehen. Für eine reale Absicherung des Kredits von ca. 1,3 Mio. € werden die zusammen 200.000 € nicht ausreichen. Maßgeblich für die Gründer sind geringe Gründungskosten. Die Frage der Haftung wurde zum Teil durch die Hausbank bereits angesprochen und ist als Entscheidungskriterium mit einzubinden. Für die Entscheidung ist es auch wichtig zu wissen, dass die Landesbürgschaftsbank bei der Finanzierung als Sicherheit für die Hausbank einspringen kann. Dafür muss die Bürgschaftsbank vom Projekt überzeugt werden. Weiter ist zu beachten, dass Kapitalgesellschaften stärker besteuert werden als Einzelunternehmen.

Aus den bisherigen Erkenntnissen heraus werden sich die Gründer für eine Unternehmung als Einzelunternehmer oder einer GbR entscheiden. Dies geschieht, da die Gründer nebenberuflich starten und die Gründungskosten so gering wie möglich gehalten werden sollen. In die private Haftung werden die Gründer durch Auflagen der Bank gehen müssen. Daher macht der Haftungsvorteil einer UG oder einer GmbH dem Preisvorteil der Gründung als Einzelunternehmer nicht den Vorzug.

2.7 Organisation des Bungalowparks

Die Gründung der Unternehmung erfolgt in Form von Einzelpersonen oder einer GbR. Die Vorteile liegen in den geringen Gründungskosten. Beide Gründer haben einen breiten Entscheidungsspielraum und müssen die gemeinsam erzielten Gewinne jeder für sich, als zusätzliches Einkommen, versteuern. Auch bieten diese Rechtsformen bessere Sicherheiten für die Gespräche mit Banken, da eine Haftungsbeschränkung jedes Kreditnehmers ausgeschlossen sein wird. Der Erwerb eines Grundstücks erfolgt

gemeinsam, je zu 50 Prozent. Jeder einzelne Bungalow wird mit separat vermessenem Grundstück geplant. Auch Wasseruhren und Stromzähler werden pro Bungalow eingebaut. Kern des Konzepts soll eine große Unabhängigkeit von Planungsbeginn sein. Die Möglichkeit eines Verkaufs einzelner Bungalows soll die Finanzierungssicherheit für die Bank erhöhen. Die Kosten und die Einnahmen werden zu 50 Prozent geteilt. Dadurch wird mögliches Konfliktpotenzial minimiert. Die komplette Vermarktung und Vermietung, somit das operative Tagesgeschäft, wird an die Lagunenstadt am Haff GmbH abgegeben bzw. outgesourct. Dafür wird eine Gebühr von 21 Prozent des Nettoumsatzes an die GmbH entrichtet. Es fallen nur die tatsächlichen Kosten an. Durch die nebenberufliche Unternehmung sind beide Gründer mit Ihrer Hauptbeschäftigung finanziell abgesichert und müssen nicht mit der Gründung des Bungalowparks ihren Lebensunterhalt erwirtschaften. Die Kooperation mit der Lagunenstadt am Haff GmbH ist für beide Seiten eine „Win/ Win“ Situation. Je besser die Mitarbeiter der Lagunenstadt am Haff GmbH die Bungalowanlage vermarkten, desto höher sind ihre eigenen Einnahmen. Ein Wachstum der Lagunenstadt am Haff GmbH innerhalb der Ferienanlage Lagunenstadt ist derzeit nicht oder nur bedingt möglich.

Durch die bereits bestehende Vermarktungsstruktur und Präsenz am Markt, ist von Beginn an mit einer guten Umsatzentwicklung zu rechnen. Der Bungalowpark kann schon in der Bauphase beworben werden. Die Auswertung und das Controlling der Abrechnung der Mitarbeiter der GmbH führen die Gründer eigenständig in Ihrer Freizeit durch.

2.8 Meilensteinplanung

Die Meilensteinplanung ist der Fahrplan für die Gründer. Der Ablauf der Unternehmensgründung wird in Arbeitspaketen und einem Zeitraster festgehalten. Meilensteine sind Zwischenziele, sie zu erreichen ein Ansporn und auch Erfolg. Für die Gründungsphase sind folgende sieben Meilensteine geplant wie in Tabelle 5 dargestellt. Die Planung zur Umsetzung einer Bungalow-Vermietung erfolgt in der ersten Jahreshälfte 2017. Im 1. Quartal des Jahres 2017 soll die Fremdfinanzierung durch eine Bank besprochen werden. Außerdem werden die Kontakte zu Mitarbeitern der Stadtverwaltung, dem Planungsbüro, der Leader-Projektgruppe und dem Landesförderinstitut MV aufgenommen. Die Gründer befassen sich mit der Antragstellung für die Fördermittel. Das Projekt wird den Stadtvertretern in den

Ausschüssen vorgestellt. Nach der Bewertung und der Vertragsunterzeichnung mit der Bank und den bewilligten Fördermitteln sollen Anfang des Jahres 2018 das Grundstück erworben und die Bungalows bestellt werden. Der Bungalowpark kann beworben werden. Weiterhin müssen alle wichtigen Anmeldungen für das Gewerbe getätigt werden. Der Geschäftsversorgungsvertrag wird mit der Lagunenstadt am Haff GmbH unterschrieben. Das Grundstück wird erschlossen und die ersten Marketingaktionen beginnen. Im 3. Quartal 2018 sollen die Bungalows aufgebaut und eingerichtet werden. Die Außenanlagen werden hergerichtet und zu Beginn des 2. Quartals erfolgt die Geschäftseröffnung. Mit der neuen Saison können die ersten Gäste anreisen. Als Gradmesser für den Erfolg wurde der letzte Meilenstein nach Ende des 1. Geschäftsjahres, mit der 1. Bilanz, gesetzt.

Tabelle 5: Meilensteinplanung

Übersicht 1: Meilensteinplanung	Anfang		Ende		2017				2018				2019				2020			
Vorgang/Arbeitspaket	Quarta	Jahr	Quarta	Jahr	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Planung (Idee, Markt, Businessplan)	1	2017	1	2017																
Gespräch mit Marketing GmbH(LaH GmbH)																				
Gespräch Bank	1	2017	1	2017																
Meilenstein Businessplan Verteidigung			1	2017																
Standort besichtigen	1	2017	1	2017																
Gespräch Bürgermeister+ Bauamtsleiter	1	2017		2017																
Gespräch Bank	1	2017		2017																
Grundstück bewerben Bauausschuss	1	2017		2017																
Grundstück bewerben Sozialausschuss	1	2017		2017																
Meilenstein Vorvertrag Grundstück			2	2017	=>															
Gespräch Planungsbüro	2	2017	2	2017																
Termin Wirtschaftsministerium M-V	2	2017	2	2017																
Besichtigung Musterbungalow	2	2017	2	2017																
Kredit beantragen und Vertrag schließen	3	2017	3	2017																
Gespräch mit LaH GmbH	4	2017	4	2017																
Meilenstein Erwerb Grundstück			1	2018				=>												
Erstellen B-Plan	1	2018	1	2018																
Genehmigungen beantragen	1	2018	1	2018																
Marketingkonzept erweitern	1	2018	1	2018																
Marketingaktion Grüne Woche Berlin	1	2018	1	2018																
Meilenstein Beginn Erschließung Grundstück			2	2018				=>												
Marketingaktion Tourismusmesse Sachsen	2	2018	2	2018																
Erschließungsarbeiten	2	2018	3	2018																
Bauginn der Bungalows	3	2018	4	2018																
Einrichtung der ersten Bungalows	3	2018	4	2018																
Grünanlagenbau	3	2018	1	2019																
Marketingaktion Grüne Woche Berlin	1	2019	1	2019																
Meilenstein Geschäftseröffnung			2	2019									=>							
Start des Geschäfts	2	2019	2	2019																
Beginn 1. Hauptsaison	2	19	3	2019																
Meilenstein Ende der 1. Hauptsaison			3	2019																
Laufendes Geschäft	4	2019	4	2019																
Meilenstein 1. Jahresabschluss	1	2020	1	2020															=>	

Quelle: eigene Darstellung

2.9 Personalplanung

Die Personalplanung für dieses Geschäftsmodell liegt nicht vor. Die Personalkosten für die Vermietung, Hausmeistertätigkeiten und die Reinigung fallen bei der LaH GmbH an. Die Gründer haben diese Dienstleistung an die GmbH outgesourct. Da Herr Klink Mitgesellschafter der GmbH ist, kennt er die Zahlen der GmbH und kann die dortigen

Ressourcen gut einschätzen. Die Bungalowvermietung dient auch der besseren Auslastung des Personals der LaH GmbH und der Sicherung dieser Arbeitsplätze vor Ort. Sollte die Vermietung sich wirtschaftlich sehr positiv entwickeln und weitere Produkte zur Vermietung hinzukommen, muss dieses Personalmodell neu überdacht werden.

3 Finanzierung , Investition und wirtschaftliche Planung

Im Kapitel der Finanzierung wird die Gründungsfinanzierung, der Gesamtkapitalbedarf, die Außenfinanzierung und die Innenfinanzierung betrachtet und für die Gründung des Bungalowparks vorgestellt.

Wie der Begriff schon aussagt, wird hierbei der Finanzierungsbedarf zu Beginn einer Unternehmensgründung betrachtet. „Unter Finanzierung versteht man die Bereitstellung finanzieller Mittel, die zur Durchführung einer Investition benötigt werden“. (Wöhe G., Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 25. Auflage, 2013)

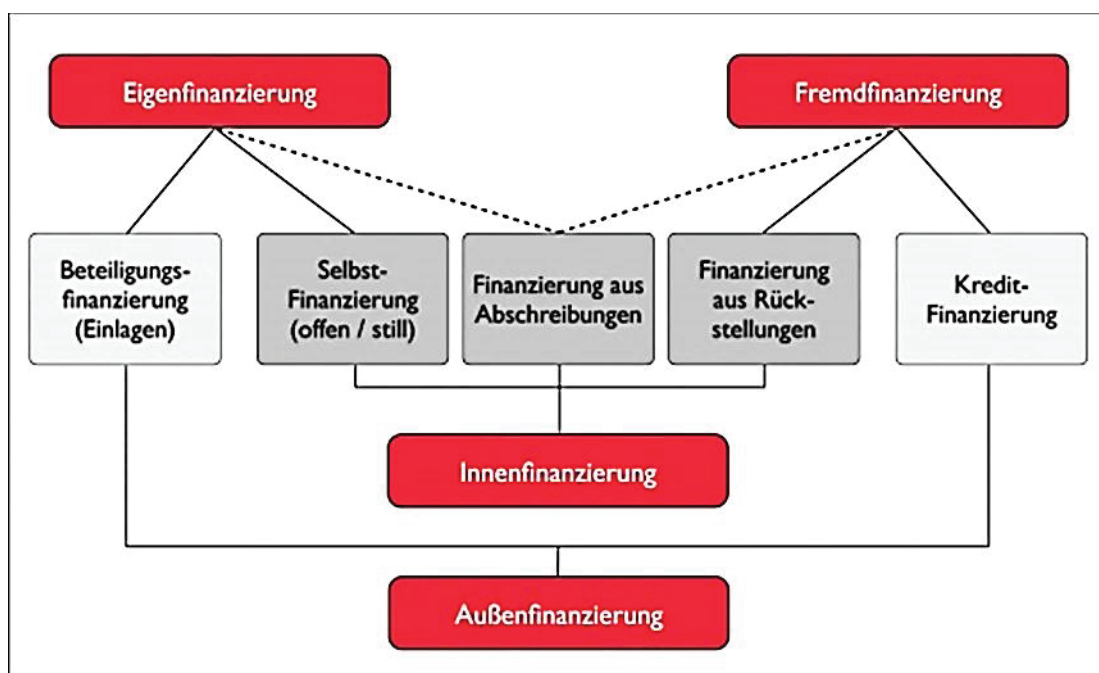
Weiterhin werden die Investition und die wirtschaftliche Planung betrachtet.

3.1 Gründungsfinanzierung

„Von einer Investition spricht man, wenn die heutige Hingabe von Geld(=Auszahlung) in der Absicht erfolgt, mit dem Mitteleinsatz einen höheren Geldrückfluss(=Einzahlung) in Zukunft zu erreichen“. (Wöhe G., Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 25.Auflage, S.472, 2013)

In der nachfolgenden Abbildung werden die Finanzierungsarten und deren Beziehungen zueinander dargestellt.

Abbildung 8: Finanzquellen



Quelle: Übersicht möglicher Finanzierungsquellen, Darstellung nach: Felden, Birgit und Klaus, Annekatriin: Unternehmensnachfolge, Stuttgart, 2003. Abb.33

Wie schon in Abbildung 4 des Mindmaps zur Existenzgründung für den Bungalowpark wir es sich bei der Gründungsfinanzierung um eine reine Fremdfinanzierung/ Außenfinanzierung handeln. Im ersten Bankgespräch mit der VR-Bank Uckermark-Randow stellte sich die Frage der Sicherheiten, die im Abschnitt 2.6 bei der Wahl der Rechtsform schon erklärt wurde. Die Absicherung des Kredits durch die Landesbürgschaftsbank MV ist nicht kostenfrei. Für diese Leistung werden 1,2 Prozent Zinsen der Bürgschaftssumme fällig Die Gründer werden im Gespräch mit der Bank versuchen, das Projekt so gut und als sicher zu verkaufen, dass die Absicherung durch die Bürgschaftsbank mit den zusätzlichen Gebühren bzw. Risikozinsen nicht nötig wird. In der nachfolgenden Tabelle wird der Cash flow verschiedener Geschäftsjahre dargestellt.

Tabelle 6: Entwicklung des Cash flow bei unterschiedlichen Zinssätzen

Geschäftsjahr	1	2	5	10	20
Cash flow bei 3,8%	69.311,35 €	54.757,58 €	56.473,94 €	58.350,77 €	60.750,38 €
Cash flow bei 2,6%	80.709,10 €	61.154,80 €	63.312,48 €	66.067,82 €	70.946,24 €
Cash flow bei 2,9%	77.859,66 €	59.626,26 €	61.669,65 €	61.669,65 €	68.457,72 €
Diff. 3,8%-2,6%	- 11.397,76 €	- 6.397,22 €	- 6.838,54 €	- 7.717,05 €	- 10.195,86 €
Diff. 3,8%-2,9%	- 8.548,32 €	- 4.868,68 €	- 5.195,71 €	- 3.318,88 €	- 7.707,34 €
Diff. 2,9%-2,6%	- 2.849,44 €	- 1.528,54 €	- 1.642,83 €	- 4.398,16 €	- 2.488,52 €

Quelle: eigene Darstellung

Wie zu erwarten steigt der Cash flow mit sinkenden Zinsen. Für die Gründer würde sich es positiv rechnen. In Zahlen könnten Herr Klink und Herr Sigusch z.B. im 5. Geschäftsjahr dadurch bei einem Zinssatz von 2,6 % rund 6840 € auf Ihren Haben-Seite buchen. Selbst wenn die Bank einen, in der Praxis durchaus üblichen, Risikozuschlag von 0,3 % Zinsen verlangen würde, würden immer noch rund 5200 € positiv zu Buche schlagen.

3.2 Ermittlung des Gesamtkapitalbedarfs

„Finanzbedarf; Summe der für die unternehmerischen Teilpläne erforderlichen finanziellen Mittel einer Periode. Die Differenz zwischen (Gesamt-)Kapitalbedarf und den aus der Innenfinanzierung zur Verfügung stehenden Mitteln der Periode ist der

Betrag, der durch Außenfinanzierung beschafft werden muss“. (Springer Gabler Verlag, 2017)

Bei der Finanzierung eines Bungalowparks handelt es sich um eine Neufinanzierung. Es werden Finanzmittel für den Erwerb des Grundstücks, Kaufnebenkosten, Erschließung, Kauf, Bau und Ausstattung der Bungalows sowie Mittel für Marketing benötigt. Diese Kosten von ca. 1,47 Mio. € werden unter Punkt 3.5 in der Investitionsplanung dargestellt. Da eine Unternehmensneugründung abgebildet wird, ist eine Innenfinanzierung noch nicht darstellbar. Als operative Finanzplanung wird eine Außenfinanzierung angestrebt, die sich aus Eigenkapital der Gründer (Eigenfinanzierung), Kreditfinanzierung durch eine Bank (Fremdfinanzierung) und aus Fördermitteln (Fremdfinanzierung) durch das Land Mecklenburg Vorpommern zusammensetzt. Bei der Finanzierung mit Fördermitteln ist zu beachten, dass grundsätzlich immer vor Baubeginn beantragt werden muss und die Auszahlung sich verzögern kann, was zu Liquiditätsengpässen führen kann. Für die Ermittlung der Gesamtkosten wurden der Grundstückskauf mit Erwerbsnebenkosten, die Bungalows, die Erschließungskosten für Wasser, Abwasser, Strom, den Wegebau und die Grünanlagen erfasst. Die Kosten für die Einrichtung der Bungalows wurden ebenfalls berücksichtigt. Die Gründer sind bestrebt mit der finanzierenden Bank einen Kreditpuffer in Höhe von 15 % mit in den Kreditvertrag einzubauen. Eine Kostensteigerung innerhalb der Planungs- und Bauzeit ist möglich und soll von Beginn an berücksichtigt werden. Diese Möglichkeit soll nur bei Bedarf in Anspruch genommen werden. Ein extrem negatives Beispiel für eine Kostensteigerung ist die Hamburger Elbphilharmonie. „Hamburgs Ex-Bürgermeister Ole von Beust (CDU) nutzte die Schlüsselübergabe, um die Grundidee für das Konzerthaus noch einmal für sich zu reklamieren und gleichzeitig Fehler bei der Umsetzung einzuräumen. Die Baukosten waren von anfangs erwarteten 77 Millionen auf inzwischen 789 Millionen Euro gestiegen“. (BF Blogform Social Media GmbH, 2016) Kosten für diesen Finanzpuffer sollen nur bei Inanspruchnahme anfallen.

3.3 Außenfinanzierung

Werden Finanzmittel von außenstehenden Dritten in Anspruch genommen, spricht man von Außenfinanzierung.

„Bei der Außenfinanzierung fließen dem Unternehmen zusätzliche Mittel von außen hinzu. Die Außenfinanzierung kann beispielsweise durch eine Form der Eigenfinanzierung erfolgen. Diese Form der Eigenfinanzierung nennt sich Einlagen- oder Beteiligungsfinanzierung. Hierbei bietet das Unternehmen Außenstehenden die Möglichkeit sich am Unternehmen zu beteiligen, wodurch dem Unternehmen liquide Mittel zufließen. Die Außenstehenden, beispielsweise Aktionäre, erhalten einen Anteil am Unternehmen und zahlen dementsprechende dafür. Erwirtschaftet das Unternehmen Gewinne, so werden die Anteilseigner am Gewinn beteiligt. Darüber hinaus verfügen sie meistens noch über Mitspracherechte. Eine weitere Form der Außenfinanzierung ist die Fremdfinanzierung durch einen Kredit. Das Unternehmen bekommt einen Kredit und somit liquide Mittel zur Verfügung gestellt. Es kann mit den Mitteln arbeiten und beispielsweise neu investieren. Allerdings muss es für den Kredit Fremdkapitalzinsen zahlen. Der Vorteil gegenüber der Beteiligungsfinanzierung ist aber, dass die Fremdkapitalgeber kein Mitsprache- oder Beteiligungsrecht haben“. (Kirchner, www.bwl-lerntipps.de, Stichwort: Außenfinanzierung, 2017) Für die Gründung der Bungalowanlage wird eine Außenfinanzierung genutzt.

3.4 Innenfinanzierung

„Die Innenfinanzierung hat das Ziel keine Mittel von außen aufzunehmen, sondern die vorhandenen Mittel im Unternehmen zu halten und zu verhindern, dass sie aus dem Unternehmen fließen. Eine Form der Innenfinanzierung ist die Selbstfinanzierung. Die Selbstfinanzierung zählt zur Eigenfinanzierung. Es werden einfach die erwirtschafteten Gewinne im Unternehmen behalten. Auch durch Fremdfinanzierung kann eine Innenfinanzierung stattfinden. Ein Beispiel für eine Innenfinanzierung wäre die Bildung von Rückstellungen. Des Weiteren kann eine Innenfinanzierung aus einer Vermögensumschichtung resultieren. Ein Beispiel für eine Vermögensumschichtung wäre der Verkauf von Gegenständen wie z.B. einer Maschine. Dadurch würde ein Aktiv-Tausch entstehen, da der Erlös der Maschine ebenfalls auf der Aktiv-Seite auf dem Kassen- oder Bankkonto verbucht werden würde. Auch Abschreibungen sind eine

Möglichkeit der Vermögensumschichtung“. (Kirchner, www.bwl-lerntipps.de, Stichwort: Innenfinanzierung, 2017)

Weiter soll der Begriff hier nicht erklärt werden, da das Hauptaugenmerk bei der Außenfinanzierung liegt. Die Innenfinanzierung wird bei einer Erweiterung des Parks eine Rolle spielen. Das touristische Angebot soll erweitert werden. Für den späteren Erwerb von Tretbooten, Kanus und Tretmobilen soll eine Innenfinanzierung dienen.

3.5 Investitions-und Abschreibungsplanung, Raum und Materialbedarf

Die Investition in das Grundstück, samt der Erschließung und in die Bungalows stellen mit Abstand den größten Posten dar. Mit mindestens 40 Jahren haben die Bungalows eine lange Nutzungsdauer. Bei entsprechend guter Pflege sind Holzhäuser viele Jahrzehnte haltbar. Eine Lineare Abschreibung für Gebäude wird nach § 7, Abs. 4 EStG geregelt. Darin wird definiert, dass die lineare Abschreibung für alle Gebäude in Anspruch genommen werden kann, die vermietet oder gewerblich genutzt werden. Wurde ein Haus gekauft, das vor dem 31. Dezember 1924 gebaut wurde, können die Anschaffungskosten der Immobilie 40 Jahre lang jährlich zu 2,5 Prozent absetzen. Alle Häuser späteren Datums, die zur Vermietung oder betrieblichen Nutzung gekauft werden, lassen sich 50 Jahre lang zu zwei Prozent der Anschaffungskosten absetzen.

Im Kaufjahr wird die Höhe der Abschreibung anteilig berechnet. Näher wird in dieser Arbeit nicht darauf eingegangen, da es sonst zu sehr ins Detail geht.

Die Kosten für das Grundstück und den Erwerbsnebenkosten werden sich auf ca. 320.000 € belaufen. Auf Grund und Boden gibt es keine Abschreibung. Die Baukosten für ein Bungalow sind mit ca. 30.000 € anzusetzen. Die Erschließung wird ca. 130.000 € in Anspruch nehmen. Bei den Kosten für die Erschließung kann mit einer Förderung durch das Land Mecklenburg-Vorpommern in Höhe von bis zu 35 Prozent gerechnet werden. Beantragt wird dies beim Wirtschaftsministerium MV und beim Landesförderinstitut MV. Derzeit gibt es keine Bettenförderung in MV. In der folgenden Tabelle werden die Investitionen für 8 Jahre dargestellt.

Tabelle 7: Investitions-u. Abschreibungsplan, Materialbedarf in €

NETTO = ohne MWSt!!!			1	2	3	4	5	6	7	8
Jahr			2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Investitionen	Güter	Kostenposition (€)								
Sachanlagen										
Grundstück	Anschaffung	300.000								
	Nutzungsdauer									
sonstige Kosten: Ersatzteile, Reparatur		0	0							
Erwerbsnebenkosten		22.500								
Bungalow	Anschaffung	1.014.417								
	Nutzungsdauer	50								
	AfA	20.288	20.288	20.288	20.288	20.288	20.288	20.288	20.288	20.288
sonstige Kosten: Ersatzteile, Reparatur		500	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
Wegebau+	Anschaffung	129.500								
Grünanlagen	Nutzungsdauer	20								
	AfA	6.475	6.475	6.475	6.475	6.475	6.475	6.475	6.475	6.475
sonstige Kosten: Ersatzteile, Reparatur		100	100	100	100	100	100	100	100	100
Nebenkosten										
Strom+										
Wasser+										
Müll+										
Versicherung+		20.217	22.464	22.464	22.464	22.464	21.340	20.217	22.464	
Kosten an GmbH		42.456	47.173	47.173	47.173	47.173	44.815	42.456	47.173	
gesamt:		62.673	69.637	69.637	69.637	69.637	66.155	62.673	69.637	
Material										
Ausstattung (z.T. geringwertige Wirtschaftsgüter)										
Ausstattung	Kleingeräte	3.500	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	Nutzungsdauer	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	AfA	1.167	333	333	333	333	333	333	333	333
sonstiges Werbung, (Steuer-)Beratung		3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
Zwischensumme Material, Rohstoffe, sonstige, ...		7.670	4.336	4.336	4.336	4.336	4.336	4.336	4.336	4.336
Umsatzentwicklung (Basis 25%)			90%	100%	100%	100%	100%	95%	90%	100%
Zusammenfassung										
Investitionen		1.466.417	0	0	0	0	0	0	0	0
AfA		27.930	27.097	27.097	27.097	27.097	27.097	27.097	27.097	27.097
übriger Finanzmittelbedarf		70.943	79.073	79.073	79.073	79.073	75.591	72.110	79.073	

Quelle: eigene Berechnung

3.6 Finanzplan des Bungalowparks

Zur Geschäftseröffnung stehen 200.000 € Eigenkapital der Gründer und die Mittel aus dem Bankdarlehen zur Verfügung. Es findet ein umsatzsteuerfreier Erwerb statt. Der jährliche Zinssatz beträgt 3,8 % für den Bankkredit. Als Laufzeit für den Kredit sind 28 Jahre vorgesehen. Aus dem kalkulierten Finanzplan geht hervor, dass schon im zweiten Geschäftsjahr das Geldvermögen das Anlagevermögen übersteigt (siehe Abbildung 9). Der Gewinn nach Steuern beträgt kalkuliert in den ersten Geschäftsjahren ca. 55.000 € jährlich (nach dem 1. Geschäftsjahr). Der komplette Finanzplan ist im Anhang dargestellt.

Abbildung 9: Ausschnitt Finanzierungsplan

Tabelle: Finanzplan und betriebswirts		Zeit	0	1	2	5	10	20
		Jahr		2019	2020	2023	2028	2038
	Umsatzentwicklung (Basis 25%)			90%	100%	100%	100%	100%
Zahlungsreihe	+ Einzahlungen " + Ertrag"	€		202.172	224.636	224.636	224.636	224.636
	- Steuern	€		13794	17932	19535	22158	28265
	- Investitionen	€	1.466.417	0	0	0	66.388	100.000
	- Auszahlungen " - Aufwand"	€		70943	79073	79073	79973	79073
	= Saldo Zahlungsreihe	€	-1.466.417	117.435	127.630	126.027	56.116	17.297
Eigene Finanzkraft	+ Einlagen; - Entnahmen	€	200.000					
Darlehn_1	3,80% + Aufnahme (nach Laufzeit)	€	1.266.417					
Laufzeit (Anzahl Perioden)	28	€		0	26.135	29.229	35.221	51.142
Annuitätenfaktor	0,0586	€		48.124	48.124	45.030	39.038	23.117
Darlehn_2	+ Aufnahme (nach Laufzeit)	€						
Laufzeit (Anzahl Perioden)		€		0	0	0	0	0
Annuitätenfaktor		€		0	0	0	0	0
Kontokorrent	+ Aufnahme (nach Laufzeit)	€	0	0	0	0	0	0
Zinsfuß p in %	10,0%	€		0	0	0	0	0
* Dispo-/max	9.999	5,0%		0	0	0	0	0
Summe	- Sollzinsen (Aufnahme)	€		0	0	0	0	0
Geldanlage	- Anlage	€	0	69.311	54.758	56.474	0	0
Zinsfuß p in %	2,0%	€		0	0	0	8.037	39.250
	+ Auflösung	€		0	1.386	4.706	10.106	17.712
	+ Habenzinsen	€		0	0	0	0	0
Finanzierungssaldo	= Saldo	€	0	0	0	0	0	0
Kreditsaldo	Darlehn_1	€	1.266.417	1.266.417	1.240.282	1.155.766	992.092	557.206
	Darlehn_2	€	0	0	0	0	0	0
	Kontokorrent	€	0	0	0	0	0	0
	Guthabenstand	€	0	69.311	124.069	291.776	497.253	846.359
Geldvermögen		€	-1.266.417	-1.197.106	-1.116.214	-863.990	-494.840	289.153
Anlagevermögen	Boden, Gebäude, Maschinen	€	1.466.417	1.438.487	1.411.391	1.330.101	1.261.006	1.222.815
... AfA	Jahre	€		27.930	27.097	27.097	27.097	27.097
Umlaufvermögen	(Vorräte, die angeschafft, jedoch nicht bezahlt)	€	0		0	0	0	0
EBIT	Ergebnis vor Steuern und Zinsen			103.299	118.465	118.465	117.565	118.465
Gewinn vor Steuern (= Einz. (Ertrag) - Ausz. (Aufnahme))		€		55.175	71.728	78.142	88.633	113.060
Steuern	25% 8.000,00	€		13794	17932	19535	22158	28265
Gewinn nach Steuern		€		41.381	53.796	58.606	66.475	84.795
Eigenkapital nach (= Sachverm. + Guthaben - Kredite)		€	200.000	241.381	295.177	466.111	766.166	1.511.969
Cash flow (= EK-Bildung + AfA - Tilgung)		€		69.311	54.758	56.474	61.670	60.750
Rendite Gesamtkapital (vor Steuern)		%		7%	8%	8%	7%	7%
Eigenkapitalrendite (nach Steuern)		%		19%	20%	13%	9%	6%
Amortisationsdauer; Pay-off erreicht, beim Wechseln von - nach +			-1.466.417	-1.397.106	-1.316.214	-1.063.990	-694.840	89.153
Bankrott (Ja = 1)								
Nebenrechnung:								
	Saldo 1		0	69.311	54.758	56.474	-8.037	-39.250
	wenn Guthaben (t-1) und Saldo 1 negativ (-), dann Auflösung			0	0	0	8.037	39.250
	wenn Kontokorrent und Saldo 2 positiv (+), dann Tilgung			0	0	0	0	0
	wenn Saldo 2 positiv, dann Anlage		0	69.311	54.758	56.474	0	0
Bei Bedarf: Einfache Investitionskalküle								
Eigenkapital nach	interne Verzinsung	9,1%	-200.000	0	0	0	0	0
= Saldo Zahlungsreihe	Kapitalwert:	367.666	4,0%	-1.466.417	112.918	118.001	103.585	37.910
	kumuliert			-1.466.417	-1.353.499	-1.235.498	-910.718	-514.279
								9.915

Quelle: eigenes Zahlenwerk

Dabei wird angestrebt im 1. Geschäftsjahr nur Zinsen und keine Tilgung zu Zahlen. Das dient der finanziellen Sicherheit zu Beginn der Unternehmung. Sparkassen haben oft nicht diese Möglichkeit der Anschubfinanzierung.

3.7 Umsatz-und Preispolitik

Für die angebotene Leistung möchten die Gründer einen angemessenen Preis erzielen. “Aus Sicht des Käufers ist der Preis die Summe aller Werte, die ein Verbraucher für den Nutzen, das Produkt oder die Dienstleistung bereit ist, herzugeben”. (Kotler, Armstrong, Saunders, & Wong, 2003) Die Preispolitik richtet sich nach drei Hauptkriterien, Angebot und Nachfrage und den Wettbewerbern. Den höchsten Preis kann ein Anbieter bei höchster Nachfrage erzielen. Den geringsten Preis erzielt der Nachfrager bei dem meisten Angebot (Überangebot). Um diesen Vorgang abzubilden arbeiten sehr viele Anbieter in der Hotellerie, FeWo- Vermietung und Pensionen mit einer Staffelung in Saisonstufen.

Preispolitik: Saisonabhängige Preisstruktur

- 3 Preiskategorien: Vorsaison, Zwischensaison und Hauptsaison
- Vorauszahlung des Buchungspreises
- gestaffelte Stornierungsfristen
- Frühbucherrabatt
- Sonderaktionen.

Die Ermittlung des Umsatzes entsprechend der Preiskalkulation erfolgte für drei Preiskategorien. Die Vorsaison, die Zwischensaison und die Hauptsaison. Für die Kalkulation wird davon ausgegangen, dass an 66 Tagen im Jahr die Hauptsaison, 15 Tagen die Zwischensaison und 10 Tage die Vorsaison gebucht wird. Dabei liegen die Selbstkosten der einzelnen Mietvarianten zwischen 56,04 und 85,35 €. Diese Unterschiede bei den Selbstkosten ergeben sich aus unterschiedlichen Vertriebskosten (21 Prozent Pauschale an die GmbH). Der reale Verkaufspreis (brutto) pro Vermietung liegt zwischen 85,00 € und 115,00 €. Der kalkulierte Jahres-Brutto-Plan-Umsatz liegt demnach bei 240.360,00 €. In Abbildung 10 wird die Umsatz- und Preiskalkulation dargestellt.

Abbildung 10: Umsatz- und Preiskalkulation in €

Anzahl Bungalows	24	24	24	↓	0%	Auslastung:	24,93
Tage im Jahr	10	15	66				
Stück pro Jahr	240	360	1584	2184			
Kostenanteile (Personal, Miete)	15%	20%	65%	100%			
Produkt / Dienstleistung	Zwischensumme (Durchschnittsjahr bei 100% Umsatz)	Vorsaison	Zwischensaison	Hauptsaison			
NETTO = ohne MWSt!!!		Preis/Einheit	Preis/Einheit	Preis/Einheit			
+ Personalkosten	- €	0,00	0,00	0,00			
+ Zinsen	30.651	19,16	17,03	12,58			
+ Vermarktungs- und Vertriebskosten							
+ Abschreibungen	27.096,68 €	16,94	15,05	11,12		21% an GmbH: =	-
+ übriger Finanzmittelbedarf (z.B. Miete)	78.815,15 €	49,26	43,79	32,34			
= Selbstkosten		85,35	75,87	56,04			
Gewinn-/Risikozuschlag in %		5	5	5			
+ Gewinn/Risiko		4,27	3,79	2,80			
= Mindestverkaufspreis		89,62	79,66	58,84			
Rabatt in %							
+ Rabatt		0,00	0,00	0,00			
= Listenpreis (netto)		89,62	79,66	58,84			
Skonto in %							
+ Skonto		0,00	0,00	0,00			
= Verkaufspreis (netto)		89,62	79,66	58,84			
Umsatzsteuer in %		7	7	7			
+ Umsatzsteuer		6,27	5,58	4,12			
= Verkaufspreis (brutto)		95,89	85,24	62,96			
tatsächlich verlangter Preis (brutto)		85,00	105,00	115,00	0%	Brutto-Plan-Umsatz	240.360
Nettopreis (*ohne MWSt)		79,44	98,13	107,48		Netto-Plan-Umsatz	224.636
*für die weiteren Kalkulationen; MWSt-Mehreinnahmen werden an das Finanzamt abgeführt:							15.724

Quelle: eigene Berechnung

Wie am empfohlenen Verkaufspreis (brutto) in der Vorsaison zu sehen ist, müsste ein höherer tatsächlicher Preis verlangt werden. Hier trifft die Situation des Marktes im Bereich Angebot und Nachfrage ein. Die Gründer können auf Grund der schlechten Nachfrage in der Vorsaison keinen höheren Preis erzielen.

3.8 Bilanz- und GuV-Planung

In der Eröffnungsbilanz beträgt das Eigenkapital 200.000,00 € (Guthaben). Es fallen Aufwendungen für Investitionen an. Damit kommt es zu einem Gewinn von 55.175 €, was das Eigenkapital anwachsen lässt. In Tabelle 8 wird die theoretische Bilanz des ersten Jahres gezeigt. Die einzelnen Geschäftsvorfälle sind im Anhang in Tabelle 9 dargestellt.

Tabelle 8: Bilanz 1. Geschäftsjahr

Bilanz							
Aktiva (Vermögen)				Passiva (Kapital)			
	Anfangs- bilanz	Veränderung +Zugang (Soll) / - Abgang (Haben)	Schluss- bilanz		Anfangs- bilanz	Veränderung Abgang (Soll) / Zugang	Schluss- bilanz
Anlagevermögen, - Boden			0	Eigenkapital	200.000		
- Gebäude und Maschinen		+1.466.417		-Entnahmen/+Einlagen	0		
(6)		-27.930	1.438.487	-Verlust/+Gewinn	55.175		255.175
Umlaufvermögen, Material, Vorräte, ..			0	Fremdkapital		+1.266.417	
- Forderungen / Bestandsveränderungen		0		(8)	0		
- Bank; AB und (1)	200.000	+1.266.417		Σ	200.000		1.521.593
(2)		-1.466.417					
(3)		-70.943					
(4)		+202.172					
(7)		-48.124					
(8)		0					
(9)		0	83.105				
Σ	200.000		1.521.593				

Quelle: eigene Berechnung

Abkürzungen:

AB: Anfangsbestand; EB: Endbestand, SssS: Schluss-Saldo, EK: Eigenkapital,
FK: Fremdkapital, AfA: Absetzung für Abnutzung, GuV: Gewinn- und Verlust,
Σ: Summe

Tabelle 9: Geschäftsvorfälle im 1. Geschäftsjahr

Geschäftsvorfälle (ohne MWST, d.h. Netto oder pauschalierend)	Beleg	Datum	Betrag/; für Bank: +=Ein-, -=Auszahlung	Konto	Gegenkonto	Bemerkung, Hinweis
(1) Kreditaufnahme	00001		1.266.417,48	Bank	FK	
(2) -Maschinenkauf/+Anlagenverkauf	00002		-1.466.417,48	Bank	Maschinen	
(3) Ausgaben "Aufwand = Zahlungen für Löhne	00003		-70.942,98	Bank	Aufwand	
(4) Umsatz „Erlös = Ertrag, Dienstleistungen,	00004		202.171,96	Bank	Ertrag	
(5) Bestandsveränderung beim Umlaufvermögen	00005			Vorräte	+Ertrag/-Aufwand	
(6) AfA	00006		27.930,02	Maschinen	Aufwand	
(7) Zins für FK (.. %)	00007		-48.123,86	Bank	Aufwand	
(8) Tilgung	00008		0,00	Bank	FK	
(9) -Entnahmen/+Einlagen (z.B. private Steuern)	00009			Bank	Privat	

Quelle: eigene Berechnung

Tabelle 10: GuV im 1. Geschäftsjahr

Gewinn- und Verlustkonto (GuV)			
	Aufwand	Ertrag	
(3)	70.943	202.172	(4)
(5)	0		
(6)	27.930		
(7)	48.124	0	(5)
SssS-Gewinn	55.175	0	SssS-Verlust
Σ	202.172	202.172	

Quelle: eigene Berechnung

4 Standortwahl

Die Standortwahl ist eine strategische Entscheidung, die langfristig finanzielle Mittel bindet. Gerade bei einer Neugründung kann dieser Aspekt von allen Seiten betrachtet werden und standortspezifischen Faktoren beurteilt werden. “Die Standortwahl gehört zu den konstruktiven Führungsentscheidungen. Aufgrund der langfristigen Wirkung und der schweren Revidierbarkeit kommt dieser Entscheidung eine besondere Bedeutung zu.” (Wöhe & Döring, 2013)

Daher wird eine Standortanalyse betrieben und eventuelle Ausweichstandorte betrachtet.

4.1 Standortanalyse

Die Stadt Ueckermünde ist eine amtsfreie Hafenstadt im LK Vorpommern-Greifswald und zählt ca. 10000 Einwohner/innen und darf seit dem 31. Mai 2013 den Namen Seebad tragen. Mit dieser Bezeichnung erlebt die Stadt, auch Perle am Stettiner Haff genannt, weiterhin einen touristischen Aufschwung. Die geographische Lage direkt am Stettiner Haff macht die Stadt, die im Jahr 1242 erstmals urkundlich erwähnt wurde, für Urlauber attraktiv. Ein touristisches Angebot ist im Ort und der umliegenden Region vorhanden.

Dazu zählen:

- ein breiter Sandstrand mit 800 m Länge, mit FKK-Bereich und Hundestrand.
- eine Minigolfanlage
- eine Strandhalle mit Restaurant (ca. 140 Sitzplätzen) und einer Bar
- ein Kiosk mit Artikeln zum Badebedarf und Getränke und Eis
- einen Imbiss
- Sanitäranlagen sind am Strand

Der Strand ist in der Saison (Mai-September) durch Rettungsschwimmer überwacht. Besonders familienfreundliches Baden ermöglicht der lange Flachwasserbereich, der zum Planschen und tummeln einlädt. Auf zwei Spielplätzen oder beim Beachvolleyball können sich die Kinder, Jugendliche und auch Erwachsene austoben. Angebote wie Wasserski oder auf der Banane über das Wasser reiten sind vom 15. Mai bis zum 15. September möglich. In der Ferienzeit werden am Strand für die ganze Familie zusätzliche Strandfeste durchgeführt z.B. ein Neptunfest. Über einen idyllischen

Strandweg gelangt die Urlauber in die Altstadt und den schönen Stadthafen. Seit diesem Jahr liegt dort eine neue Attraktion, eine nach historischen Vorbild und modernster Sicherheitstechnik nachgebaut Hansekogge. Ein historisches Schiff aus Eichenholz mit 26 m Länge. Die Innenstadt bietet eine gute Auswahl an Bekleidungsgeschäften, Restaurants, Reisebüros, Apotheke, Fotograf, Banken, Cafés u.a. Mehr zur Geschichte der Stadt kann der/die Besucher/innen während einer Stadtführung erfahren. Termine dafür kann man in der modernen und freundliche eingerichteten Tourist- Informationen erfahren bzw. vereinbaren. Kompetentes Fachpersonal berät gern über weitere Sehenswürdigkeiten z.B. der Tierpark Ueckermünde, die Forstsamendarre in Jatznik, den Kletterwald Ueckermünde, die Bauerngartenmanufaktur in Ferdinandshof, Floßfahrten auf den Flüssen Uecker und Randow, den Botanischen Garten in Christiansberg oder auch die Kleinbahn in Schwichtenberg. An der Aufzählung ist die Vielfalt der touristischen Angebote dargestellt und ein Baustein für die Attraktivität des Standortes Ueckermünde

Bei der nachfolgenden Statistik in Tabelle 11 ist eine rückläufige Übernachtungsentwicklung zu erkennen. Rein zahlentechnisch ist das korrekt, hat aber den Hintergrund, dass deutlich weniger Bettenkapazität vorhanden war/ist. Das Hotel Pommernmühle in Liepgarten (100 Betten) hat keinen Nachfolger gefunden und wurde zu einem Pflegeheim umgebaut. Ca. 50 FeWo der Lagunenstadt Ueckermünde mit ca. 160 Betten sind nach der 10-jährigen Bindefrist nicht mehr in der Vermietung und werden von den Eigentümern privat genutzt. Dies verfälscht die Statistik. Ansonsten zählt das Seebad Ueckermünde zum Kreis Vorpommern- Greifswald. Dieser hat einen Zuwachs von 5 % zum Vorjahr und einer durchschnittlichen Auslastung von 39,2 % im Jahr 2016. Private Anbieter sind dabei noch nicht erfasst. Mit diesen Zahlen und den Umsatzzahlen der Lagunenstadt am Haff GmbH war die Standortwahl für Ueckermünde gefallen. Die Suche nach einem geeigneten Grundstück verlief ernüchternd. Es gibt fast keine Baugrundstücke in der Größe ab 10.000 qm in Wassernähe.

Tabelle 11: Gästestatistik 2016 inkl. Camping gegenüber 2015 gewerblich

Region	Ankünfte	% Ver-änderung Vorjahr	Übernach- tungen	% Ver-änderung Vorjahr	Durchschnittl. Aufenthalts-dauer (Tage)	Durchschnittl. Ausl./Jahr %
Alles aus D & Ausland inkl. Camping						
M-V gesamt	756.5.819	2,3	30.292.481	2,8	4,0	35,8
Festland Vor- pommern/ Verbandsgebiet	623,656	6,4	1.726.244	7,7	2,8	35,6
Landkreis Vorpommern- Greifswald	1.369.213	5,0	6.133.580 +2,8	4,5	4,5	39,2
Insel Usedom	1.084.625	6,3	5.362.931	4,7	4,9	42,2
Festland LK VG	284.588	0,02	770.649	3,1	2,7	36,2
Seebad Ueckermünde	40.582	-9,5	131.054	-9,5	3,2	26,6
Anklam	14.608	0,3	27,155	10	1,9	34,6
Mönkebude	4.196	33,2	9.354	16,6	2,2	16,7
Pasewalk	12.828	2,7	22.704	17,7	1,8	30,3
Torgelow	6.002	7,7	13.035	51,8	2,2	39,1

Quelle: Rechenschaftsbericht 2016 des Tourismusvereins am Stettiner Haff

„Hinzu kommen Übernachtungen, die nicht vom Statistischen Landesamt erfasst werden, wie die Städte Löcknitz, Penkun, Strasburg, Eggesin, Haffgemeinden außer Mönkebude, Privatvermietung, Jugendherberge und Schullandheime, auch gewerbliche Vermieter (weniger 10 Betten). Defizite treten immer noch durch die Nichteinhaltung der Meldefristen und fehlerhafte Übermittlung von Angaben beim Statistischen Landesamt in Schwerin auf. Dadurch kommen nicht nachvollziehbare Ergebnisse zustande.“ (Tourismusverein am Stettiner Haff, 2016) Dies lässt auf eine höhere Gästeanzahl schließen, ist aber nicht zu belegen.

Für den Standort sprechen auch die touristischen Angebote der Region, die in der nächsten Tabelle samt Besucherzahlen gezeigt werden. Ein Beispiel für die weitere

Entwicklung ist der im Jahr 2015 eröffnete Kletterwald. An den Zahlen der Strandbesucher ist klar die Wetterabhängigkeit der Region am Haff zu erkennen.

Tabelle 12: Statistik einzelner touristischer Leistungsanbieter Stettiner Haff

Leistungsanbieter	2015	2016	Bemerkungen
Besucher Haff- Museum	4.096	3.714	
Besucher offene Marienkirche Ueckermünde	25.101	23.000	offene Kirche, nicht immer stehen ehrenamtl. Kräfte zur Verfügung
Besucher Strand Ueckermünde	162.380	239.398	tolles Wetter Vorsaison, Veranstaltungen
Besucher Tierpark	105.000	119.295	trotz Vogelgrippe
Passagiere Reederei Peters	15.000	17.300	
Teilnehmer Stadt- und Reise- führungen, gef. Wanderungen	7.114	7.585	
Besucher Forstsamendarre Jatznick	1.807	3.714 123 Führungen	Tag der offenen Tür ca. 1.000 Gäste
Besucher Militärhistorisches Museum Eggesin	2.300	2.700	
Besucher Lokschuppen Pasewalk	4.783	7.800	Fahrten mit Dampflok, Veranstaltungen, Festspiele M-V
Besucher Museum Pasewalk	3.430	2.923	
Besucher Kletterwald		5.560	

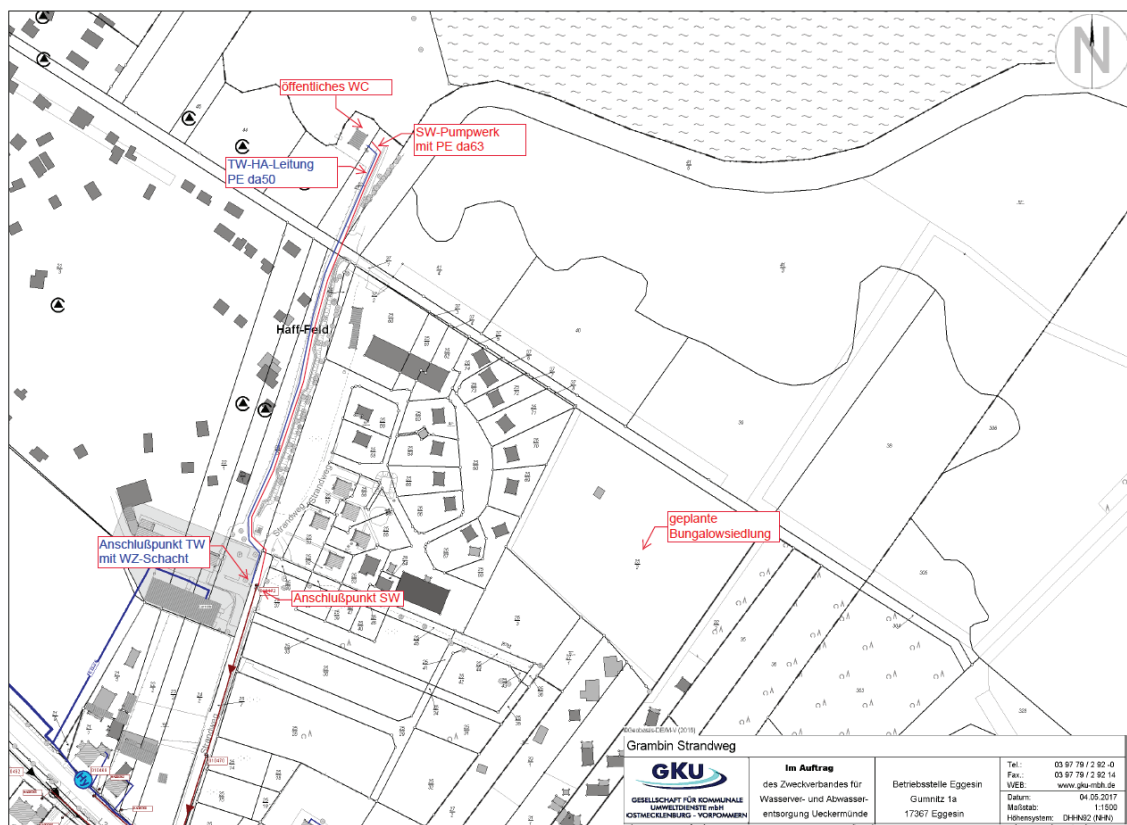
Quelle: Rechenschaftsbericht 2016 Tourismusverein am Stettiner Haff

Eine große Erweiterung des Angebotes, an saisonverlängernden Maßnahmen wäre wünschenswert, ist derzeit aber nicht in Sicht. Es fehlt vor Ort ein Schwimmbad oder eine Therme mit Saunalandschaft und Wellnessbereich, um auch im Winter Angebote für Urlauber vorhalten zu können. Trotz der Bemühungen des Bürgermeisters, hat sich bisher kein Großinvestor gefunden. Die zu erwartenden Auslastungszahlen sprechen für eine schlechte Rendite. Hier gilt es noch neue Wege zu finden. Ein Teil dazu soll durch die Bungalowanlage beigetragen werden. Durch ein höheres Gästeaufkommen vor Ort, könnte langfristig eine solche Investition rentabel werden. Die LaH GmbH hat als Erweiterung das Gebäude des ehemaligen Bahnhofs in Ueckermünde erworben und plant dort eine Saunalandschaft zu errichten.

4.2 Ausweichstandorte

In der Entwicklung Ihrer Geschäftsidee haben die Gründer über Ausweichstandorte nachgedacht. Die Stadt Ueckermünde bietet zwar ein Grundstück an, das heißt aber nicht, dass es die Gründer auch erwerben können. Für diesen Fall ist es von grundlegender Wichtigkeit ein anderes Grundstück zu finden. Dafür bevorzugen die Gründer die Region am Stettiner Haff. Eine Privatperson verkauft in 17375 Grambin ein Grundstück mit 9800 qm Fläche. Die Lage befindet sich in Strandnähe. Die Erschließung stellt ein Problem dar. Grundsätzlich, das trifft auch auf andere Standorte zu, müssen hier, wenn noch nicht erschlossen, die Erschließungskosten berechnet werden. Das Grundstück sollte mindesten Bauerwartungsland und für die gewerbliche touristische Nutzung seitens der Stadt oder Gemeinde vorgesehen sein.

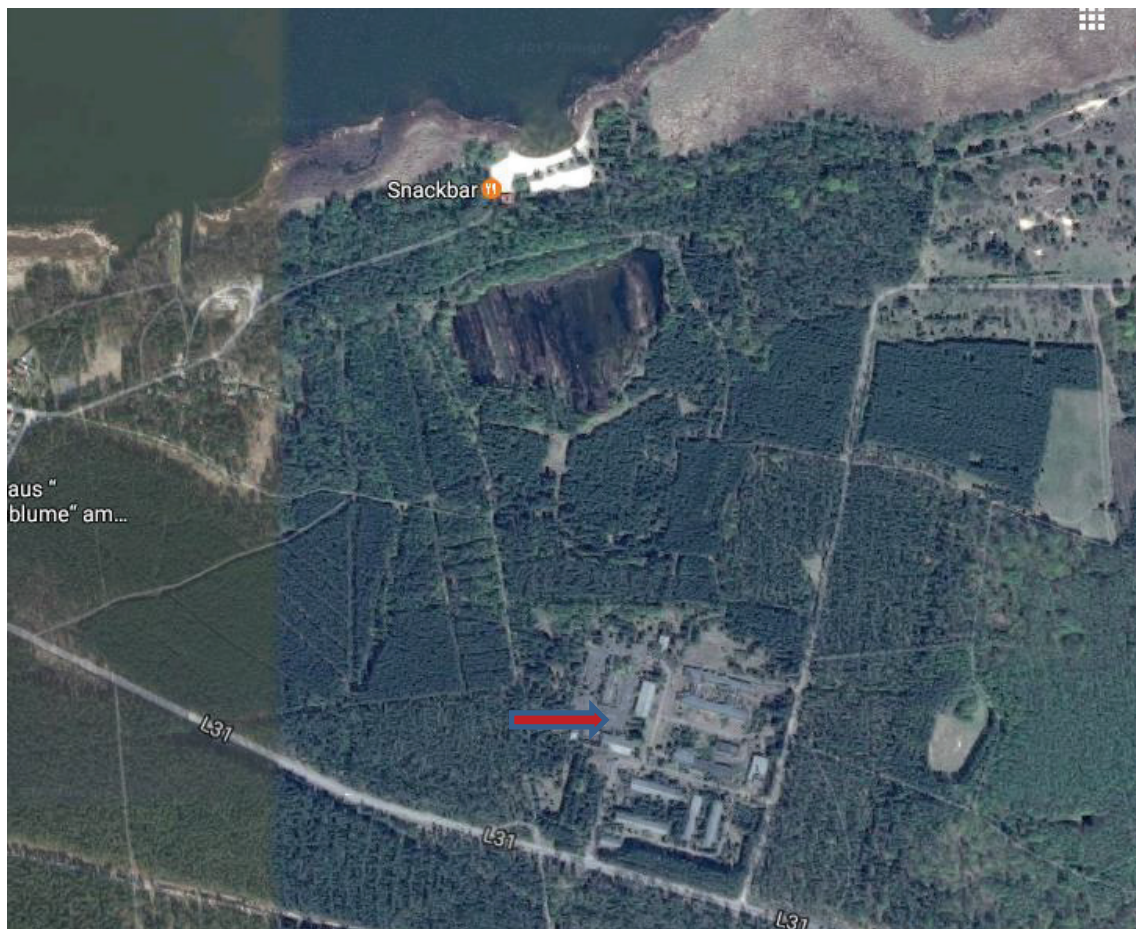
Abbildung 11: Ausschnitt Flurkarte Gemeinde Grambin



Quelle: GKU Betriebsstelle Eggesin über Holger Netz, Ingenieurbüro D. Neuhaus & Partner GmbH · August-Bebel-Straße 29 · 17389 Anklam

Als ein weiterer Standort für ein solches Projekt konnte ein ehemaliges Kasernengelände gefunden in Vogelsang-Warsin werden. Dieses Grundstück befindet sich in der Zwangsversteigerung und kommt am 13.07.17 zur Verhandlung. Der Strand ist ca. 600 m entfernt und in das Zentrum von Ueckermünde müssten Urlauber ca. 4 km zurücklegen.

Abbildung 12: Ansicht Vogelsang-Warsin Flurstück 1/1



Quelle: [https://www.google.de/maps/place/17375+Vogelsang-](https://www.google.de/maps/place/17375+Vogelsang-Warsin/@53.7351396,14.1346859,1319m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x47aa442af5435a9d:0x1c251aebf0eeb360!8m2!3d53.7153729!4d14.1598146)

[Warsin/@53.7351396,14.1346859,1319m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x47aa442af5435a9d:0x1c251aebf0eeb360!8m2!3d53.7153729!4d14.1598146](https://www.google.de/maps/place/17375+Vogelsang-Warsin/@53.7351396,14.1346859,1319m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x47aa442af5435a9d:0x1c251aebf0eeb360!8m2!3d53.7153729!4d14.1598146)

Bei der Standortsuche gibt es mehrere Quellen für eine Recherche:

-Angebote von Gemeinden und Städten, Zwangsversteigerungen

Private Verkäufe z.B. Immowelt, immoscout24, ebay, ebay-Kleinanzeigen

Geschäftsübernahmen bzw.- nachfolgen.

5 Marktanalyse

5.1 SWOT- Analyse

Bei der Gegenüberstellung von Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken in der sogenannten SWOT-Analyse zeigt sich, dass die Stärken überwiegen. Grundvoraussetzungen, wie eine Vermietungsstruktur, eine Vermarktungsstruktur und Erfahrung im Dienstleistungsbereich sind vorhanden.

Tabelle 13: SWOT- Analyse

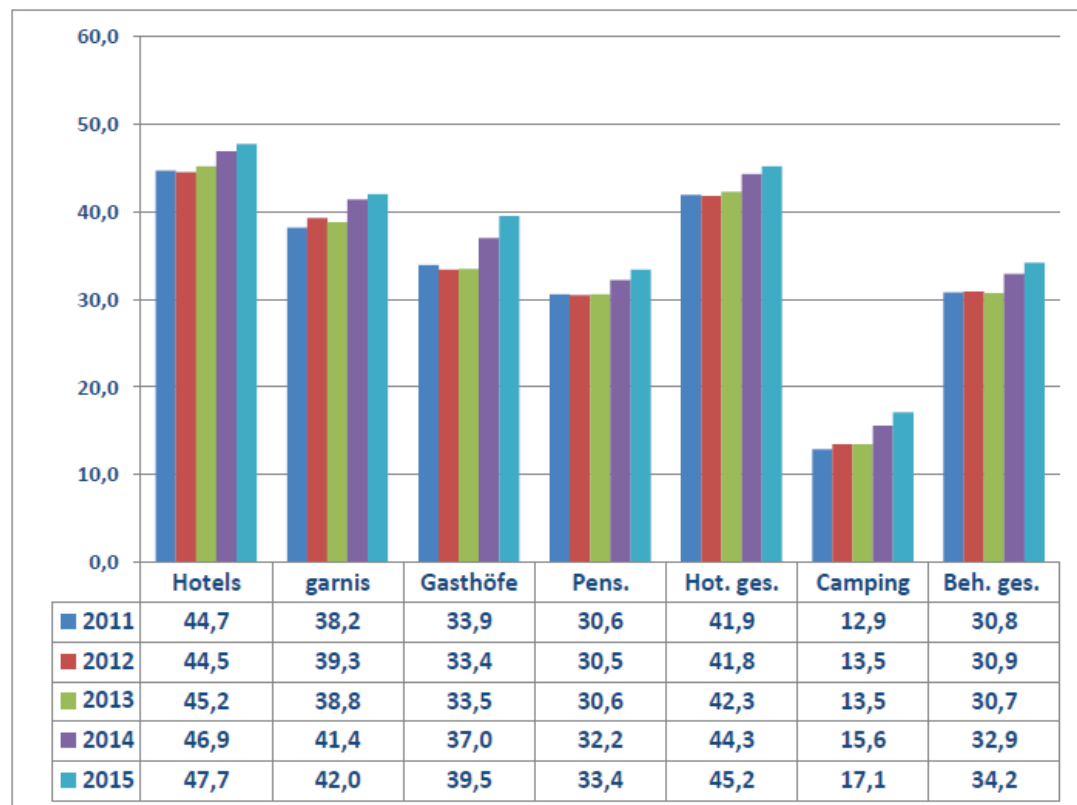
„interne“ Situation	Stärken	Schwächen
	Fachkompetenz im Führen, Marketing und Betriebswirtschaft Erfahrung im Verkauf vorhandene Vermarktungs- und Vermietungsstruktur vor Ort Freude an der Aufgabe (Selbstständigkeit) Direktkontakt zu den Kunden breite Kundschaft wird angesprochen modernes Produkt in nachhaltiger Bauweise guter Standort in der Nähe vom Strand	noch keine Stammkundschaft Produktpalette mit nur einem Bungalow-Typ am Anfang eventuell nicht breit genug nicht ganzjährig bewohnbar bei schlechten/ kühlem Wetter weniger Kundschaft
zukünftiger Markt	Chancen	Risiken
	Noch kein anderer Vermieter in der Größenordnung am Stettiner am Haff Faires Preisangebot für die Kundschaft Kundschaft/ Urlauber vor Ort Auch für Einheimische interessant (z.B. Familientreffen) Wachstum und Schaffung nachhaltiger Angebote z.B. Saunalandschaft Immer noch wachsende Übernachtungszahlen in MV	Menschen haben vielleicht keinen Bedarf direkte Konkurrenz mit ähnlichen Angeboten die nachziehen Abhängigkeit von der Vermietungs-GmbH Persönliche Haftung

Quelle: eigene Darstellung

Die Chancen und Risiken sind gut einschätzbar. Gerade die Risiken sollen auf ein Minimum reduziert werden. Mit den Erfahrungen und Auslastungszahlen der Lagunenstadt am Haff GmbH sehen die beiden Gründer gute Chancen sich am Markt zu profilieren. Zudem stellt das Produkt Ferienbungalow an sich eine Stärke dar, da sich der deutsche Ferienmarkt im Wachstum befindet. In Urlaubsregionen wie z.B. Ägypten reisen immer weniger Deutsche. Die dort allgegenwärtige Terrorgefahr schreckt viele Touristen ab. Dafür entscheiden sich immer mehr für einen Urlaub im eigenen Land.

Die steigenden Zahlen an Übernachtungen im Inland und gerade in Mecklenburg-Vorpommern sind ein Beispiel dafür.

Abbildung 13: Durchschnittliche Bettenauslastung in Beherbergungsbetrieben in MV in Prozent (Zeitreihe)



Quelle: Übernachtungszahlen nach Betriebsart
 Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern; <http://www.laiv-mv.de/Statistik/Zahlen-und-Fakten/Wirtschaftsbereiche/Gastgewerbe-und-Tourismus>, abgerufen am 30.05.17

Zu den Schwächen des Konzeptes zählt die Wetterabhängigkeit, da bei Regen noch nicht genügend Angebote für den Indoorbereich vorhanden sind. Ein klarer Nachteil ist die geringe Eigenkapitaldecke. Von Vorteil ist die vorhandene Struktur der Vermarktung der Lagunenstadt am Haff GmbH. Klar zu den Stärken zählt die schlanke Struktur dieser Geschäftsidee. Durch das Outsourcing sind die Kosten fest kalkulierbar. Es muss kein Personal vorgehalten werden. Die Lagunenstadt am Haff GmbH zieht ihren Nutzen aus der besseren Auslastung ihres vorhandenen Personals.

5.2 Zielgruppen und Kunden

Zielgruppe sind in erster Linie Familien aus dem Bereich Sachsen, Sachsen-Anhalt und Brandenburg sowie auch die Menschen der Metropolregion Stettin auf polnischer Seite des Haffs. Die Erhebungen der Lagunenstadt am Haff GmbH dokumentieren diesen Besucherstrom.

Tabelle 14: Beherbergungsstatistik LaH GmbH

Von 01.01.2017 bis 31.12.2017 (Gesamt)						
Na	Land	Ankünfte	Erwachsene	Kinder	Kleinkinder	Übernachtungen
1	Baden-Württemberg	62	306	76	14	396
2	Bayern	121	513	295	56	864
3	Berlin	474	3038	353	24	3415
4	Brandenburg	387	1219	349	124	1692
5	Bremen	5	18	12	0	30
6	Hamburg	33	84	69	0	153
7	Hessen	91	649	163	13	825
8	Mecklenburg-Vorpommern	109	338	110	0	448
9	Niedersachsen	143	589	122	20	731
10	Nordrhein-Westfalen	127	548	133	23	704
11	Rheinland-Pfalz	51	278	49	9	336
13	Sachsen	346	1559	619	59	2237
14	Sachse-Anhalt	166	724	220	7	951
15	Schleswig-Holstein	71	567	39	7	613
16	Thüringen	167	662	382	22	1066
A	Österreich	2	8	0	0	8
CZ	Tschechien	3	12	0	0	12
D	Deutschland	126	679	183	10	872
FR		2	18	0	0	18
IT		3	9	0	0	9
LT	Litauen	4	12	12	0	24
PL	Polen	8	26	0	14	40
S	Schweden	4	14	14	0	28
Gesamt Deutschland		2479	11771	3174	388	15333
Gesamt		2505	11870	3200	402	15472

Quelle: Lagunenstadt am Haff GmbH, Beherbergung Stand 16.06.17

Somit reisen die meisten Gäste aus Berlin, Sachsen, Brandenburg, Sachsen-Anhalt und Thüringen an.

Das Angebot der Bungalows ist bauseitig auf Familien abgestimmt, mit separaten Schlafräumen für die Eltern und die Kinder sind jeweils Ruhezonen vorhanden. Die Ausstattung mit Gesellschaftsspielen und Playstation pro Bungalow fördert die gemeinsame Beschäftigung auch, wenn mal kein Strandwetter ans Haff einlädt. Zu jedem Bungalow wird es einen Bollerwagen für den Transport der Badeutensilien zum Strand geben.

Die Idee über die Landesgrenze nach Polen zu schauen ist nicht neu. So hat z.B. der Tierpark Ueckermünde einen Anteil von 19 Prozent an polnischen Gästen. Erreicht wurde dies durch gezieltes Marketing in polnischen Tageszeitungen und Werbung mit vergünstigten Eintrittspreisen.

Zusätzlich sollen weitere Kundengruppen angesprochen werden. 1/3 der Bungalows werden bewusst barrierefrei gebaut, um auch Menschen mit körperlichen Beeinträchtigungen ein Angebot für Ferien zu bieten. „Fast jeder Zehnte in Deutschland ist schwerbehindert. Ende 2015 lebten rund 7,6 Millionen Menschen mit einer solchen Behinderung in der Bundesrepublik – so viele wie nie seit Beginn der Statistik vor mehr als 25 Jahren. Im Vergleich zur letzten Erhebung Ende 2013 waren das 67.000 Menschen oder 0,9 Prozent mehr, wie das Statistische Bundesamt in Wiesbaden mitteilte.“ (ZEIT ONLINE GmbH, 2016)

Menschen mit Beeinträchtigung möchten genau wie alle anderen, gesunden Menschen gerne einen Urlaub verbringen. Dies ist oft nicht möglich aufgrund fehlender „Etwa 1,5 Mio. Kurzurlaubsreisen unternehmen behinderte/ mobilitätseingeschränkte Menschen in Deutschland. Aus der Geschäftsreiseintensität Behinderter resultieren in Deutschland circa 500.000 Reisen pro Jahr. Die wirtschaftlichen Auswirkungen aus dem Reiseaufkommen behinderter/ mobilitätseingeschränkter Menschen sind beachtlich. Sie summieren sich im übernachtenden Reiseverkehr auf DM 3,1 Mrd. und im Tagesausflugsverkehr auf DM 2,8 Mrd. pro Jahr. Somit lässt sich das Gesamtumsatzvolumen auf rund DM 6 Mrd. einschätzen. Rund 90. 000 Vollzeit Arbeitsplätze werden damit allein durch die Ausflugs-, Kurzurlaubs-, Urlaubs- und Geschäftsreisen behinderter Menschen in Deutschland gesichert“. (Projektleitung REHADAT, 2001)

An Veranstaltungstagen der Stadt z.B. Ueckermünder Haff-Tage, die Haff-Sail und Powerbootrennen werden gute Auslastungen der Bungalows erwartet. Die Besucherzahlen dieser Events sind stetig wachsend.

Das Marktvolumen für die angebotene Bungalowanlage lässt sich schwer abschätzen. Durchschnittlich ist mit einer Auslastung zwischen 25-35 Prozent zu rechnen. Die Größe des Marktsegmentes ergibt sich aus der Anzahl der Urlauber, der Touristen im Ort und der einheimischen Bevölkerung.

5.3 Konkurrenz

„Die Konkurrenzanalyse beschäftigt sich mit der systematischen Sammlung, Verdichtung, Auswertung und Interpretation von Informationen über die derzeitige und zukünftige Situation der Wettbewerber (vgl. Zentes/Swoboda, 2001, S. 587)“. (Dillerup & Stoi, 2013) Einen eigenständigen Bungalowpark in der Größenordnung wie das geplante Projekt ist am Stettiner Haff noch nicht vorhanden. Es gibt einige kleinere Anbieter von Ferienbungalows. Einige direkt in Ueckermünde und einige in den umliegenden Dörfern. Nachfolgend einige Beispiele:

Abbildung 14: Mitbewerber, private Anbieter

Ueckermünde

Pragst, Brunhilde u. Karl-Heinz
Rosenmühler Weg 14
17373 Ueckermünde
Tel.: 039771 25069

F☆☆☆☆, FW ca. 36 m², ruhige Lage, 1 Wohnraum, 1 Schlafraum, Dusche, WC, Küche, Handtücher, Bettwäsche, Fahrräder, Grill, Liegewiese, Stellplatz PKW inkl.

1 – 4 Nächte 35 €
1 – 10 Nächte 33 €
1 – 20 Nächte 32 €

2-3	n.A.	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
-----	------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Quelle: Homepage der Stadt Ueckermünde unter der Rubrik Übernachten

Eine kleinere Anlage mit 6 Doppelbungalows befindet sich in Ueckermünde OT Bellin. Diese waren der Auslöser der jetzigen Geschäftsidee. Da dort ein enormer Renovierungstau besteht, werden diese alten Bungalows aus Zeiten der DDR nicht mit den neuen geplanten Bungalows der Gründer konkurrieren können. Mit einer Größe von 50 qm sind diese auch nicht optimal für Familien geeignet.

Abbildung 15: Ferienhäuser Kron Bellin

Ueckermünde/Bellin – Ferienhäuser Kron Bellin

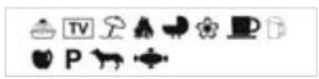


Ferien + Freizeit Kron Bellin
 Dorfstraße 8b · 17373 Ueckermünde/Bellin
 Tel.: 039771 59110
 E-Mail: info@kron-bellin.de
 www.strandferien-am-haff.de

Kleine familienfreundliche Ferienanlage mit eigenem Strand direkt am Stettiner Haff, 14 einfache Ferienhäuser mit je 1 Wohnraum, Küche, DU/WC, 2 Schlafzimmer, 5 Radwandererhütten mit je 4 Schlafgelegenheiten, Brätchenservice, Gartenrestaurant, großer Kinderspielfeld, Boots-, Kanuverleih, Campingplatz (120 Stellplätze)

Anzahl		NS in €	HS in €
14	FH	ab 39	ab 69
5	Radwanderer Hütten	32	40

Frühstück möglich, Zusatzbett gegen Aufpreis



Quelle: Homepage der Stadt Ueckermünde unter der Rubrik Übernachten

Mit der Lagunenstadt Ueckermünde ist eine große Ferienwohnungsanlage mit ca. 250 FeWo ca. 2 km vom Wunschstandort des Bungalowparks entfernt. Derzeit sind davon aber nur ca.160 FeWo in der Vermietung. Die restlichen werden privat genutzt. Es sind in der Anlage nur 110 Parkplätze vorhanden, die sich die Nutzer der FeWo mit den im Hafen (380 Bootsliegeplätze) befindlichen Bootsnutzern teilen müssen. In der geplanten Bungalowanlage wird zu jedem Bungalow an Pkw- Stellplatz direkt am Haus sein. Die Entfernung zum Strand beträgt von der Lagunenstadt ca. 200 m und von dem geplanten Baugrundstück der Bungalows ca. 300 m.

Abbildung 16: Ferienanlage Lagunenstadt Ueckermünde

Ueckermünde – Ferienanlage Lagunenstadt Ueckermünde AG



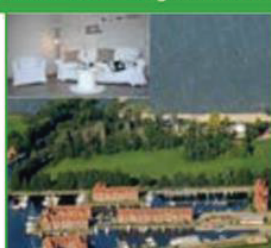
Ferienanlage Lagunenstadt Ueckermünde AG
 Zum Strand 2 · 17373 Ueckermünde
 Tel.: 039771 53029 · Fax: 039771 53021
 E-Mail: info@lagunenstadt-ueckermuende.de
 www.lagunenstadt-ueckermuende.de

Die Lagunenstadt AG bietet Ihnen 155 Ferienwohnungen in direkter Wasserlage aus einer Hand. Der Strand des Seebades ist nur 300 Meter entfernt und das Hafenbecken liegt direkt vor Ihnen. Jede Ferienwohnung verfügt über einen relativ identischen Standard (seit 2016). Ein kostenfreier Pkw-Stellplatz in der Anlage ist inbegriffen. Auch der Spielplatz, die Socceranlage und der Grillplatz stehen Ihnen zur Verfügung. Optional gegen Aufpreis können Sie Frühstück dazu buchen. Bei uns verstehen sich alle Preise inklusive Heizungs-, Wasser- sowie Stromkosten und Endreinigung. Freuen Sie sich auf die direkte Wassernähe.

	Pers.	NS in €	HS in €
1-Raum-App. Landseite	2	42	66
1-Raum-App. Hafenseite	2	45	70
2-Raum-App. Landseite	4	55	85
2-Raum-App. Hafenseite	4	60	90
3-Raum-App. Hafenseite	6	70	112



Ueckermünde – Lagunenstadt am Haff



Lagunenstadt am Haff
 Zum Strand 2 · 17373 Ueckermünde
 Tel.: 039771 815455 · Fax: 039771 815457
 E-Mail: info@lagunenstadt-am-haff.de
 www.lagunenstadt-am-haff.de

Bei den komplett neu renovierten Ferienwohnungen handelt es sich um hochwertig eingerichtete Wohnungen in direkter Wasserlage. Jede Ferienwohnung verfügt über einen hohen Standard vom Fliegengitter bis hin zum sehr guten multimedialen Equipment und freiem W-LAN. Ein kostenfreier Pkw-Stellplatz in der Anlage ist inbegriffen. Bei uns verstehen sich alle Preise inklusive Heizungs-, Wasser- sowie Stromkosten und Endreinigung. Freuen Sie sich auf einen tollen Strandurlaub.

Zimmer	NS in €	ZS in €	HS in €
1-Zi-FeWo Landblick	38	42	63
1-Zi-FeWo Wasserblick	42	47	68
2-Zi-FeWo Landblick	52	55	75
2-Zi-FeWo Wasserblick	57	60	85
3-Zi-FeWo Wasserblick	65	70	110



Quelle: Homepage der Stadt Ueckermünde unter der Rubrik Übernachten

Auf der Homepage der Stadt Ueckermünde unter der Rubrik „Übernachten“ bieten mit Stand am 07.06.17 derzeit 79 private Vermieter Übernachtungsmöglichkeiten an. Das Angebot reicht bei FeWo mit 38 qm bis 100 qm und bei Ferienbungalows von 30 bis 52 qm und Ferienhäuser bis 90 qm. Von den 79 Anbietern haben nur 6 die Möglichkeit bis zu 6 Personen übernachten zu lassen, ansonsten nur bis 4 oder nur 2 Personen. Die Preise bewegen sich dabei zwischen 35-115 € pro Nacht. Gewerbliche Anbieter von FeWo und Bungalows sind 5 Unternehmen mit Wohneinheiten zwischen 40 qm bis 75 qm zu Preisen zwischen 39 € bis 120 € je nach Saison, plus einer Endreinigung zwischen 30 bis 65 € pro FeWo. Drei der Anbieter können bis zu 6 Personen in einem Drittel der FeWo übernachten lassen. Die Gründer haben sich für die Bungalowanlage einheitlich für bis zu 6 Personen pro Wohneinheit entschieden. Damit haben Sie einen Wettbewerbsvorteil gegenüber den Anbietern die nur bis zu 4 Personen ausgelegt sind. Von den 79 privaten Anbietern haben nur 19 ihre FeWo, Ferienhäuser oder Bungalows nach Sternen klassifizieren lassen. Alle gewerblichen Anbieter sind klassifiziert. Die Mehrheit hat 2 bis 3 Sterne, einige haben 4 Sterne und 2 Anbieter haben 5 Sterne. Die Gründer streben für Ihre Anlage eine Klassifizierung mit mindestens 3 Sternen an. Besten Falls erreichen sie 4 Sterne. Die direkte Strandnähe, mit maximal 500 m Fußweg, haben 20 Anbieter der privaten Gilde und nur 3 der gewerblichen Vermieter. Mit ca. 300 m zum Strand hat die geplante Anlage der Gründer gute Voraussetzungen den Gästen einen kurzen Weg zum Strand zu bieten. Für jeden Bungalow wird es kostenfrei einen Bollerwagen geben, um die Stranduntensilien zu transportieren, sowie kostenfreies W-LAN. Diesen Service bieten die anderen gewerblichen Anbieter noch nicht an.

6 Marketing und Vertrieb

6.1 Marketingansatz

Die beiden Gründer müssen sich über ihre Marketingstrukturen ein klares Bild machen. „Beim Marketing geht es nicht nur um Werbung oder Verkauf. Beim wirklichen Marketing geht es eher darum, zu wissen und zu verstehen, was wir überhaupt machen.“ (Kotler, Armstrong, Saunders, & Wong, 2003)

Das Marketing wird an die Lagunenstadt am Haff GmbH abgegeben bzw. outgesourct. Mit dem Konzept der LaH GmbH können sich beide Gründer identifizieren. Herr Klink hat als Gesellschafter das Marketingkonzept mit erarbeitet. Die LaH GmbH arbeitet mit einem Marketingmix nach der Methode der “4 P’s”. Das ist

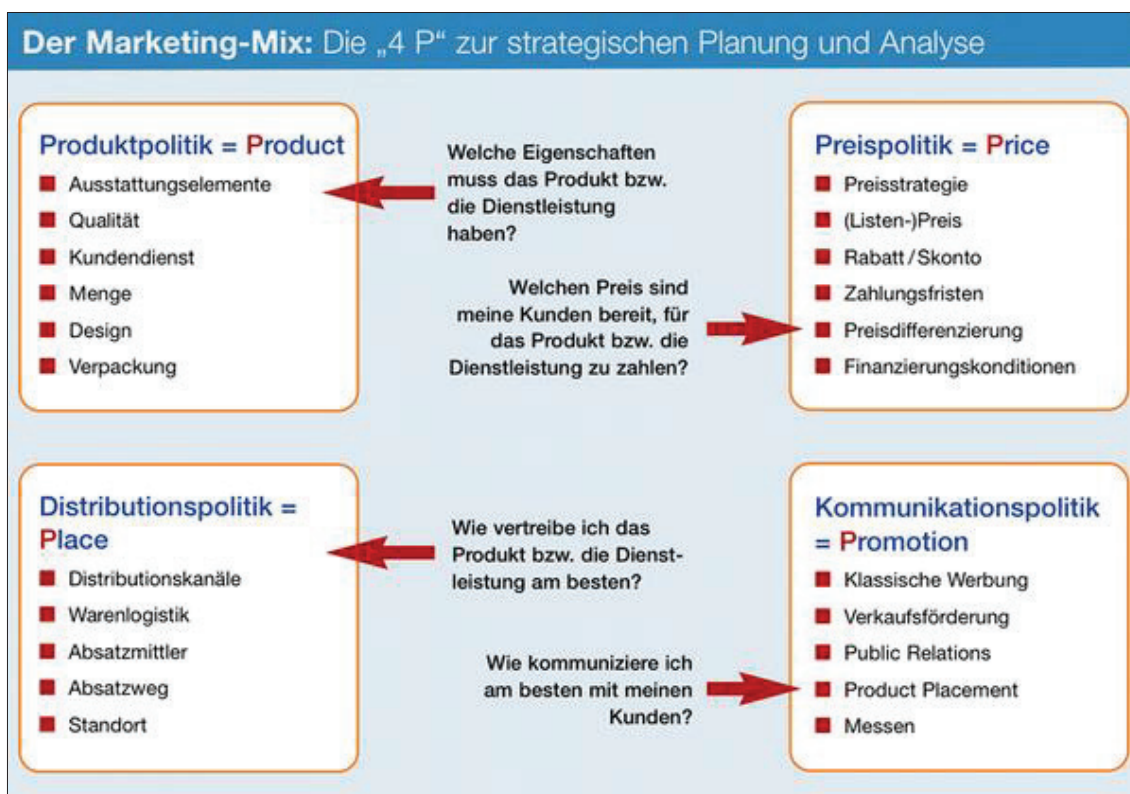
Produktpolitik (Product)

Preispolitik (Price)

Distributionspolitik (Place)

Kommunikationspolitik (Promotion)

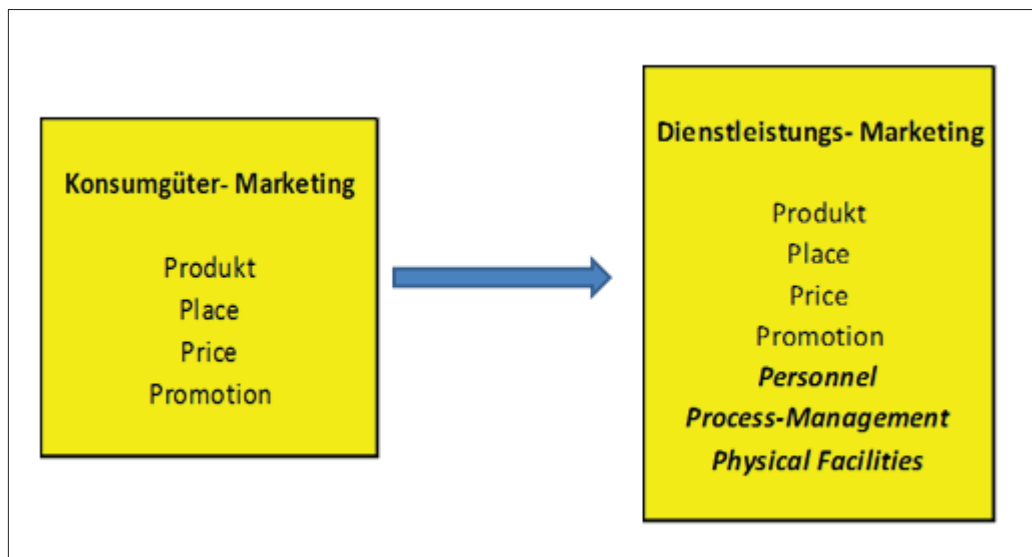
Abbildung 17: Die "4Ps" im Marketingmix



Quelle: Realis Verlags-GmbH, <http://www.starting-up.de/marketing/marketingmix.html>, abgerufen am 12.06.17

Nach der Vorlage des klassischen 4P's Konsummarketing kann für die Bungalowanlage ein guter Mix von Marketinginstrumenten zusammengestellt werden, die in die Struktur der Vermietungs- GmbH eingebunden und in den nachfolgenden Punkten erklärt werden. Langfristig soll das Marketing zum 7P's Dienstleistungsmarketing entwickelt werden. Das heißt um die drei Komponenten *Person* (Personalpolitik), *Process* (Prozess der Leistungserstellung) und *Physical Facilities* (Ausstattungs politik). Dadurch soll der Dienstleistungscharakter gestärkt und die Position am Markt verbessert werden.

Abbildung 18: vom 4P zum 7p Marketing nach Gardini(2007)



Quelle: eigene Darstellung nach Gardini

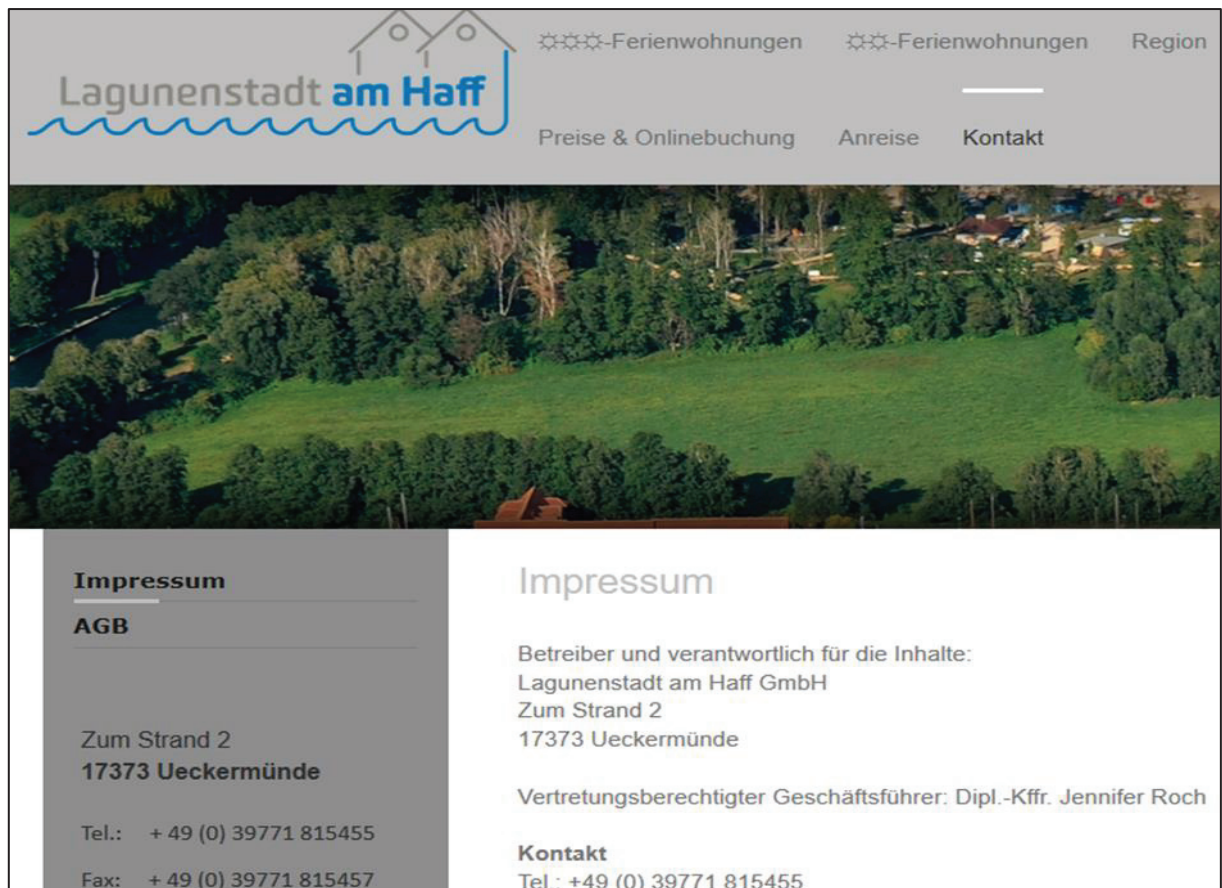
Gerade im Bereich des Leistungsmanagments werden die Gründer die Abläufe sehr genau kontrollieren und optimieren. Das Minimieren und besser noch Ausschließen von Fehlern z.B. im Buchungsprozess oder im Zahlungsverkehr, soll gegenüber den Mitbewerbern ein Wettbewerbsvorteil werden. Die Zufriedenheit der Gäste steht im Vordergrund. Natürlich werden auch die Mitarbeiter der LaH GmbH gefördert, mitgenommen und erlernen das Leitbild zu leben. Eine hohe Arbeitszufriedenheit wirkt sich positiv auf das Geschäft aus. Diese positive Marketingstrategie soll auch im Geschäftsversorgungsvertrag zwischen der LaH GmbH und den Gründern verankert werden.

Bei der Einrichtung der Bungalows gibt es einen festgelegten Standard. Um sich im Bereich des Physical Facilities (Ausstattungs politik) zu entwickeln werden die Bungalows nach und nach mit unterschiedlichen Accessoires ausgestattet. Darin werden sich Gegenstände z.B. ein Ruder als Garderobe, wiederfinden.

6.2 Vertriebskonzept/ Distributionspolitik

Die Gründer haben auch diesen Bereich ausgelagert und üben eine Kontrollfunktion aus. Die Vermietung und Vermarktung erfolgt ausschließlich über die Lagunenstadt am Haff GmbH. Dies entlastet die Gründer in Ihrer nebenberuflichen Unternehmensgründung und schafft den Vorteil, dass die Bungalows sofort am Markt beworben werden können. Die vorhandene Struktur muss nicht erst zeitaufwändig neu aufgebaut werden. Es müssen nicht erst noch lange Verhandlungen z.B. mit dem Reiseveranstalter TUI oder der Buchungsplattform booking.com geführt werden.

Abbildung 19: Impressum LaH GmbH



The image shows a screenshot of the website 'Lagunenstadt am Haff'. The header features the company logo, navigation links for 'Ferienwohnungen', 'Region', 'Preise & Onlinebuchung', 'Anreise', and 'Kontakt'. Below the header is a large landscape photograph of a green field with trees. The main content area displays the 'Impressum' (Legal Notice) page, which includes the company name, address, contact information, and a list of services.

Impressum

AGB

Zum Strand 2
17373 Ueckermünde

Tel.: + 49 (0) 39771 815455
Fax: + 49 (0) 39771 815457

Impressum

Betreiber und verantwortlich für die Inhalte:
Lagunenstadt am Haff GmbH
Zum Strand 2
17373 Ueckermünde

Vertretungsberechtigter Geschäftsführer: Dipl.-Kffr. Jennifer Roch

Kontakt
Tel.: +49 (0) 39771 815455

Quelle: <http://www.lagunenstadt-am-haff.de/kontakt/impressum/>

Für die Bungalowanlage dient die LaH GmbH als Absatzmittler. Zu den Vermarktungsstrukturen der LaH GmbH gehören Buchungsportale im Internet oder Reiseveranstalter. Dazu gehören:

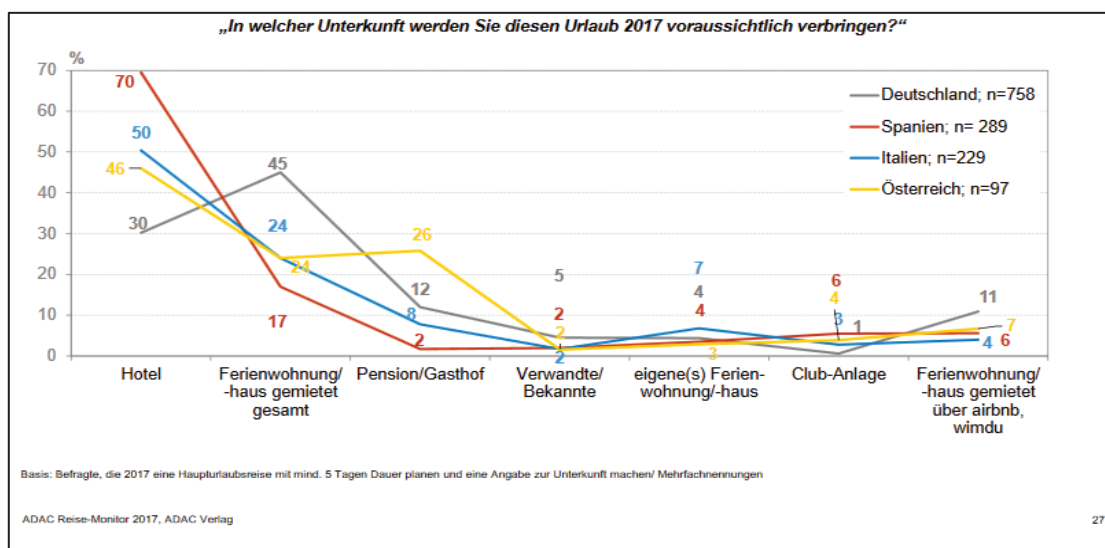
- www.booking.com
- www.airbnb.de
- <http://www.ferienwohnungen.opodo.de>
- www.casamundo.de
- www.tripping.com
- oder TUI und Wolters Reisedienst.

Die Konditionen für die Dienstleistung der Vermittlungsprovision an die jeweiligen Portale sind frei auszuhandeln. An Provision dafür verlangen die Anbieter zwischen 8 bis 24 % netto des Umsatzes und eventuell werden Einmalkosten bis zu 1200 € für einen Reisekatalogeintrag erhoben.

6.3 Produktpolitik

Bei der Entscheidung für das Produkt Ferienbungalow spielte die Analyse der Nachfrage eine große Rolle. Wie in der nachfolgenden Darstellung des ADAC erfragt wurde, interessiert sich fast jeder zweite (45%) für einen Urlaub innerhalb Deutschlands in einer Ferienwohnung oder einem Bungalow.

Abbildung 20: Befragung des ADAC nach Unterkunftsarten und Urlaubsland 2017



Quelle: ADAC Reise-Monitor 2017, ADAC Verlag

Anhand der Analyse der Lagunenstadt AG und der Lagunenstadt am Haff GmbH hat sich gezeigt, dass die 3 Raum FeWo am häufigsten gemietet werden und den höchsten Rohertrag erwirtschaften. Die Analyse der Mitbewerber hat zumindest das Angebot an FeWo bestätigt. Daraus ergibt sich, dass die höchste Nachfrage an FeWo mit mindestens 2 separaten Schlafräumen, Wohnbereich, Küche und Bad besteht.

In der Auswahl des Bungalowtyps sind das entscheidende Kriterien. Grundanforderungen, die aus der Recherche dieser Arbeit an das Produkt Bungalow analysiert worden:

- kleine Küche
- Bad mit Dusche
- 2 separate Schlafräume
- eventuell mit Schlafboden
- zwischen 70- 80 qm Wohnfläche
- Bungalow in Holzbauweise (nachträgliche Dämmung mit vorbereitet)
- familienfreundliche Ausstattung (mind. 2 Schlafräume, Gesellschaftsspiele, Wii oder Play-Station, Bollerwagen)
- Pkw Stellplatz direkt am Bungalow
- 250 bis 300 qm Grundstücksfläche pro Bungalow
- eigene Wasser- und Stromzähler

Ein weiteres Kriterium für das Produkt ist die geplante Auslastung. Gerade für eine strukturschwache Region ist es eine entscheidende Frage, ob das Ferienhaus bzw. der Ferienbungalow den Bauvorschriften der Energiesparverordnung (EnEV 2016) entsprechen muss. Im Kurz laut sind FeWo die nicht länger als 120 Tage (33% Auslastung) im Jahr genutzt werden, davon nicht betroffen. Da sich die Mehrkosten für eine Dämmung auf ca. 6000 € belaufen ist das schon von Interesse.

Ist dieses so abzusehen, kann im Bereich der Isolierung des Bungalows viel Geld bei der Errichtung gespart werden. Der Wortlaut des Paragraphen der EnEV 2016 befindet sich im Anhang.

Die Ausstattung der Bungalows ist sehr freundlich eingerichtet, standardisiert und wird ca. 12000 € kosten. Zwischendurch wird die Ausstattung nach Bedarf erneuert. Der Gast soll sich stets wohl fühlen.

6.4 Preispolitik

Die zum Marketing gehörende Preispolitik wurde bereits im Kapitel der Finanzierung erläutert. Grundsätzlich wird jährlich eine Marktanalyse im Umfeld des Stettiner Haffs betrieben werden müssen um ggf. eine Preisanpassung vornehmen zu können. Es soll in diesem Bereich nicht die Marktführerschaft angestrebt werden, sondern der höchst mögliche Preis für das gegebene Angebot erzielt werden.

6.5 Werbemaßnahmen

Durch die Zusammenarbeit mit Buchungsportalen und Reiseanbietern liegt das Hauptaugenmerk auf die Vermarktung über das Internet. Weitere Werbemaßnahmen werden digital z.B. auf Google+ oder YouTube und in Papierform erfolgen. Es werden Flyer mit den Mietangeboten samt Fotos, Erreichbarkeiten und Lageplan in den Sprachen Deutsch, Englisch und Polnisch erstellt. Im Layout soll es an die Werbung der Lagunenstadt am Haff GmbH anlehnen, da diese auch als Vermarktungsstruktur dienen wird. Die Flyer werden in der Region an markanten Punkten z.B. Touristeninformation und Tankstellen ausgelegt. Der Flyer wird auf der Homepage der GmbH gestellt und auch über Facebook vermarktet. Auch auf polnischer Seite des Haffs und in Stettin werden die Flyer ausgelegt bzw. als Annonce in Tageszeitungen geschaltet. Bei der Umsetzung ins Polnische ist ein Bekannter behilflich.

Hierbei soll die umweltfreundliche Bauweise, der Gedanke des sanften Tourismus und die Familienfreundlichkeit besonders hervorgehoben werden. Es ist zu erwarten, dass der Trend zum nachhaltigen Tourismus zunimmt. Damit wird von einer positiven Entwicklung der Situation am Markt ausgegangen. Sonderangebote und Rabattaktionen sollen in den ersten zwei Monaten die Aufmerksamkeit der Kunden erhöhen und einen Anreiz schaffen. Zusätzlich werden regelmäßig aktuelle Fotos und kurze Videos auf Facebook gepostet. Die Klassische Werbung mit Flyern, in Urlaubskatalogen, in Fachzeitschriften folgt. Werbung auf einem Motorboot und auf Fahrzeugen der Gründer, sowie Beteiligung an Messeständen des Tourismusverbandes und der Förder- und Entwicklungsgesellschaft (FEG) z.B. auf der Grünen Woche in Berlin.

6.6 Kommunikationspolitik

„Kommunikationspolitik umfasst alle Maßnahmen des Unternehmens, die darauf gerichtet sind, Informationen über das Angebot und das Marketing einem Unternehmen nach außen an verschiedene Anspruchsgruppen und nach innen an die eigenen Mitarbeiter des Unternehmens zu vermitteln und die Empfänger im Dienste des Marketings zu beeinflussen“. (Springer Gabler Verlag , 2017)

In der Außenwirkung ist die enge Zusammenarbeit der LaH GmbH und dem Bungalowpark gewollt deutlich sichtbar. Das positive Image der LaH GmbH soll auch für den Bungalowpark genutzt werden.

Abbildung 21: Bewertung Holiday Check



Quelle: Holiday Check AG, <https://www.holidaycheck.de/hi/lagunenstadt-am-haff/9a0d2257-d771-45f0-a26b-7e0bb3896c7a>, abgerufen am 12.06.17

Abbildung 22: Bewertung booking.com



Quelle: https://www.booking.com/searchresults.de.html?aid=376364;label=rep-vEyj8IEY5Ch7EsvrydaQiwS94255825943%3Apl%3Ata%3Ap1%3Ap2%3Aac%3Aap1t1%3Aaneg%3Afi%3Atiaud-146342136550%3Akwd-39574990870%3Alp1004458%3Ali%3Adec%3Adm;sid=f6d50c063bd3588faa316872858a4287;checkin=2017-06-20;checkout=2017-06-21;city=-1876578;from_idr=1;index_postcard=1&iip=1;d_dcp=1

Über die Internetseite der LaH GmbH und durch die verschiedenen Buchungsportale wird das Angebot der Ferienbungalow bestens positioniert. Die Bewerbung in den Urlaubskatalogen der TUI und des Stettiner Haff's, sowie durch eigene Flyer decken den Bereich der Printmedien ab. Geplante Teilnahmen an Messen werden den Marketing-Mix abrunden.

7 Perspektiven

7.1 Wachstumschancen

Wachstumschancen sind real gegeben. In den Wachstumsplänen ist vorgesehen, weitere Ferienbungalows zu errichten. Die nächsten Bungalows sollen für die ganzjährige Nutzung vorbereitet sein. Mit der ersten Generation Bungalows möchten die Gründer so positive Resonanz bei den Urlaubern erwecken, dass langfristig eine Auslastung von 40 % in Jahr zu erreichen ist. Durch die wachsende Zahl der Betten der Anlage können die Gründer in nachhaltige saisonverlängernde Maßnahmen investieren. Angedacht sind ein großer Indoorspielplatz und ein Schwimmbad. Das Produktangebot soll in Etappen erweitert werden. Teile des Gewinns sollen als Innenfinanzierung für die neuen Projekte eingesetzt werden. Gerade der Zeitraum der Vor- und Zwischensaison profitiert davon. Die folgende Tabelle 15 zeigt, dass sich die Umsätze gut entwickeln. Im Bereich der Ferienunterkünfte sind es 9,4% in 2016 gegenüber dem Vorjahr.

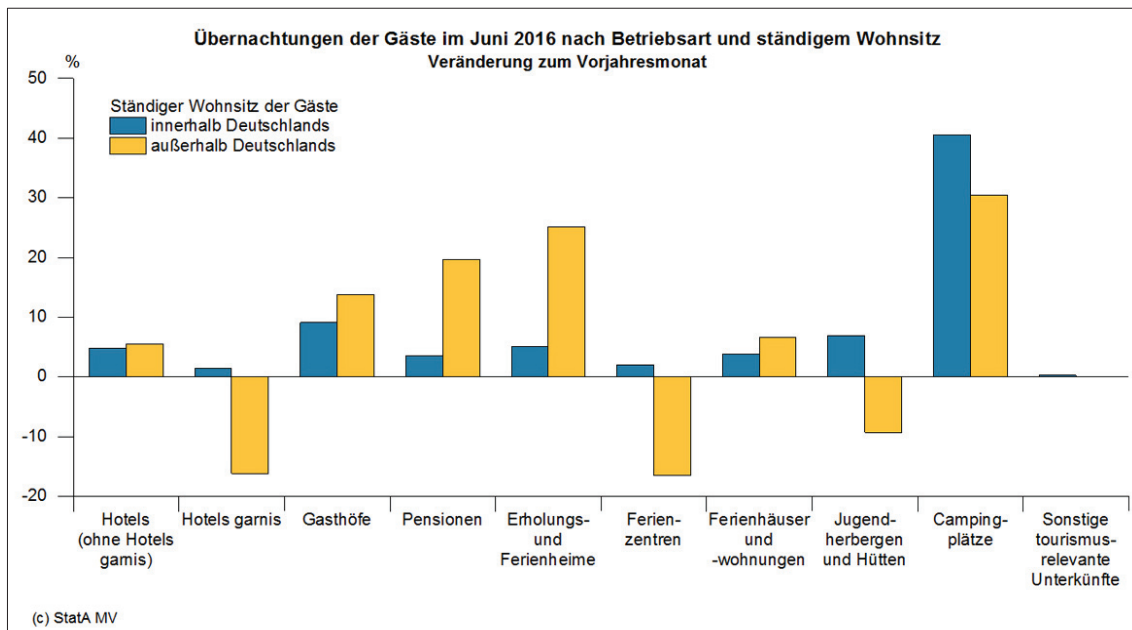
Tabelle 15: Umsatzentwicklung im Gastgewerbe

Kapitel 2			Aktuelle Monatsergebnisse			
Tabelle 2.1			Umsatzentwicklung im Gastgewerbe nach Wirtschaftszweigen			
Lfd. Nr.	WZ 2008	Wirtschaftszweig	Veränderung der Umsatzwerte			
			Dezember 2016 gegenüber Dezember 2015	Jan. - Dez. 2016 gegenüber Jan. - Dez. 2015	Dezember 2016 gegenüber Dezember 2015	Jan. - Dez. 2016 gegenüber Jan. - Dez. 2015
			in jeweiligen Preisen		in Preisen des Jahres 2010	
			%			
1	2	3	4	5	6	7
1	55 + 56	Gastgewerbe insgesamt	3,8	5,8	1,9	3,8
2	55	Beherbergung	4,7	7,5	2,9	5,7
3	55.1	darunter Hotels, Gasthöfe und Pensionen	4,9	7,2	3,1	5,2
4	55.10.1	darunter Hotels (ohne Hotels garnis)	5,3	7,8	3,5	5,9
5	55.2	Ferienunterkünfte u. Ä.	0,2	9,4	- 1,4	7,8
6	55.3	Campingplätze	13,7	11,2	13,1	10,9
7	56	Gastronomie	2,6	2,7	0,5	0,3
8	56.1/3	davon Gaststättengewerbe	5,1	3,8	2,9	1,3
9	56.2	Caterer und sonstige Verpflegungsleistungen	- 6,1	- 1,6	- 7,5	- 3,1

Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern; <http://www.laiv-mv.de/static/LAIV/Statistik/Dateien/Publikationen/G%20IV%20Tourismus,%20Gastgewerbe/G%20433/2016/G433%202016%2012.pdf>, abgerufen am 30.05.17

Der anhaltende Wachstumsprozess zeigt sich auch in der folgenden Abbildung der Übernachtungszahlen des statistischen Landesamtes MV.

Abbildung 23: Übernachtungszahlen nach Betriebsart



Quelle: <http://www.laiv-mv.de/static/LAIV/Statistik/Dateien/Publikationen>

Die Einteilung nach Betriebsart ist für die Planung des Bungalowparks interessant. Im Bereich der Ferienwohnungen ist das Wachstum überschaubar und lange nicht so hoch wie in anderen Bereiche (im Anhang 10.7 ist die Grafik in Zahlen dargestellt).

Aus diesem Grund setzen die Gründer die Erwartungen an die Grundausslastung mit 25% als sehr realistisch an. Ein Wachstumsprozess würde nicht überstürzt beginnen.

Tabelle 16: Ankünfte und Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben (einschl. Camping) in MV

Lfd. Nr.	Zeitraum	Ankünfte				Übernachtungen			
		aller Gäste		darunter mit ständigem Wohnsitz im Ausland		aller Gäste		darunter mit ständigem Wohnsitz im Ausland	
		Anzahl	% 1)	Anzahl	% 1)	Anzahl	% 1)	Anzahl	% 1)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1992	2 729 958	-	108 620	-	9 409 912	-	243 761	-
2	1993	2 912 310	6,7	97 162	- 10,5	10 292 511	9,4	241 384	- 1,0
3	1994	3 240 641	11,3	98 870	1,8	11 926 305	15,9	271 946	12,7
4	1995	3 641 747	12,4	101 595	2,8	13 425 353	12,6	281 843	3,6
5	1996	3 607 806	- 0,9	111 788	10,0	13 828 119	3,0	275 775	- 2,2
6	1997	3 920 245	8,7	124 939	11,8	14 735 799	6,6	308 359	11,8
7	1998	4 047 905	3,3	142 987	14,4	16 060 491	9,0	338 092	9,6
8	1999	4 630 567	14,4	161 147	12,7	18 953 965	18,0	381 081	12,7
9	2000	5 050 502	9,1	186 513	15,7	21 342 158	12,6	450 691	18,3
10	2001	5 351 023	6,0	195 044	4,6	23 035 551	7,9	467 246	3,7
11	2002	5 663 162	5,8	226 107	15,9	24 482 172	6,3	549 647	17,6
12	2003	6 187 140	9,3	264 168	16,8	25 942 189	6,0	620 845	13,0
13	2004	5 708 982	- 7,7	256 610	- 2,9	24 399 899	- 5,9	625 463	0,7
14	2005	5 848 324	2,4	259 213	1,0	24 494 085	0,4	646 470	3,4
15	2006	5 953 425	1,8	265 010	2,2	24 771 546	1,1	695 505	7,6
16	2007	6 247 790	4,9	285 209	7,6	26 320 258	6,3	753 631	8,4
17	2008	6 588 486	5,5	306 276	7,4	27 501 888	4,5	837 032	11,1
18	2009	6 916 962	5,0	287 923	- 6,0	28 421 343	3,3	804 402	- 3,9
19	2010	6 667 279	- 3,6	305 083	6,0	27 669 773	- 2,6	846 968	5,3
20	2011	6 798 445	2,0	298 391	- 2,2	27 599 018	- 0,3	794 668	- 6,2
21	2012 2)	6 993 178	2,9	335 297	12,3	27 940 720	1,3	917 525	15,5
22	2013	7 081 209	1,3	340 423	1,5	28 157 746	0,8	945 362	3,0
23	2014	7 250 770	2,4	369 853	8,7	28 722 978	2,0	1 000 635	5,8
24	2015	7 394 706	2,0	375 419	1,5	29 468 190	2,6	1 020 913	2,0
25	2016	7 565 819	2,3	379 629	1,1	30 292 481	2,8	1 033 584	1,2

Quelle: <http://www.laiv->

mv.de/static/LAIV/Statistik/Dateien/Publikationen/G%20IV%20Tourismus,%20Gastgewerbe/G%20413/2016/G413%202016%2012.pdf, abgerufen am 30.05.17

Als Ferien- und Erholungsland hat MV eine bedeutende Entwicklung als Bundesland genommen. Der Tourismus ist eine der Haupteinnahmequellen, gerade in der Küstenregion und der Mecklenburger Seenplatte. Die Statistik über einen Zeitraum von 25 Jahren macht dies deutlich. Die Aussichten für die Zukunft sind durchaus positiv. Das Reiseverhalten der Deutschen verändert sich derzeit. Aufgrund der leider wachsenden Terrorgefahr, gerade in den beliebten Reiseländern wie z.B. die Türkei oder Ägypten, bleiben immer mehr Urlauber in Deutschland. Dies wird in Zukunft auch mit hoher Wahrscheinlichkeit so bleiben. „Obwohl die Gefahr von Terroranschlägen bei allen Europäern eins der wichtigsten Auswahlkriterien für das Reiseziel darstellt, variiert das angegebene Ausmaß der Sorge von Land zu Land. Die eigene Sicherheit ist für die Deutschen nach wie vor ein wichtiger Entscheidungsfaktor bei der Urlaubsbuchung. Das Risiko terroristischer Anschläge hat einen starken Einfluss auf die Auswahl des Urlaubsortes und spielt für 43% der Deutschen eine zentrale Rolle bei der

Urlaubsplanung. Damit liegt Deutschland über dem europäischen Durchschnitt von 40%.“ (Europ Assistance Versicherungs-AG über news aktuell GmbH, 2016)

Auch verbessert sich in kleinen Schritten das Einkommen der Bevölkerung vor Ort.

„Dieses Jahr werden die deutschen Urlauber wieder mehr Geld als in den vergangenen Jahren für ihre Sommerferien ausgeben. Demnach bezahlen die Deutschen durchschnittlich für ihren Sommerurlaub inklusive Fahrt, Unterbringung, Essen und Aktivitäten am Urlaubsort 2.468 Euro (2015: 2.457 Euro) und liegen damit wiederholt über dem europäischen Durchschnitt (2.247 Euro).“ (Europ Assistance Versicherungs-AG über news aktuell GmbH, 2016) Die Metropolregion Stettin entwickelt sich ebenfalls und könnte langfristig zum Kundenkreis gehören. Weiterhin dürfte der Trend zum nachhaltigen und umweltbewusstem Tourismus anhalten.

Es ist zu erwarten, dass der potentielle Kundenstamm ständig, aber in kleinen Etappen zunimmt und das Produktportfolio erweitert werden kann.

7.2 Sensitivitätsanalyse

In der theoretisch durchgeführten Sensitivitätsanalyse wurde die Eigenkapitalveränderung bis zum Ende des fünften Geschäftsjahres betrachtet. Die Sensitivitätsanalyse zeigt, dass ein Umsatzrückgang von 25 % vom erwarteten Umsatz die Eigenkapitalbildung stark beeinträchtigt. Dagegen führt schon ein um 25 % erhöhter Umsatz zu einer sehr stark erhöhten Eigenkapitalbildung.

Selbst bei der schlechten Variante (-25%Umsatz, -20% Preis, Auslastung nur noch 20,41%) können die Verbindlichkeiten gegenüber der Bank bezahlt werden. Der durchschnittliche Cash flow beträgt noch 3.830 € und der Gewinn 19.202 €. Die Eigenkapitalveränderung zeigt sich aber negativ. Es sind nur noch 61.502 €.

Tabelle 17: Sensitivitätsanalyse- EK-Veränderung bis zum 5. Geschäftsjahr in € im Vergleich zu Beginn

Preisniveau	Umsatz		
	(-25%)	erwartet	(+25%)
-20%	145.660 €	179.708 €	213.757 €
erwartet	182.075 €	224.636 €	267.196 €
+20%	218.490 €	269.563 €	320.636 €
0%			
Simulation	Eigenkapital Veränderung		
	266.110,81 €		

Quelle: eigene Berechnung

Die Gründer haben sich eine Untergrenze von 48.000 € an Cash flow pro Jahr gesetzt. Das ist der Mindestverdienst der erwirtschaftet werden soll. In der folgenden Tabelle wird dies in Zusammenhang mit möglichen Zinsforderungen der Banken in Verhältnis zum möglichen Kaufpreis für das Grundstück bei einem Umsatz von ca. 25 Prozent gesetzt. In rot dargestellt die Zins- Obergrenzen.

Tabelle 18: Verhältnis Auslastung, Zinssatz und Cash flow

Grundstück in €	Zinssatz in %	durchschn. Cash flow in €
100.000,00	3,80	72.331,00
100.000,00	5,00	64.375,00
100.000,00	7,25	48.234,00
200.000,00	3,80	65.749,00
200.000,00	5,00	56.980,00
200.000,00	6,10	48.487,00
300.000,00	3,80	59.168,00
300.000,00	4,30	55.247,00
300.000,00	5,20	47.931,00
400.000,00	3,80	52.586,00
400.000,00	4,00	50.898,00
400.000,00	4,30	48.332,00

Quelle: eigene Darstellung

Für Verhandlungen mit einer Bank sollten bei einem Grundstückspreis von 400.000 € max. 4,3 % Zinsen oder ca. 450.000 € bei 3,8% Zinsen und einer Laufzeit von 28 Jahren die maximale Obergrenze sein (bei ca. 25% Auslastung). Sonst steht der Verdienst zu dem Aufwand der Gründer nicht mehr im Verhältnis.

7.3 Ausstiegsszenario

Sollte das Unternehmen scheitern, ist ein geordneter Rückzug vorgesehen. Wie schon in Abbildung 7 dargestellt sehen die Gründer das „Bauherrenmodell“ als Möglichkeit finanzielle Engpässe durch Verkauf einzelner Bungalows auszugleichen. In der Planung wurde von Beginn die Möglichkeit offen gehalten jeden einzelnen Bungalow mit separatem Grundstück für sich zu verkaufen. Das verursacht zu Beginn zwar ein höheren Planungsaufwand und höhere Vermessungskosten, gilt aber als Voraussetzung dafür. Sollte dennoch der Fall der Geschäftsaufgabe eintreten, müssen zunächst alle langfristigen Verpflichtungen und Verträge gekündigt werden. Dazu gehören die Versicherungen, Strom, Wasser, Abwasser, Telefon und der Geschäftsversorgungsvertrag mit der Lagunenstadt am Haff GmbH. Sollte eine Insolvenz drohen, wird der Betrieb nur noch kurzfristig weitergeführt. Bestehende vertragliche Verpflichtungen werden kurzfristig noch erfüllt. Es wird davon ausgegangen, dass je nach Zeitpunkt des Ausstiegs keine bzw. kaum Schulden zurückbleiben. Die Bungalows mit den Grundstücken sollten über den Preis der Baukosten und der Zinsausfallrechnung der Bank verkauft werden können. Der Immobilienmarkt in der Region ist stabil und die Preise immer noch leicht steigend. Es konnte dann jedoch eine Menge an Erfahrungen gewonnen werden. Mit diesem unternehmerischen Erfahrungsschatz werden sich beide Gründer auf neue Unternehmensideen konzentrieren.

8 Fazit

Wie in der Einleitung formuliert, war Ziel dieser Arbeit die optimalen Startbedingungen für einen Bungalowpark am Stettiner Haff zu erforschen, die auch auf andere strukturschwache Regionen anwendbar sind. In dieser Arbeit hat sich gezeigt, dass die Gründer fachlich und persönlich in der Lage sind zu führen und ein Unternehmen zu lenken. Beide haben die nötigen Kompetenzen.

Es wurde das Produkt Bungalow wie folgt analysiert um erfolgreich am Markt zu bestehen.

- kleine Küche
- Bad mit Dusche
- 2 separate Schlafräume
- eventuell mit Schlafboden
- zwischen 70- 80 qm Wohnfläche
- Bungalow in Holzbauweise (nachträgliche Dämmung mit vorbereitet)
- familienfreundliche Ausstattung (mind. 2 Schlafräume, Gesellschaftsspiel, Wii oder Play-Station, Bollerwagen)
- Pkw Stellplatz direkt am Bungalow
- 250 bis 300 qm Grundstücksfläche pro Bungalow
- eigene Wasser- und Stromzähler

Bei der Standortanalyse ergaben sich folgende Schwerpunkte, die auch auf andere Orte zutreffend sind:

- Grundstücksfläche von mind. 10000 qm (250-300 qm pro Bungalowgrundstück) bis max. 45€/qm bei zu erwartender Auslastung von 25-30 Prozent und einem Zinssatz von 3,8 %.
- Touristische Infrastruktur in der Region (Sehenswürdigkeiten)
- Sportliche Freizeitaktivitäten (z.B. Kletterwald, Wassersport, Wandern)
- Versorgungseinrichtungen in der Nähe (max. 5 km) vorhanden
- nutzbare vorhandene Marketing- bzw. Vertriebsstruktur Marktanalyse

Die Konzeptidee, das Marketing, den Vertrieb und damit das operative Geschäft auszulagern, hält den wirtschaftlichen Berechnungen stand. Erst durch diese Struktur

kann der Kostenapparat sehr schlank gehalten werden, es muss kein Personal kostenverursachend vorgehalten werden. Die Provision für die Vermarktungs- und Vertriebsgesellschaft (LaH GmbH) ist mit 21% des Nettoumsatzes der Bungalowanlage sehr gut kalkulierbar. Für die LaH GmbH ist diese Verbindung in Rahmen eines Geschäftsbesorgungsvertrags ebenfalls positiv. Das eigene Personal wird besser ausgelastet, Arbeitsplätze damit gesichert und ein eigenes Wachstum ist möglich.

Die sehr gute Positionierung am Markt, die vorhandenen Marketingstrukturen und das professionelle Auftreten der LaH GmbH, ermöglichen den Gründern einen Markteintritt im Bereich der Bewerbung bereits ab der Bauphase. Das ist ein enormer Wettbewerbsvorteil. Die Planungsvariante des Bauherrenmodells, also der Möglichkeit jeden Bungalow auch einzeln verkaufen (durch Vermessung einzelner Parzellen, Wasseruhr etc.), schafft Sicherheit für die Bank und eigene Sicherheit bei finanziellen Engpässen. Einzelne Kapitel dieser Arbeit lassen sich schnell zu einem tragfähigen Businessplan für ein Bankgespräch zusammenstellen. Die Anlehnung an vorhandene Vertriebs- und Marketingstrukturen spart viel Zeit und Geld.

Die Gründungskosten sollen so gering wie möglich gehalten werden. Dabei spielt die Rechtsform eine große Rolle. Da durch die Bank Sicherheiten verlangt werden, empfiehlt es sich den Gründern für eine GbR oder als Einzelunternehmer aufzustellen.

Mit diesem Gesamtkonzept kann die Ferienanlage „Bungalowpark am Haff“ ein Erfolgsmodell mit reichlich Potenzial für Wachstum, durch Erweiterung der touristischen Angebote in der Region oder durch eigene Konzepte, werden.

Den Gründern ist zu empfehlen, sich an die Verhältnisberechnung zwischen Zinsen und Grundstückspreis aus Tabelle 18, zu halten. Auf zu hohe Zinsen und eine zu kurze Laufzeit dürfen die Gründer sich nicht einlassen, da sonst die eigene Zahlungsfähigkeit gefährdet ist.

Kritisch ist im Rahmen dieser Arbeit der sehr straffe Zeitplan des Projektes zu betrachten. Es kann schnell zu einer Verzögerung beim Erwerb des Grundstücks kommen, wenn sich die Stadtvertreter nicht einigen können und die Verkaufsentscheidung vertagt wird. Bis zur nächsten Stadtvertretersitzung vergehen 3 Monate.

Als kommendes Betrachtungsfeld würde eine tiefergehende Marketinganalyse in Frage kommen. Die Spielräume in Geschäftsvorfällen mit den Reiseanbietern und den Buchungsportalen sind näher auszuloten. Aus dieser Arbeit wird eine

Machbarkeitsstudie zu einem Erlebnisbad mit Spieleparadies und Saunalandschaft folgen können. Um eine bessere Auslastung zu erzielen, sind saisonverlängernde Angebote nachgefragt. Eine spannend Herausforderung.

9 Zusammenfassung

Ziel dieser Bachelorarbeit ist es die Gründung eines Bungalowparks als Ferienanlage in einer strukturschwachen Region darzustellen. Die besondere Herausforderung liegt darin einen Weg zu finden, dieses wirtschaftlich abbilden zu können und ein tragfähiges Konzept für eine Finanzierung zu entwickeln. Mit der theoretischen Betrachtung von Existenz- und Unternehmensgründung erfolgt eine Analyse der Gründerkompetenzen und eine Machbarkeitsstudie der Geschäftsidee *Bungalowpark am Haff* unter anderen mit einer SWOT-Analyse. Die Wahl der Rechtsform wird beleuchtet. In Anlehnung an einen Businessplan wird eine Standort-, Konkurrenz-, Kunden- und Zielgruppenanalyse erstellt. Für die Kreditaufnahme werden Finanzierungsformen erarbeitet und ein Investitions- und Finanzplan aufgestellt. Im Rahmen einer Marketingbetrachtung werden Produkt-, Preis-, Vertriebspolitik und Werbung erforscht und an die Geschäftsidee angepasst. Der Bungalowpark wird als Organisation z.B. mit Meilenstein-, Umsatz-, Bilanz- und GuV-Planung wirtschaftlich abgebildet. Mögliche Perspektiven der Weiterentwicklung werden aufgezeigt. Auch der Fall des Scheiterns wird kritisch beleuchtet. Im Fazit soll eine Handlungsempfehlung für die Gründer gegeben werden.

10 Anhang

10.1 Ausschnitt EnEV 2016

Abschnitt 1

Allgemeine Vorschriften

§ 1 Zweck und Anwendungsbereich

(1) Zweck dieser Verordnung ist die Einsparung von Energie in Gebäuden. In diesem Rahmen und unter

Beachtung des gesetzlichen Grundsatzes der wirtschaftlichen Vertretbarkeit soll die Verordnung dazu beitragen,

dass die energiepolitischen Ziele der Bundesregierung, insbesondere ein nahezu klimaneutraler Gebäudebestand

bis zum Jahr 2050, erreicht werden. Neben den Festlegungen in der Verordnung soll dieses Ziel auch mit anderen

Instrumenten, insbesondere mit einer Modernisierungsoffensive für Gebäude, Anreizen durch die Förderpolitik

und einem Sanierungsfahrplan, verfolgt werden. Im Rahmen der dafür noch festzulegenden Anforderungen an

die Gesamtenergieeffizienz von Niedrigstenergiegebäuden wird die Bundesregierung in diesem Zusammenhang

auch eine grundlegende Vereinfachung und Zusammenführung der Instrumente, die die Energieeinsparung

und die Nutzung erneuerbarer Energien in Gebäuden regeln, anstreben, um dadurch die energetische und

ökonomische Optimierung von Gebäuden zu erleichtern.

(2) Diese Verordnung gilt

Ein Service des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz

in Zusammenarbeit mit der Juris GmbH - www.juris.de

- Seite

4 von 49 -

1. für Gebäude, soweit sie unter Einsatz von Energie beheizt oder gekühlt werden, und

2. für Anlagen und Einrichtungen der Heizungs-, Kühl-, Raumlufth- und

Beleuchtungstechnik sowie der

Warmwasserversorgung von Gebäuden nach Nummer 1.

Der Energieeinsatz für Produktionsprozesse in Gebäuden ist nicht Gegenstand dieser Verordnung.

(3) Mit Ausnahme der §§ 12 und 13 gilt diese Verordnung nicht für

1. Betriebsgebäude, die überwiegend zur Aufzucht oder zur Haltung von Tieren genutzt werden,

2. Betriebsgebäude, soweit sie nach ihrem Verwendungszweck großflächig und lang anhaltend offen gehalten

werden müssen,

3. unterirdische Bauten,

4. Unterglasanlagen und Kulturräume für Aufzucht, Vermehrung und Verkauf von Pflanzen,

5. Traglufthallen und Zelte,
 6. Gebäude, die dazu bestimmt sind, wiederholt aufgestellt und zerlegt zu werden, und provisorische Gebäude mit einer geplanten Nutzungsdauer von bis zu zwei Jahren,
 7. Gebäude, die dem Gottesdienst oder anderen religiösen Zwecken gewidmet sind,
 8. Wohngebäude, die
 - a) für eine Nutzungsdauer von weniger als vier Monaten jährlich bestimmt sind oder
 - b) für eine begrenzte jährliche Nutzungsdauer bestimmt sind, wenn der zu erwartende Energieverbrauch der Wohngebäude weniger als 25 Prozent des zu erwartenden Energieverbrauchs bei ganzjähriger Nutzung beträgt, und
 9. sonstige handwerkliche, landwirtschaftliche, gewerbliche und industrielle Betriebsgebäude, die nach ihrer Zweckbestimmung auf eine Innentemperatur von weniger als 12 Grad Celsius oder jährlich weniger als vier Monate beheizt sowie jährlich weniger als zwei Monate gekühlt werden. Auf Bestandteile von Anlagensystemen, die sich nicht im räumlichen Zusammenhang mit Gebäuden nach Absatz 2 Satz 1 Nr. 1 befinden, ist nur § 13 anzuwenden.
- Recherche am 22.05.17 http://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/enev_2007/gesamt.pdf

10.2 Finanzplan (VoFi-Muster = Vollständige Finanzierung)

10.3 Unternehmensbewertung zum Zeitpunkt Ende des 5. Jahres bzw. nach 8 Planungsperioden

Substanzwert (Teilproduktionswert)

Unternehmensbewertung zum Zeitpunkt Ende des 5. Jahres bzw. nach 8 Planungsperioden									
Substanzwert (Teilproduktionswert)									
Wiederbeschaffungswert des betriebsnotwendigen Vermögens	Ende des 5. Jahres				Ende des 8. Jahres				
+ Vermögen	522.279				725.912				
+ stille Reserven									
- nichtbetriebsnotwendige Vermögensteile									
= Zwischensumme betriebsnotwendiges Vermögen	522.279				725.912				
+ Vermögenswert der isolierbaren, selbsterstellten immateriellen Vermögensgegenstände									
- Schulden	1.338.748				1.229.262				
+ Liquidationswert des nicht betriebsnotwendigen Vermögens									
= Teilproduktionswert (Substanzwert)	1.861.027				1.955.173				

10.4 DCF-Methode

DCF-Methode									
Teilaufgabe a) Berechne den Brutto-Cash Flow für Periode 0; b) ... und den Free-Cash Flow für die Planungsperioden; Vereinfachtes Free Cash Flow-Konzept (Wöhe 2013, S. 524)									
Periode		1	2	3	4	5	6	7	8 9 ff.: wie 8
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)		120.127	136.618	136.618	136.618	136.618	127.706	118.793	136.618
- Unternehmenssteuern		17.096	21.635	22.257	22.893	23.545	21.983	20.404	25.491
= Ergebnis vor Zinsen		137.223	158.254	158.875	159.512	160.163	149.689	139.197	162.109
+(-) Abschreibungen (Zuschreibungen)		33.027	32.194	32.194	32.194	32.194	32.194	32.194	32.194
+(-) Bildung (Auflösung) langfristiger Rückstellungen									
= Brutto Cash Flow		170.250	190.447	191.069	191.705	192.356	181.882	171.391	194.303
- (+) Investitionen (Desinvestitionen) Anlagevermögen		-33.027	-32.194	-32.194	-32.194	-32.194	-32.194	-32.194	-32.194
- (+) Erhöhung (Minderung) Umlaufvermögen									
= Free Cash Flow (FCF)		137.223	158.254	158.875	159.512	160.163	149.689	139.197	162.109

10.5 Vortrag Bauausschuss Ueckermünde

Bungalowpark am Haff



Projekt:



- 16-24 Bungalows in Holzbauweise
- 1-3 Bauabschnitte
- **ganzjährig** vermietbar
- **familienfreundlich** für bis zu 6 Personen
- zwei Parkplätze im Bereich
- **Anlage parkähnlich** angelegt (Grillplätze, Tischtennisplatten, ...)
- teilweise **barrierefrei**
- **energetisch** geplant
- **Fahrradgaragen/ Servicepoint/ Saunahaus**
- **gerne später noch erweitern**



Sicherheiten:



- Gespräche und Vorstellung des Projektes der VR-Bank Uckermark-Randow vor Ort in Ueckermünde ➡ Zusage
- Funktionierendes Vermarktungssystem vorhanden
Lagunenstadt am Haff GmbH
Internetauftritt, Streuung der Printprodukte, Reputation
60% Stammkundschaft
- vorhandenes Netzwerk vor Ort
- Umsetzung: **erfahrene Personen** aus der Branche und der Region



Nutzen für Ueckermünde



- Kurtaxe bei nur 25% Auslastung ca. 12.000€ jährlich
- Gewerbesteuer
- Kaufkraft der Touristen laut Stat. Bundesamt: ca. 280€/Wo/Fam.
(91 Tage * 24 Bungalows = 2.148 Tage / 321 Wo * 280€ = 87.360€)
- mehr Besucher im Tierpark, Museum, Kletterwald, Gaststätten etc.
- Arbeitskräfte: Hausmeister/Gärtner, Reinigung, Verwaltung
- verstärktes Marketing auf Messen → Steigerung Bekanntheitsgrad
- weiterer Ausbau des touristischen Angebotes angestrebt
- Aufträge an regionale Bauunternehmen

Exposé

Standortsuche Hallen- und Gewerbeobjekte

Objektbezeichnung: Ehemaliges Berufsförderzentrum Ueckermünde

Kurzbeschreibung

Dies ist ein Sondergebiet für Freizeit und Tourismus am Rande der Stadt und in unmittelbarer Nähe des Stettiner Haffs. Eine asphaltierte Anliegerstraße führt zum Grundstück. Die Erschließung ist mit Wasser/Abwasser, Strom und Telefon abgesichert. Das Grundstück ist eingezäunt. Die auf dem Grundstück befindlichen Gebäude sind ca. 1970 in ein- und mehrgeschossiger Bauweise errichtet worden: a) Betriebsgebäude (984 m²) Massives Gebäude mit flachem Satteldach und Anbauten, errichtet als Verwaltungsbau (Mauerwerksbau), mehrgeschossig. b) Sozialgebäude/Küche (256 m²) Massives Gebäude mit flachem Satteldach und Anbauten. Im Gebäude diverse Räume als Küchen- und Aufenthaltsräume, Lager und andere Funktionsräume. c) Heizhaus (95 m²) Massives Gebäude mit flachem Satteldach, Im Gebäude ein Heizraum und Öllager. d) Bungalow (152 m²) Massiver Doppelbungalow mit jeweils einem Wohn- und Schlafzimmer, Küche und Bad. Es wird ein Nutzungskonzept für dieses Objekt erwartet.

Kreis

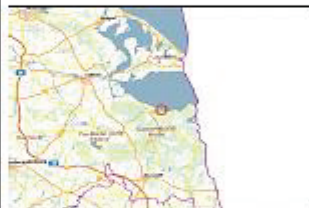
Landkreis Vorpommern-Greifswald

Kreis (ID)

542

Gemeinde (ID)

25175



PLZ

17373

Ort

Ueckermünde

Gebiet / Straße

Kanalweg 1

Ansprechpartner

Stadt Ueckermünde

Herr Gerd Walther

Am Rathaus 3

17373 Ueckermünde

Telefon: +49 (0)39771 28413

E-Mail: buergermeister@ueckermuende.de

Nutzungsausweisung

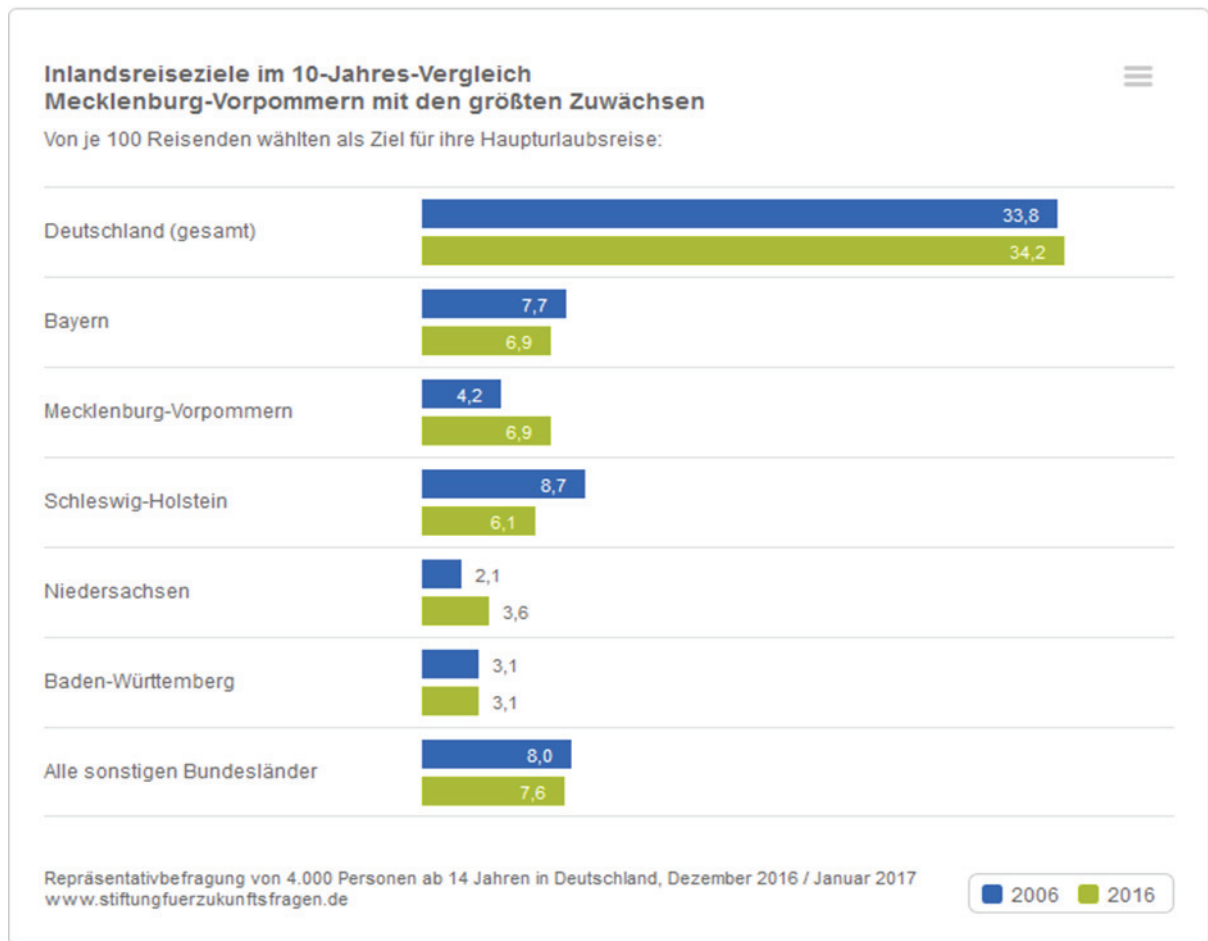
Sondergebiet		
Hallenfläche(n) gesamt	1.460 m²	
Unterteilung Hallenflächen		
Hallenbezeichnung	Betriebsgebäude, Sozialgebäude, Heizhaus, Bungalow	
Gesamtfläche der Halle	1.460 m²	
Länge	0,00 m	
Breite	0,00 m	
Bürofläche vorhanden?	Ja	
Sozialfläche vorhanden	Ja	
verfügbar ab	sofort	
Nutzungsmöglichkeiten	Dienstleistung, Sonstige	
Externe Büros vorhanden?	Nein	
Foto Hallen		
		
Grundstückgröße	9.900 m²	
Freifläche	8.400 m²	
davon befestigt	0,00 m²	
Besonderheiten		
Kalkante	Nein	
Gleisanschluss	nein	
Altlasten	keine Angaben	
Näheste Wohnbebauung	Oststadt	
Entfernung	0,30 km	
Hebesätze		
Gemeinde	Ueckermünde, Stadt	
Amtsname	(Ueckermünde) amtsfrei	
Gewerbesteuer	400 ‰	
Grundsteuer B	380 ‰	
Stand	20.03.2012	
Eigentümer	Stadt Ueckermünde	
Vermietung	Nein	
Verkauf	Ja	
Kaufpreis	255.000,00 EUR	
zusätzliche Preisinformation	VHS	
Verfügbar ab	sofort	
Verkehrsanbindung		
Typ	Bezeichnung	Entfernung (km)
Bahnhof (Fernverkehr)	Nebens Strecke Pasewalk-Ueckermünde	4,00 km
Oberzentren	Greifswald	75,00 km
Oberzentren	Neubrandenburg	65,00 km
Oberzentren	Stettin	75,00 km
Autobahn	BAB 20 Anschlussstelle Pasewalk	40,00 km
Bundesstraße	B 109	18,00 km
Hafen	Industrie-Hafen Berndshof	1,50 km
Hafen	Stadthafen Ueckermünde	4,00 km
Flughafen	Flugplatz Anklam	39,00 km
Anbieter		
Stadt Ueckermünde		
Herr Gerd Walther		
Am Rathaus 3		

10.6 Statistik: Ankünfte und Übernachtungen in MV nach Betriebsarten

Kapitel 2		Ankünfte, Übernachtungen und Aufenthaltsdauer der Gäste in Beherbergungsbetrieben (einschließlich Camping)									
Tabelle 2.1		nach Betriebsarten und dem ständigen Wohnsitz der Gäste									
Lfd. Nr.	Betriebsart Ständiger Wohnsitz der Gäste innerhalb/außerhalb Deutschlands	Dezember 2016					Januar - Dezember 2016				
		Ankünfte		Übernachtungen		durchschnittliche Aufenthaltsdauer 4)	Ankünfte		Übernachtungen		durchschnittliche Aufenthaltsdauer 4)
		insgesamt	Veränderung zum Vorjahresmonat	insgesamt	Veränderung zum Vorjahresmonat		insgesamt	Veränderung zum Vorjahreszeitraum	insgesamt	Veränderung zum Vorjahreszeitraum	
		Anzahl	%	Anzahl	%		Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Mecklenburg-Vorpommern	354 929	- 0,4	1 164 888	0,4	3,3	7 565 819	2,3	30 292 481	2,8	4,0
2	Deutschland	338 083	- 0,3	1 121 976	0,4	3,3	7 186 190	2,4	29 258 897	2,9	4,1
3	Ausland	16 846	- 2,1	42 912	1,4	2,5	379 629	1,1	1 033 584	1,2	2,7
4	Hotels, Gasthöfe und Pensionen (Hotellerie)	268 873	2,9	687 295	3,1	2,6	4 627 053	2,7	13 846 065	3,8	3,0
5	Deutschland	253 220	3,0	650 875	3,5	2,6	4 348 157	2,7	13 163 817	3,9	3,0
6	Ausland	15 653	1,9	36 420	- 3,1	2,3	278 896	2,7	682 248	1,8	2,4
7	Hotels (ohne Hotels garnis)	213 373	3,8	557 201	4,3	2,6	3 558 729	2,9	10 729 064	4,7	3,0
8	Deutschland	200 607	3,7	528 946	4,5	2,6	3 333 523	2,9	10 198 905	4,7	3,1
9	Ausland	12 766	4,5	28 255	0,6	2,2	225 206	3,3	530 159	4,3	2,4
10	Hotels garnis	31 804	0,3	69 081	- 1,3	2,2	545 484	3,5	1 488 117	1,2	2,7
11	Deutschland	29 654	1,2	64 556	0,8	2,2	510 794	3,8	1 404 735	2,4	2,8
12	Ausland	2 150	- 10,9	4 525	- 24,1	2,1	34 690	- 0,8	83 382	- 15,6	2,4
13	Gasthöfe	11 275	2,3	28 556	- 6,9	2,5	250 325	- 0,4	772 926	0,7	3,1
14	Deutschland	10 907	2,0	26 079	- 7,8	2,4	240 664	- 0,5	729 185	0,3	3,0
15	Ausland	368	13,6	2 477	2,6	6,7	9 661	1,6	43 741	9,0	4,5
16	Pensionen	12 421	- 4,1	32 457	2,4	2,6	272 515	1,5	855 958	1,2	3,1
17	Deutschland	12 052	- 3,9	31 294	2,4	2,6	263 176	1,4	830 992	1,0	3,2
18	Ausland	369	- 10,4	1 163	3,7	3,2	9 339	3,5	24 966	7,7	2,7
19	Ferienunterkünfte u. ähnliche Beherbergungsstätten	68 869	- 11,1	249 030	- 5,8	3,6	1 733 558	0,0	8 342 977	0,2	4,8
20	Deutschland	67 732	- 10,6	242 682	- 6,6	3,6	1 697 570	0,3	8 194 684	0,3	4,8
21	Ausland	1 137	- 35,4	6 348	39,5	5,6	35 988	- 13,2	148 293	- 6,1	4,1
22	Erholungs- u. Ferienheime	8 302	10,1	29 113	11,7	3,5	209 480	7,8	855 382	2,6	4,1
23	Deutschland	8 192	9,3	28 051	8,2	3,4	207 278	7,6	847 120	2,4	4,1
24	Ausland	110	175,0	1 062	675,2	9,7	2 202	27,8	8 262	21,5	3,8
25	Ferienzentren	18 530	- 21,9	60 157	- 21,2	3,2	381 561	- 8,3	1 585 004	- 6,0	4,2
26	Deutschland	18 019	- 20,6	57 909	- 21,4	3,2	367 935	- 7,2	1 530 884	- 5,0	4,2
27	Ausland	511	- 50,1	2 248	- 14,3	4,4	13 626	- 30,1	54 120	- 26,7	4,0
28	Ferienhäuser u. -wohnungen	37 938	- 8,8	149 361	- 1,0	3,9	876 574	2,2	5 031 553	2,0	5,7
29	Deutschland	37 549	- 8,4	147 120	- 1,5	3,9	862 468	2,3	4 962 151	1,9	5,8
30	Ausland	389	- 36,2	2 241	44,9	5,8	14 106	- 0,9	69 402	12,3	4,9
31	Jugendherbergen u. Hütten	4 099	- 11,8	10 399	- 7,0	2,5	265 943	- 0,1	871 038	- 0,1	3,3
32	Deutschland	3 972	- 12,9	9 602	- 12,3	2,4	259 889	- 0,2	854 529	- 0,2	3,3
33	Ausland	127	49,4	797	229,3	6,3	6 054	0,8	16 509	7,1	2,7
34	Campingplätze	5 670	- 32,6	21 058	- 24,1	3,7	1 038 100	4,4	4 950 306	7,1	4,8
35	Deutschland	5 616	- 32,6	20 922	- 24,1	3,7	973 363	4,4	4 747 362	7,2	4,9
36	Ausland	54	- 36,5	136	- 24,0	2,5	64 737	3,8	202 944	5,4	3,1
37	sonstige tourismusrelevante Unterkünfte	11 517	27,0	207 505	3,2	18,0	167 108	3,6	3 153 133	- 1,0	18,9
38	Deutschland	11 515	27,0	207 497	3,1	18,0	167 100	3,6	3 153 034	- 1,0	18,9
39	Ausland	2	x	8	x	4,0	8	33,3	99	147,5	12,4

Quelle: <http://www.laiv-mv.de/static/LAIV/Statistik/Dateien/Publikationen/G%20IIV%20Tourismus,%20Gastgewerbe/G%20413/2016/G413%202016%2012.pdf>, abgerufen am 30.05.17

10.7 Inlandsreiseziele



„Im 10-Jahres-Vergleich ist Mecklenburg-Vorpommern der ganz klare Gewinner. Innerhalb eines Jahrzehnts konnte es seinen Anteil an Inlandsurlaubern um 64 Prozent steigern. Die Gründe für die Beliebtheit von Mecklenburg-Vorpommern sind hauptsächlich die neuere Infrastruktur, die natürlichen Gegebenheiten, das gute Preis-Leistungs-Verhältnis sowie ein hoher Stammkundenanteil.“ 2017 Stiftung für Zukunftsfragen, <http://www.tourismusanalyse.de/zahlen/daten/statistik/tourismus-urlaub-reisen/2017/reiseziele-deutschland-2016/>, abgerufen am 14.06.17

11 Literaturverzeichnis

- BF Blogform Social Media GmbH. (01. November 2016). *Deutschen Wirtschafts Nachrichten*. Abgerufen am 24. Mai 2017 von <https://deutsche-wirtschafts-nachrichten.de/2016/11/01/hamburg-elbphilharmonie-fertig-zehnmal-teurer-als-geplant/>
- Bosch, R., & AG, V. V. (17. Juni 2017). *www.zitate.de*. (V. V. AG, Herausgeber)
Abgerufen am 17. Juni 2017 von <http://www.zitate.de/autor/Bosch%2C+Robert>
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie. (20. Mai 2017).
www.existenzgruender.de. Abgerufen am 20. Mai 2017 von
http://www.existenzgruender.de/DE/Gruendungswerkstatt/Gruender-und-Unternehmenslexikon/Functions/lexikon.html?nn=41174&cms_lv2=68482&cms_lv3=138946#lv13
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie. (24. Mai 2017).
www.existenzgruender.de; Suchbegriff Businessplan-Auf einen Blick. Abgerufen am 24. Mai 2017 von <http://www.existenzgruender.de/DE/Weg-in-die-Selbstaendigkeit/Businessplan/Auf-einen-Blick/inhalt.html>
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie Referat Öffentlichkeitsarbeit. (22. Mai 2017). *http://www.existenzgruender.de*. Abgerufen am 22. Mai 2017 von
http://www.existenzgruender.de/DE/Gruendungswerkstatt/Gruender-und-Unternehmenslexikon/Functions/lexikon.html?nn=41174&cms_lv2=68476&cms_lv3=63602#lv13
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie Referat Öffentlichkeitsarbeit. (22. Mai 2017). *www.existenzgruender.de, Suchbegriff: Businessplan*. Abgerufen am 22. Mai 2017 von
http://www.existenzgruender.de/DE/Gruendungswerkstatt/Gruender-und-Unternehmenslexikon/Functions/lexikon.html;jsessionid=FF1D7F245FA533DA37414D008ECE8F3F?nn=41174&cms_lv2=68482&cms_lv3=138946#lv13
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie Referat Öffentlichkeitsarbeit. (20. Mai 2017). *www.existenzgruender.de; Suchbegriff Entrepreneurship*. (B. f. Energie,

- Herausgeber) Abgerufen am 20. Mai 2017 von
http://www.existenzgruender.de/DE/Gruendungswerkstatt/Gruender-und-Unternehmenslexikon/Functions/lexikon.html;jsessionid=FF1D7F245FA533DA37414D008ECE8F3F?nn=41174&cms_lv2=68482&cms_lv3=138946#lv13
- Dillerup, R., & Stoi, R. (2013). *Unternehmensführung 4.Auflage S. 242*. München: Vahlen Verlag München.
- Europ Assistance Versicherungs-AG über news aktuell GmbH. (18. Mai 2016).
www.presseportal.de. Abgerufen am 14. Juni 2017 von
<http://www.presseportal.de/pm/52259/3329560>
- Institut für Mittelstandsforschung Bonn. (23. Mai 2017). <http://www.ifm-bonn.org>.
 Abgerufen am 23. Mai 2017 von <http://www.ifm-bonn.org/definitionen/kmu-definition-der-eu-kommission/>
- KfW. (01. Januar 2016). www.kfw.de. (KfW, Herausgeber) Abgerufen am 23. Mai 17
 von <https://www.kfw.de/inlandsfoerderung/Unternehmen/Gr%C3%BCndende-Erweitern/Ihr-Weg-zu-einer-erfolgreichen-Gr%C3%BCndung/>
- Kirchner, A. (24. Mai 2017). www.bwl-lerntipps.de, *Stichwort: Außenfinanzierung*.
 Abgerufen am 24. Mai 2017 von <http://www.bwl-lerntipps.de/finanzierung/innenfinanzierung-vs-aussenfinanzierung.html>
- Kirchner, A. (24. Mai 2017). www.bwl-lerntipps.de, *Stichwort: Innenfinanzierung*.
 Abgerufen am 24. Mai 2017 von <http://www.bwl-lerntipps.de/finanzierung/innenfinanzierung-vs-aussenfinanzierung.html>
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V. (2003). *Grundlagen des Marketing S.22 (Bd. 3)*. (D. Werner Walter, Übers.) München: ein Imprint der Pearson Education Deutschland GmbH.
- Projektleitung REHADAT. (2001). www.rehadat-statistik.de. Abgerufen am 31. Mai 2017 von https://www.rehadat-statistik.de/de/behinderung/index.html?infobox=/infobox1.html&serviceCounter=1&wsdb=LIT&connectdb=veroeffentlichungen_detail&referenznr=R/NV6568&from=201&anzahl=301&detailCounter=10&maplength=20&suche=index.html%3Fsuchbegriffe=Reisen*B

- Richter, S. (28. Mai 2017). *www.deutsche-startups.de*. Abgerufen am 28. Mai 2017 von <https://www.deutsche-startups.de/2014/08/06/5-regeln-unternehmensgruendung/>
- Springer Gabler. (23. Mai 2017). *Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Existenzgründer*. Abgerufen am 23. Mai 2017 von <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/84851/existenzgruender-v9.html>
- Springer Gabler. (23. Mai 2017). *wirtschaftslexikon.gabler.de*. Abgerufen am 23. Mai 2017 von <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/5896/gruendung-v11.html> Gr%C3%BCndung
- Springer Gabler Verlag. (22. Mai 2017). *Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Business Plan*. Abgerufen am 22. Mai 2017 von <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/4777/business-plan-v10.html>
- Springer Gabler Verlag. (24. Mai 2017). *Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Kapitalbedarf*. Abgerufen am 24. Mai 2017 von <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/6781/kapitalbedarf-v6.html>
- Tourismusverein am Stettiner Haff. (2016). *Rechenschaftsbericht 2016*.
Tourismusverein am Stettiner Haff.
- Wöhe G., D. U. (2013). *Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 25. Auflage*. München: Verlag Franz Vahlen GmbH München.
- Wöhe G., D. U. (2013). *Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 25. Auflage, S.472*. München: Verlag Franz Vahlen GmbH München.
- Wöhe, G., & Döring, U. (2013). *Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 25. Auflage, S.210*. München: Verlag Franz Vahlen GmbH München.
- Wöhe, G., & Döring, U. (2013). *Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 25. Auflage, S.261*. München: Verlag Franz Vahlen GmbH München.
- ZEIT ONLINE GmbH. (24. Oktober 2016). *www.zeit.de*. Abgerufen am 31. Mai 2017 von <http://www.zeit.de/wissen/gesundheit/2016-10/statistisches-bundesamt-schwerbehinderte-menschen-deutschland>

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Name, Ort, Datum, Unterschrift