

Immo Mia GmbH

1- Geschäftsprofil

- Allgemeines
- Rechtsform
- Planung der Finanzierung
- Ziele und Visionen.

2- Geschäftsidee

- Angebot
- Zielgruppe
- Kundenbedürfnisse.

3- Standort

- Standortgegebenheiten .

4- Konkurrenzanalyse

- Konkurrenzsituation am Standort.

5- Finanzplan

- Finanzierung.

1. GESCHÄFTSPROFIL

Allgemeines

Die Unternehmen Immo Mia-GmbH bietet in Hamburg verschiedene Immobilien Varianten an.

Neben einer breiten Palette von Standardangeboten hat sich die Immo Mia-GmbH einerseits auf Immo Mia Österreich. Der Zielmarkt ist der aufstrebende Hamburger Stadtteil St.Pauli . Ein Ladenlokal in attraktiver Lage wurde bereits angemietet.

Als Zielgruppe sprechen wir Laufkundschaft aus dem Viertel sowie gezielt auch Firmenkunden an.

Rechtsform

Die Immo Mia-GmbH wurde soeben von Maher-Haddad in der Rechtsform einer GmbH gegründet, beide sind gleichberechtigte geschäftsführende Gesellschafter. Ausschlaggebender Grund für die Wahl der GmbH als Rechtsform war der Haftungsaspekt. Die Gründer konnten langjährige Erfahrungen als Angestellte in 'Royal British Real Estate' sammeln und verfügen so über fundierte Branchenkenntnisse und Kontakte. Unterstützt werden sie nach einer Anlaufphase von einer freien Mitarbeiterin.

Planung der Finanzierung

Die Finanzierung des Unternehmens erfolgt zu 70 % über Eigenmittel der Gründer, zu 30 % über Fremdkapital. Die verfügbaren Mittel werden primär in die investieren in der Baugebäude Kauf und mieten richtung sowie in Gehälter investiert. Näheres dazu kann dem Finanzplan entnommen werden. Das Unternehmen soll im dritten Geschäftsjahr die Gewinnzone erreichen.

Ziele und Visionen

Strategisches Ziel ist es, innerhalb von Drei Jahren die Nummer 1 unter den Online Immobilien-handel zu werden und die folgenden Drei Jahre für eine weitere Expansion im Internet und ins Geschäft zu nutzen. Kurzfristig wollen wir unser Ladengeschäft attraktiv einrichten, Geschäftsbeziehungen zu ausgewählten Immobilien-anbietern etablieren und via Mailingaktion den Erstkontakt zu unserer Zielgruppe im Stadtteil herstellen.

2. GESCHÄFTSIDEE

Angebot

Der deutsche Immobilienmarkt ist nach wie vor ein stabiler, leicht wachsender Markt. Die Deutschen lieben Stabilität und lieben es, ihre Häuser sorgfältig auszuwählen, damit sie nicht daran denken, so lange wegzuziehen, wie das Haus. Deshalb wird unser Unternehmen ihnen ein Traumhaus bieten, das der Anzahl ihrer Familienmitglieder und ihrem künstlerischen und architektonischen Geschmack entspricht.

Andererseits sind wir uns bewusst, dass der Wettbewerb auf Immobilienmarkt stark ausgeprägt ist und sich künftig noch weiter verschärfen wird. Die Firma Immo Mia-GmbH verfügt über ein attraktives Ladenlokal an einem Standort (Frankfurt - Stuttgart), der für den Leuten Verhältnisse (noch) vergleichsweise wenig Konkurrenz aufweist.

Zielgruppe

Das Leistungsangebot richtet sich konsequent an der Zielgruppe im Stadtviertel aus und berücksichtigt deren Differenziertheit. Großen Wert legen wir auf zielgruppenorientierte Informationen und Beratung. Geschäftskunden sollen, auch außerhalb des Bezirks, durch gezielte Marketingaktionen angesprochen werden.

Geplant ist, mittelfristig einen überschaubaren Stamm von Geschäftskunden zu schaffen, der mit Engagement und prompten Leistungen überzeugt werden soll. Neben den Geschäftskunden wollen wir das im Stadtteil vorhandene „ der modern Häusern Liebhaber “ ausschöpfen.

Zur Zielgruppe besteht vor wichtiger Geschäftsleute, Businessman, Rechtsanwälte, Architecture süchtige, der Per weniger Klicks auf unsere Webseite, ihren traumhaften Villa,Palace oder Haus, reservieren können, mit aller mögliche Zahlungsarten für Maklergebühren die wir anbieten wollen (Paypal – Klarna – Mastercard – Bank Überweisungen).

Kundenbedürfnisse

Bequemlichkeit: Wir sind einfach erreichbar, wir sind „Die Immo Mia Unternehmen um die Ecke“.

Sicherheit: Wir wickeln Aufträge präzise und zuverlässig ab.

Impulse: Wir bieten eine kompetente Beratung, Die beste Orten zu finden für unsere Immobilien beim Augen zu Checken.

Vorteilhaftigkeit: Wir bieten ein vernünftiges Preise, Beste Konditionen.

Akzeptanz: Wir betrachten Kundenzufriedenheit als unsere Wachstumsbasis.

Flexibilität: Sonderwünsche, Stornierung der Reservierung etc. sind kein Problem.

Individualität: Erstellung von maßgeschneiderten Angeboten auf Basis der Kundendatei.

3. STANDORT

Standortgegebenheiten

Hamburg ist überregional bekannt als bedeutender Standort der schönsten Häusern. Die Kaufkraft je Einwohner liegt mit rund 100.000 Euro über der anderer deutscher Großstädte (zum Vergleich: Frankfurt/Main 115.000 Euro, München 128.000 Euro, Dresden 97.000 Euro).

Der Stadtteil St.Pauli befindet sich wie das lokale Anzeigenblatt kürzlich titelte.

In der Tat findet eine rege Bautätigkeit statt. Es entstehen u. a. viele Eigentumswohnungen ein neues Shoppinggebäude. Der Stadtteil zieht Bewohner an, weil er ruhig, zentrumsnah und vergleichsweise preisgünstig ist. Darüber hinaus verfügt er über sehr gute Verkehrsanbindungen (u. a. S-Bahn-Station und drei U-Bahn-Haltepunkte).

Nach Angaben des Bezirksausschusses ist St.Pauli ein „bürgerliches Mittelstandsviertel“ mit einem „relativ hohen Anteil von qualifizierten Erwerbstätigen und Businessmännern“: Zwei Drittel der Arbeitnehmer sind Angestellte oder Beamte. Der Ausländeranteil ist durchschnittlich, der Anteil älterer Menschen leicht überdurchschnittlich.

Es handelt sich also weder um eine ausgesprochene „Nobelgegend“ noch um eine „Problemzone“. Die Kaufkraft dürfte für Hamburg leicht überdurchschnittlich sein. Insgesamt – so das Statistische Amt der Landeshauptstadt – gibt es in St-Pauli 44.000 Haushalte, der Bezirk ist

damit etwas größer als der Durchschnitt der Hamburger Bezirke. Einen Schwerpunkt bilden Ein- und Zweipersonenhaushalte.

Die hohe Passantenfrequenz wirkt sich positiv auf die Wahrnehmung des Ladenlokals der Unternehmen Immo Mia-GmbH aus. Der Standort verfügt zweifellos über eine aussichtsreiche Perspektive, da sich in unmittelbarer Nähe noch keine Konkurrenz niedergelassen hat.

4. KONKURRENZANALYSE

Konkurrenzsituation am Standort

Konkurrenzunternehmen konzentrieren sich vorwiegend auf die großen Durchgangsstraßen sowie auf das Gebiet Norden und Wester Hamburg. Generell kann man feststellen, dass es im Vergleich zu anderen Stadtteilen in Winterhude relativ wenig Immobilien Anbietern gibt, insbesondere keine Filiale der preisaggressiven Anbieter vorhanden ist.

5. FINANZPLAN

Finanzierung

Eigenkapitaleinlage Haddad 85 Millionen Euro. Bankdarlehen 15 Millionen Euro. Öffentliche Mittel 1,000,000 Euro. Bei einer soliden Finanzierung sollten die Eigenmittel mindestens 50 % der benötigten Finanzmittel ausmachen. Dies ist ein Grundsatz, auf den besonders Banken achten. Da sich die beiden Gesellschafter seit Jahren schon auf ihre Selbständigkeit vorbereiten, haben sie das nötige Kapital angespart. Dabei sollte auch berücksichtigt werden, dass die eigenen Rücklagen nicht bis auf den letzten Pfennig mit eingerechnet werden.

Vorbereitungszeit für die Gründung:

ca. Drei Monat, Zu bedenken ist, dass zwischen Auftragsbeginn und Zahlungseingang mindestens vier bis acht Tagen liegen können, da die Bezahlung der Hausmieten oder kaufen und die damit verbundene Zahlung der Provision nicht gleichzeitig mit der Buchung erfolgt.

Teilweise kann diese Zeitspanne mehrere Wochen lang sein. Das bedeutet, dass in der Anlaufphase hauptsächlich auf das Gesellschaftskapital zurückgegriffen werden muss.

Gerade für diese Phase müssen genügend Mittel zur Verfügung stehen.