



UKRAINIANS INTERNATIONAL e.V.

Nachfolgend steht eine Kurzübersicht über ein neu zu gründendem Unternehmen. Es ist dies noch kein völlig ausgearbeitetes Konzept bzw. Kurzportrait, sondern soll dem Leser lediglich die grundsätzliche Konzeption vorstellen.



Kurzportrait für ein Startup-Unternehmen in der Gastronomie-Branche

1. Zusammenfassung

Das Startup-Unternehmen "Kulinarische Vielfalt GmbH & Co. KG" ist ein Selbsthilfeprojekt von Migranten für Migranten, das sich auf die Gastronomie spezialisiert. Es wird zunächst in Oberndorf am Neckar gegründet und strebt in der Gründungs- und Aufbauphase die Unterstützung von Investoren, Sponsoren und Spendern an. Die Rechtsform der GmbH & Co. KG ermöglicht eine Beteiligung von gründungswilligen Migranten als Kommanditisten und die administrative Unterstützung durch eine GmbH als Komplementärin. Langfristig wird das Unternehmen, im Erfolgsfall, seine Dienstleistungen einer breiteren Zielgruppe zugänglich machen und bundesweit tätig sein. Die 100%ige Zugehörigkeit der GmbH zum gemeinnützigen Verein "Ukrainians International e.V." unterstreicht den gemeinnützigen Aspekt des Projekts.

2. Geschäftsidee

"Kulinarische Vielfalt GmbH & Co. KG" soll eine gastronomische Plattform werden, die die kulinarischen Schätze verschiedener Länder und Kulturen präsentiert und zugänglich macht. Das Hauptziel in der Gründungs- und Aufbauphase besteht darin, Migranten die Möglichkeit zu bieten, ihre traditionellen Gerichte und Spezialitäten einem breiten Publikum zu präsentieren. Das Unternehmen wird dabei die notwendige Infrastruktur und Unterstützung bereitstellen, um den Migranten den Start in die Selbstständigkeit zu erleichtern. Die Gründer verfolgen dabei auch soziale Ziele, um die Integration von Migranten zu fördern und den interkulturellen Austausch zu stärken.

3. Marktanalyse

3.1 Zielgruppe

In der Gründungsphase richtet sich das Unternehmen in erster Linie an die Zielgruppe der Migranten, die ihre kulinarischen Fähigkeiten nutzen möchten, um ein eigenes Unternehmen zu gründen. Diese Zielgruppe ist vielfältig und bietet ein großes Potenzial. Langfristig strebt das Unternehmen jedoch eine Erweiterung der Zielgruppe an, um auch Einheimische und Interessierte mit einem Faible für internationale Küche anzusprechen.



3.2 Marktpotenzial

Das Potenzial für ein solches Unternehmen ist vielversprechend, da die Nachfrage nach authentischen internationalen Gerichten in Deutschland stetig wächst. Die Vielfalt der kulinarischen Angebote wird sowohl von Touristen als auch von Einheimischen geschätzt. Die Einbindung von Migranten als Anbieter verschafft dem Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil und stärkt das Image als interkulturelle Gastronomieplattform.

3.3 Wettbewerbsanalyse

Die Gastronomiebranche ist stark umkämpft, doch die Spezialisierung auf internationale Speisen und die Einbindung von Migranten als Anbieter bieten eine Differenzierung von herkömmlichen Restaurants. Potenzielle Wettbewerber sind vor allem ethnische Restaurants, Street-Food-Märkte und Catering-Services mit ähnlichem Konzept.

4. Geschäftsmodell

4.1 Produkte und Dienstleistungen

- Einrichtung einer Online-Plattform, auf der Migranten ihre kulinarischen Angebote präsentieren können.
- Organisation von kulinarischen Events, Messen und Festivals, um die Vielfalt der internationalen Küche zu präsentieren.
- Catering-Services für Veranstaltungen und private Feiern.
- Schulungen und Workshops für Migranten, um sie bei der Selbstständigkeit in der Gastronomie zu unterstützen.

4.2 Einnahmequellen

- Provision von den Verkäufen über die Online-Plattform.
- Einnahmen aus Veranstaltungen und Festivals durch Eintrittsgelder und Standgebühren.
- Gebühren für Catering-Services.
- Teilnahmegebühren für die Schulungen und Workshops.

5. Marketing und Vertrieb

5.1 Marketingstrategie

Die Marketingstrategie konzentriert sich in der Gründungsphase auf die Bekanntmachung des Selbsthilfeprojekts und die Gewinnung von Migranten als Anbieter. Hierzu werden folgende Maßnahmen ergriffen:

- Social-Media-Kampagnen, um das Projekt zu bewerben und potenzielle Teilnehmer zu erreichen.
- Kooperationen mit lokalen Migrantenorganisationen, um die Zielgruppe gezielt anzusprechen.
- Teilnahme an Veranstaltungen und Messen, um das Unternehmen bekannt zu machen.



5.2 Vertriebsstrategie

Der Vertrieb erfolgt über die Online-Plattform und die Teilnahme an kulinarischen Events und Festivals. Zudem wird aktiv auf potenzielle Kunden und Veranstalter von Events zugegangen, um die Catering-Services anzubieten.

6. Standort und Infrastruktur

Der Hauptstandort des Unternehmens wird in Oberndorf am Neckar sein. Hier werden die administrativen Belange durch die GmbH-Komplementärin abgewickelt. Die Online-Plattform ermöglicht jedoch eine bundesweite Präsenz und die Teilnahme an Veranstaltungen und Festivals in verschiedenen Regionen.

7. Finanzplan

7.1 Gründungskapital

Das Gründungskapital beträgt 25.000 Euro und wird überwiegend von der GmbH und durch Investoren, Sponsoren und Spenden eingebracht.

7.2 Umsatzprognose

In der Gründungs- und Aufbauphase wird der Umsatz voraussichtlich durch die Provisionen der Online-Plattform und die Einnahmen aus Veranstaltungen und Festivals generiert. Mit dem Wachstum des Unternehmens und der Ausweitung auf eine breitere Zielgruppe wird ein Umsatzanstieg erwartet.

7.3 Kostenstruktur

- Die wichtigsten Kostenfaktoren umfassen:
- Personalkosten für die Mitarbeiter der GmbH-Komplementärin und ggf. externe Dienstleister.
- Marketing- und Werbekosten für die Bekanntmachung des Projekts.
- Veranstaltungskosten für Events und Festivals.
- Technologie- und Plattformkosten für die Online-Präsenz.

7.4 Rentabilitätsplan

Der Rentabilitätsplan zeigt die erwartete Entwicklung des Unternehmens in den ersten Jahren. Durch die Fokussierung auf Migranten als Anbieter und die Nutzung von geringen Fixkosten durch die Online-Plattform, wird angestrebt, bereits in den ersten Jahren eine positive Rentabilität zu erzielen.

8. Rechtsform und Organisation

Das Unternehmen wird als GmbH & Co. KG gegründet. Die Kommanditisten sind gründungswillige Migranten, während die GmbH-Komplementärin die administrativen Aufgaben übernimmt. Die 100%ige Zugehörigkeit der GmbH zum gemeinnützigen Verein "Ukrainians International e.V." verdeutlicht den gemeinnützigen Aspekt des Unternehmens.



9. Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung

"Kulinarische Vielfalt GmbH & Co. KG" verfolgt eine nachhaltige und soziale Geschäftspraxis. Es fördert die Integration von Migranten und stärkt den interkulturellen Austausch in der Gesellschaft. Zudem wird Wert auf regionale Produkte und ressourcenschonende Prozesse gelegt.

10. Ausblick

Das langfristige Ziel des Unternehmens ist es, sich als führende gastronomische Plattform für internationale Küche zu etablieren und bundesweit aktiv zu sein. Durch die Förderung von Migranten als Anbieter und die Verbindung von kulinarischer Vielfalt und sozialem Engagement soll das Unternehmen eine positive Wirkung auf die Gesellschaft haben und einen Beitrag zur Integration leisten.





UKRAINIANS INTERNATIONAL e.V.

Kontakt:
Siegfried Kraus
Vorstand

UKRAINIANS INTERNATIONAL e.V.

Existenzgründungsprojekte – StartUps

Theodor-Quehl-Str. 10
c/o Maksym Pozhydaiev (Vorstand)
D-78727 Oberndorf am Neckar

Tel.: +49 1577 4279710

E-Mail: info@ukrainians-international.com

URL: www.ukrainiansinternational.com und www.ukrainiansinternational.de

