

**Tamara Rachbauer**

Etablierung eines Nachhilfeinstituts:  
Marketingkonzept und  
Unternehmenspräsentation

**Forschungsarbeit**

# BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei [www.GRIN.com](http://www.GRIN.com) hochladen  
und kostenlos publizieren





## Etablierung eines Nachhilfeeinstituts

Projektbericht für das Modul „12.1 Praxisprojekt“

Tamara Rachbauer, MI 100501

Letzte Änderung: Samstag, 18. Jänner 2008

### Inhaltsverzeichnis

1	Zusammenfassung .....	4
2	Projekteinleitung.....	4
2.1	Analyse der aktuellen Marktsituation des Unternehmens .....	4
2.2	Projektausgangssituation (Ist-Zustand).....	4
2.3	Projektanforderungen (Soll-Zustand) .....	5
2.4	Projektziele .....	5
3	Projektorganisation .....	6
3.1	Projektmitarbeiter .....	6
3.2	Auftraggeber .....	7
3.3	Arbeitszeiten .....	7
3.4	Projektsitzungen.....	7
3.4.1	Teamsitzungen .....	7
3.4.2	Meilenstein Review .....	7
4	Projektspezifisches Vorgehensmodell.....	8
4.1	Projektstrukturierung.....	8
4.2	Meilensteine und Termine .....	9

4.3	Risikoanalyse .....	9
4.4	Überblick über die verwendeten Technologien.....	10
5	Projektdurchführung .....	10
5.1	Projektphase 1 .....	10
5.1.1	Tätigkeitsbeschreibung .....	10
5.1.2	Probleme und Lösungen .....	11
5.1.3	Teilergebnisse .....	11
5.1.4	Weiteres Vorgehen .....	27
5.2	Projektphase 2 .....	28
5.2.1	Tätigkeitsbeschreibung .....	28
5.2.2	Probleme und Lösungen .....	29
5.2.3	Teilergebnisse .....	29
5.3	Projektphase 3 .....	30
5.3.1	Tätigkeitsbeschreibung .....	30
5.3.2	Probleme und Lösungen .....	32
5.3.3	Teilergebnisse .....	32
5.4	Projektphase 4 .....	38
5.4.1	Tätigkeitsbeschreibung .....	38
5.4.2	Probleme und Lösungen .....	39
5.4.3	Teilergebnisse .....	43
6	Gesamtergebnis .....	44
6.1	Überblick über die erreichten Projektziele .....	44
6.2	Überblick über die nicht erreichten Projektziele .....	44
7	Resümee und Ausblick .....	44
8	Literaturverzeichnis.....	46

Tamara Rachbauer, MI 100501

---

9	Abbildungsverzeichnis.....	47
10	Tabellenverzeichnis.....	49

## 1 Zusammenfassung

Hauptaufgabe dieses Projektes ist es, für das bestehende Nachhilfeeinstitut ein geeignetes Marketingkonzept zu entwickeln und eine neue Unternehmenspräsentation zu erstellen, um eine optimale Etablierung des Instituts am Standort Braunau zu erreichen.

Im Abschnitt 2 werden die Projektausgangssituation, die Projektanforderungen und die Projektziele spezifiziert.

Im Abschnitt 3 wird kurz die Projektorganisation besprochen, in der Angaben über den Auftraggeber, die Arbeitszeiten, die Teamsitzungen und die Aufgabenbereiche der Mitarbeiter gemacht werden.

Der 4. Abschnitt beschäftigt sich mit dem projektspezifischen Vorgehensmodell, das heißt der Projektstruktur, den Angaben zu Meilensteinen, Terminen und der Risikoanalyse.

Danach wird im Abschnitt 5 die gesamte Projektdurchführung mit einem einführenden Überblick über die bei der Projektumsetzung verwendeten Technologien, einer genauen Tätigkeitsbeschreibung und den daraus resultierenden Teilergebnissen besprochen.

Im vorletzten Abschnitt 6 werden jeweils in einer Tabelle die erreichten Ziele und die nicht erreichten Ziele mit Begründung dargestellt, und abschließend im Abschnitt 7 der Projektbericht mit einer zusammenfassenden Wertung und einem Ausblick abgeschlossen.

## 2 Projekteinleitung

### 2.1 Analyse der aktuellen Marktsituation des Unternehmens

Um den Ist-Zustand des Unternehmens besser analysieren und einen optimalen Soll-Zustand herstellen zu können, war es nötig die jetzige Marktsituation des Unternehmens herauszufinden. Dazu wurden in Zusammenarbeit mit einer Projektgruppe der Abend HAK Braunau Fragebögen entworfen, eine entsprechende Umfrage durchgeführt, und diese dann ausgewertet.

Basierend auf dieser Auswertung war es nun möglich eine aktuelle Ausgangssituation zu bestimmen und daraus den Soll-Zustand und die Ziele abzuleiten.

### 2.2 Projektausgangssituation (Ist-Zustand)

Durch die Fragebogenauswertung konnte die folgende Ausgangssituation ermittelt werden:

- Der bestehende Firmenname „Studienkreis“ spricht nur eine bestimmte Zielgruppe (Studierende) an.
- Der Bekanntheitsgrad des Instituts „Studienkreis“ ist trotz zahlreicher Werbemaßnahmen gering.
- Aufgrund des niedrigen Bekanntheitsgrades ist auch die Kundenanzahl gering. Dadurch ist eine feste Anstellung der Lehrkräfte kaum möglich. Dies wiederum erhöht die Schwierigkeit geeignete Lernbetreuer/innen zu finden.