Unternehmenskonzept

Betrieb: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

PLZ/Wohnung: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Straße: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Telefon/Fax: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_eMail \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

LRA/ Berater/in/ Datum: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Vorhaben:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Geplanter Beginn des Vorhabens:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Geplanter Abschluss des Vorhabens:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ziele des Vorhabens:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Inhalt:

1. Kurzübersicht über das Vorhaben
2. Voraussetzungen/ Ausgangssituation
3. Geplantes Vorhaben
4. Marktanalyse
5. Marketingstrategie
6. Anhang: Investitionsplanung, Wirtschaftlichkeitsberechnung, Finanzierung/ Investitionskonzept

Checkliste Unternehmens- und Marketingkonzept   
für Nebenbetriebe der Diversifizierung

1. Kurzübersicht über das Vorhaben:

Beschreibung des Angebots / der Dienstleistung in wenigen Sätzen

* Art und Umfang des Angebots
* Zielgruppen
* Motivation und Zielsetzung des Vorhabens
* Besonderheit des Angebots („einzigartige, unverwechselbare, möglichst uneinholbare Merkmale des Unternehmens, des Produkts, der Serviceaktivitäten, der Person...“ – UMP’s: Unique Marketing Propositions)

2. Voraussetzungen/ Ausgangssituation

2.1 Unternehmerfamilie

* Fachliche Voraussetzungen
* Stärken, Schwächen-Analyse (SWOT-Analyse)
* Einschätzung der Familienmitglieder zum Vorhaben
* Änderungen in der Familiensituation

2.2 Betriebliche Voraussetzungen

* Bestehendes landwirtschaftliches Unternehmen (Ist-Betrieb)
* Produktionsart und –umfang
* Bereits bestehende Diversifizierung (Ist-Betrieb)
* geplante Entwicklungsschritte im landwirtschaftlichen Betrieb /Diversifizierung
* derzeitiger und künftiger Arbeitskräftebedarf
* geplante Investitionen im bestehenden Betrieb

2.3 Finanzielle Voraussetzungen (Siehe auch Investitionskonzept)

* Höhe des Investitionsbedarfs für Gebäude, Technik, Ausstattung, Außenbereich
* Einsatz von Eigenkapital
* welche Ausgaben fallen im Privatbereich an und wann?

2.4 Eignung des Betriebs und des Standorts für das Vorhaben

* Standort, Erreichbarkeit, Lage
* Räumliche Anordnung der Gebäude, Lageplan
* Gestaltung der Hofstelle
* Mögliche Nachteile des Standorts

3. Geplantes Vorhaben

3.1 Rechtlicher Rahmen

* Welche formalen rechtlichen Voraussetzungen sind zu klären (Baurecht, Handwerksordnung, Hygienevorschriften, Lebensmittelrechtliche Bestimmungen, Kennzeichnungs-VO etc.)

3.2 Beschreibung der Räumlichkeiten (Siehe auch 5.1 Sortimentsübersicht)

* Nutzungsart, Ausstattung Mobiliar, Technische Geräte, Sanitäranlagen, Personalräume, Kühlung, Spielplatz

3.3 Umsatzschätzung

* Anzahl Öffnungstage, Öffnungszeiten, Anzahl Kunden pro Woche, pro Jahr, Umsatz je Kunde, Gesamtumsatz
* Möglichkeiten zum Cross-Selling

3.4 Personalplanung

* Welche Arbeiten fallen durch den neuen Betriebszweig zusätzlich an?
* Wie viele Arbeitskräfte werden benötigt (Fremd-AK, Familien-AK)?

**4. Marktanalyse**

4.1 Kunden-/ Nachfragepotenzial

* Welche Kunden, Gäste sprechen Sie an? Woher kommen diese?
* Wie viele Gäste / Kunden erwarten Sie, wie viel werden Sie bei Ihnen einkaufen?
* Welche besonderen Wünsche haben Ihre Kunden?

4.2 Konkurrenzanalyse

* Welche Mitbewerber existieren im Ort, in der Region? Was bieten diese an? Worin unterscheiden sich Ihre Angebote? Gibt es Kooperationsmöglichkeiten?

4.3 Kooperationsmöglichkeiten

* Welche Kooperationspartner gibt es für Ihren neuen Betriebszweig? In welcher Form wäre Kooperation denkbar?
* Welche Möglichkeiten haben Sie zum Erfahrungsaustausch mit anderen Anbietern?

5. Marketingstrategie

5.1 Produktpolitik

* Was wird angeboten? Sortimentsübersicht, Qualität, Mengen, Häufigkeiten, Öffnungstage, Öffnungszeiten saisonale Angebote, Nebenleistungen

5.2. Preispolitik

* Preise, Konditionen, Preis- Leistungsverhältnis, Preis der Mitbewerber, Rabatte, saisonale Angebote

5.3 Distributionspolitik / Absatzwege (siehe auch 4.1 Kunden- Nachfragepotential)

* Wie kommt das Produkt an den Kunden? Zielgruppe Verbraucher, Großkunden, Absatzwege, Kooperationen etc.

5.4 Kommunikationspolitik, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

* Wie wird das Produkt und das Unternehmen bekannt? Maßnahmen zur Werbung, Verkaufsförderung, Öffentlichkeitsarbeit, Homepage, Social Media, Anzeigen in Presse, Eröffnungsaktionen, Hofgeschichte, Kooperation mit Partnern innerhalb, außerhalb der Branche

5.5 Welche Besonderheiten / Aktivitäten bieten Sie im Vergleich zu Mitbewerbern?

* Wodurch hebt sich Ihr Angebot ab? Was ist das Besondere des Angebots („einzigartige, unverwechselbare, möglichst uneinholbare Merkmale des Unternehmens, des Produkts, der Serviceaktivitäten, der Person...“ – UMP’s: Unique Marketing Positions) z.B. Bauernhofambiente, Zusatzangebote, Service- Dienstleistungen.