Unternehmens- und Marketingkonzept

**für den Betriebszweig Direktvermarktung**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Betrieb:** | |  | | | |
| **PLZ/ Wohnort:** | | | |  | |
| **Straße:** |  | | | | |
| **Telefon/ Fax:** | | |  | | |
| **E-Mail/ Homepage:** | | | | |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Berater-/in, Dienststelle:** |  |
| **Stand der Planung:** |  |

**1. Kurzübersicht über das Vorhaben:**Beschreibung des Angebots / der Dienstleistung in wenigen Sätzen

|  |  |
| --- | --- |
| Art des Angebots: |  |
| Umfang des Angebots: |  |
| Zielgruppe/n: |  |
| Zielsetzung des Vorhabens: |  |

**2. Voraussetzungen/ Ausgangssituation**

**2.1 Unternehmerfamilie**

|  |  |
| --- | --- |
| Fachliche Voraussetzungen: |  |
| Welche Erfahrungen liegen vor?  Wo sind Ihre Stärken? |  |
| Wie stehen die einzelnen Familienmitglieder zum Vorhaben? |  |
| Welche Änderungen sind in der Familie zu erwarten? |  |

**2.2 Betriebliche Voraussetzungen**

|  |  |
| --- | --- |
| Produktionszweige und Produktionsumfang des bestehenden Unternehmens: |  |
| Geplante Entwicklung dieser Betriebszweige: |  |
| Bestehender und künftiger Arbeitskräftebedarf in diesen Betriebszweigen: (s. auch Anlage „Arbeitsbilanz“) |  |
| Welche Investitionen sind für die bestehenden Produktionszweige notwendig? |  |

**2.3 Finanzielle Voraussetzungen**

(Siehe auch Investitionskonzept)

|  |  |
| --- | --- |
| In welcher Höhe kann Eigenkapital in das Vorhaben eingesetzt werden? |  |
| Welche größeren Ausgaben im Privatbereich sind zu erwarten? Wann fallen diese an? |  |

# 2.4 Eignung des Betriebs und des Standorts für das Vorhaben

|  |  |
| --- | --- |
| Erreichbarkeit, Lage: |  |
| Räumliche Anordnung der Gebäude, Gestaltung der Hofstelle: |  |
| Mögliche Nachteile: |  |

**3. Geplantes Vorhaben**

**3.1 Beschreibung der Räumlichkeiten**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Verkaufsraum: |  | Größe [m²] |
| Thekenbereich: |  | Größe [m²] |
| Regale: |  | laufende m; Regalhöhe, - tiefe |
| Kühltheke |  | laufende m |
| Aktionsfläche: |  | Größe [m²]; Häufigkeit des Themenwechsels/ Jahr |
| Kühlräume: |  | Anzahl; Größe [m²] |
| Lagerräume: |  | Anzahl; Größe [m²] |
| Backraum: |  | Anzahl; Größe [m²] |
| Küche: |  | Anzahl; Größe [m²] |
| Technische Ausstattung: |  |  |
| Kassensystem: |  |  |
| Personalraum: |  |  |
| Sonstiges: (Kunden-WC, Parkplatz, Spielplatz etc.) |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Verkaufswagen: |  |  |
| Sonstiges: |  |  |

**3.2 Beschreibung des geplanten Sortiments**

|  |  |
| --- | --- |
| Frischebereich Obst |  |
| Frischebereich Gemüse |  |
| Frischebereich Milch, Milchprodukte, Käse |  |
| Fleisch-, Wurstwaren |  |
| Backwaren |  |
| Haltbare Produkte (Nudeln, Marmelade, Essige ..) |  |
| Eier |  |
| Getränke alkoholfrei |  |
| Wein, Sekt, Spirituosen |  |
| Blumen, Floristische Angebote |  |
| Ergänzende Handelsware |  |
| Sonstiges |  |
|  |  |

**3.3 Welche Besonderheiten / Aktivitäten bieten Sie im Vergleich zu Ihren 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: **U**nique **M**arketing **P**ropositions)

Oder kurz gesagt: Was ist bei Ihnen anders als bei allen anderen?

|  |  |
| --- | --- |
| Ambiente der Direktvermarktung/ des Hofladens (Flair, Architektur, Beleuchtungskonzept, Außengestaltung, Gartengestaltung, Innenraumgestaltung, Dekoration etc.) |  |
| Zusatzangebote für Ihre Kunden (z.B. Streicheltiere, Spielplatz, Kostproben, Rezepte, Koch-, Backkurse, Aktionstage etc.) |  |
| Service- bzw. Dienstleistungen für die Kunden? |  |
| In sonstigen Bereichen? |  |

**3.4 Personalplanung**

|  |  |
| --- | --- |
| Wie viele Arbeitskräfte werden für das neue Unternehmen benötigt (AKh)? (Vor- und Nacharbeit je Öffnungstag) |  |
| Wann und in welchen Umfang sind Arbeitsspitzen zu erwarten?  Wie werden diese bewältigt? |  |

**4. Marktanalyse**

**4.1 Kunden-/ Nachfragepotenzial**

Welche Kunden/ Gäste sprechen Sie an? Woher kommen diese?

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Kundenkreis | Anzahl Kunden | Entfernung | Beurteilung z.B. besonders interessant, besondere Bedürfnisse |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**4.2 Konkurrenz**

Welche Mitbewerber existieren im Ort und in der Region? Was bieten diese an?

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Mitbewerber / Ort bzw.  Entfernung | Angebot | Unterschied zu Ihrem Vorhaben | Kooperation möglich? | |
|  |  |  | ja | nein |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

**4.3 Kooperationsmöglichkeiten**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Branche | außerhalb der Branche |
| Welche Kooperationspartner gibt es für Ihren neuen Betriebszweig? |  |  |
| In welcher Form wäre eine Kooperation denkbar? |  |  |
| Welche Möglichkeiten haben Sie zum Erfahrungsaustausch mit anderen Anbietern? |  |  |

# 5. Vermarktungsstrategie, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

|  |  |
| --- | --- |
| Wie und wo werben Sie für Ihr Produkt/ Dienstleistung? (s. auch Anlage Markteinführungskonzept) |  |
| Eigene Homepage: |  |
| Verlinkung zu folgenden Seiten: |  |
| Schaltung von Anzeigen in folgenden Medien: |  |
| Spezielle Aktionen auch zur Eröffnung: |  |
| Gibt es eine Hofgeschichte? Wie können Sie diese herausstellen, nutzen? |  |
| Kooperation mit anderen Anbietern: s.a. 4.2 |  |
| Branchenübergreifende Kooperation: s.a. 4.2 |  |

# 6. Umsatzschätzung

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Geplante Öffnungstage | Öffnungs-zeiten | Tage/ Jahr | Anzahl Kunden | Umsatz/Kunde | Umsatz Gesamt |
| Montag |  |  |  |  |  |
| Dienstag |  |  |  |  |  |
| Mittwoch |  |  |  |  |  |
| Donnerstag |  |  |  |  |  |
| Freitag |  |  |  |  |  |
| Samstag |  |  |  |  |  |
| Aktionswochen |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Welche zusätzlichen Dienstleistungen/ Angebote können Ihre Einnahmen erhöhen? |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Ort, Datum) | (Unterschrift) |