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 | AnzahlKunden | Entfernung | Beurteilungz.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) |