Unternehmens- und Marketingkonzept
für den Betriebszweig Bauernhofgastronomie
Datensammlung

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

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

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

|  |  |
| --- | --- |
| Motivation für das VorhabenWarum ist es Ihnen wichtig dieses Vorhaben zu verwirklichen? |  |
| Fachliche Voraussetzungen,Berufsausbildung, Qualifikationen, Berufserfahrung(ergänzende Unterlage) |  |
| Welche Erfahrungen liegen vor? |  |
| Wo sind Ihre Stärken?SWOT - Analyse(ergänzende Unterlage) |       |
| Wie stehen die einzelnen Familienmitglieder zum Vorhaben? |       |
| Welche Änderungen sind in der Familie zu erwarten? (Personenzahl, Betreuungsbedarf…) |       |

2.2 Betriebliche Voraussetzungen

|  |  |
| --- | --- |
| Produktionszweige und Produktionsumfang des bestehenden Unternehmens (Landwirtschaft, Photovoltaik, Diversifizierung etc.): |       |
| Geplante Entwicklung dieser Betriebszweige: |       |
| Bestehender und künftiger Arbeitskräfte-bedarf in diesen Betriebszweigen:(vgl. Anlage „Arbeitsbilanz“) |       |
| Welche Investitionen sind für die derzeitigen Betriebszweige 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:(Lageplan) |       |
| Mögliche Nachteile: |       |

3. Geplantes Vorhaben

3.1 Beschreibung der Räumlichkeiten

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Normale Bestuhlung | Maximale Bestuhlung | Event-Veranstaltung |
| Anzahl der SitzplätzeGastraum: |       |       |       |
| Anzahl der Sitzplätze Nebenraum: |       |       |       |
| Anzahl der Sitzplätze Terrasse: |       |       |       |

|  |  |
| --- | --- |
| Ausstattung Gastraum:(Mobiliar Art der Tische, Möglichkeit der Anordnung, Beleuchtung, Garderobe etc.) |       |
| Thekenbereich/ Ausgabe: |       |
| Sanitärbereich Gäste: |       |
| Küche/ -ausstattung:(Technik, Geräte, Anschlüsse) |       |
| Rücklauf aus Gastraum: |       |
| Vorratsräume, Kühl- und Trockenlager: |       |
| Personalbereich:(Umkleide, Aufenthalt, Sanitär) |       |

3.2 Personalplanung

|  |  |
| --- | --- |
| Welche Arbeiten fallen zusätzlich zum Kerngeschäft an?(ergänzende Unterlage) |       |
| Wie viele Arbeitskräfte werden für das neue Unternehmen benötigt (AKh)?(Vor- und Nacharbeit je Öffnungstag, ergänzende Unterlage) |       |
| Wann und in welchen Umfang sind Arbeitsspitzen zu erwarten?Wie werden diese bewältigt? |       |
| Welche Familie-AK stehen für das neue Unternehmen zur Verfügung? |       |

3.3 Investitionsplanung, Rentabilität und Umsatzschätzung

Investitionskonzept und oder Wirtschaftlichkeitsberechnung beilegen

(Siehe auch Speise- und Getränkekarten 5.1, Siehe extra Kalkulationsblatt „*Umsatzschätzung Betriebszweig Diversifizierung“*)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Beschreibung | Umsatz/ GastSpeisen | Umsatz/ GastGetränke | Summe Umsatz / Gast | Anzahl Gäste/ Tag | Tage/ Jahr | UmsatzGesamt |
| Einzelgäste Montag - Donnerstag |       |       |       |       |       |       |
| Einzelgäste Freitag – Sonntag |       |       |       |       |       |       |
| Geschlossene Gesellschaft |       |       |       |       |       |       |
| Aktionswoche |       |       |       |       |       |       |
| Aktionstage |       |       |       |       |       |       |
| Events |       |       |       |       |       |       |
| Catering |       |       |       |       |       |       |
| Take-away-Angebote |       |       |       |       |       |       |
| Mittagstisch, Tagesessen |       |       |       |       |       |       |

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

3.4 Finanzierungsplan (s. Investitionskonzept)

3.5 Rechtlicher Rahmen

|  |  |
| --- | --- |
| Welcher rechtlichen Rahmen muss beachtet werden?(Gesellschaftsform, Gaststättenrecht,InfektionsschutzgesetzGEMA, Kennzeichnungsverordnungen…) |       |

**4. Marktanalyse**

4.1 Kunden-/ Nachfragepotenzial

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kundenkreis | AnzahlGäste | Beurteilung(z.B. besonders interessant, besondere Bedürfnisse …) |
|       |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |

**4.2 Mitbewerber**

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Mitbewerber / Ort bzw. Entfernung (siehe auch Hofladen-App) | Angebot | Unterschied zu Ihrem Vorhaben |
|  |  |  |
|       |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |
|       |       |       |

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 Bauernhof- / Winzerhofgastronomie(Flair, Architektur, Außengestaltung, Gartengestaltung, Innenraumgestaltung, Dekoration etc.) |       |
| Zusatzangebote für Ihre Gäste(z.B. Familienfeste, Aktionswochen, Aktionstage, Kulinarik-Seminare, Verkostungen, Führungen, etc.) |       |
| Service- bzw. Dienstleistungen für die Gäste? (Take-Away-Angebote, Spielmöglichkeiten für Kinder) |       |
| In sonstigen Bereichen? |       |

**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. Marketingstrategie

5.1 Produktpolitik / Beschreibung des Angebots

|  |  |
| --- | --- |
| Ihr Angebot: |       |
| Speisekarte(ergänzende Unterlage) |       |
| Getränkekarte(ergänzende Unterlage) |       |
| Aktionsangebote(ergänzende Unterlage) |       |
| Catering(ergänzende Unterlage) |       |
| Event –Angebote(ergänzende Unterlage) |       |
| Take-Away-Angebote(ergänzende Unterlage) |       |

**5.2. Preispolitik**

|  |  |
| --- | --- |
| Preisgestaltung unter Berücksichtigung von: | Kostenberechnung, Preis der Mitbewerber, Gewinnvorstellungen, Konditionen /Preisnachlässe für größere Aufträge/ Gruppen, Preis- Leistungsverhältnis, Kostensensibilität der Gäste, sonstiges…      |

5.3 Distributionspolitik / Absatzwege

(siehe auch 4.1 Kunden- Nachfragepotential)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Angebote** | **Zielgruppe** | **Häufigkeiten** |
| Einzelgäste (Laufkundschaft ohne Anmeldung) |       |       |
| Familienfeste |       |       |
| Gruppen mit Anmeldung (Busse, Firmen) |       |       |
| Catering Außer-Haus |       |       |
| Event |       |       |
| Take away-Angebote |       |       |

**5.4 Kommunikationspolitik, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit**

Wie wird Ihr Angebot und das Unternehmen bekannt? Maßnahmen zur Werbung, Verkaufsförderung, Öffentlichkeitsarbeit

|  |  |
| --- | --- |
| Wie und wo werben Sie für Ihren neuen Betriebszweig?(s. auch Anlage Markteinführungskonzept) |       |
| Eigene Homepage: |       |
| Verlinkung zu folgenden Seiten:(z.B. Hofladen-App) |       |
| Social MediaFacebook, Instagram, Youtube… |       |
| Schaltung von Anzeigen in folgenden Medien: |       |
| Spezielle Aktionen zur Eröffnung: |       |
| Wiederkehrende Aktionen: |       |
| Gibt es eine Hofgeschichte? Wie können Sie diese herausstellen, nutzen? |       |
| Kooperation mit anderen Anbietern: |       |
| Branchenübergreifende Kooperation:s.a. 4.3 |       |
| Jahreswerbeplan: |       |

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