

Von der Geschäftsidee zum Unternehmenskonzept

Referenten: Birgit Hemsing
Michael Rammrath



Das Unternehmenskonzept

- Unternehmensidee / Vorhabensbeschreibung
- Gründerperson
- Produkt- und Dienstleistungsangebot
- Kundenzielgruppe / Kundenstruktur
- Markt- und Konkurrenzanalyse
- Standort
- Mitarbeiterplanung
- Marketingmaßnahmen

Unternehmensidee / Vorhabensbeschreibung

- Gründe für den Start
- Branche
- Neugründung oder Betriebsübernahme
- Rechtsform
- Standort
- Voraussichtliches Gründungsdatum



Angaben zur Gründerperson

- ***Fachliche Qualifikation***
- Kaufmännische Qualifikation
- Persönliche Qualifikation
- Qualifikation für Führungsaufgaben

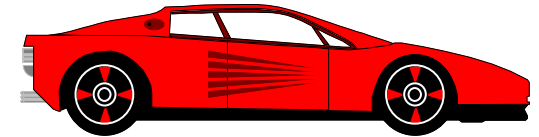


**Lebenslauf
Qualifizierungsnachweise**

Das Produkt- und Dienstleistungsangebot

Listen Sie Ihr gesamtes Leistungsangebot auf:

- Produkte
- Dienstleistungen
- Sonderleistungen
- Kundenservice



Beispiel des Leistungsangebotes eines Friseursalons

Produkte

- Schneiden/Waschen/Föhnen
- Legen/Stecken/Flechten
- Färben
- Strähnchen
- Dauerwelle
- Hochsteckfrisuren
- Brautfrisuren
- Haarverlängerung

Dienstleistungen

- Lange Öffnungszeiten
- Spielecke für Kinder
- Intensive Beratung
- Vorher/Nachher Animation
- Hol-/Bringe-Service
- Not-/Eilservice
- Dekoratives Make-up
- Do-it-your-self-Service

Benennen Sie ausführlich Ihr Produktangebot!

Stellen Sie Ihr besonderes Leistungsangebot, das Sie vom Wettbewerb abhebt, auch besonders heraus!

Beantworten Sie die Frage, warum der Kunde ausgerechnet zu Ihnen kommen soll?

Was ist Alleinstellungsmerkmal (USP)?



Ihre Kundenzielgruppe / Ihre Kundenstruktur

Definieren Sie exakt Ihre Zielgruppe!

Wer sind Ihre Kunden?

- die Altersstruktur
- das Einkommensniveau
- die Lebensgewohnheiten

In welchem Umfeld / Milieu leben Ihre Kunden?

Wie informieren sich Ihre Kunden?



Besondere Zielgruppen können beispielsweise sein:

- Senioren - sehr dienstleistungsorientiert
- Kinder
- Junge Leute eines bestimmten Alters
(Modeartikel)
- Hausbesitzer / Gartenbesitzer
- Sportlich orientierte Menschen
- Gewerbliche Kunden
 - Wohnungsbaugesellschaften
 - Unternehmen
- Ausländische Kunden
- Öffentliche Auftraggeber



Wichtig bei Betriebsübernahmen:

Wie ist die vorhandene Kundenstruktur?

Welche Kundenabhängigkeiten bestehen möglicherweise?

Zum Beispiel:

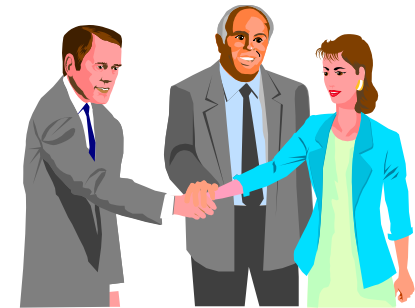
Bauträger Müller 60% vom Umsatz

Privatkunden 40% vom Umsatz

Welches Konzept entwickeln Sie gegen diese Abhängigkeiten ?

Bestehen zwischen jetzigem Inhaber und Kunden besondere Abhängigkeiten/ Beziehungen?

Wichtige Kundenkontakte aufzeigen



Führen Sie in Ihrem Konzept bereits vorhandene Kundenkontakte auf.

Belegen Sie nach Möglichkeit Ihre Aussagen !

Konkurrenzsituation / Wettbewerbsanalyse

Benennen Sie Ihre Hauptkonkurrenten !

- Stellen Sie Ihre **Stärken / Schwächen** im Vergleich zu den Hauptkonkurrenten dar.
- Welche Konkurrenten sind künftig noch zu erwarten?
- Standort der Konkurrenten?
- Wie wird sich der Markt durch Ihren Markteintritt verändern?



Allgemeine Marktsituation

- Wie stellt sich die Marktsituation bezogen auf Ihre Branche in Ihrer Region dar?
- Wie sind die derzeitigen Rahmenbedingungen?
- Gibt es besondere „Trends“, die zu erwähnen sind?

Standort

- Welches ist Ihre künftige Geschäftsadresse?
- Welche Bedeutung hat der Standort für Sie?
- Warum haben Sie den Standort gewählt?
- Nehmen Sie zu den für Sie wichtigen Kennziffern Ihres Standortes Stellung (Kaufkraft, Einwohner..)

- Ist eine Nutzungsänderung erforderlich?
- Sind behördliche Auflagen zu erwarten?
- Darf am Standort umgebaut oder erweitert werden?
- Entsprechen die Geschäftsräume den heutigen und auch künftigen Anforderungen?
- Sind Parkplätze vorhanden?

Mitarbeiter

- Anzahl der Mitarbeiter (heute, künftig)
(Anzahl Facharbeiter, Bürokräfte, Teilzeitkräfte, Auszubildende, ungelernte Hilfskräfte)
- Qualifikation, Zuverlässigkeit und Erfahrung, der Mitarbeiter
- Altersstruktur der Mitarbeiter
- Kundenorientierung der Mitarbeiter

Bei Betriebsübernahmen:

- Arbeitsrechtliche Verpflichtungen gegenüber Mitarbeitern
- Besondere Schutzvorschriften
(z.B. Mutterschaftsschutz, Schwerbehinderte)



§ 613 a BGB

Werbestrategie / Marketing

- Woher weiß der Kunde, dass es Sie gibt?
- Wie erreichen Sie Ihre Kundenzielgruppe?
- Welche Werbemaßnahmen setze ich ein, um mein Angebot bekannt zu machen?

 Warum soll der Kunde zu Ihnen kommen, wo doch viele Wettbewerber bereits erfolgreich am Markt sind?

Werbemaßnahmen (Beispiele):

- Organisation einer offiziellen Eröffnung
- Eröffnungstag/Eröffnungswoche
- Anzeigen mit PR-Beitrag (Presseeinladung)
- Schaufenstergestaltung
- Funkspots (lokal)
- Direktmailing an Kunden und Geschäftspartner
- Flyer

- Die wandelnde Litfaßsäule (Einsatz von Schüler oder Studenten)
- Großraumplakatierung
- Werbung auf Fahrzeugen des ÖPNV
- Kino-Werbung
- Fahrzeugwerbung
- Postwurfsendungen
- eigener Internetauftritt

Ihrer Kreativität sind keine Grenzen gesetzt!



Das Unternehmenskonzept

- Unternehmensidee / Vorhabensbeschreibung
- Lebenslauf / Qualifizierung
- Produkt- u. Dienstleistungsangebot
- Kundenzielgruppe / Kundenstruktur
- Markt- und Konkurrenzanalyse
- Mitarbeiterplanung
- Standort
- Marketingmaßnahmen

- Investitions- und Finanzierungsplan
- Rentabilitätsvorschau
- Liquiditätsplanung
- Tragfähigkeit