Unternehmens- und Marketingkonzept
für den Betriebszweig Urlaub auf dem Bauernhof

|  |  |
| --- | --- |
| **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,Berufsausbildung, Qualifikationen, Berufserfahrung(ergänzende Unterlage) |       |
| Welche Erfahrungen liegen vor? |       |
| Wo sind Ihre Stärken?SWOT - Analyse |       |
| 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  |       |
| Geplante Entwicklung dieser Betriebszweige: |       |
| Bestehender und künftiger Arbeitskräfte-bedarf in diesen Betriebszweigen: |       |
| Welche Investitionen sind für die derzeitigen Betriebszweige notwendig?In welchem Zeitraum? |       |

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:Außenbereich, InnenbereichErreichbar durch öffentliche Verkehrs-mittel |       |
| Räumliche Anordnung der Gebäude, Gestaltung der Hofstelle, Ambiente |       |
| Mögliche Standort-Nachteile:Schwächen |       |

3. Geplantes Vorhaben

3.1 Detaillierte Angebotsbeschreibung

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Anzahl der Zimmer: |       | Anzahl Betten: |       | Ausstattung: |       |
| Anzahl der Ferienwohnungen: |       | Anzahl Betten: |       | Ausstattung: |       |
| Sonstige Konzepte bspw. Übernachtungs-möglichkeiten(Heuhotel, Selbstversorgerhaus, Bettenlager): |       | Anzahl Betten/ Plätze: |       | Ausstattung: |       |

|  |  |
| --- | --- |
| Angebotene Verpflegung: | Frühstück:    |
| Frühstücksraum: |       |
| GewerbekücheTechnik, Geräte, Ausstattung |       |
| Technische Ausstattung:(z.B. Empfangsbereich, Wäschepflege, Hausreinigung, Büro, Heizung)  |       |
| Gruppen-, Gemeinschaftsräume:Spielzimmer:Spielscheune: |       |
| Außenbereich:(Parkplatz, Fahrradschuppen, Spielplatz, Freisitzplätze, Grillplatz, E- Ladestation etc.) |       |
| Zusatzangebote:(Wellnessbereich, Kräutergarten etc.) |       |

3.2 Personalplanung

|  |  |
| --- | --- |
| Welche Arbeiten fallen zusätzlich an?Wie viele Arbeitskraftstunden werden für den neuen Betriebszweig benötigt  |       |
| Wann und in welchen Umfang sind Arbeitsspitzen zu erwarten? Betrieblich und für Urlaub auf dem BauernhofWie werden diese bewältigt? |       |
| Welche Familienmitglieder stehen in welchen Umfang für die Mitarbeit zur Verfügung? |       |
| Werden Fremdarbeitskräfte benötigt? Wenn ja, in welchem Umfang und zu welchen Bedingungen (Minijob, Festangestellte)  |  |

4. Marktanalyse

4.1 Gäste-/ Nachfragepotenzial

Welche Zielgruppe möchten Sie ansprechen?

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Wer sind meine Kunden/Zielgruppen? | AnzahlGäste In % | deutschlandweit europaweit weltweit | Beurteilungz.B. besonders interessant, besondere Bedürfnisse,Auswirkungen auf Werbung, Saisonzeiten |
|       |       |       |       |
|       |       |       |       |
|       |       |       |       |
|       |       |       |       |
|       |       |       |       |

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: Landwirtschaft / Urlaub auf dem Bauernhof | 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 /Gestaltung des Angebots:**

|  |  |
| --- | --- |
| Wohnung/ Zimmer Ambiente, Alleinstellungsmerkmal |       |
| Klassifizierung |       |
| Frühstück |       |
| Brötchenservice |       |
| Lunchpaket |       |
| Grillabende |       |
| Grillstelle |       |
| Verkostungen |       |
| Führungen  |       |
| Liegewiese |       |
| Streicheltiere |       |
| Fahrzeuge für Kinder |       |
| Freisitz |       |
| Verkauf hofeigener Produkte |       |
| Abholservice |       |
| Sonstiges |       |

 5.2 Distributionspolitik / Absatzwege

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Direkte Absatzwege: | Eigene Website |  |
|  | Informationsportale |  |
|  |  |  |
| Indirekte Absatzwege: | Vermittlungsportale:z. B. booking.com, Lohospo |  |
|  |  |  |
|  |       |       |

**5.3 Kommunikationspolitik, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit (Online- und Offline-**

 **Werbung)**

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

|  |  |
| --- | --- |
| Eigene Homepage: |       |
| Verlinkung zu folgenden Seiten: regionales Gastgeberverzeichnis, Buchungsportale,Eintrag in kostenlose digitale Branchenbücher |  |
| Aktive Nutzung von Bewertungsportalen |  |
| Social MediaFacebook, Instagram, Youtube… |       |
| Schaltung von Anzeigen in folgenden Medien: |       |
| Spezielle Aktionen zur Eröffnung: |       |
| Aktionen zur Kundenbindung:z. B. Give Away,Einladung zu Kaffee, Grillen,Mailings, KundenbriefePostkarten, Flyer |       |
| Gibt es eine Hofgeschichte? Wie können Sie diese herausstellen, nutzen? |       |
| Kooperation mit anderen Anbietern bei der Werbung |       |
| Hinweisschilder |       |
| Jahreswerbeplan: |       |

**5.4 Preispolitik**

|  |  |
| --- | --- |
| Preisgestaltung unter Berücksichtigung von: | Kostenberechnung, Gewinnvorstellungen unter Berücksichtigung des Alleinstellungsmerkmales, Kostensensibilität der Gäste, Preisstaffelungen nach Aufenthalt, Saison, Alter der Gäste, Preis- Leistungs-Verhältnis, Preis der vergleichbaren Mitbewerber |
| Preisgestaltung: |  |

5.4.1 Umsatzschätzung in Brutto

Siehe Investitionskonzept oder Anlageblatt Umsatzschätzung

**5.4.2 Preisvorstellungen:**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Tage/ Jahr | Preis €/ pro Tag2 PersSaison  | Preis € pro Tag 2 Pers.Saison | Preis €Pro Tag 2 PersSaison | Zuschlag proPersonErw. / Kind | Aufpreis bei Kurzauf-enthalt[€/Tag] | Zuschlagfür Haustiere etc.[€/Tag] |
| Doppelzimmer |       |       |  |  |       |       |       |
| Einzelzimmer |       |       |  |  |       |       |       |
| Ferien-wohnung |       |       |  |  |       |       |       |
| Frühstück pro Person (Erw./Kind) |     |       |  |  |       |       |       |
| Zusatz-leistungen |       |       |  |  |       |       |       |

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