

Thüringer Strategiewettbewerb für innovative Gründungen 2015

LEITFADEN – STRATEGIEPAPIER

GLIEDERUNGSEMPFEHLUNG STRATEGIEPAPIER

Die nachfolgende Gliederung dient als Leitfaden für den Aufbau des Strategiepapieres. Nutzen Sie die Fragestellungen als Anregungen und Wegweiser (nicht als Überschriften), um Ihr Strategiepapier Kapitel für Kapitel aufzubauen. Die Juroren vergeben gemäß der Gliederungsinhalte Ihre Punkte.

Kapitel 1: Executive Summary / Zusammenfassung

- Was ist Ihre Geschäftsidee?
- Worin besteht die Innovation?
- Wer sind Ihre Zielkunden und welchen Nutzen haben diese von Ihrem Angebot?
- Welche Wettbewerbsvorteile haben Sie gegenüber Ihrer Konkurrenz?
- Welche Märkte und Branchen sind für Ihr Unternehmen interessant?
- Über welche Erfahrungen und Kenntnisse verfügt das Gründerteam?
- Welche Ziele verfolgen Sie?
- Welchen Umsatz und Gewinn planen Sie in den nächsten drei Jahren?
- Wie hoch ist Ihr Kapitalbedarf?

Kapitel 2: Produkte und Dienstleistungen

Beschreibung der Produkte und Dienstleistungen

- Was ist die Geschäftsidee?
- Warum ist Ihr Produkt einzigartig?
- Welche Konkurrenzprodukte existieren bereits?
- Bieten Sie einen besonderen Service an?

Kundennutzen

- Welche Bedürfnisse haben Ihre Kunden?
- Welchen Nutzen ziehen Ihre Kunden aus Ihrem Angebot?
- Gibt es vergleichbare Produkte auf dem Markt? Kann Ihr Angebot ein bereits existierendes Angebot ersetzen?
- Wodurch hebt sich Ihr Angebot von der Konkurrenz ab?

Entwicklungsstand

- Wie ist der Stand der Technik in Ihrem Produktbereich?
- In welchem Entwicklungsstand befindet sich Ihr Produkt / Ihre Dienstleistung?
- Welche Voraussetzungen sind für die Entwicklung und Herstellung Ihres Produktes / Ihrer Dienstleistung notwendig? Erfüllen Sie diese bereits?
- Lassen sich bereits Entwicklungsrisiken erkennen? Welche Lösungsansätze schlagen Sie vor?
- Benötigen Sie besondere Zulassungen oder Genehmigungen? Welche davon haben Sie bereits?
- Gibt es Schutzmöglichkeiten für Ihr Produkt (Patente, Lizenzen)? Sind Sie Inhaber dieser Patente und Lizenzen?
- Bestehen Einschränkungen oder Abhängigkeiten durch Patente die im Besitz der Konkurrenz sind?

Entwicklungspotential

- Wie kann Ihr Produkt / Ihre Dienstleistung weiterentwickelt werden?
- Gibt es Möglichkeiten der Produktvariation?

Kapitel 3: Gründer / Team / Schlüsselpersonen

- Wer gehört zum Gründerteam?
- Wer ist für welche Aufgabenbereiche verantwortlich und welche fachlichen Qualifikationen und Erfahrungen bringt jede Schlüsselperson ein?
- Wie ergänzen sich die Fähigkeiten in Bezug auf die Führung des Unternehmens?
- Gibt es externe Partner, die nicht im Team verankertes Know-how ins Unternehmen bringen (externe Berater, Coaches, Netzwerkorganisationen)?

Kapitel 4: Unternehmen und Organisationsform**Rechtsform**

- Wann planen Sie die Gründung des Unternehmens?
- Welche Rechtsform wählen Sie für die Gründung?
- Weshalb haben Sie sich für diese Rechtsform entschieden?
- Wer sind die Gesellschafter/Inhaber und wie verteilen sich die Unternehmensanteile?

Organisation

- Welche Unternehmensstruktur planen Sie am Ende des Planungszeitraums?
- Ist ein reibungsloser Betriebsablauf durchgängig gewährleistet (Vertretungsregelung)?
- Werden externe Berater (wie Steuerberater, PR-Agenturen, erfahrene Unternehmer, Business Angel, Unternehmensberater) mit einbezogen?

Standort

- Welcher Standort ist für Ihr Unternehmen vorgesehen?
- Welche Standortfaktoren sind dort für Ihr Unternehmen von Bedeutung?

Kapitel 5: Markt und Wettbewerb**Branchenanalyse**

- In welche Branche ist Ihr Unternehmen einzuordnen?
- Wie groß ist die Branche (Gesamtabsatz bzw. -umsatz)?
- Wie sind die bisherigen Wachstumsraten / Trends und die zukünftigen Prognosen für Ihre Branche?
- Wodurch wird das Wachstum und etwaige Risiken in der Branche bestimmt?
- Welchen Marktanteil planen Sie? Begründen Sie plausibel und realistisch, wie sie diesen erreichen wollen!
- Welches sind die Erfolgsfaktoren und die Kaufmotive in diesem Markt (Qualität, Service, Preis, Innovation usw.)?
- Welche externen Faktoren beeinflussen die Branche (Umwelt, wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen)?

Wettbewerbsanalyse

- Beschreiben Sie für jedes Ihrer Hauptprodukte die jeweils wichtigsten Wettbewerber.
- Welche Marktanteile / welche Marktposition halten Ihre Wettbewerber?
- Welche Zielgruppen sprechen Ihre Konkurrenten an?
- Wie ist die Preisgestaltung am Markt? Welche Spielräume haben Sie?
- Welche Vertriebskanäle nutzen Ihre Wettbewerber?
- Welche Stärken und Schwächen haben Ihre Wettbewerber (Marktanteil, Image, Service, Standort usw.)?
- Welche Stärken und Schwächen hat Ihr Unternehmen und Ihr Produkt / Ihre Dienstleistung?
- Können Sie sich Wettbewerbsvorteile schaffen und diese verteidigen?

Zielgruppenanalyse

- Wie haben Sie den Markt segmentiert? Welche Kundensegmente ergeben sich daraus?
- Auf welche dieser Segmente werden Sie sich konzentrieren und warum?
- Wie sieht Ihre Zielgruppe aus? Welches Profil hat Ihre Zielgruppe (Alter, Geschlecht, Beruf, Region usw.)?
- Welche Absatzmengen und welchen Umsatz können Sie voraussichtlich bei diesen Kunden erzielen?
- Welchen Marktanteil / welche Marktposition wollen Sie im jeweiligen Segment erreichen?

Kapitel 6: Marketing und Vertrieb

Produktpolitik

- Was ist Ihr Produkt / Ihre Dienstleistung bzw. welches sind Ihre wichtigsten (drei) Produkt- bzw. Dienstleistungsgruppen?
- Welchen Nutzen hat der Kunde von Ihrem Produkt / Ihrer Dienstleistung (beispielsweise Einsparung, Qualitätsverbesserung)?
- Wie kann Ihr Sortiment weiterentwickelt werden (Variationen, Innovationen)?
- Welche Bedeutung haben Service, Wartung und Garantien?

Preispolitik

- Welchen Endverkaufspreis sollen Ihre Produkte / Ihre Dienstleistungen erzielen? Wie stehen Sie damit im Vergleich zu Ihren wichtigsten Mitbewerbern? Kalkulieren Sie realistisch!
- Welche Preisstrategie wird mit der Preisgestaltung verfolgt?

Vertriebspolitik

- Welche Vertriebswege werden Sie nutzen
- Wie bauen Sie Ihr Vertriebsnetz auf (Größe, Art, Anzahl der Orte usw.)?
- Welche Zielgruppen können Sie durch welche Vertriebskanäle erreichen?
- Welchen Anforderungen muss der Vertrieb entsprechen (Mitarbeiterzahl, -qualifikation, externe Vertriebspartner usw.) um Ihre Marketingstrategie erfolgreich umzusetzen?

Kommunikationspolitik

- Wie wollen Sie Ihre Kunden auf Ihre Angebote aufmerksam machen?
- Welche Werbemittel nutzen Sie dafür?
- Welche Kosten entstehen durch Werbung?

Markteintrittsstrategie

- Welche Schritte planen Sie für die Einführung Ihres Produktes bzw. Ihrer Dienstleistung?
- Welche Markteintrittsbarrieren entstehen und wie können Sie diese überwinden?
- Können Sie Referenz oder Schlüsselkunden benennen?
- Wie werden die wichtigsten Wettbewerber auf Ihren Markteintritt reagieren?

HINWEISE:

- Weiterführende Informationen und Beispiele finden Sie im Handbuch zum Gründerpreis Thüringen: "[Der Businessplan - In 7 Schritten zum Erfolg](#)"
Bitte beachten Sie, das Kapitel 7 zur Finanzplanung, sowie die Zeit- und Meilensteinplanung und die Chancen- und Risikoanalyse müssen zwar im Businessplan, nicht aber im Strategiepapier enthalten sein!

- Nutzen Sie zur Erstellung des Strategiepapiers auch die wettbewerbsbegleitenden Workshops und Veranstaltungen. Weitere Informationen finden Sie unter www.innovativ-gruenden-thueringen.de

- Bitte vergessen Sie zur Anmeldung für den Thüringer Strategiewettbewerb nicht den ausgefüllten Anmeldebogen anzuhängen. Anmeldeschluss ist der 31.01.2015.
Bitte beachten Sie, dass bei Einsendung der Strategiepapiere per Post drei gedruckte Exemplare des Strategiepapiers notwendig sind.

WICHTIGE TERMINE

30.01.2015	Einreichungsschluss Wettbewerbsunterlagen Thüringer Strategiewettbewerb 2015
19.02.2015	Jurysitzung
19.03.2015	Exklusive Prämierungsveranstaltung

FRAGEN ZUM STRATEGIEPAPIER UND DEM THÜRINGER STRATEGIEWETTBEWERB

Wenn Sie Fragen zum Strategiepapier oder dem Thüringer Strategiewettbewerb für innovative Gründungen haben richten Sie diese bitte an.

Ansprechpartner:	Dr. Merle Fuchs,	Claudia Kiesling
Telefon:	0361 7892371	0361 7892372
E-Mail:	merle.fuchs@stift-thueringen.de	claudia.kiesling@stift-thueringen.de
Internet:	www.innovativ-gruenden-thueringen.de	