

# Strategiepapier Alte Moschti

Sascha Huber, Aaron Stampa, Damien Flury

07. September 2018

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Anspruchsgruppen</b>	<b>2</b>
1.1	Kundinnen und Kunden . . . . .	2
1.2	Eigenkapitalgeber/Eigentümer . . . . .	2
1.3	Fremdkapitalgeber . . . . .	2
1.4	Mitarbeiternde . . . . .	2
1.5	Lieferanten . . . . .	2
1.6	Institutionen . . . . .	2
1.7	Staat . . . . .	2
1.8	Konkurrenz . . . . .	2
<b>2</b>	<b>Umweltsphären</b>	<b>2</b>
2.1	Ökonomische Umweltsphäre . . . . .	2
2.2	Technologische Umweltsphäre . . . . .	2
2.3	Ökologische Umweltsphäre . . . . .	3
2.4	Soziale Umweltsphäre . . . . .	3
<b>3</b>	<b>Zentrale Werte</b>	<b>3</b>
<b>4</b>	<b>Vision</b>	<b>3</b>
<b>5</b>	<b>Öffentliches Leitbild</b>	<b>3</b>
<b>6</b>	<b>SWOT-Analyse</b>	<b>3</b>
6.1	Strenghts . . . . .	3
6.2	Weaknesses . . . . .	3

# **1 Anspruchsgruppen**

## **1.1 Kundinnen und Kunden**

- Günstige Eintrittspreise
- gute sonstige Preise
- gute Musiker

## **1.2 Eigenkapitalgeber/Eigentümer**

Mit dem Gewinn möchten wir die Dienstleistungen verbessern, d.h. weitere Musiker engagieren, Werbekampagnen starten, etc. Als Genossenschaft möchten wir unseren privaten Reichtum von der alten Moschi trennen und somit Sicherheit gewähren-

## **1.3 Fremdkapitalgeber**

Gut platzierte, sichtbare Werbung für Sponsoren, möglichst regelmässige Zeiten, stetige Kundschaft.

## **1.4 Mitarbeiternde**

Fairer, nicht hoher Lohn. Gute Arbeitsatmosphäre.

## **1.5 Lieferanten**

Langfristige Beziehungen, pünktliche Bezahlung, Werbung für Lieferanten.

## **1.6 Institutionen**

Umweltgerechtes Verhalten, Müll trennen, gute Arbeitsbedingungen, Sponsoring

## **1.7 Staat**

Steuereinnahmen, Einhalten von Gesetzen, langfristige Arbeitsstellen

## **1.8 Konkurrenz**

Fairer Wettkampf, gegenseitige Unterstützung

# **2 Umweltsphären**

## **2.1 Ökonomische Umweltsphäre**

Ökonomische Risiken sind plötzliche Wirtschaftskrisen, Inflation, sinkende Arbeitslöhne.

## **2.2 Technologische Umweltsphäre**

Neue Techno-Partys in der Umgebung.

### **2.3 Ökologische Umweltsphäre**

Verhinderung der Zufahrt zur Moschti aufgrund Strassensperren, etc.

### **2.4 Soziale Umweltsphäre**

Rauchverbot in der Moschti, erlaubt ausserhalb.

## **3 Zentrale Werte**

- Unterstützung unbekannter Musiker
- Für die Gesellschaft
- Musik für Jung und Alt
- Schutz der Umwelt

## **4 Vision**

Möglichst viele Menschen mit der Moschti erreichen, unterhalten und die Gewinne maximieren.

## **5 Öffentliches Leitbild**

Wir sind daran interessiert unsere Leistungen stets zu verbessern und somit allen Kunden gerecht zu werden.

## **6 SWOT-Analyse**

### **6.1 Strenghts**

- treue Kunden
- langfristige Sponsoren
- qualitativ gute Musiker
- gutes Preisleitungsverhältnis
- genügend Parkplätze

### **6.2 Weaknesses**

- abgelegener Ort
- schlechte ÖV-Verbindung
- unglückliche Nachbarn