

Strategiepapier Alte Moschti

Sascha Huber, Aaron Stampa, Damien Flury

07. September 2018

Inhaltsverzeichnis

1	Anspruchsgruppen	2
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
2	Umweltsphären	2
2.1	Ökonomische Umweltsphäre	2
2.2	Technologische Umweltsphäre	2
2.3	Ökologische Umweltsphäre	3
2.4	Soziale Umweltsphäre	3

1 Anspruchsgruppen

1.1 Kundinnen und Kunden

- Günstige Eintrittspreise, akzeptable Preise.
- Lokale 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

Erdrutsche verhindern Zufahrt zur Moschti.

2.4 Soziale Umweltsphäre