

- S** Spezifisch (specific)
- M** Messbar (measurable)
- A** Attraktiv (achievable)
- R** Realistisch (realistic)
- T** Terminiert (timely)

Die SMART-Methode haben Sie bereits in Band 1 im Kapitel „Das Unternehmen und sein Umfeld“ kennengelernt.

Aha!

Die Zielformulierung sollte nach der **SMART-Methode** erfolgen.

**TrainingsBox – „Unternehmensziele“**

- Die Atos IT Solutions and Services GmbH ist auf Business-Anwendungen in den Bereichen Cloud, Cybersicherheit und High Performance Computing spezialisiert. Atos setzt sich zum Ziel, seinen Marktanteil um 5 % zu erhöhen. Dafür wird ein neues KI-gestütztes Programm auf den Markt gebracht, mit dem Unternehmen eine Messung der Umweltauswirkungen ihrer Produkte durchführen können. Erläutern Sie, ob es sich hierbei um ein lang-, mittel- oder kurzfristiges Ziel handelt.
- Formulieren Sie für Ihre schulische Laufbahn jeweils ein lang-, mittel- und kurzfristiges Ziel. Halten Sie dabei die SMART-Methode ein.
- Formulieren Sie für Ihren privaten Bereich jeweils ein lang-, mittel- und kurzfristiges Ziel. Halten Sie dabei die SMART-Methode ein.

1.2.3 Organisationsstruktur

In diesem Teil wird erklärt, wie das **Unternehmen aufgebaut** ist, um das beschriebene Geschäftsmodell umzusetzen.



Welche **Aktivitäten** sind für die Leistungserstellung notwendig?



Von **wem** sind die Aufgaben durchzuführen?

Neben der internen Unternehmensstruktur (Abteilungen) sind auch mögliche externe Partner anzuführen, mit denen man zusammenarbeitet.

**TrainingsBox – „Organisation“**

- Lesen Sie sich den Businessplan-Auszug von Runtastic in der TRAUNER-DigiBox durch. Führen Sie an, über welche Kompetenzen das Gründerteam verfügt und welche Aufgaben ausgelagert wurden.



Den Businessplan finden Sie in der TRAUNER-DigiBox.



adidas
RUNTASTIC

1.3 Produkt und/oder Dienstleistung**DAS SOLLTEN SIE SPEICHERN**

Das geplante Leistungsangebot des Unternehmens ist Teil des Businessplans. Insbesondere soll beschrieben werden, wie das Angebot Kunden bei der **Lösung ihrer Probleme** unterstützt.

Beschreibung von Produkt und/oder Dienstleistung**Kundennutzen und USP**

Die Vorteile des Produktes bzw. der Dienstleistung müssen klar erkennbar sein. Dabei muss v. a. die **USP** aus Kundensicht hervorgehoben werden.

Stand der Entwicklung

Hier wird erörtert, wie weit die **Entwicklung des Produktes** bzw. der **Dienstleistung** vorangeschritten ist. Dabei wird u. a. auf folgende Fragen eingegangen:

- Welche Schritte sind notwendig, um den ersten Verkauf zu tätigen?
- Wann erfolgt die Markteinführung?

Leistungserstellung

Es sollte erklärt werden, wie die Fertigung bzw. die Dienstleistungen im Unternehmen **geregelt sind**.

- Was wird im Unternehmen selbst hergestellt und was zugekauft?
- Welche Maschinen, Materialien etc. werden benötigt?
- Wie viel Personal wird gebraucht?

Aha!

Die Beschaffung der Güter ist Aufgabe der Material- und Warenwirtschaft. Hierbei ist u. a. zu klären, für welchen Zeitraum und in welcher Menge die benötigten Güter gekauft werden sollen. Auch geht es darum, gute Lieferantenbeziehungen aufzubauen.

Schutzrechte

Leider werden gute Geschäftsideen und (technische) Erfindungen schnell kopiert. Kein Unternehmer ist vor Nachahmern geschützt. Daher ist es sinnvoll anzuführen, welche **Schutzrechte** in Anspruch genommen werden können. Hierzu bieten sich u. a. folgende Möglichkeiten an:



Details zum Thema Kundennutzen und -erlebnis haben Sie im Kapitel „IV Marketing“ erfahren.



Wiederholen Sie in der Klasse, was man unter einer USP versteht.



Details zum Beschaffungsmarketing haben Sie im Kapitel „V Material- und Warenwirtschaft“ gelernt.



Ist es aus Ihrer Sicht sinnvoll, dass es Schutzrechte gibt? Diskutieren Sie in der Klasse.