

Businessplan

mindway.ch



Übersicht

Kurzbeschreibung

Unternehmenszweck & Vision

Dienstleistungen und Produkte

Zielmarkt & Zielgruppe

Marketing- & Vertriebsstrategie

Finanzplan

Wachstumsstrategie

Risiken & Herausforderungen

Organisation & Management



Kurzbeschreibung

Mit der Marke mindway begeistern wir Freunde, Unternehmen, Familien und Kinder. Bei uns geht es nicht darum, der Beste zu sein, sondern miteinander besser werden und sich gegenseitig zu motivieren.

Im Einklang mit der Natur, unseren Mitmenschen und uns selbst finden wir so Wohlbefinden und Glück. Denn mehr Bewegung in der freien Natur stärkt Disziplin und Durchhaltevermögen.

Den Alltag einmal hinter sich zu lassen, Dinge zu tun, die man nie für möglich gehalten hätte – das ist der Sinn von mindway.ch. Nimm die Herausforderung an und brich aus dem Alltag aus.

Unternehmenszweck & Vision

Zweck:

mindway.ch fördert körperliche Aktivität, Naturerlebnisse und Gemeinschaftserlebnisse durch Events, Wettbewerbe und verknüpft es mit der Marke und den Produkten.

Vision:

Eine aktive und vernetzte Gemeinschaft, die Gesundheit, Bewegung und Lebensfreude durch gemeinsame Erlebnisse und Herausforderungen stärkt.

Mission:

„#bewusst #bewegt #begeistert“ — Menschen dazu inspirieren, aktiv zu sein, miteinander zu interagieren und ihre Lebensqualität zu steigern.





Dienstleistungen & Produkte

Community-Projekte & Events

- ▶ **#briefkastenwettbewerb:**
Jahreswettbewerb, bei dem Teilnehmer zu verschiedenen Briefkasten-Stationen in der Natur wandern / Biken oder Skitouren.
- ▶ **Events:**
Sommer-Events, Hike-Days, Cleanup-Aktionen

mindway - Produkte

- ▶ Nachhaltige T-Shirts, Pullover, Seifen
- ▶ Handgemachte Stirnbänder
- ▶ Caps, Sport-Leggings, Bags, Tassen
- ▶ regionale Produkte (z. B. Bio-Eistee)
- ▶ Holz-Briefkästen (für Wettbewerbs-Stationen)
- ▶ Gutscheine, Kalender, Sticker und weitere Goodies

Zielmarkt & Zielgruppe

Zielgruppen:

Outdoor-Begeisterte (Wanderer, Biker, Schneesportler und Naturfreunde)

Familien und Kinder (Spiel- und Bewegungsaspekt beim Wettbewerb)

Lokale Gemeinschaften & Touristen in der Region Appenzell, Graubünden und Berner Oberland

Sponsoren und Partnerunternehmen, die Bewegung und Natur fördern

Geografischer Fokus:

Schweiz, insbesondere Ost- und Nord-Schweiz (Appenzell, St. Gallen, Zürich etc.)



Marketing- & Vertriebsstrategie

Online-Marketing:

- ▶ Website mit Event-Infos & Shop
- ▶ Social Media (z. B. Instagram-Präsenz)

Offline-Marketing:

- ▶ Plakate und Flyer bei lokalen Partnern
- ▶ Kooperation mit lokalen Vereinen, Hütten und Gastgebern
- ▶ Teilnahme an Regional-Events

Partnerschaften & Sponsoren:

- ▶ Gold-Sponsorenliste auf der Website
- ▶ Möglichkeit für Unternehmen, sich an Wettbewerben und Events zu beteiligen und damit ihre Marke zu stärken



Finanzplan

Einnahmen:

Verkauf von Merchandise-Produkten (Pullover, Caps, Gutscheine, etc.)

Sponsorenbeiträge & Gold-Sponsoren

Event-Partnerschaften

Ausgaben:

Einkauf, Lagerung & Herstellung von Shop-Produkten

Event-Organisation (Briefkasteninstallation, Preise, Logistik)

Marketing & Webhosting

Administrative Kosten (Versicherung, Buchhaltung, IT)

Ziel:

Vom Absatz der verkauften Artikel von mindway.ch und Sponsorengelder für den Wettbewerb zu reinvestieren. Langfristig in neue Weiterentwicklung von mindway.ch, den sozialen Projekten und die Community-Aktivitäten in Verbindung mit dem Wettbewerb auszubauen.

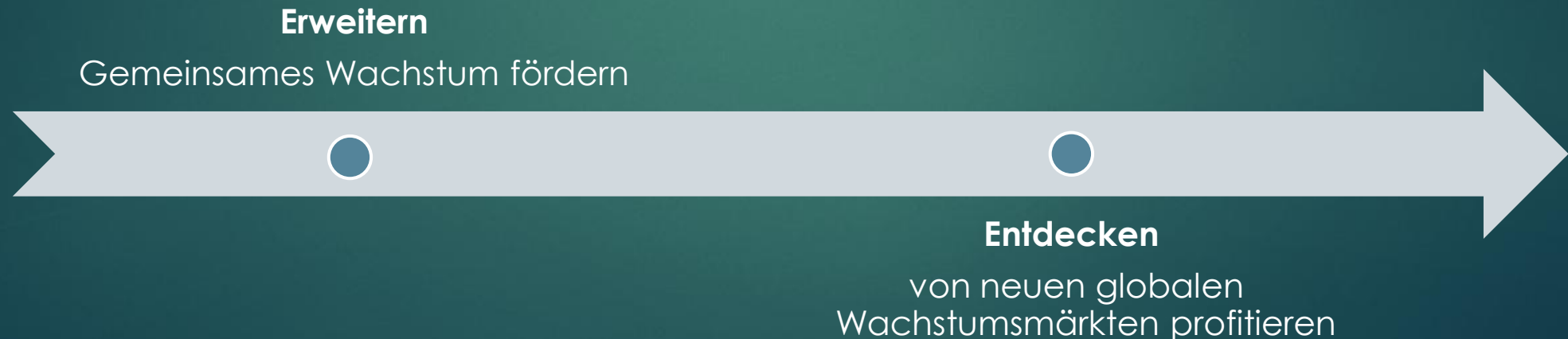
Wachstumsstrategie

Kurzfristige Ziele (1–2 Jahre):

- ▶ Erweiterung der Briefkasten-Routen
- ▶ Erhöhung der Teilnehmerzahl des Wettbewerbs
- ▶ Ausbau des Online-Shops und Verkaufsteams

Mittelfristige Ziele (3–5 Jahre):

- ▶ Ausbau des Online-Shops und Verkaufsteams
- ▶ Kooperation mit weiteren Regionen / Partnern auch im Raum Europa
- ▶ Entwicklung einer Mitgliedschaftsstruktur (Community-Benefits)
- ▶ mindway-Caffe in der Stadt St. Gallen



Risiken & Herausforderungen

Saisonale Abhängigkeit: Outdoor-Events sind wetter- und saisonabhängig.

Marketing-Reichweite: Erhöhung der Bekanntheit über die regionale Community hinaus.

Finanzielle Stabilität: Umsatz schwankt je nach Merchandise-Nachfrage und Sponsorbeiträgen.

Lösungsansätze:

Ausbau digitaler Präsenz

Mehr Events & digitale Challenges

Kooperationen mit Tourismus-Organisationen

Organisation

Wettbewerb

- Neue Ausflugsziele und Punkte sammeln bei unseren mindway-Briefkästen. Für mehr Bewegung, Natur und Gemeinschaft.

Projekte/Events

- mindway verbindet Menschen durch Bewegung, Natur und gemeinsame Erlebnisse – mit Projekten und Events für Gross und Klein.

Sponsoren

- Sponsoren unterstützen unseren Wettbewerb und die sozialen Projekte von mindway.ch

Team / Community

- Das vierköpfige Leaderteam organisiert und koordiniert über das ganze Jahr hinweg Events und Anlässe – für die mindway-Community und alle, die Freude an Bewegung, Natur und gemeinsamen Erlebnissen haben.

Management

- ▶ Das Management von mindway ist verantwortlich für die strategische Ausrichtung, die Planung und die Umsetzung aller Projekte und Events. Mit einem starken Fokus auf Nachhaltigkeit, Gemeinschaft und Bewegung koordiniert das Team die operative Umsetzung, pflegt Partnerschaften mit Sponsoren und begleitet die Weiterentwicklung der Community.
- ▶ Durch kurze Entscheidungswege, ehrenamtliches Engagement und eine starke regionale Verankerung stellt das Management sicher, dass mindway flexibel, authentisch und zukunftsorientiert bleibt.

#bewusst #bewegt #begeistert



mindway.ch , Zielstrasse 50, 9050 Appenzell