

Businessplan



Junior Company „die kleine Seife JC“
Bergheidengasse 5-19, 1130 Wien

E-Mail: diekleineseife@bergheidengasse.at
Homepage: <https://die-kleine-seife.jimdosite.com>
Instagram: [die_kleine_seife](#)
Facebook: [Die kleine seife](#)
Firmenbuchnummer: 2020.636609
Betreuungslehrer: Prof. Michaela Gerstbach, Prof. Ulrike Hermann

Die Kleine Seife

„a soap a day, keeps corona away“



Inhaltsverzeichnis

1.Executive Summary	3
2.Geschäftsidee	3
3.Produktbeschreibung	3
3.1 Die Natürliche Seife:	3
.....	4
3.2 Die Beerenseife:	4
3.3 Die Hanfseife:	4
4.USP „Unique Selling Proposition“	4
5.Marketing	5
5.1 Stakeholder Analyse	5
5.2 Marktforschung	6
5.4 Werbestrategie	6
5.4.1 Firmenname: Die kleine Seife.....	6
5.4.2 Firmenlogo:	6
5.4.3 Werbung:.....	6
6.Preisstrategie	7
7.Finanzplan	8
8.Funktions- und Verantwortungsbereiche im Unternehmen	8
8.1 Marketing	9
8.2 Qualitätsmanagement	9
8.3 Ein- und Verkauf	9
8.4 Rechnungswesen	9
8.5 Geschäftsführung	9
8.6 Produktion	9
9.Meilensteinplan	10
10.Chancen und Risiken	11



1. Executive Summary

Die Grundidee unserer Junior Company war die Herstellung unserer eigenen Seifen. Wir produzieren und verkaufen diese selbst und achten dabei sehr auf Nachhaltigkeit und hochwertige Inhaltsstoffe. Vor allem jetzt, in der Coronakrise, ist es besonders wichtig, sich die Hände zu waschen und so auch unser Motto "a soap a day keeps corona away". Unser Sortiment besteht aus drei verschiedenen Seifen mit unterschiedlichem Aussehen und Geruch. Das Ziel unseres Unternehmens ist es, dass wir genug Gewinn machen, um uns selbst finanzieren zu können, ohne auf Investoren angewiesen zu sein. Wir hoffen auch, dass die Anteilseigner mit einem für sie zufriedenstellenden Gewinn aussteigen.

2. Geschäftsidee

Wir, Schüler und Schülerinnen aus der 3HRD, haben nun unsere erste Juniorcompany mit dem Namen „Die kleine Seife“ gegründet. Jetzt wo zu Zeiten von Corona das Händewaschen wichtiger denn je ist, dachten wir uns, dass es Zeit für ein pflegendes Produkt ist, das sowohl unserer Gesundheit, als auch unsere Hände schützt.

Somit verkaufen wir von uns selbstgemachte Seifen aus natürlich, pflegenden und hochwertigen Ölen.

In unserem Sortiment findet man drei verschiedene Sorten:

- Die Natürliche Seife: Nach dem Motto weniger ist mehr!
- Die Beerenseife: Speziell in den fröhlichen Farben unserer Schule gehalten
- Die Hanfseife: Mit all den vorteilhaften Wirkungen von Hanf

Unsere Seifen unterstützen nicht nur die Hygiene und fördern die Gesundheit, sondern bewirkt auch noch kleine Wunder auf Ihrer Haut. Wir versprechen maximale Reinigung & Pflege für Ihre Hände. Genießen Sie unser Pflegeprodukt in allen möglichen Formen, Farben und Düften die nicht nur in einer praktischen Größe erhältlich sind (passt in jede Tasche), sondern auch noch gesünder als die in Fabriken hergestellten Massenprodukte.

3. Produktbeschreibung

3.1 Die Natürliche Seife:

- Nach dem Motto weniger ist mehr!
- Frei von Duft- und Farbstoffen
- Pflegende Inhaltsstoffe wie Bienenwachs, Sesamöl und Kokosöl
- Sorgfältig handgemacht
- Natürliche Zutaten
- Auch geeignet für Allergiker, und die, die unter eventuellen Hautunverträglichkeiten leiden
- Perfekt für jeden Tag



3.2 Die Beerenseife:

- Angenehmer Beerenduft
- Pflegende Inhaltsstoffe wie Olivenöl, Traubenkernöl, Kokosöl und Bienenwachs
- Sorgfältig handgemacht
- Natürliche Zutaten
- Speziell in den fröhlichen Farben unserer Schule gehalten



3.3 Die Hanfseife:

- Pflegende Seife mit all den vorteilhaften Wirkungen von Hanf
- Die im Hanföl enthaltenen ungesättigten Omega-3- und Omega-6-Fettsäuren etwa wirken nicht nur regenerierend und zellerneuernd, sie stärken auch die natürliche Schutzfunktion der Haut
- Hochwertiges Bio-Hanföl
- Rein biologische Zutaten
- Vegan



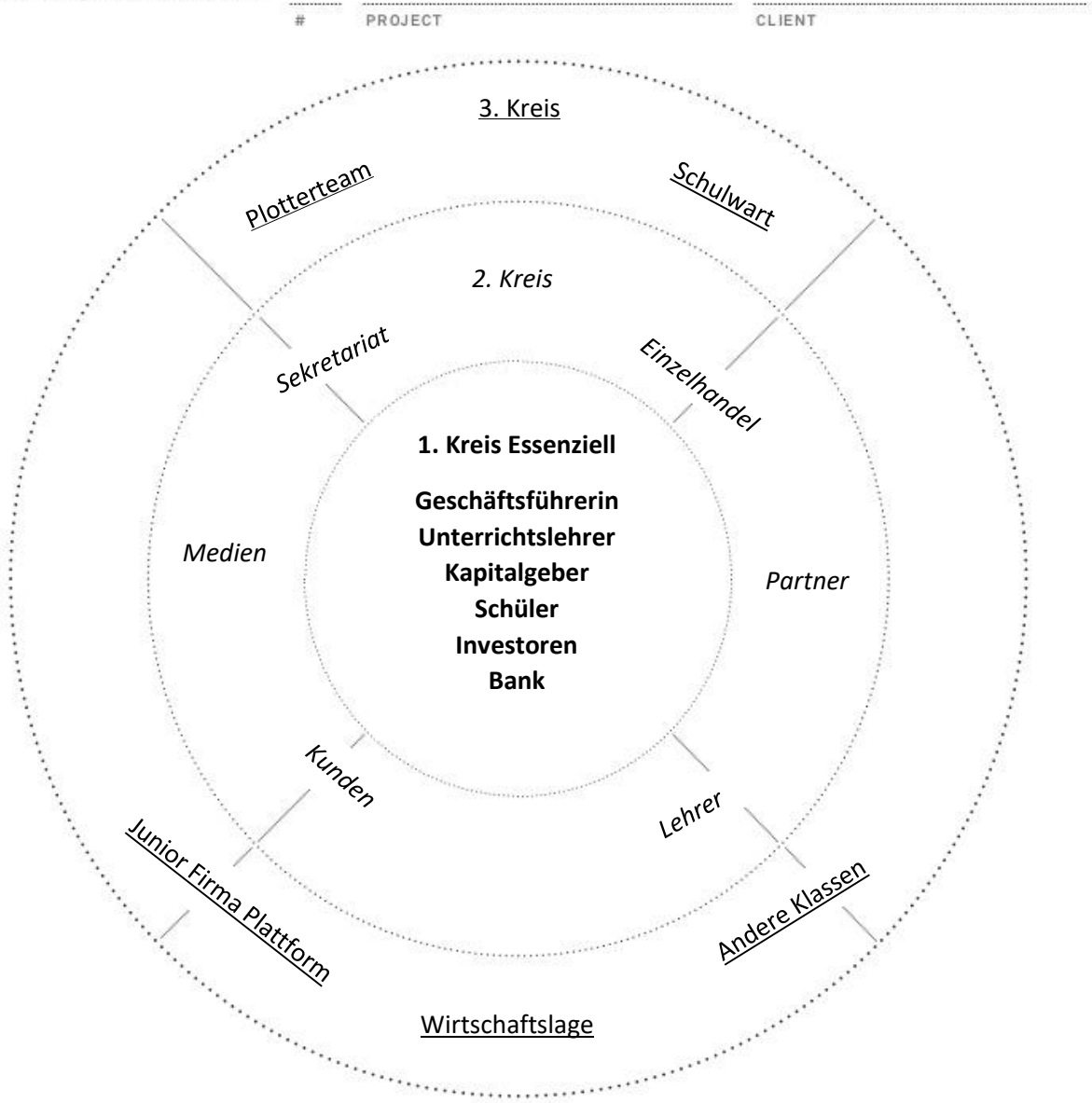
4. USP „Unique Selling Proposition“

Unsere Seifen werden aus hochwertigen Bio-Ölen hergestellt und beinhalten nachhaltige Inhaltsstoffe. Zudem werden diese handgemacht. Sie sind klein, praktisch und schäumen herrlich beim Händewaschen. Durch die hervorragenden Inhaltsstoffen ist die Seife auch wunderbar beim Pflegen für die Hände und sie zerfällt auch nicht, wenn die Seife mit etwas Wasser in der Seifenschale liegt. Außerdem ist die Seife wunderschön und nachhaltig verpackt und kommt zeitnah nach der Bestellung beim Kunden an.

5. Marketing

5.1 Stakeholder Analyse

STAKEHOLDER MAP





5.2 Marktforschung

Insgesamt haben wir 10 Personen befragt (auf Grund des Corona Lockdowns konnten wir unsere Befragung nicht weiterführen), je 4 männliche und 4 weibliche Schülerinnen im Alter von 16-18 Jahren, sowieso 2 Lehrerinnen in der Altersgruppe 40-50 Jahren. Die Marktforschung hat ergeben, dass Seifen zurzeit auf Grund der Coronakrise ein sehr geschätztes Gut sind. Ein Großteil der Befragten legt aufgrund der häufigen Verwendung großen Wert auf Qualität, insbesondere auf die Hautfreundlichkeit. Deshalb waren sie von unseren handgemachten Bio-Seifen sehr begeistert und interessierten sich für die Inhaltsstoffe. Auch der Geruch wurde als sehr wichtig empfunden, dabei schnitt die „Bergheidenbeere“ am besten ab. „Die Natürliche“ Seife bekam oft Kritik für ihren zu neutralen Geruch. „Die Hanfseife“ hat für ihr Design gute Bewertungen bekommen. Die „Bergheidenbeere“ und „Die Hanfseife“ sind bei allen Befragten positiv bewertet worden, „Die Natürliche“ ist vor allem bei der älteren Zielgruppe beliebt.

5.3 Konkurrenzanalyse

Die kleine Seife	Machma Naturseife
- weniger Auswahl	+ mehr Auswahl
+ gute Qualität	+ gute Qualität
- unbekannt	+ bekannt
- wenig Erfahrung	+ viel Erfahrung
+ kein Geschäftslokal	+ Geschäftslokal
+ billiger	- teurer
- nur Seifen	+ Zusatzprodukte (Öle,..)

5.4 Werbestrategie

5.4.1 Firmenname: Die kleine Seife

Wir haben uns für den Namen „Die kleine Seife“ entschieden, da unsere Produkte von der Form her klein sind und der Name auch darauf hinweist, dass die Seifen in einer kleinen Manufaktur hergestellt werden. Die Kunden sollen mit diesem Namen verbinden, dass unser Produkt in Handarbeit und kleiner Stückzahl hergestellt werden. Dadurch soll die besondere Qualität unserer Seifen hervorgehoben werden.

5.4.2 Firmenlogo:

Das braune Logo auf dem grünen Hintergrund weist sofort auf die Bio-Qualität und die ausschließlich natürlichen Inhaltsstoffe unserer Seifen hin. Die Lateinschrift unseres Firmennamens ist ein Hinweis auf die Herstellung unseres Produktes in Handarbeit. Der Vintage Look soll ebenfalls darauf hinweisen, dass unsere Seifen mit viel Liebe und ohne künstliche Zusatzstoffe hergestellt werden – Seifen wie früher!

5.4.3 Werbung:

Wir bewerben unsere Produkte über unserer Homepage und über soziale Medien, zum Beispiel über unsere Instagramseite oder Facebook. Weiters schicken wir Werbemails an Lehrer/innen und Schüler/innen unserer Schule und an die Anteilseigner. Darüber hinaus hängen wir, sobald wieder normaler Unterricht stattfindet, in der ganzen Schule Werbeplakate aus, die unsere Seifen zeigen.

Homepage: <https://die-kleine-seife.jimdosite.com/>

Instagram: die_kleine_seife

Facebook: Die kleine Seife



6. Preisstrategie

Die Preisstrategie der Firma schwankt zwischen der mittleren Preisstrategie und Hochpreisstrategie, weswegen wir auch etwas über dem Marktdurchschnitt liegen. Und so haben wir unsere Preise kalkuliert:

Kostenkalkulation

Natürliche Seife

Kokosfett	14,64 €
Olivenöl	4,99 €
Rapsöl	2,99 €
Sesamöl	3,99 €
Ätznatron	16,17 €
Papierband Beige/Braun	7,77 €
Packpapier	2,39 €
Stabmixer	5,00 €
63 Stk.	57,94 €
pro Stück	0,92 €

Beerenseife

Kokosfett	14,64 €
Olivenöl	4,99 €
Rapsöl	2,99 €
Traubenkernöl	22,98 €
Seifenduft	
Beere	5,44 €
Seifenfarbe Rot	7,56 €
Versand Farbe	2,50 €
Ätznatron	16,17 €
Papierband Rot	7,77 €
Packpapier	2,39 €
Stabmixer	5,00 €
75 Stk.	92,43 €
pro Stück	1,23 €

Hanfseife

Kokosfett	14,64 €
Olivenöl	4,99 €
Rapsöl	2,99 €
Hanföl	14,49 €
Seifenduft Grüner	
Tee	5,44 €
Seifenfarbe Grün	7,56 €
Versand Farbe	2,50 €
Ätznatron	16,17 €
Papierband Grün	7,77 €
Packpapier	2,39 €
Stabmixer	5,00 €
Hanfstempel	4,01 €
69 Stk.	87,95 €
pro Stück	1,27 €

Zusätzlich zum Wareneinsatz haben wir noch folgende laufenden Kosten:

- Versicherung
- Steuern
- UST
- Gehälter
- SV
- Verpackung
- Anschaffung von Hilfsmitteln wie z.B. Stabmixer
- Gewinn

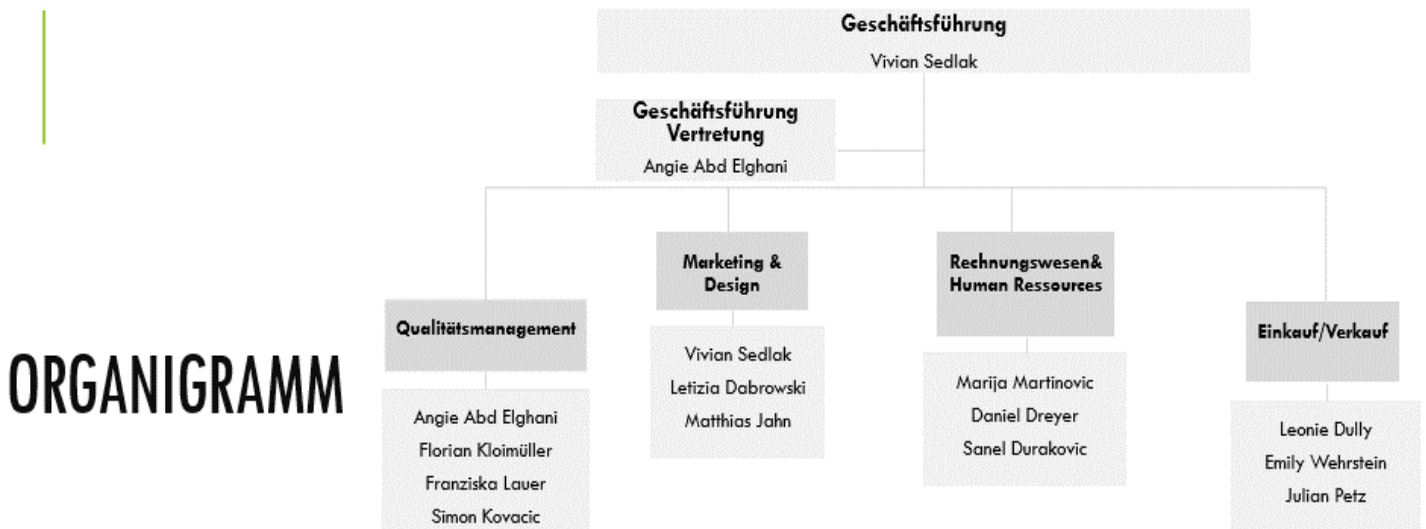
Und so kamen wir auf den Preis von **EUR 3,00** pro Stück

7. Finanzplan

Wir rechnen mit folgendem Finanzverlauf:

Finanzplan "Die kleine Seife"									
	September	Oktober	November	Dezember	Jänner	Februar	März	April	Mai
Gründungskosten									
Eigenmittel									
laufende kosten									
Personalkost	€ 13,00	€ 13,00	€ 13,00	€ 13,00	€ 13,00	€ 13,00	€ 13,00	€ 13,00	€ 13,00
Lohnnebenk	€ 13,00	€ 13,00	€ 13,00	€ 13,00	€ 13,00	€ 13,00	€ 13,00	€ 13,00	€ 13,00
variable Kosten									
Waren(Öle e € -		€ 183,84			€ 183,84			€ 183,84	
Investitionen	€ 15,00								
Einnahmen									
Seifenverkauf € -		€ -	€ 300,00	€ 300,00	€ 300,00	€ 300,00	€ 300,00	€ 300,00	€ 300,00
Anteilseigner			€ 250,00						
Ausgaben									
Versicherung									€ 10,00
USt					€ 150,00				€ 150,00
sonstige Steuer									€ 200,00
sonstige Aufw	€ 20,00	€ 20,00	€ 20,00	€ 20,00	€ 20,00	€ 20,00	€ 20,00	€ 20,00	€ 20,00
Gewinn	-€ 37,22	-€ 247,06	€ 256,94	€ 510,94	€ 581,10	€ 835,10	€ 1 089,10	€ 1 159,26	€ 1 053,26

8. Funktions- und Verantwortungsbereiche im Unternehmen





8.1 Marketing

Die Aufgaben des Marketings sind: Erstellung des Logos, Gestaltung von Prospekten, Homepage, Plakaten, Instagram- und Facebookauftritt. Weiters müssen Etiketten für die Seifen gestaltet werden, Rechnungen und Bestellformulare erstellt werden und Infos für des Schulinfoscreen gestaltet werden. Während des Jahres müssen außerdem laufend Werbemails versandt werden. Vivian Sedlak, Letizia Dabrowski und Matthias Jahn sind für unser Marketing verantwortlich. Die unterschiedlichen Persönlichkeiten sind der Grund dafür, dass unser Marketing so gut funktioniert. Das „out-of-the-box“ denken von Matthias, Letizias Energie und das Aushaltvermögen von Vivian sind besonders wertvoll.

8.2 Qualitätsmanagement

In der QM- Abteilung werden ein Ablagesystem erstellt, Unterlagen von allen Abteilungen gesammelt und immer laufend ergänzt, Kunden- und Mitarbeiterbefragungen durchgeführt und ausgewertet, der Businessplan erstellt, Geschäftsberichte geschrieben und die Zertifizierung erstellt und eingereicht.

Unser Qualitätsmanagement-Team besteht aus Angie Abd Elghani, Franziska Lauer, Simon Kovacic und Florian Kloimüller. Jeder einzeln von ihnen ist eine Bereicherung für unser ganzes Unternehmen. Vor allem Franziskas kreatives Denken spielt sehr gut mit den Eigenschaften der anderen mit.

8.3 Ein- und Verkauf

In dieser Abteilung werden die Ein- und Verkäufe geplant und durchgeführt. Angebote werden eingeholt und verglichen, Bestellungen verwaltet und eingehende Waren überprüft und im Wareneingangsbuch eingetragen. Außerdem wird laufend Inventur gemacht und in Corona Zeit das Verpacken und Versenden der Waren übernommen. Das alles wird von Leonie Dully, Julian Petz und Emily Wehrstein bearbeitet und ausgearbeitet. Ihre gewissenhafte und genaue Arbeit kommt nicht nur uns, sondern auch jedem/r Anteilseigner/in und jedem/r Kunden/in zugute.

8.4 Rechnungswesen

Im Rechnungswesen werden die Verkaufspreise kalkuliert, die laufende Einnahmen- und Ausgabenrechnung durchgeführt, ebenso die Personalverrechnung. Das Stammkapital durch die Anteilseigner wird erfasst und verwaltet und das Bankkonto eröffnet und geführt. Steuern und Abgaben werden berechnet und abgeführt.

Marija Martinovic, Sanel Durakovic und Daniel Dreyer sind für unsere Finanzen, Buchhaltung und unser Rechnungswesen im Allgemeinen zuständig. Vor allem Marijas Ehrgeiz und Genauigkeit sind der Grund für die reibungslosen Abläufe in unseren Finanzen.

8.5 Geschäftsführung

Die Geschäftsführung ist zuständig für das Verteilen der einzelnen Aufgaben an die verschiedenen Abteilungen. Außerdem müssen sie immer sofort alle E-mails lesen und beantworten, die Datenbank führen und das Erledigen der Aufgaben überprüfen. Auch Mitarbeitergespräche müssen regelmäßig geführt werden.

Vivian und Angi sind extrem gewissenhaft und engagiert und behalten immer das große Ganze im Auge. Sie sind hervorragende Geschäftsführer.

8.6 Produktion

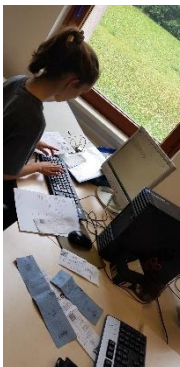
Die Produktion findet immer von allen Mitarbeitern gemeinsam statt.

9. Meilensteinplan

Nr.	Datum	Text
1.	17.9	Einführung
2.	24.9	Offizielle Namensgebung
3.	1.10	
4.	8.10	Fertigstellung des Logos, Bestellung Rohstoffe, Registrierung Datenbank, Personas und Stakeholder
5.	15.10	Beginn Ausgabe Anteilscheine (10€-20€), Newsletter
6.	22.10	Banktermin 12:30 Jugendkonto, 1. Produktion
7.		<i>Herbstferien</i>
8.	5.11	Verkaufsbeginn auf Grund von Homeschooling nur online
9.	12.11	
10.	19.11	Fertigstellung des Werbevideos, Aufgrund von Home-schooling in die Online-Offensive (Marketing)
11.	26.11	Fertigstellung des Businessplans! (24:00), Bestellungen
12.	3.12	2. Produktion
13.	10.12	Marketing in Klassen und sonstiges
14.	17.12	
15.		<i>Weihnachtsferien</i>
16.		<i>Weihnachtsferien</i>
17.		<i>Weihnachtsferien</i>
18.	14.1	
19.	21.1	Businessplan muss am 29.01.21 fertig sein (neu)
20.	28.1	1. Zwischenbericht Junior Company, Bestellungen für 3. Prod.
21.		<i>Semesterferien</i>
22.	11.2	Plan 3. Produktion
23.	18.2	
24.	25.2	
25.	4.3	Handelsmesse (optional)
26.	11.3	Bestellungen für 4. Produktion
27.	18.3	
28.	25.3	Plan 4. Produktion
29.		<i>Osterferien</i>
30.	8.4	
31.	15.4	
32.	22.4	
33.	29.4	2. Zwischenbericht Junior Company, Ende der Geschäftstätigkeit
34.	6.5	Schlussveranstaltung (Schließung d. Unternehmens)
35.		<i>Christi Himmelfahrt</i>
36.	20.5	
37.	27.5	
38.		<i>Fronleichnam</i>
39.		

10.Chancen und Risiken

SWOT-Analyse "Die kleine Seife"		Interne Analyse	
		Stärken	Schwächen
Externe Analyse	Chancen	Stärken: ambitionierte/motivierte und junge Mitarbeiter die etwas erreichen wollen	Schwächen: Wenig Erfahrung auf dem Gebiet Unternehmensgründung/führung
		Chancen: Aktuell eine Marktlücke in Zeiten von Corona Seifen zu verkaufen	Chancen: Kooperation mit UnternehmerInnen, Unternehmen, Privatpersonen als Unterstützung und für mangelnde Erfahrung
	Risiken	Stärken: Selbstoproduzierte Seifen ("handmade") für ein gutes Image	Schwächen: Abhängig von der aktuellen Corona Situation
		Risiken: Sehr große Konkurrenz. Bereits viele Seifenproduzenten. Oftmals auch billiger als unsere	Risiken: Verlauf der Epidemie beeinflusst unser Unternehmen sehr stark und kann uns sehr viel Kosten



Mit unserem großen Engagement
machen wir jedes Risiko wett!!!

