

Geschäftskonzept

Everybody gets the chance to feel hot!

HOTTS – die Wärmeschihose

Anziehende Wärme auch an kalten Tagen!

1. Executive Summary

Geschäftsidee

Stellen Sie sich vor, Sie sind in einem Schigebiet unterwegs. Sie sitzen gerade am Lift, und der Lift bleibt zum 50. Mal stehen und Ihr Hinterteil und Ihre Beine sind beinahe erfroren? Ihnen ist am ganzen Körper zu kalt, und das nach nur wenigen Fahrkilometern? Da wir selbst begeisterte Wintersportlerinnen sind, kennen wir dieses Problem und haben so unsere Geschäftsidee ins Leben gerufen. Unsere Geschäftsidee ist eine Schihose mit integrierten Wärmekissen im Bereich des Gesäßes und der Oberschenkeln. Die Kissen sind mit Akkus verbunden, welche sich an einem Gürtel befinden. Diese Akkus garantieren Wärme für 9h, und lassen sich in 30 min wieder voll aufladen. Außerdem lässt sich die Wärme regulieren, das heißt, dass es unterschiedliche Stufen gibt, wobei Stufe 3 die wärmste ist. Durch unterstützende Elemente am Knie und Schienbein wird das Fahren sicherer, die Hose ist somit eine perfekte Vorbeugung gegen schwere Verletzungen. Hotts ist ebenfalls wind- und wasserabweisend, und somit die perfekte Garantie für Spaß beim Sport.

Die Hose ist in verschiedenen Farben erhältlich (schwarz, grün, grau, blau), natürlich gibt es neben Damen- und Herrenmodellen auch spezielle Hosen für Kinder. Diese Hosen werden

natürlich kindgerecht bunt gestaltet, mit unterschiedlichen Motiven usw. Zusätzlich ist es uns möglich, durch Kooperationen mit berühmten und engagierten Designern immer wieder Limited Editions, welche an die neuesten Trends angepasst sind, hervorzubringen.

Wir sind uns sicher, Sie können sich den Winter ohne unserer Hose nicht mehr vorstellen. Kaufen Sie unsere Hose, denn „everybody gets the chance to feel hot“ – mit HOTTTS, der Wärmeschihose!

2. Über uns

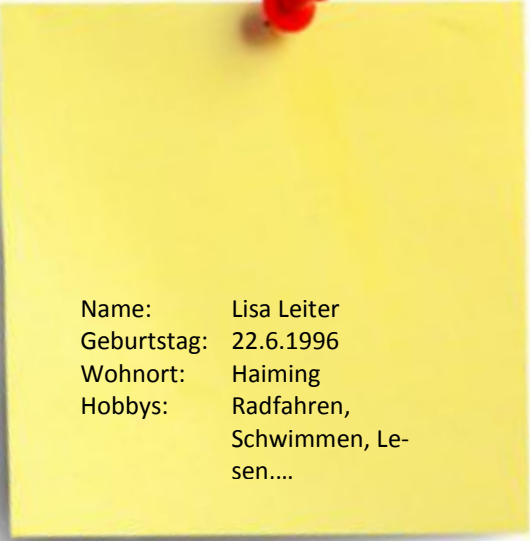
Team

Unser Team besteht aus drei Personen, Lisa, Irina und Nina. Wir besuchen die 2. Klasse der Handelsakademie in Imst, sind jedoch jetzt schon an der Fachrichtung Entrepreneurship interessiert. Deswegen versuchen wir auch jetzt schon, das Maximum aus uns herauszuholen was diese Geschäftsidee betrifft, und sind offen für Neues und Verbesserungsvorschläge. Denn wie heißt es so schön: Übung macht den Meister! In diesem Sinne hat jede Arbeitskraft bzw. Gründerin ihren eigenen Teilbereich. Wir teilen unsere Aufgaben so ein, dass jede von uns das machen kann, was sie gerne und gut kann. Dabei achten wir besonders auf persönliche Interessen, Qualifikationen, die Zeit, die jede investieren möchte, sowie die geleistete Kapitaleinlage.

Unsere Stärken


<i>Nina</i>	<i>Lisa</i>	<i>Irina</i>
künstlerisch begabt	weltgewandt, offen	genau im Umgang mit Zahlen
kreativ	spricht versch. Sprachen	ordentlich, verlässlich
Bereich Design	Bereich Marketing	Bereich Buchhaltung

Die Gründerinnen



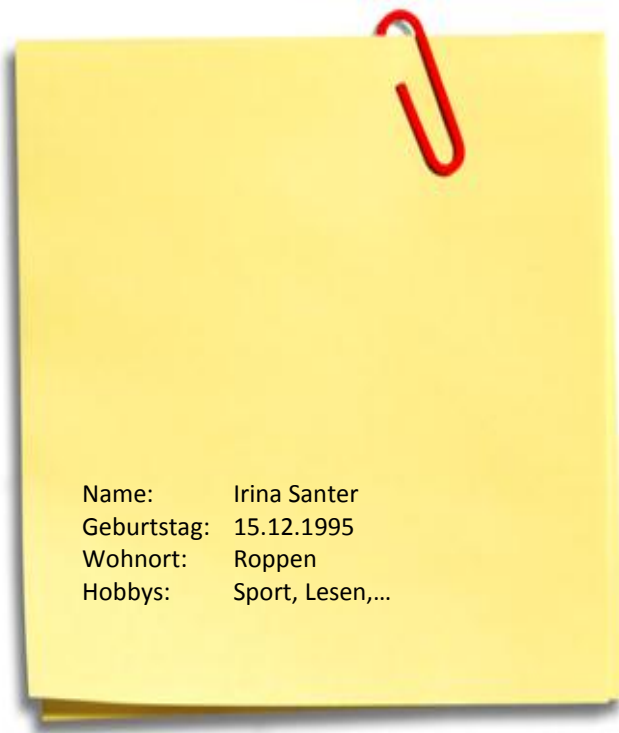
Name: Lisa Leiter
Geburtstag: 22.6.1996
Wohnort: Haiming
Hobbys: Radfahren,
Schwimmen, Lesen....

L
I
S
A



Name: Nina Koller
Geburtstag: 19.12.1995
Wohnort: Haiming
Hobbys: Reiten, Klettern, Laufen,...

N
I
N
A



I
R
I
N
A

3. Unternehmensrecht

Rechtsform

Unser Unternehmen wird als GmbH (Gesellschaft mit beschränkter Haftung) aufgebaut, d.h., dass unser Unternehmen aus mehreren Führungspositionen besteht. Die Gesellschaft mit beschränkter Haftung kann von juristischen oder natürlichen Personen gegründet werden. Die Errichtung erfolgt durch eine oder mehrere Personen mit Abschluss eines Gesellschaftsvertrages; dieser muss notariell beglaubigt werden. Die Kapitaleinlagen der Gesellschafter bilden das Stammkapital der Gesellschaft. Als juristische Person des privaten Rechts ist sie selbstständige Trägerin von Rechten und Pflichten; sie kann Eigentum erwerben, Verträge abschließen und vor Gericht klagen und verklagt werden.

Wie schon aus der Bezeichnung zu erkennen ist, haftet eine solche Gesellschaft nur beschränkt. Die Beschränkung besteht darin, dass die Haftung lediglich mit dem Gesellschaftsvermögen erfolgt, die Gesellschafter haften nicht für Verbindlichkeiten der Gesellschaft. Eine Haftung der Gesellschafter besteht nur gegenüber der Gesellschaft durch die geleistete Kapitaleinlage. Eine Möglichkeit, um später zusätzliches Kapital aufzubringen besteht für uns auch darin, von einer GmbH auf eine Aktiengesellschaft umzusteigen.

Bei einer GmbH gibt es verschiedene Organe: Geschäftsführer, Aufsichtsrat und Generalversammlung. Da wir jedoch ein relativ kleines Unternehmen sind, können wir auf einen Aufsichtsrat verzichten. Geschäftsführer wird eine von uns, den 3 Gründerinnen – die anderen beiden werden jedoch auch Prokuristen, d. h. wir können auch die Verträge unterzeichnen, wenn die Geschäftsführerin einmal nicht anwesend ist.

Besteuerung

Die GmbH als juristische Person wird mit 25 % Körperschaftsteuer besteuert, die einzelnen Gesellschafter mit maximal 50 % Einkommenssteuer.

Firmenwortlaut

Der genaue Firmenwortlaut der Hotts GmbH lautet:

HOTTS Handels- & Vertriebs GmbH

Wir verzichten bei dem Wortlaut auf Fantasiebezeichnungen, da wir wollen, dass unsere Kunden uns jederzeit genau zuordnen können und wir einzigartig sind.

4. Gewerberecht

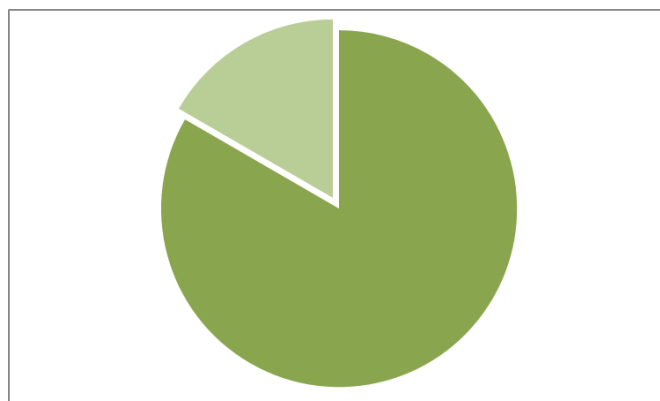
Befähigungsnachweis

Wir sind Geschäftsführer eines Unternehmens, da wir unsere Firma regelmäßig und mit Ertragsabsicht führen. Unser Hauptaugenmerk richten wir dabei nicht auf die Produktion der Hose, sondern auf den Vertrieb sowie auf das Designen unserer Produkte. Für die Produktion der Wärmekissen und Hosen richten wir uns an unsere Partnerfirma, welche über die nötigen Maschinen und Möglichkeiten verfügt und die uns aufgrund ihrer professionellen Kompetenz und der raschen Abwicklung aller Aufträge vollkommen überzeugen konnte.. Bei der Herstellung unserer Hosen muss jedoch darauf geachtet werden, dass beim Nähen die Wärmekissen beachtet werden und mit den Akkus am Gürtel verbunden sind.

Später versuchen wir, unsere Hose/Marke in den heimischen Geschäften zu etablieren. Dafür wenden wir uns an die Filialen der Sporthandelskette Hervis, welche unsere Hose in ihr Sortiment aufnimmt und verkauft. Diese Kooperation wurde bereits vertraglich vereinbart. So stehen wir einerseits nicht im direkten Kontakt mit den Kunden, können aber durch diesen Schritt wichtige Kosten einsparen, wie zum Beispiel Mietgebühren für eigene Geschäftsräume. Außerdem arbeiten wir mit einem Second Hand Shop zusammen, wo man die zu kleinen Hosen gegen eine Prämie zurückgeben kann.

Partnerschaft mit der Sporthandelskette Hervis

Hervis ist eine der größten Sporthandelsketten in Österreich, außerdem 100%ige Tochtergesellschaft und somit Teil der Spar Österreichische Warenhandels-AG. Neben Filialen in Österreich, die den Schwerpunkt von Hervis bilden, gibt es auch seit 1997 Filialen in den Nachbarländern Tschechien, Slowenien sowie in Ungarn und in weiteren Staaten Europas. Die Gesamtverkaufsfläche aller Filialen beträgt 168.464 m². Durch die vielen Standorte gelingt es, unser Produkt im ganzen Land zu verkaufen, außerdem werden unsere Kunden durch geschulte Mitarbeiter bestens beraten, da diese auf eine exzellente Ausbildung zurückgreifen können. Hervis ist nur für den Verkauf der Hosen zuständig, die Gewinne werden an uns ausbezahlt. Durch einen Abnahmevertrag wird jedoch die Handelskette mit einer 20 %igen Provision belohnt (20% der Gesamtgewinne/Monat), und bekommt die Hosen am 1. des Monats von der Spedition Kühne & Nagel geliefert. In der Provision enthalten sind die Lagerkosten, welche bei Hervis anfallen.



Im Diagramm werden nochmals die 20 Prozent dargestellt (hellgrüner Bereich), welche an Hervis als Provision bezahlt werden.

Kooperation mit dem Second Hand Shop

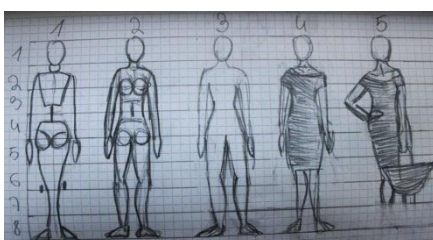
Damit unsere Kunden alte und zu kleine Hosen nicht entsorgen müssen, sind wir eine Kooperation mit dem Second Hand Shop „Issba“ eingegangen. Die Hauptfunktion dieses Ladens besteht darin, alte, gebrauchte Kleidungsstücke weiter zu verkaufen. Außerdem werden mit dem Gewinn bedürftige Menschen unterstützt. Deswegen ist es uns ein großes Anliegen, unsere Kunden dazu zu animieren, ihre Hosen, egal ob Kinder-, Herren- oder Damenhosen, bei „Issba“ abzugeben. So unterstützen sie den Second Hand Shop und erhalten dafür von „Issba“ sogar ein kleines Dankeschön: 10 € pro Hose.



Nachhaltigkeit

Gerade in der heutigen Zeit ist Nachhaltigkeit bzw. nachhaltige Produktion vielen Menschen ein Anliegen. Sie kaufen Textilien, welche unter fairen Bedingungen hergestellt worden sind (z.B. gerechter Lohn für die Mitarbeiter, nicht zu lange Arbeitszeiten, keine Kinderarbeit ...) und sind dafür auch bereit, ein bisschen mehr Geld zu bezahlen. So wollen wir auch unsere Produkte nachhaltig produzieren, und sind deshalb absolut gegen Produktionsfirmen, die sich in den östlichen Ländern (China, Indien) befinden. Uns ist bewusst, dass wir deswegen mehr für die Produktion bezahlen müssen, doch so können sich unsere Kunden sicher sein, dass sie beim Kauf unserer Hose nicht Kinderarbeit und Ausbeutung unterstützen. Deswegen haben wir uns für Produktions-/Speditionsfirmen in Deutschland entschieden, da damit auch genau kontrolliert werden kann, unter welchen Bedingungen hergestellt wird.

Der genaue Arbeitsvorgang



Designen der Modelle, Auswahl der Stoffe



Übermitteln der Daten an die Produktionsfirmen



Anfertigung der
Hosen/Wärmekissen in Deutschland



Lieferung der Hosen an die Geschäfte





Verkauf in den Geschäften

Standort

Da sich mittlerweile in jedem größeren Ort eine Industriezone befindet, ist es für uns von großem Vorteil sich in einem Industriegebiet niederzulassen.

Unsere Firma sollte zentral und vor allem mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar sein, dies ist bei unserem Standort in der Imst, durchaus gegeben. Die direkte Anbindung zu der Autobahn und zu dem Schienenverkehrsnetz der ÖBB bieten vielerlei Vorteile, vorallem für Lieferanten, Speditionsunternehmen und Partner von uns. Unser Ziel ist es, den Emissionsausstoß so gering wie möglich zu halten. Deswegen halten wir einen Standort in der Imster Industriezone für ideal. All die oben genannten Punkte sind dort erfüllt, und auch potenzielle Interessenten können uns leicht erreichen. Außerdem zählt für uns auch der Strom, der im Idealfall selbst erzeugt wird. Photovoltaik sollte uns die Stromgewinnung stark erleichtern. Alle die von uns benötigten Gebäude und Geschäftsräume sind Passivhäuser/-räume, und minimieren so die Heizkosten. Durch zusätzliches Wärmen/Heizen mit Erdwärme wird unseren Angestellten auch bei eisigen Temperaturen nicht zu kalt. Die Büros werden hell und gut durchlüftet. Viele Pflanzen und die richtige Gestaltung der Räume sorgen für das perfekte Raumklima. Dadurch können unsere (zukünftigen) Mitarbeiter ihr volles Potenzial ausschöpfen und ihre Erholung in den Pausen ist garantiert. So versuchen wir, die Zahl der Krankentage und der Burnout Fälle zu senken und unseren Mitarbeitern eine angenehme Arbeitsatmosphäre zu schaffen. Außerdem wollen wir ein Zeichen gegen den Klimawandel setzen und ein Vorbild für andere Betriebe sein. So werden unsere (zukünftigen) Mitarbeiter ihren Job in einer angenehmen und freundlichen Atmosphäre verrichten können.

Adresse

HOTTS Handels- und Vertriebs GmbH
Industriezone 20 a, 6460 Imst
☎ +43 5412 36318, www.hotts.at



Partner/Produktionsfirmen

Wie es dem genauen Arbeitsvorgang zu entnehmen ist, benötigen wir Firmen, die unsere Produkte anfertigen (Wärmekissen, Hose). Im Folgenden möchten wir unsere Produktionsfirma in Deutschland und das Speditionsunternehmen vorstellen.

Produktionsfirma (Hose/Wärmekissen)

Mode Shop Textile Agency
Haldenweg 4
Baden-Württemberg
79809 Deutschland

Mode Shop Textile Agency

Die Mode Shop Textile Agency in Baden Württemberg ist ein kleiner, aber feiner Familienbetrieb, der sich vor allem auf außergewöhnliche Textilanfertigungen (wie in diesem Fall die zusätzlichen Wärmeelemente) spezialisiert hat. Als weiteren Pluspunkt können hier die Wärmeelemente gleich in der eigens für solche Zwecke verwendeten Schweißerei angefertigt werden. So sparen wir uns die Kosten, die noch zusätzlich für eine Produktion der Wärmeelemente anfallen würden. Außerdem wird bei diesem Betrieb speziell auf unsere Wünsche geachtet, das heißt wir können aktiv bei der Auswahl der Stoffe, Schnitte, Farben etc. dabei sein und mitentscheiden. Wie bereits mit der Speditionsfirma vereinbart, werden die Hosen am 1. eines jeden Monats abgeholt, die angegebenen Mengen sind also bis dorthin fertig produziert. Sollte es jedoch trotzdem einmal zu einem zeitlichen Engpass von Seiten der Produktionsfirma kommen, werden an uns die vereinbarten Pönale im Wert von 0,1 % pro Tag (0,1 % vom Wert der gesamten Produktion für ein Monat) ausbezahlt. Wir möchten mit unserem Verkauf Anfang Oktober 2012 beginnen, somit müssen wir den Kontakt zu unserer Herstellfirma in Deutschland im April 2012 (Kalenderwoche 14) aufnehmen, um pünktlich unsere Verkaufslokale mit Produkten ausstatten zu können.

Speditionsfirma

Kuehne + Nagel
National Head Office
Management Pte Ltd.
Großer Grasbrook 11 – 13
20457 Hamburg
Deutschland



Kühne + Nagel

KUEHNE+NAGEL

Kühne + Nagel ist ein international tätiges Logistik- und Gütertransportunternehmen mit Sitz im Ortsteil Schindellegi der Gemeinde Feusisberg im Schweizer Kanton Schwyz. Das Unternehmen ist heute in über 100 Ländern tätig, betreibt 1000 Betriebsstätten mit insgesamt rund 7 Mio. Quadratmetern Lagerfläche und beschäftigt ungefähr 63.000 Mitarbeiter. In Deutschland beschäftigt Kühne + Nagel über 10.000 Mitarbeiter an 101 Niederlassungen.

Das Angebot erstreckt sich über sämtliche in der Logistik übliche Dienstleistungen wie z. B. in der Seefracht, Luftfracht, den europäischen Straßen- und Bahnverkehren sowie in der Kontraktlogistik. Unsere Wahl ist auf dieses Unternehmen gefallen, da wir uns bereits selbst von der professionellen und vor allem pünktlichen Arbeit überzeugen konnten (durch genaues Recherchieren und den Kontakt zu einem langjährigen Mitarbeiter), und da uns das breitgefächerte Angebot an verschiedenen Dienstleistungen beeindruckt hat.

Nach Vereinbarungen mit dem Unternehmen haben wir beschlossen, dass unsere Waren direkt von unserer Produktionsfirma in Deutschland an die verschiedenen Hervis-Filialen in Österreich geliefert werden, und zwar am 1. jedes Monats. Die Bezahlung erfolgt jeweils quartalsweise im Voraus.

Fahrplan für die Produktion/Absatz

Zuerst haben wir darüber nachgedacht, dass es nicht sinnvoll ist, die gleiche Menge an Wärmeschihosen im Sommer produzieren zu lassen wie im Winter. Trotzdem möchten wir (zumindest in den ersten Jahren) versuchen, diesen Schritt zu gehen, und ganzjährig die gleiche Menge an Hosen herstellen zu lassen. Dies ist natürlich mit erheblichen Mehrkosten verbunden, doch hinter diesem Vorgang steckt ein ganz einfacher Gedanke: wir wollen unseren Kunden die Möglichkeit geben, auch im Sommer Schihosen zu kaufen. Natürlich werden in der warmen Jahreszeit nicht viele Menschen Schi fahren gehen, doch die Gletscher haben auch im Sommer ihre Pforten geöffnet, und so sind wir der Meinung, dass Kunden auch im Sommer unsere Hosen kaufen werden. Außerdem ist das ganzjährige Produzieren der Hosen auch dadurch gerechtfertigt, dass die Hervis Geschäfte ja auch im Sommer ihre Abnahmeverträge mit uns beschließen, und die Hosen dort schon gebraucht werden.

5. Marketing

Strategisches Marketing

Zielgruppe

Wie bereits erwähnt, lässt sich die Hose bei vielen verschiedenen Wintersportarten einsetzen. Die Hose ist einfach für Wintersportler, egal welchen Alters oder Geschlechts. Durch unsere Kindermodelle ist auch den jüngsten unter den Wintersportlern ein schöner Schitag garantiert, und Eltern müssen sich nicht mehr mit dem normalerweise vorprogrammierten Satz: „Mir ist zu kalt, ich mag nicht mehr“, konfrontiert sehen. Außerdem versuchen wir vor allem die Zielgruppe der Vielschifahrer/-snowboarder anzusprechen, auch fänden wir es als eine gute Idee, unter anderem auch eine Kooperation mit Schischulen einzugehen. Dadurch können wir Schilehrer mit unseren Hosen ausstatten, und gleichzeitig Werbung für unser Unternehmen betreiben.

Marktsegmentierung

- **demographische Merkmale**

Alter: 3-99 Jahre

Geschlecht: m/w

- **geografische Merkmale**

Region: Orte in der Nähe von Schigebieten (Tirol, Österreich, Europa)

Siedlungsgröße: Stadt – viele Menschen

- **psychografische Merkmale**

Sportler/innen

Leistungsmotivation

Wärmebedürfnis für begeisterte Sportler

- **Merkmale des Kaufverhalten**

Lebensstil: sportlich, gesundheitsbewusst

Preisbewusstsein: gutes Preis-Leistungsverhältnis

Marke: markenbewusst, qualitätsbewusst

- **Zielmarktsegmentierung**

differenziert: für Kinder und Erwachsene

Zielsetzung

Da wir selbst begeisterte Schifahrerinnen bzw. Snowboarderinnen sind und selbst öfters frieren haben wir es uns zum Ziel gesetzt, durch unser Produkt allen einen schönen, angenehmen Schitag zu ermöglichen. Durch unsere Hose gelingt es, länger die Pisten zu genießen, da auch bei tiefen Temperaturen die eigene Körpertemperatur durch die Wärmekissen nicht sinkt und es sich trotzdem angenehm anfühlt. Außerdem möchten wir unser Unternehmen nachhaltig führen (→ siehe Punkt Nachhaltigkeit), und auch unseren (zukünftigen) Mitarbeitern einen angenehmen Arbeitsplatz bieten, welcher auch auf die Anforderungen und Beschwerden der Mitarbeiter eingeht.

Nutzen

Die Hose ist gesundheitsfördernd, da das Wärmegefühl am Körper bleibt, trotz kalter Außentemperatur. Die Hose fühlt sich trotz der Wärmekissen leicht an und ist angenehm zu tragen. Interesse an der Hose könnten auch die Schilifte finden, dass evtl. mehr Leute auch bei eisigen Temperaturen in das Schigebiet kommen, da ihnen mit unserer Hose nicht zu kalt ist. Außerdem ist die Hose hervorragend geeignet für Anfänger, da diese bei ihren ersten Schi-/Snowboardversuchen viele Stürze bauen. Außerdem fördert unsere Firma bedeutende Nachwuchstalente in Tirol und so schaffen wir es, auf eine nachhaltige Art und Weise unser Unternehmenskonzept zu vermarkten und dabei auch andere zu unterstützen. Zusätzlich ist unsere Hose auch nützlich für Menschen, die ihre Arbeit im Winter zum größten Teil im Freien verbringen, wie zum Beispiel Liftbedienstete, Parkhauswächter ...

Markt

Am Markt treffen Angebot und Nachfrage zusammen, aufgrund dessen bilden sich die Preise. Das Ziel unseres Konzepts besteht darin, dass das Produkt in ganz Österreich erhältlich ist. Bei großer Nachfrage kann das Produkt auch international vertrieben werden.

Unsere Hose sollte vor allem in den Tiroler Wintersportorten vermarktet werden, in weiterer Folge kann unser Produkt auch als Werbeträger (für Wintertourismus in Tirol) eingesetzt werden. Außerdem werden unsere Hosen in allen Standorten von Hervis vertrieben, dies

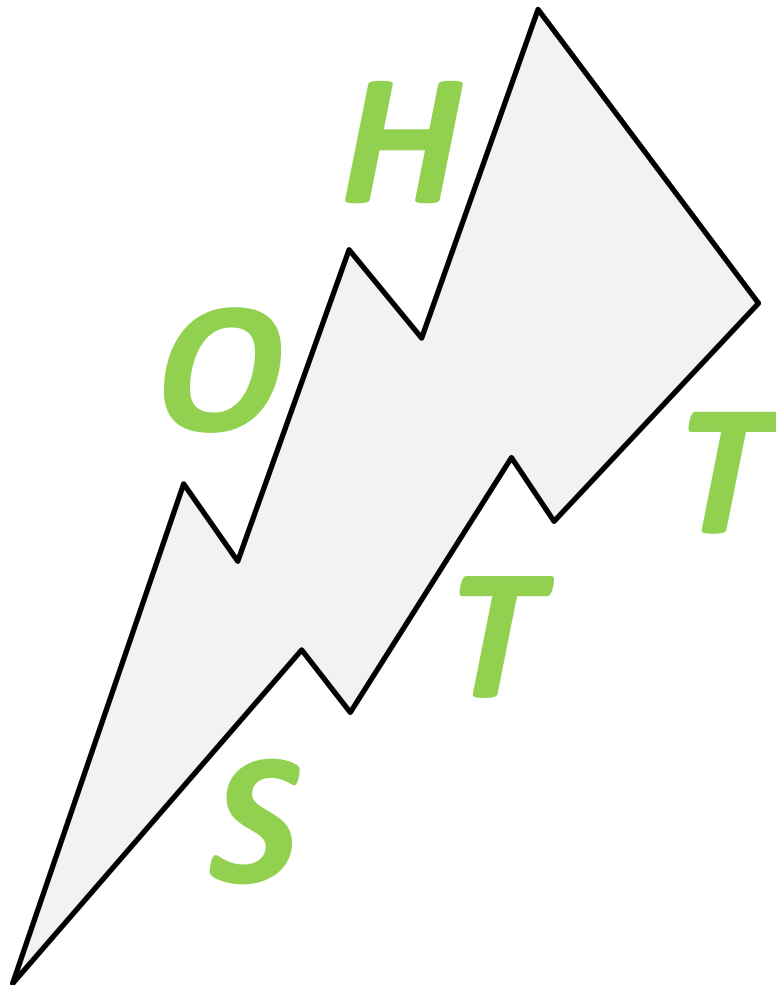
bedeutet dass unser Produkt auch in anderen europäischen Ländern (Slowenien, Ungarn ...) erhältlich sein wird.

USP – Alleinstellungsmerkmal

Das Produkt ist einzigartig, weil damit eine Marktlücke geschlossen wird. Nach genauer Marktanalyse haben wir festgestellt, dass es in einem Online-Shop für Jagdbekleidung eine Hose zu kaufen gibt, mit vorgefertigten Hosentaschen. In diese Tasche können herkömmliche, in jedem Supermarkt zu kaufende Wärmekissen gesteckt werden. Auch eine Jacke mit integrierten Wärmeelementen gibt es bereits, doch ein Produkt, das den gleichen Nutzen erzeugt wie unsere Hotts-Wärmeschihose, gibt es noch nicht. Somit wäre auch die Zahl der potenziellen Konkurrenten gering, wenn nicht sogar gleich null.

Taktisches Marketing

Logo:



Slogan:

*Everybody gets the chance to feel hot!
Anziehende Wärme auch an kalten Tagen.*

Dieser Slogan soll unsere Kunden ansprechen. Dabei haben wir bewusst nur den ersten Teil auf Englisch geschrieben, da auch nicht Englisch sprechenden Leuten oder älteren Leuten bewusst werden soll, um was es geht.

Werbung

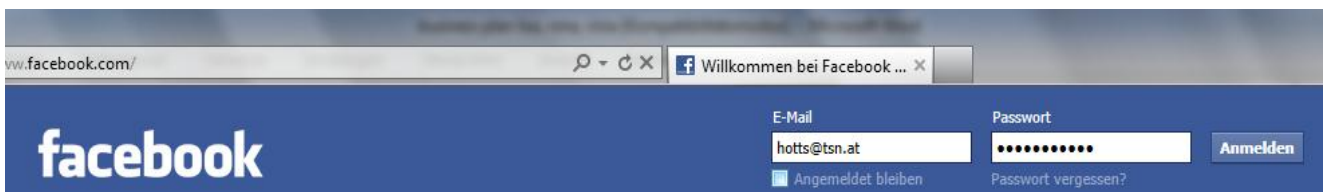
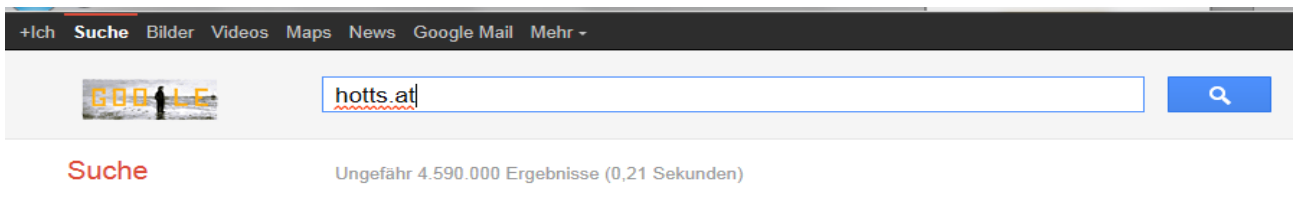
Um den Bekanntheitsgrad unseres Produktes zu steigern und den Verkauf zu fördern, ist ein gutes Werbekonzept wichtig.

Hierfür möchten wir vielerlei Methoden verwenden und dadurch erkennen, welches Konzept erfolgreich ist und das Ziel erreicht: ein langfristig solides Unternehmen, das durch PR bei den Kunden bekannt ist, kombiniert mit einem stetigen Ansteigen der Verkaufszahlen unserer Hose.

Natürlich nützen wir auch die üblichen Wege, (Fernsehen, Internetseiten, Zeitungen ...) um unser Produkt an die Kunden zu bringen und sie so über Neuigkeiten, Veränderungen usw. zu informieren. Andererseits leben wir heute in einem Zeitalter, das von sozialen Plattformen über Chatrooms bis hin zu Skype dominiert wird. Neuigkeiten werden in Sekundenschnelle ausgetauscht, und nirgendwo sonst hat der Kunde in wenigen Minuten Zugang zu hunderten von Informationen. In diesem Sinne sind wir als junge Gründerinnen absolut zeitgemäß, und setzen bei der Verbreitung von unseren Werbungen auch auf diese Medien. So wollen wir eine eigene Facebook-/Twitterseite einrichten, außerdem können eventuelle Partner bzw. Lieferanten auch auf Skype mit uns kommunizieren. Dies hat natürlich für beide Seiten (Partner/Gründerinnen) viele Vorteile, denn so kann sich einerseits unser Unternehmen viel Geld sparen, da nicht so viel Geld für herkömmliche Werbung (Zeitungsinserate ...) ausgegeben werden muss. Andererseits können sich aber auch unsere Kunden mit wenigen Mausklicks über die neuesten Trends informieren.

Wie wollen wir werben?

- Werbespots im Fernsehen
- Anzeigen in Zeitschriften, Zeitungen
- Plakate
- Flyer
- eigene Facebook-/Twitterseite
- Skypeaccount
- Internetseite www.hotts.at



Ziele

Steigerung der Verkaufszahlen um 0,5 % in einem Jahr	<i>Operative Ziele</i>
Einstellung von mind. 2 neuen Mitarbeitern im nächsten Jahr	
Marktführer im Bereich der Wintersportkleidung	<i>Strategische Ziele</i>
Gewinnung von Neukunden	

Distributions-/Preispolitik

Wir differenzieren unseren Preis nach Käufern (Erwachsene, Kinder), außerdem bieten wir bei der Eröffnung unserer GmbH ein Eröffnungsangebot an. Die Hose wird mit einer Hochpreisstrategie auf den Markt gebracht, da wir der Meinung sind, dass die Kunden durchaus bereit sind, für unser Qualitätsprodukt mehr zu bezahlen. Andererseits wollen wir unseren Kunden ein faires Preis-/Leistungsverhältnis bieten. Weiters versuchen wir, unser Produkt durch indirekten Absatz (über das Sportgeschäft Hervis) an die Kunden zu bringen. Weitere Informationen dazu sind bereits im Punkt „Partnerschaft mit Hervis“ erwähnt worden.

4 P's

Product

Unsere Hose besitzt unser Logo, wir bieten auch Zusatzleistungen, wie unsere Garantie, Nachhaltigkeit mit Issba an.

Price

Unser Preis wird durch eine Hochpreisstrategie festgelegt, da wir eine Marke „Hotts“ haben, und somit unser Kunde bereit sein sollte, etwas mehr zu bezahlen, denn Qualität hat seinen Preis! Man könnte auch über einen Mengenrabatt, bei größerer Abnahmemenge sprechen. Wir bieten auch die Lieferklausel „Frei Haus“ an, sowie die Zahlungskondition mit Eigentumsvorbehaltsklausel und Skontoabzug.

Place

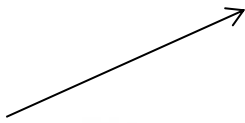
Wir lassen unser Produkt von Speditionsfirmen zu unseren Partnergeschäften liefern. Somit ist unser Absatzweg auf indirektem Weg aufgebaut.

Promotion (siehe auch Werbung)

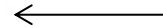
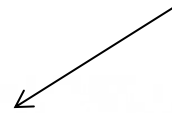
Wir werben mit Zeitungsinseraten, Homepage, Postwurfsendungen, Facebook/Twitter, sowie einen Tag der offenen Tür, bei unserer Eröffnung.

Produktbeschreibung

An den Oberschenkeln befinden sich die Wärmekissen.



Am Gürtel sind die Akkus befestigt, welche Wärme liefern und mit den Kissen verbunden sind.



Hier befinden sich zusätzliche Kissen, um eine angenehme Wärme im gesamten Beinbereich zu garantieren.

Zusammenfassung unserer Modelle



Hotts-Kinderschihose

Preis: 99 €

Größe 86-164



Hotts-Damenschihose

Preis: 149 €

Größe XS-XL



Hotts-Herrenschihose

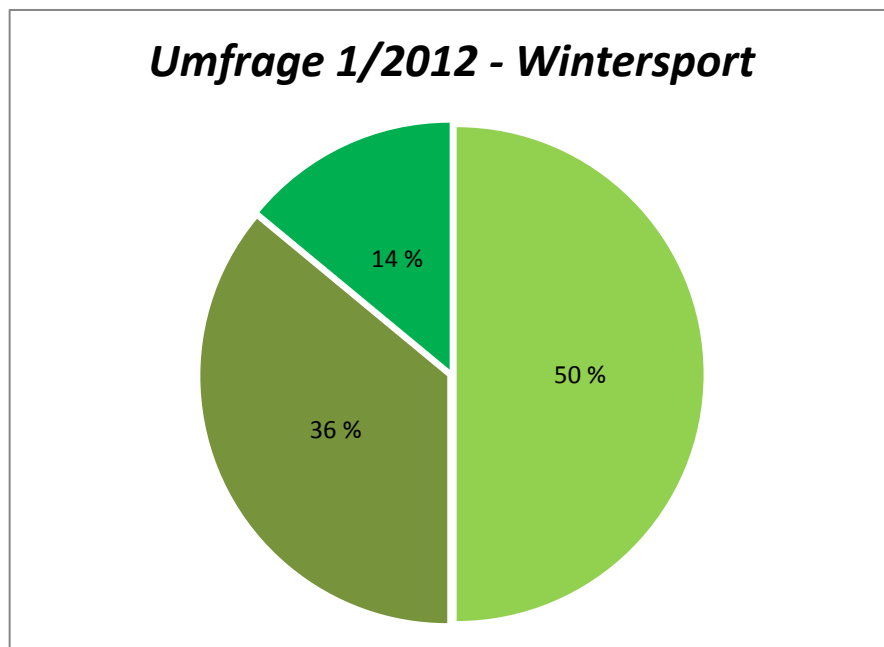
Preis: 199 €

Größe S-XXL

Umfrage

Eine eigens für diese Geschäftsidee gestartete Umfrage zeigt folgendes Bild. Wir haben unsere Befragung am 20. Jänner 2012 im FMZ Imst durchgeführt, und haben dort ca. 100 Einkäufer jeglicher Altersgruppe befragt.

- 50 % der Befragten gaben an, dass ihnen regelmäßig beim Ausüben von Wintersport zu kalt sei
- 36 % der Befragten gaben an, dass ihnen niemals zu kalt sei
- 14 % der Befragten gaben an, dass ihnen manchmal zu kalt sei



Das Ergebnis dieser Umfrage gibt uns zu erkennen, dass die Nachfrage nach einer Wärmeschuhe durchaus gegeben ist, da rund die Hälfte der Befragten regelmäßig beim Schi fahren, Snowboarden etc., frieren.

6. Financials

Kapitalbedarf auf Monatsbasis (alle Angaben sind für 1 Monat berechnet, auf den nächsten Seiten folgen dieselben Kalkulationen auch für 1 Jahr)

Einmalige Gründungskosten/Investitionen

• Büroausstattung	5 000 €
• Computer, Drucker	10 000 €
• Regale für die Lagerung	2 000 €
• Mindestkapital GmbH	35 000 €
• Rechts- und Beratungsaufwand	2 000 €
• Eröffnungsplakat	500 €
	<hr/>
	54 500 €

Laufende Betriebskosten

• Personalkosten (3 Mitarbeiter, brutto)	5 040 €
• Mietkosten des Gebäudes	500 €
• Versicherungen	350 €
• Stromkosten	100 €
• Wasserkosten/Kanalgebühr	83 €
	<hr/>
	6 073 €

Sonstige Kosten

• Speditionsgebühren	800 €
• Vertriebskosten	1 250 €
• Werbekosten	300 €
• Sonstige Ausgaben	416 €
• Kredit	4 800 €
	<hr/>
	7 566 €

Einmalige Kosten

• Rechts- und Beratungsaufwand	2 000 €
• Eröffnungsplakat	500 €
	<hr/>
	2 500 €

Private Lebensführung

• 3 Personen für 1 Monate	500 €
	<hr/>

Gesamtkosten

68 639 €

Die Gesamtkosten für das erste Monat betragen 68 638 €, in den folgenden Monaten wird der monatlich zu bezahlende Betrag jedoch auf 14 139 € reduziert, da die einmaligen Kosten abgezogen werden können.

Kapitalbedarf für 1 Jahr

Gründungskosten/Investitionen

• Büroausstattung	5 000 €
• Computer, Drucker	10 000 €
• Regale für die Lagerung	2 000 €
• Mindestkapital GmbH	35 000 €
	<hr/>
	52 000 €

Laufende Betriebskosten

• Personalkosten (3 Mitarbeiter, brutto)	60 480 €
• Mietkosten des Gebäudes	6 000 €
• Versicherungen	4 200 €
• Stromkosten	1 200 €
• Wasserkosten/Kanalgebühr	1 000 €
	<hr/>
	72 880 €

Sonstige Kosten

• Speditionsgebühren	9 600 €
• Vertriebskosten	15 000 €
• Werbekosten	3 600 €
• Sonstige Ausgaben	5 000 €
• Kredit	57 600 €
	<hr/>
	90 800 €

Einmalige Kosten

• Rechts- und Beratungsaufwand	2 000 €
• Eröffnungsplakat	500 €
	<hr/>
	2 500 €

Private Lebensführung

• 3 Personen für 12 Monate	18 000 €
	<hr/>

Gesamtkosten

236 180 €

Kredit

Die Gesamtkosten für 1 Jahr belaufen sich auf 236 180 €. Da wir als Gründerinnen, gerade in der Anfangsphase unseres Unternehmens, nicht so viel Geld zur Verfügung haben, möchten wir bei der Bank einen Kredit aufnehmen. Nach ersten Gesprächen und Berechnungen zeigt sich, dass ein Kredit in der Höhe von 120 000 € aufgenommen werden muss.

Da die Bank verschiedene Sicherheiten braucht, listen wir solche auf der nächsten Seite auf, um die Bank von unserer Kreditwürdigkeit zu überzeugen.

Eintragung ins Firmenbuch

Laut dem NeuFöG (Neugründungs-Förderungsgesetz) sind

- Neugründungen
- entgeltliche Betriebsübertragungen oder
- unentgeltliche Betriebsübertragungen

von diversen Abgaben und Gebühren befreit. Da wir dieses Gesetz in Anspruch nehmen können, hat dies für uns den Vorteil, dass wir uns Erstkosten (wie z. B. die Kosten für die Eintragung ins Firmenbuch) sparen können.

Sicherheiten

Jede Finanzierung ist für den Kreditgeber (Bank) mit einem gewissen Risiko verbunden. Rückzahlung und Zinszahlungen erfolgen ja in der Zukunft, die zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses noch nicht abgeschätzt werden können. Sicherheiten sollen daher jenes "Restrisiko" abdecken, das aufgrund der unsicheren Zukunft immer besteht. Diese Sicherheiten sind nur der "letzte Ausweg", der eine ordnungsgemäße Rückzahlung sichern soll, falls wir Schuldner in unvorhersehbare Schwierigkeiten gerät.

Dazu kommt noch, dass Kredite von der Bank größtenteils durch "fremdes Geld", nämlich durch Einlagen der Sparer, finanziert werden. Diese wollen natürlich über ihre Einlagen bei Fälligkeit wieder verfügen können.

- Grundstück (1000 m²) und 3 Privathäuser (Haiming, Roppen)
- geregeltes Einkommen

Da wir ein junges Unternehmen sind und der Kredit relativ hoch ist, müssen wir quartalsweise 5 % Zinsen (6 000 €) bezahlen bei einer Laufzeit von 25 Jahren.

Monatlich möchten wir 4 800 € zurückzahlen.

Versicherung

Um uns und unser Unternehmen vor eventuellen Problemen zu schützen, schließen wir eine Reihe von wichtigen Versicherungen ab. Wir haben uns daher an die Bank Austria Versicherung gewendet, da sie für ein relativ günstiges Entgelt eine große Palette an möglichen

Schadensfällen abdecken, wie z.B. die Kosten für Wasser-/Feuerschäden, Diebstahl und sogar Kosten, die aufgrund unserer eigenen Produkte und Dienstleistungen entstehen. Außerdem ist die Bank Austria Versicherung spezialisiert auf Freiberufler und Gründer/Innen, welche sich zum ersten Mal entschließen, ein eigenes Unternehmen zu gründen, so wie wir.

- **Betriebsunterbrechungsversicherung**

Ersetzt uns die fortlaufenden Kosten und den Gewinn, falls wir einmal vorübergehend arbeitsunfähig sein sollten

Kosten/Jahr: 1 200 €

- **Bündelversicherung**

Schützt uns vor Kosten, die durch Diebstahl, Feuer- oder Wasserschäden anfallen

Kosten/Jahr: 1 200 €

- **Betriebliche Haftpflichtversicherung**

Kommt für Schäden auf, die aufgrund unserer Dienstleistungen oder Produkte verursacht werden und hilft uns, unberechtigt Ansprüche gegen uns abzuwehren.

Kosten/Jahr: 2 400 €

Lagerhaltung

Wie bereits bei der genaueren Beschreibung der Sporthandelskette Hervis erwähnt, werden die Hosen bei unserem Handelspartner selbst gelagert, die Kosten dafür werden durch die Provision gedeckt. Wir besitzen jedoch eine kleine Lagerfläche mit Platz für einige wenige Sondermodelle, die wir benötigen, um zum Beispiel potenziellen Kunden eine eigene Vorführung unserer Spezialmodelle geben zu können.

Verkaufsstatistik für 1 Jahr

Wir möchten unsere Hosen 12 Mal pro Jahr produzieren lassen. So haben wir immer genug Hosen auf Lager, und die Geschäfte können immer unsere Produkte verkaufen. Pro Jahr möchten wir 1 000 Stück Männer-, 1000 Stück Damen- und 500 Stück Kinderhosen herstel-

len lassen. Daraus lässt sich berechnen, dass monatlich 83 Stück Herren-, 83 Stück Damen- und 41 Stück Kinderhosen produziert werden müssen. Nach genauen Berechnungen ermöglichen uns diese oben genannten Stückzahlen, die anfallenden Kosten zu decken und gleichzeitig auch Gewinn zu machen.

Die untenstehende Tabelle gibt ein Bild darüber, wie sich die Produktionskosten für 1 Monat bzw. für 1 Jahr zu den Kosten für den Kauf des Wareneinsatzes verhalten.

1. Wareneinsatz für 1 Monat (Preis zum Zeitpunkt des Einkaufs, bearbeitete Hose)

<i>Modell</i>	<i>Stück</i>	<i>Preis</i>	<i>Gesamtpreis</i>
Männerhosen	83	99 €	8217 €
Damenhosen	83	79 €	6 557 €
Kinderhosen	41	49 €	2 009 €
			16 783€

2. Wareneinsatz für 1 Jahr (Preis zum Zeitpunkt des Einkaufs, bearbeitete Hose)

<i>Modell</i>	<i>Stück</i>	<i>Preis</i>	<i>Gesamtpreis</i>
Männerhosen	1 000	99 €	99 000 €
Damenhosen	1 000	79 €	79 000 €
Kinderhosen	500	49 €	24 500 €
			202 500 €

1. Produktionskosten für 1 Monat

<i>Modell</i>	<i>Stück</i>	<i>VK-Preis</i>	<i>Gesamtpreis</i>
Männerhosen	83	199 €	16 517 €
Damenhosen	83	149 €	12 367 €
Kinderhosen	41	99 €	4 059 €
			32 943€

2. Produktionskosten für 1 Jahr

<i>Modell</i>	<i>Stück</i>	<i>VK-Preis</i>	<i>Gesamtpreis</i>
Männerhosen	1 000	199 €	199 000 €
Damenhosen	1 000	149 €	149 000 €
Kinderhosen	500	99 €	49 500 €
			397 500 €

Kosten an Hervis

Wie bereits erwähnt, gehen 20 % des Verkaufserlöses/Hose an unseren Partner, welcher die Hose verkauft. Daraus ergeben sich folgende Kalkulationen:

Provisionsmodell für 1 Monat

Modell	Stück	20 %	Gesamtpreis
Männerhosen	83	199 € x 20 % = 39,80 €	3 303,40 €
Damenhosen	83	149 € x 20 % = 29,80 €	2 473,40 €
Kinderhosen	41	99 € x 20 % = 19,80 €	811,80 €
			<hr/>
			6 588,60 €

All jene Hosen, welche am Ende eines Monats bei Hervis nicht verkauft werden, verbleiben im Lager und es wird versucht, diese Hosen im nächsten Monat zu verkaufen. Am Ende eines Jahres werden alle Produkte, die nicht verkauft worden sind, an den gemeinnützigen Verein Issba übergeben. Die Provision an Hervis bleibt jedoch immer gleich, egal wie viele Hosen wann über den Ladentisch gehen.

Provisionsmodell für 1 Jahr

Modell	Stück	20 %	Gesamtpreis
Männerhosen	1 000	199 € x 20 % = 39,80 €	39 800 €
Damenhosen	1 000	149 € x 20 % = 29,80 €	29 800 €
Kinderhosen	500	99 € x 20 % = 19,80 €	19 800 €
			<hr/>
			89 400 €

Im nächsten Jahr versuchen wir außerdem, die Absatzzahlen zu steigern und so mehr Gewinn zu machen.

Reingewinn berechnet für 1 Monat

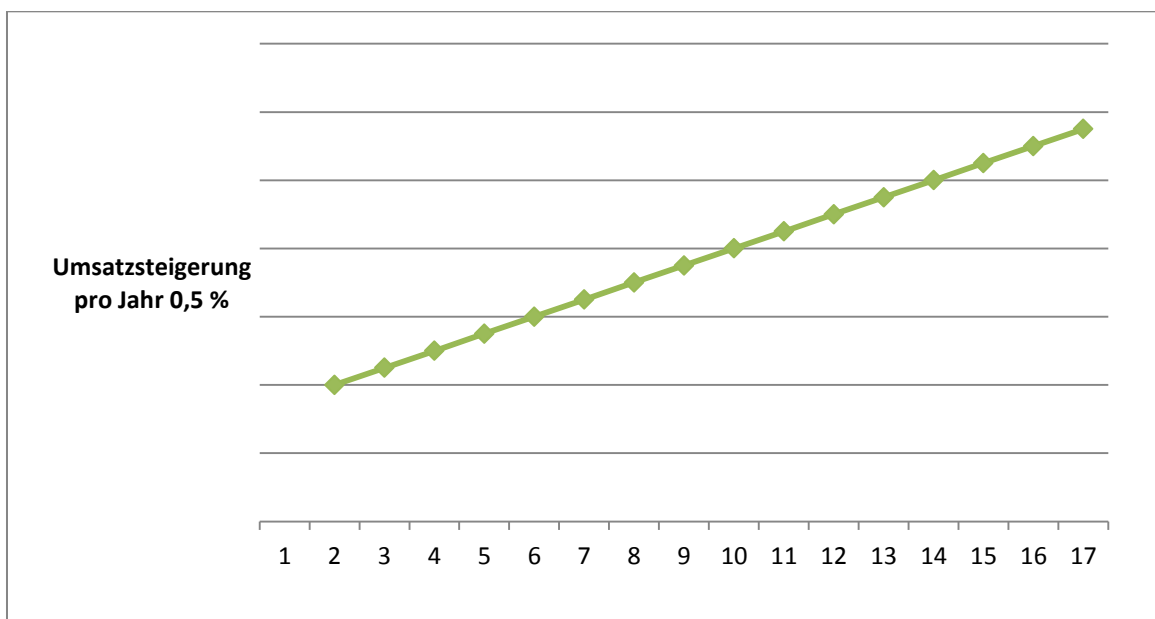
Einnahmen	99 210 €
- Ausgaben	- 32 943 €
- Wareneinsatz	- 16 783 €
- Verkaufsprovision Hervis	- 6 588,60 €
<hr/>	
Gewinn	42 895,40 €

Reingewinn berechnet für 1 Jahr

Einnahmen	1 193 500 €
- Ausgaben	- 397 500 €
- Wareneinsatz	- 202 500 €
- Verkaufsprovision Hervis	- 89 400 €
Gewinn	504 100 €

Umsatzsteigerung im nächsten Jahr

Wie es den operativen Zielen zu entnehmen ist, möchten wir unseren Umsatz um 0,5 % pro Jahr steigern. Diese Steigerung möchten wir vor allem durch gezielte Werbekampagnen, Marketing usw. erlangen (→ siehe dazu Punkt Marketing) Dies lässt sich am besten an folgendem Diagramm veranschaulichen:



7. Wichtige Schritte

Zentrale Meilensteine Zeitplan für das Eröffnungsjahr (Beginn: 1.1.2012)

Wie dem folgenden Zeitplan zu entnehmen ist, gibt es einige wichtige Schritte im Jahr 2012 (= Jahr der Eröffnung) zu erledigen. So müssen wir uns rechtzeitig um die notwendigen Gespräche mit der Bank kümmern, Versicherungen sowie den Mietvertrag abschließen. Außerdem dürfen wir nicht vergessen, die notwendigen Maßnahmen für ein zielgruppenorientiertes Marketing zu setzen, wie zum Beispiel Zeitungsinserate aufgeben oder die Internetpräsenz fertigzustellen. Am Ende des ersten Jahres, wenn die Hürden die im Rahmen der Eröffnung angefallen sind, überwunden sind, versuchen wir den jährlichen Ab-/Umsatz zu steigern und so unsere Unternehmen längerfristig am Markt zu positionieren.