

B U S I N E S S P L A N



molemental GmbH (in Gründung)
Hotterweg 63
7000 Eisenstadt

Mag. Petra Ott
+43 699 10 23 29 95
info@molemental.com

September 2017

INHALTSVERZEICHNIS	Seite
1. GESCHÄFTSIDEE	4
2. DIE GRÜNDER	4
3. RECHTSFORM	4
4. EXKURS: AUTISMUS	5
5. PRODUKTBESCHREIBUNG „SCHLAUE BOX“	5
6. KUNDENNUTZEN	8
7. ENTWICKLUNGSSTAND	9
8. ZIELGRUPPEN	10
9. KONKURRENZ	10
10. MARKT	10
10.1. Marktpotenzial	10
10.2. Markteintritt	10
10.3. Marktanteil	11
11. MARKETING	12
12. TEAM/ORGANISATION/GESCHÄFTSMODELL	13
13. WIRTSCHAFTLICHSRECHNUNG	15
13.1 Erlösplanung	15
13.2 Wareneinsatzplanung/Deckungsbeitrag	16
13.3. Personalplanung	17
13.4. Sonstiger Aufwand	18
13.5. Planung Sachanlagen/Erstausstattung Lager/Betriebsmittelkredit	19
13.6. Gewinn und Verlustrechnung	20
13.7. Kapitalbedarfsrechnung/Finanzierung	21

1. GESCHÄFTSIDE

Hallo! Ich bin Max!" *Ich bin ein besonderer Junge. Ich bin anders, als die anderen Kinder. Ich bin Asperger Autist. Ich bin oft ungeschickt, kann die Gefühle der anderen Kinder nicht verstehen und mich gar nicht konzentrieren. Oft werde ich dafür auch gehänselt. Aber mithilfe der „Schlaue Box“ kann ich mein Leben in der Schule meistern und auch meine Eltern und LehrerInnen verstehen mich besser...*

Die „Schlaue Box“ wurde von Mag. Petra Ott gemeinsam mit ihrem Sohn Fabian entwickelt und bietet eine visuelle Strukturhilfe für Kinder mit Autismus, ADHS und Verhaltensauffälligkeiten als Unterstützung für Zuhause und in der Schule oder Kindergarten. Dadurch kann der Alltag für die Kinder im privaten und schulischem Alltag leichter bewältigt werden. Die „Schlaue Box“ stellt eine wertvolle Arbeitshilfe für Eltern und PädagogInnen dar, um das betroffene Kind besser verstehen, motivieren und anleiten zu können.

Petra Ott mit der „Schlaue Box“



Bei der Entwicklung der „Schlaue Box“ ist die eigene persönliche Erfahrung von Petra Ott und ihrem Sohn Fabian - der Asperger Autist ist - eingeflossen. Weiters hat sich Frau Ott auch beruflich mit dem komplexen Thema auseinandergesetzt.

Sie hat in den letzten Monaten viel Zeit und ca. € 80.000,-- in die Entwicklung der „Schlaue Box“ investiert, viele Gespräche mit Experten, Pädagogen und Eltern geführt und dabei festgestellt, dass es ein sehr großes Interesse und einen sehr hohen Bedarf für das Produkt gibt. Aus diesem Grund hat sie sich entschlossen, das Projekt „Schlaue Box“ umzusetzen.

2. DIE GRÜNDER

Mag. Petra Ott, geb. 5.2.1981, wohnhaft in Eisenstadt, ist selbständige Mentaltrainerin, Unternehmerin und alleinerziehende Mutter von zwei Kindern (Fabian Ott, geb. 21.4.2003 und Niklas Ott, 5.5.2006).

Frau Ott hat über 8 Jahre Verkaufserfahrung als Gebiets- und Accountmanagerin in großen Unternehmen der Gesundheitsbranche. Sie hat das Studium für Konfliktmanagement an der UMCA Murcia abgeschlossen und ist auch ausgebildete Diplomkrankenschwester.

Fabian Ott besucht derzeit die 5. Klasse des Gymnasiums Kurzwiese in Eisenstadt.

Mit der „Schlaue Box“ sind Petra und Fabian Ott Preisträger bei der „Startup Challenge Burgenland“ geworden und haben den „Innovationssiegel“ der Innovationspartnerschaft Österreich erhalten.

Mag. Petra Ott



Fabian Ott



3. RECHTSFORM

Frau Ott hat die „Schlaue Box“ bisher als Einzelunternehmerin geführt. Frau Ott möchte das Unternehmen jetzt auf eine breitere Basis stellen und das Unternehmen ab 2018 als GmbH weiterführen führen.

Frau Ott wird als Geschäftsführerin fungieren und plant auch einen Finanzierungspartner im Unternehmen aufzunehmen.

Sitz des Unternehmens soll Eisenstadt sein.

4. EXKURS: AUTISMUS

Bei Autismus handelt es sich um eine Entwicklungsstörung, die Auswirkungen darauf hat, wie sich eine Person verhält, kommuniziert, mit anderen Menschen in Beziehung tritt und die Umwelt wahrnimmt. Autismus wird oft auch als Informations- und Wahrnehmungsverarbeitungsstörung bezeichnet. Dieser Begriff verdeutlicht, dass Menschen mit Autismus-Spektrum-Störung (ASS) Informationen, die sie in der Umwelt wahrnehmen, auf andere Art und Weise verarbeiten.

Im derzeit gültigen Diagnosekatalog der Weltgesundheitsorganisation (ICD-10) wird zwischen frühkindlichem Autismus, Asperger-Syndrom und atypischem Autismus unterschieden. Die Entscheidung, um welche Form es sich handelt, ergibt sich durch das Vorhandensein bestimmter Symptome und Verhaltensweisen.

Internationalen Schätzungen zufolge ist ungefähr 1 % der Gesamtbevölkerung eines Landes von einer Autismus-Spektrum-Störung betroffen. (Quelle: Autistenhilfe Österreich)

5. PRODUKTBESCHREIBUNG „SCHLAUE BOX“

Allgemeine Produktbeschreibung

Die „Schlaue Box“ bietet eine visuelle Strukturhilfe für Kinder, durch die der Alltag im privaten und schulischem Alltag leichter bewältigt werden kann. Durch die Anwendung erhält das Kind Sicherheit und Information über den Tagesablauf. Die „Schlaue Box“ besteht im Wesentlichen aus einer grafisch aufbereiteten Metalltafel, auf der mit Magnettafeln der Tagesablauf strukturiert dargestellt werden kann.

Die „Schlaue Box“ beinhaltet klare und eindeutig verständliche Symbole und Werkzeuge, die sich sowohl daheim als auch in der Schule auf vielfältige Weise einsetzen lassen. Die beinhalteten Anleitungshilfen vereinfachen die Kommunikation in vielen Situationen. Ergänzt wird die Box durch ein Beiheft mit Praxistipps und Tricks zum Thema Autismus. Weiters enthält die Box nützliche Werkzeuge, die es den Kindern ermöglichen, ihre Gefühle besser zu erkennen und zum Ausdruck zu bringen, um stressbehafteten Situationen vorzubeugen.

Aufgrund der guten Struktur der „Schlaue Box“ ist keine persönliche Einschulung notwendig. Für die Kunden steht ein Handbuch und eine On-Line Video Anleitung zur Verfügung. Weiters ist geplant, auch Webinare zum Produkt „Schlaue Box“ anzubieten.

Derzeit wird die „Schlaue Box“ in zwei Varianten angeboten:

- Edition für Schulen
- Edition für Eltern

Die Schlaue Box – Edition für Schulen

Die Schuledition besteht aus folgenden Elementen:

- Strukturtafel für die Schule
- Die sieben Wochentage
- Uhrzeiten
- Stimmungsbarometer: Wie geht es mir heute?
- Unterrichtsgegenstände: Deutsch, Englisch, Mathematik, etc.
- Arbeitsformen: Einzel-, Gruppenarbeit, etc.
- Leerkarten zur freien Gestaltung
- Abstimmungskarten: Ich sage Nein!
Ich sage Ja!
- Stopptafeln
- Lärmscheibe
- Lautstärkenampel
- Organisationstafeln
- Anti-Stress-Bälle
- Das Molemental M(W)ut-Buch

Bild „Schlaue Box“ - Schuledition



Die Schlaue Box Edition für Kinder und Eltern

- Strukturtafel für Daheim
- Die sieben Wochentage
- Uhrzeiten
- Stimmungsbarometer: Wie geht es mir heute?
- Aufgabenkarten
- Tagescheckliste
- Leerkarten zur freien Gestaltung
- Abstimmungskärtchen: Ich sage Nein!
Ich sage Ja!
- Stopptafeln
- Lärmscheibe
- Lautstärkenampel
- Organisationstafeln
- Anti-Stress-Bälle
- Das Molemental M(W)ut-Buch

Die Schlaue Box – weitere Werkzeuge und optionales Zubehör

- Handpuppe MAX zur Erleichterung der Kommunikation
- uvm.



Produkte in Planung

Derzeit werden mit der „Schlaue Box“ vor allem Schüler der Pflichtschulen angesprochen. Kurz- und mittelfristig werden noch folgende Produkte entwickelt:

- Die Schlaue Box Kindergartenedition
- Die Schlaue Box NMS und Gymnasium
- Die Schlaue Box für unterwegs
- Das (W)Mutbuch (schon beim Korrektorat)

- und ein weiteres neues Tool für demenzerkrankte Personen und deren Angehörige und Pflegeeinrichtungen ist die Schlaue Box für Demenzerkrankte Menschen.

6. KUNDENNUTZEN

Da es in Österreich wenig Begleitung und Förderung für Familien mit autistischen Kindern in der Schule gibt und es in den Bundesländern sehr unterschiedlich gehandhabt wird, soll die „Schlaue Box“ eine einfache und wesentliche Erleichterung für das betroffene Kind und sein Umfeld bieten.

Gewisse Strukturen im Alltag sowie kontinuierlich ausgeübte Rituale bilden einen stabilen Rahmen, der im Grunde jedem Kind bei der Entfaltung seiner Selbständigkeit und Persönlichkeit hilft. Das Besondere an Kindern mit Asperger- Autismus ist, dass diese oft sogar aus eigenem Antrieb heraus nach exakten Regeln und Abfolgen suchen, nach denen sie ihr Verhalten und ihre Handlungen ausrichten können. Einfach deshalb, weil ihnen diese klar definierten Regeln inneren Halt, Orientierung im Alltag – und somit mehr Sicherheit geben.

Vielen betroffenen Kinder fällt es schwer, zwischenmenschliche Stimmungen richtig zu deuten. Auch aus ihrer Verhaltensroutine herausgerissen zu werden, wird oft als unerträgliche innere Spannung empfunden. Eine plötzliche Veränderung, beispielsweise die harmlose Anweisung „Kommt, wir bilden einen Sesselkreis!“, reicht dann unter Umständen schon aus, um einen Gefühlsoverflow zu erzeugen, der sich in einem für Außenstehende schwer nachvollziehbaren Aggressionsausbruch entladen kann.

Mit der Box stehen nützliche Werkzeuge zur Verfügung, die es den Kindern ermöglichen, ihre Gefühle besser zu erkennen und zum Ausdruck zu bringen, um

stressbehafteten Situationen vorzubeugen. Außerdem stellt sie eine wertvolle Arbeitshilfe für Eltern und PädagogInnen dar, um das betroffene Kind besser verstehen, motivieren und anleiten zu können.

Zusammengefasst bietet die „Schlaue Box“ folgenden Vorteil für Eltern, Kinder und Pädagogen:

- Die „Schlaue Box“ ist eine visuelle Strukturhilfe, die Kindern bei der selbständigen Bewältigung von Aufgaben und Herausforderungen im Alltag unterstützt - daheim und in der Schule
- Die „Schlaue Box“ erleichtert Kindern, Eltern und PädagogInnen den Alltag
- Die „Schlaue Box“ gibt Sicherheit, reduziert Stress und hilft beim Umgang mit Verhaltensauffälligkeiten
- Die „Schlaue Box“ schafft Verständnis und Vertrauen für bestmögliche Integration gibt Sicherheit, reduziert Stress und hilft beim Umgang mit Verhaltensauffälligkeiten
- Die „Schlaue Box“ schafft ist eine flexibel erweiterbare Schatztruhe an Wissen sowie umfangreiche pädagogische Werkzeugsammlung für Schulen und Familien
- Die „Schlaue Box“ bietet dem Kind auf visuelle, nonverbale Weise die Möglichkeit, sich rechtzeitig auf eine Situation einzustellen - das hilft gegen Stress in der Schule
- Die „Schlaue Box“: Ein Blick genügt – schon ist klar, was der Tag so an Herausforderungen mit sich bringt - ohne die Anweisungen lesen zu müssen
- Die „Schlaue Box“ erhöht die Chance auf eine funktionierende Eingliederung in das Schul- und Familiensystem.
- Die „Schlaue Box“ wird laufend weiterentwickelt und kann jederzeit nach Bedarf erweitert und ergänzt werden
- Die „Schlaue Box“ bereitet die Kinder nicht nur gut auf die Schule, sondern vor allem auch auf das Leben vor, fördert die Selbständigkeit und schafft Selbstbewusstsein

7. ENTWICKLUNGSSTAND

- Die ersten Prototypen sind fertig und mit Experten abgestimmt. Das Verpackungsdesign ist in der Endphase.
- Ein renommierter und international erfahrener Spielzeughersteller wird die Produktion übernehmen wird und eine erste Tranche von verkaufsfertigen Produkten herstellen
- Ein Musterschutz der „Schlaue“ Box für Österreich ist angemeldet

8. ZIELGRUPPEN

Für die „Schlaue Box“ in der derzeitigen Ausführung lassen sich *zwei Zielgruppen* darstellen:

- Eltern mit autistischen Kindern, Kindern mit ADHS und Kindern mit Konzentrationsstörungen
- Institutionelle Einrichtungen wie Schulen (Volksschulen, Pflichtschulen Unterstufen) sowie Kinderpsychiater und Kinderkliniken

9. KONKURRENZ

Im gesamten deutschsprachigen Raum gibt es keinen Mitbewerber, der spezielle Strukturhilfen für autistische Kinder anbietet. Eltern und Pädagogen basteln sich selbst mögliche Systeme und behalten diese für sich.

Es gibt für autistische Kinder Betreuungsprogramme, die durch die „Schlaue Box“ nicht ersetzt werden sollen. Diese Betreuungsprogramme in den Schulen sind mit einem sehr hohen Aufwand verbunden, da es meist 1:1 Maßnahmen sind, in der ein Pädagoge immer ein Kind anleitet. Die „Schlaue Box“ soll diese Betreuungsarbeit erleichtern und ergänzen.

10. MARKT

10.1. Marktpotenzial

Internationalen Schätzungen zufolge ist ungefähr 1 % der Gesamtbevölkerung eines Landes von einer Autismus-Spektrum-Störung betroffen. Für Österreich sind bislang keine exakten Häufigkeitszahlen vorhanden und es können nur die internationalen Schätzungen herangezogen werden. Anhand dieser Daten kann man davon ausgehen, dass in Österreich ca. 87.000 Kinder, Jugendliche und Erwachsene mit Autismus-Spektrum-Störung leben. Es sind viel mehr Jungen bzw. Männer als Mädchen bzw. Frauen betroffen (Quelle: Autistenhilfe Österreich).

Marktpotenzial Eltern und Kinder

Ausgehend von diesen Werten kann man ableiten, dass in Österreich ca. 8.000 Schüler und (6-14 Jahre) von Autismus betroffen sind und als potenzieller Markt für die bisher entwickelten Produkte in Frage kommen. Für die Schweiz kann ein ähnlicher Wert wie in

Österreich angesetzt werden. Für Deutschland wird der Faktor 10 als Marktpotenzial angesetzt.

Marktpotenzial Schulen

Pädagogen, die das Produkt kennengelernt haben, haben bekanntgegeben, dass die „Schlaue Box“ für jede Schulklasse in der Pflichtschule eingesetzt werden kann, da aufgrund der immer schnelllebigeren Gesellschaft viele Kinder mit der Konzentration Probleme haben. Dadurch ergibt sich alleine an den Schulen in Österreich ein Potential von über 4.000 Schulen, die dafür in Frage kommen. Dabei sind die einzelnen Klassen noch nicht hochgerechnet. Für die Schweiz wird ein ähnlicher Wert angenommen. Für Deutschland wird hier wieder der Faktor 10 angesetzt.

10.2. Markteintritt

Nach Fertigstellung des Produktes und der Entwicklung eines professionellen On-Line-Auftrittes (Homepage, Web-Shop) soll in einem ersten Schritt der deutschsprachige Raum für Privatkunden bearbeitet werden.

Bei den institutionellen Kunden liegt im ersten Jahr der Focus auf dem österreichischen Markt. Nach den Erfahrungen in Österreich sollen spätestens ab 2019 die Märkte in der Schweiz und in Deutschland entwickelt werden.

Mittelfristig soll das Produkt weiter internationalisiert werden

Es ist auch geplant, weitere Produkte zu entwickeln (Angebot für Kindergärten und Erwachsene,..), sodass das Marktpotenzial weiter ausgebaut werden kann.

10.3. Marktanteil

Auf Basis der geführten Gespräche mit Experten und der durchgeführten Marktrecherche werden für die bestehenden Produkte („Schlaue Box für Schüler in der Pflichtschule) mittelfristig folgende Marktanteile angestrebt:

Privatkunden (Schüler 6-14 Jahre)

Land	Marktpotenzial	Marktanteil in %	Marktanteil in Stück
Österreich	8.000	15 %	1.200
Schweiz	8.000	5 %	400
Deutschland	80.000	5 %	4.000

Institutionelle Kunden (Pflichtschulen)*

Land	Marktpotenzial	Marktanteil in %	Marktanteil in Stück
Österreich	4.000	30 %	1.200
Schweiz	8.000	10 %	800
Deutschland	40.000	10 %	4.000

- *Dabei wird nicht berücksichtigt, dass Schulen mit mehreren Klassen auch Bedarf an mehreren Stück pro Schule haben können*

11. MARKETING

Image/Positionierung

Die „Schlaue Box“ soll als hochqualitative, pädagogisch wertvolle Lern- und Lebenshilfe für autistische Kinder positioniert werden. Die „Schlaue Box“ soll als führende Marke etabliert werden und diese Stellung durch regelmäßige Innovationen halten und ausbauen.

Preispolitik

Der Endpreis des Produktes wird mit € 410 netto angestrebt. Es ist geplant, für Privatkunden Ratenzahlungsmodelle anzubieten (mit Finanzierungspartner). Für Großkunden werden Rabattstaffelungen angeboten.

Die Bezahlung wird mittels Vorkasse, Nachnahme, Kreditkarten, Paypal und Bankeinzug möglich sein.

Werbung/Kommunikation

Die Bewerbung des Produktes soll durch folgenden Maßnahmen erfolgen:

- PR Arbeit
 - o Pressekonferenzen
 - o Presseaussendungen
 - o PR-Auftritte (TV Auftritte bei Puls 4 und „Licht ins Dunkel“ bereits fixiert)
- Social Media
 - o Facebook
 - o Twitter
 - o Google
- Vorträge bei Seminaren, Work-Shops und Experten
- Artikel in Fachzeitschriften

- Einbindung von Autismusvereinen und -organisationen
- Darstellung von Testimonials
- Direct Mailings an Schulen, Landesschulräte, Ministerien, pol. Vertreter, ...
- Empfehlungsmarketing

Verkauf/Logistik

Der Verkauf an Privatpersonen soll im deutschsprachigen Raum On-Line erfolgen. Ein professioneller Web-Shop sollte von externen Partnern zugekauft und von diesen auch betreut werden.

Der Verkauf an institutionelle Kunden und Unternehmen erfolgt grundsätzlich ebenfalls über den Web-Shop. Mögliche Großkunden (Key-Accounts) werden von Frau Ott in Österreich selbst betreut.

12. TEAM/ORGANISATION/GESCHÄFTSMODELL

Das Unternehmen möchte sich in erster Linie auf die Kernkompetenzen wie Produktentwicklung, Kundenservice, Werbung und Verkauf konzentrieren.

Folgende Bereiche sollen daher ausgelagert werden:

Produktion

Die Produktion wird an ein Unternehmen der HAPE AG, einem weltweit agierenden, renommierten Hersteller von Spielwaren ausgelagert. Für die HAPE AG ist soziale, gesellschaftliche und ökologische Verantwortung ein wichtiger Teil ihrer Firmenphilosophie. Erste Gespräche mit Frau Ott haben bereits stattgefunden und sich als sehr positiv gestaltet. Die HAPE AG könnte mittelfristig auch als international agierender Vertriebspartner auftreten (in über 50 Ländern aktiv).

Logistik/Lagerhaltung

Logistik und Lagerhaltung werden ebenfalls ausgelagert. Erste Gespräche hat es bereits mit einem Unternehmen aus Wiener Neustadt gegeben. Dieses Unternehmen würde den Versand und die Lagerung der Produkte vornehmen.

IT, Steuerberatung, Recht

IT (Betreuung Homepage, Web-Shop), Recht und Steuerberatung sollen an professionelle Partnerfirmen ausgelagert werden.

Kaufmännisches Know-How

Als Ergänzung zur Geschäftsführung von Frau Ott ist geplant, in der Startphase einen externen Berater für kaufmännische Aufgaben zu beschäftigen. Mittelfristig und bei entsprechender Geschäftsentwicklung soll ein kaufmännischer Geschäftsführer installiert werden.

13. WIRTSCHAFTLICHRECHNUNG

Die Wirtschaftlichkeitsrechnung wurde über 4 Jahre beginnend mit dem Geschäftsjahr 2018 erstellt.

Bei der Planrechnung wird der zukünftig zu erzielende Erlös den Aufwendungen gegenübergestellt. Inflationsbedingte Preissteigerungen und kollektivvertragliche Gehaltserhöhungen wurden weder auf der Einnahmenseite noch auf der Ausgabenseite berücksichtigt.

13.1 Erlösplanung

Bei der Erlösplanung wurde angenommen, dass die angestrebten Marktanteile innerhalb von 4 Jahren erreicht werden. Der Nettoerlöse pro Stück wurde aufgrund der Rabattstaffelung bei institutionellen Kunden niedriger als der geplante Verkaufspreis angesetzt.

	Plan 1.Q.18	Plan 2.Q.18	Plan 3.Q.18	Plan 4.Q.18	Plan GJ 2018	Plan GJ 2019	Plan GJ 2020	Plan GJ 2021
Privatkunden Österreich								
Verkaufspreis pro Stück netto	410	410	410	410	410	410	410	492
Anzahl verkaufte Stück	10	30	30	90	160	240	300	300
Nettoerlöse Privatkunden Österreich	4.100	12.300	12.300	36.900	65.600	98.400	123.000	147.600
Institutionelle Kunden Österreich								
Verkaufspreis pro Stück netto	400	400	400	400	400	400	400	400
Anzahl verkaufte Stück	0	60	15	60	135	360	420	480
Nettoerlöse Institutionelle Kunden Österreich	0	24.000	6.000	24.000	54.000	144.000	168.000	192.000
Privatkunden Ausland								
Verkaufspreis pro Stück netto	410	410	410	410	410	410	410	410
Anzahl verkaufte Stück	0	90	90	90	270	960	1.200	1.440
Nettoerlöse Privatkunden Ausland	0	36.900	36.900	36.900	110.700	393.600	492.000	590.400
Institutionelle Kunden Ausland								
Verkaufspreis pro Stück netto	400	400	400	400	400	400	400	400
Anzahl verkaufte Stück	0	0	60	90	150	600	1.200	1.800
Nettoerlöse Institutionelle Kunden Ausland	0	0	24.000	36.000	60.000	240.000	480.000	720.000
Verkaufte Stück gesamt								
Anzahl verkaufte Stück Österreich gesamt	10	90	45	150	295	600	720	840
Anzahl verkaufte Stück Ausland gesamt	0	90	150	180	420	1.560	2.400	3.240
Anzahl verkaufte Stück gesamt	10	180	195	330	715	2.160	3.120	4.080
Nettoerlöse gesamt								
Nettoerlöse Österreich gesamt	4.100	36.300	18.300	60.900	119.600	242.400	291.000	339.600
Nettoerlöse Ausland gesamt	0	36.900	60.900	72.900	170.700	633.600	972.000	1.310.400
Nettoerlöse gesamt	4.100	73.200	79.200	133.800	290.300	876.000	1.263.000	1.650.000

13.2 Wareneinsatzplanung/Deckungsbeitrag

Wareneinsatz

Beim Wareneinsatz wurde ein Einkaufspreis von € 150,-- pro Stück angenommen, der jetzt schon erreicht wird. Aufgrund der Gespräche mit dem Produktionspartner kann davon ausgegangen werden, dass der geplante Einkaufspreis durch die höheren Mengen weiter reduziert werden kann.

Bezogene Leistungen (Fracht)

Nach Rücksprache mit dem Logistikpartner werden pro Stück Versandkosten (Handling, Porto, Verpackung) € 15,-- pro Stück für Lieferung in Österreich angesetzt. Im Ausland werden € 25,-- pro Stück angesetzt.

In der Planung sind keine Erlöse für den Ersatz der Frachtkosten durch die Kunden angesetzt.

in €	Plan 1.Qu.18	Plan 2.Qu.18	Plan 3.Qu.18	Plan 4.Qu.18	Plan 2018	Plan 2019	Plan 2020	Plan 2021
Nettoerlöse Österreich	4.100	36.300	18.300	60.900	119.600	242.400	291.000	339.600
Nettoerlöse Ausland	0	36.900	60.900	72.900	170.700	633.600	972.000	1.310.400
Nettoerlöse	4.100	73.200	79.200	133.800	290.300	876.000	1.263.000	1.650.000
Kundenskonto	0	0	0	0	0	0	0	0
Sonstige Erträge	0	0	0	0	0	0	0	0
Wareinsatz	-1.500	-27.000	-29.250	-49.500	-107.250	-324.000	-468.000	-612.000
Bezogene Leistungen (Fracht)	-150	-3.600	-4.425	-6.750	-14.925	-48.000	-70.800	-93.600
Rohrertrag	2.450	42.600	45.525	77.550	168.125	504.000	724.200	944.400
<i>in % der Nettoerlöse</i>	60%	58%	57%	58%	58%	58%	57%	57%

13.3. Personalplanung

Bei der Personalplanung wurde von folgenden Werten ausgegangen:

Name	Funktion	Plan 1.Qu.18	Plan 2.Qu.18	Plan 3.Qu.18	Plan 4.Qu.18	Plan 2018	Plan 2019	Plan 2020	Plan 2021
Geschäftsführung									
Mag. Ott Petra	Geschäftsführung	-14.785	-14.785	-14.785	-14.785	-59.141	-78.854	-91.997	-91.997
Geschäftsführung gesamt		-14.785	-14.785	-14.785	-14.785	-59.141	-78.854	-91.997	-91.997
Personalaufwand Mitarbeiter									
NN	Kundenservice	-9.825	-9.825	-13.100	-13.100	-45.850	-45.850	-45.850	-45.850
N.N.	Administration	0	0	-9.170	-9.170	-18.340	-36.680	-36.680	-36.680
N.N.	Werbung	0	0	0	0	0	-45.850	-45.850	-45.850
NN	Kundenservice	0	0	0	0	0	0	-45.850	-45.850
N.N.		0	0	0	0	0	0	0	0
Personalaufwand gesamt		-9.825	-9.825	-22.270	-22.270	-64.190	-128.380	-174.230	-174.230
Personalaufwand extern									
NN	kfm. Beratung	-6.000	-6.000	-6.000	-6.000	-24.000	-36.000	-48.000	-60.000
Personalaufwand externe		-6.000	-6.000	-6.000	-6.000	-24.000	-36.000	-48.000	-60.000
PERSONALAUFWAND GESAMT		-30.610	-30.610	-43.055	-43.055	-147.331	-243.234	-314.227	-326.227

13.4. Sonstiger Aufwand

Bei den Sonstigen Kosten wurden folgende Annahmen getroffen:

- Das Unternehmen mietet ein Büro mit ca. 50 m² in Eisenstadt
- Die Geschäftsführung erhält für ihre Verkaufsaktivitäten einen Leasingfahrzeug
- Das Lager wird beim Logistikpartner geführt
- In der Anfangsphase fallen noch überdurchschnittliche Kosten für Unternehmensgründung, Werbung und Produktweiterentwicklung an

	Plan 1.Qu.18	Plan 2.Qu.18	Plan 3.Qu.18	Plan 4.Qu.18	Plan 2018	Plan 2019	Plan 2020	Plan 2021
Steuern, soweit nicht vom Ertrag								
Beiträge, Gebühren und Umlagen	-300	-300	-300	-300	-1.200	-1.800	-2.400	-3.000
Sonstige Gebühren und Abgaben	-300	-300	-300	-300	-1.200	-1.800	-2.400	-3.000
Instandhaltung								
Instandhaltung Maschinen und Geräte	-150	-150	-150	-150	-600	-600	-600	-600
Geringwertige Wirtschaftsgüter	-300	-300	-300	-300	-1.200	-1.200	-1.200	-1.200
Versicherungen								
Versicherungsaufwand	-900	-900	-900	-900	-3.600	-6.000	-7.200	-8.400
Reise- und Fahraufwand								
Fahrt- und Reisenspesen	-900	-900	-900	-900	-3.600	-4.800	-6.000	-7.200
Betriebskosten								
Betriebskosten Büro/Lager	-600	-600	-600	-600	-2.400	-3.600	-4.800	-6.000
KFZ Aufwand								
Instandhaltung KFZ	-600	-600	-600	-600	-2.400	-2.400	-2.400	-2.400
Treibstoff	-1.200	-1.200	-1.200	-1.200	-4.800	-6.000	-7.200	-8.400
KFZ Versicherung	-600	-600	-600	-600	-2.400	-2.400	-2.400	-2.400
Leasinggebühren	-1.500	-1.500	-1.500	-1.500	-6.000	-6.000	-6.000	-6.000
Post und Telekommunikation								
Telefon	-300	-300	-300	-300	-1.200	-1.800	-2.400	-3.000
Porto	-300	-300	-300	-300	-1.200	-1.800	-2.400	-3.000
Internet	-300	-300	-300	-300	-1.200	-1.800	-2.400	-3.000
Mietaufwand								
Mietaufwand	-1.800	-1.800	-1.800	-1.800	-7.200	-7.200	-9.600	-9.600
Büroaufwand								
Büromaterial und Drucksorten	-600	-600	-600	-600	-2.400	-3.600	-4.800	-6.000
IT Aufwand	-1.500	-1.500	-1.500	-1.500	-6.000	-7.200	-8.400	-9.600
Spesen des Geldverkehrs								
Bankspesen	-600	-600	-600	-600	-2.400	-3.000	-3.600	-4.200
Aufwand für Werbung								
Werbung	-15.000	-9.000	-3.000	-3.000	-30.000	-24.000	-36.000	-48.000
Rechts- und Beratungsaufwand								
Rechtsberatung	-1.500	-1.500	-1.500	-1.500	-6.000	-6.000	-6.000	-6.000
Buchhaltungs- und Steuerberatung	-1.500	-1.500	-1.400	-3.500	-7.900	-8.000	-9.100	-10.200
Diverse Aufwendungen								
Gründungsaufwand	-5.000	0	0	0	-5.000	0	0	0
Entwicklungsaufwand	-9.000	-9.000	-6.000	-6.000	-30.000	-24.000	-36.000	-36.000
Sonstige	-900	-900	-900	-900	-3.600	-4.800	-6.000	-7.200
SONSTIGER AUFWAND GESAMT	-45.650	-34.650	-25.550	-27.650	-133.500	-126.200	-164.500	-188.400

13.5. Planung Sachanlagen/Erstausstattung Lager/Betriebsmittelkredit

Investitionen

Bei den Investitionen in Sachanlagen wurden folgende Nettowerte angesetzt:

Büroeinrichtung	€ 8.000,--
IT-Ausstattung	€ 10.000,--
<u>Homepage/Shoplösung</u>	<u>€ 12.000,--</u>
Gesamtinvestitionskosten	€ 30.000,--

Bei der Planung wurde pauschal eine Abschreibungsdauer von 5 Jahren angesetzt:

Erstausstattung Lager

Für die Erstausstattung Lager sind folgende Werte geplant:

100 Stück Elterndition	€ 15.000,--
100 Stück Schuledition	€ 15.000,--

In weiterer Folge werden die Lieferungen der Produktionsfirma an die Auftragseingänge angepasst werden, sodass das Lager niedrig gehalten werden kann.

Betriebsmittelkredit

Es wird angenommen, dass Privatkunden bei der Bestellung zahlen und daher kein sehr hoher Vorfinanzierungsbedarf in diesem Segment entstehen wird.

Zur Vorfinanzierung bei den Lieferungen an institutionelle Kunden wurde ein durchschnittlicher Betriebsmittelkredit in Höhe von € 30.000,-- mit 4 % Verzinsung im ersten Jahre angesetzt, der in den Folgejahren sukzessive erhöht wird.

13.6. Gewinn und Verlustrechnung

Aufgrund der angeführten Annahmen stellt sich die Gewinn- und Verlustrechnung wie folgt dar:

in €	Plan 1.Qu.18	Plan 2.Qu.18	Plan 3.Qu.18	Plan 4.Qu.18	Plan 2018	Plan 2019	Plan 2020	Plan 2021
Nettoerlöse Österreich	4.100	36.300	18.300	60.900	119.600	242.400	291.000	339.600
Nettoerlöse Ausland	0	36.900	60.900	72.900	170.700	633.600	972.000	1.310.400
Nettoerlöse	4.100	73.200	79.200	133.800	290.300	876.000	1.263.000	1.650.000
Kundenskonto	0	0	0	0	0	-17.520	-25.260	-33.000
Sonstige Erträge	0	0	0	0	0	0	0	0
Wareinsatz	-1.500	-27.000	-29.250	-49.500	-107.250	-324.000	-468.000	-612.000
Bezogene Leistungen (Fracht)	-150	-3.600	-4.425	-6.750	-14.925	-48.000	-70.800	-93.600
Rohertrag	2.450	42.600	45.525	77.550	168.125	486.480	698.940	911.400
<i>in % der Nettoerlöse</i>	60%	58%	57%	58%	58%	56%	55%	55%
Personalaufwand Lohn/Gehälter	-9.825	-9.825	-23.580	-23.580	-66.810	-128.380	-174.230	-174.230
Geschäftsführungsaufwand	-14.785	-14.785	-14.785	-14.785	-59.141	-78.854	-91.997	-91.997
Sonstiger Personalaufwand	-6.000	-6.000	-6.000	-6.000	-24.000	-36.000	-48.000	-60.000
Personalkosten	-30.610	-30.610	-44.365	-44.365	-149.951	-243.234	-314.227	-326.227
Abschreibungen	-1.500	-1.500	-1.500	-1.500	-6.000	-6.000	-6.000	-6.000
Steuern, soweit nicht vom Ertrag	-300	-300	-300	-300	-1.200	-1.800	-2.400	-3.000
Übrige Aufwendungen	-55.700	-38.700	-26.600	-30.700	-151.700	-144.800	-184.300	-221.400
Sonstige Aufwendungen	-56.000	-39.000	-26.900	-31.000	-152.900	-146.600	-186.700	-224.400
Betriebsergebnis	-85.660	-28.510	-27.240	685	-140.726	90.646	192.013	354.773
<i>in % der Nettoerlöse</i>					-48%	10%	15%	22%
Kontokorrentkredit	-300	-300	-300	-300	-1.200	-2.400	-3.200	-4.000
Finanzergebnis	-300	-300	-300	-300	-1.200	-2.400	-3.200	-4.000
Ergebnis d. gew. Geschäftstätigkeit	-85.960	-28.810	-27.540	385	-141.926	88.246	188.813	350.773
<i>in % der Nettoerlöse</i>					-49%	10%	15%	21%
Ertragssteuern	-125	-125	-125	-125	-500	-22.061	-47.203	-87.693
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	-86.085	-28.935	-27.665	260	-142.426	66.184	141.610	263.080
<i>in % der Nettoerlöse</i>					-49%	8%	11%	16%

13.7. Kapitalbedarfsrechnung/Finanzierung

Bei der Kapitalbedarfsrechnung wurden vom Cash-Flow 1 ausgehend die Kapitalkosten für Investitionen und Erstausrüstung Lager hinzugerechnet.

Der Kapitalbedarf aus dem Working-Capital ist dabei nicht berücksichtigt, soll aber wie oben erwähnt durch einen Betriebsmittelkredit abgedeckt werden.

in €	Plan 1.Qu.18	Plan 2.Qu.18	Plan 3.Qu.18	Plan 4.Qu.18	Plan 2018	Plan 2019	Plan 2020	Plan 2021
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	-76.035	-24.885	-25.305	4.620	-121.606	90.574	171.805	308.080
+ Abschreibungen	-1.500	-1.500	-1.500	-1.500	-6.000	-6.000	-6.000	-6.000
Cash-Flow 1	-74.535	-23.385	-23.805	6.120	-115.606	96.574	177.805	314.080
Investitionen	-30.000	0	0	0	-30.000	0	0	0
Erstausrüstung Lager	-30.000	0	0	0	-30.000	0	0	0
Kapitalbedarf	-134.535	-23.385	-23.805	6.120	-175.606	96.574	177.805	314.080
Kapitalbedarf kumuliert	-134.535	-157.920	-181.726	-175.606	-175.606	-79.032	98.773	412.853

Der Kapitalbedarf stellt sich demnach wie folgt dar:

Anlaufverluste	€ 120.000,--
Investitionen	€ 30.000,--
<u>Lager</u>	<u>€ 30.000,--</u>
Gesamt	€ 180.000,--

Der Kapitalbedarf soll durch die Beteiligung eines Finanzierungspartners finanziert werden.