

Businessplan

der **Töpferwerkstatt KREA(K)TIV** S-GmbH



der Sekundarschule „Am Baumschulenweg“ Genthin

Stand: 29.04.2011

Inhaltsverzeichnis

1. Projektvorstellung	3
2. Produkt und Dienstleistungen	4
2.1. Beschreibung	4
2.2. Wichtige Merkmale	4
2.3. Besonderheiten	4
2.4. Merkmale im Vergleich zu Konkurrenz	4
2.5. Kundennutzen	5
2.6. Erfüllung der Kundenwünsche	5
3. Markt und Wettbewerb	5
3.1. Zielgruppe	5
3.2. Wer kauft das Angebot?	5
3.3. Zusammensetzung der Kunden	5
3.4. der Gesamtmarkt	6
3.5. der relevante Markt	7
3.6. Wettbewerber	7
3.6.1. Konkurrenten	7
3.6.2. Preis der Konkurrenz	7
3.6.3. Stärken und Schwächen der Konkurrenz	7
3.6.4. Unterschiede zur Konkurrenz	8
4. Marketing und Vertrieb	8
4.1. Unsere Produkte	8
4.2. Preisgestaltung	8
4.3. Kommunikation	9
4.4. Werbemaßnahmen	9
4.5. Vertriebswege	9
5. Organisation	9
5.1. Bereich der Firma	9
5.2. Ablauf	10
5.3. Standort	10
5.4. Rechtsform	10
6. Unternehmerteam	10
6.1. Organigramm	11
7. Chancen und Risiken	12
7.1. Chancen	12
7.2. Risiken	12
8. Finanzierung	12
8.1. Gesamtnutzung vom 1. 1. 2006 - 31. 12. 2006	12
8.2. Kosten der Rohstoffe	13
8.3. Personalkosten	13
8.4. Kosten für Werbemaßnahmen	13
8.5. Weitere Kosten	14
8.6. Der erste Gewinn	14
8.6. Der erste Gewinn	14
9. Kapitalbedarf	14
9.1. Investition	14

1. Projektvorstellung

Die Geschäftsidee, das Herstellen von Keramikprodukten an unserer Schule in den Ganztagschulalltag zu integrieren, ergab eine Umfrage in allen Klassen. Das Interesse war und ist immer noch sehr groß. Da wir in unserer Schülerfirma kreativ und aktiv arbeiten, haben wir unserer Firma den Namen KREA(K)TIV gegeben. Die Rechtsform unserer Firma ist die S-GmbH. Jedes Mitglied steigt mit einem Startkapital von 5 Euro ein und ist gleichberechtigter Mitarbeiter bei allen Entscheidungen, die unsere Firma betreffen. Zurzeit arbeiten 14 Mitglieder: Helena, Annabell, Katharina, Darleen, Lucas, Thomas, Sebastian, Colin, Sarah, Justine, Teresa, Alina, Jonas und Jessica aktiv in der Firma mit. Das besondere an unserer Geschäftsidee ist, dass wir uns nicht auf ein spezielles Produkt beschränken, sondern dass die Produktpalette von A-Z vielseitig ist. Diese Vielfalt sichert ab, dass wir Produkte anbieten, die in Form, Farbe und Preis einen größeren Personenkreis anspricht. Das kreative Arbeiten mit dem Ton ist eine sinnvolle Beschäftigung der Schüler. Neben dem Töpfern für unsere Schüler wollen wir in unserer Werkstatt für Gäste und Interessenten öffnen. Bestellungen werden abgearbeitet, Kooperationen mit anderen Einrichtungen (Seniorenheim, KITAS.....). Der Sinn des Ganzen ist die Schüler auf das zukünftige Berufsleben vorzubereiten.

2. Produkt und Dienstleistungen

Wir haben eine Keramikwerkstatt, in der wir sehr viele individuelle Produkte herstellen.

Außerdem arbeiten wir Bestellungen ab und kooperieren mit anderen Einrichtungen, wie Seniorenheim, KITA und Sparkassen. Weiterhin geben wir unsere Erfahrungen und unser Wissen an Kunden und Töpfer-Anfänger weiter. Verkäufe finden in der Schule, Stadt und Sparkassen statt. Natürlich auch bei Events in der Umgebung.

2.1. Beschreibung

Wir stellen Produkte aus Ton her. Sie können mit normalem Ton modelliert oder mit Flüssig -Ton und einer Gießform gegossen werden. Nach dem ersten Mal brennen, werden die Produkte glasiert. Die Produkte werden oft gekauft und verschenkt. Ob Spardose, Tasse oder Blumentopf, sie sind alle sehr nützlich.

2.2. Wichtige Merkmale

Bestellungen werden angenommen, sorgfältig bearbeitet und im gegebenen Zeitraum fertig gestellt. Außerdem haben wir eine sehr große Auswahl an Glasuren. Weiterhin kann sich Jeder beim "Töpfern mit der Öffentlichkeit" mit dem Ton vertraut machen.

2.3. Besonderheiten

Wir haben qualitativ hochwertig Produkte und viele ausgefallene Farben, wie Kosmosblau, Kanariengelb, Feuerrot und Frühlingsgrün. Viele Produkte werden mit Gießformen hergestellt, dies sorgt für eine exakte Herstellung der Produkte.

2.4. Merkmale im Vergleich zu Konkurrenz

Wir bieten sehr gute Qualität für einen niedrigen Preis. Der Preis in einem Fachgeschäft liegt generell höher. Außerdem bieten wir kostenlosen "Unterricht" an.

2.5. Kundennutzen

Die Kunden genießen ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, freundliche Mitarbeiter und Verkäufer. Außerdem schnelle und sorgfältige Auftragsbearbeitung, sowie nette Betreuung, Auskunft und Hilfe beim "Töpfern mit der Öffentlichkeit".

2.6. Erfüllung der Kundenwünsche

Wir erfüllen die Wünsche mit unseren qualitativ hochwertigen Produkten. Mit Mühe und Sorgfalt bei der Produktion, kommen wir den Kundenanforderungen und Erwartungen entgegen. Außerdem gehen wir geduldig auf die Kunden und Töpfer-Anfänger ein.

3. Markt und Wettbewerb

3.1. Zielgruppe

Die erste Zielgruppe befindet sich größtenteils innerhalb der Schule, die Schüler, deren Eltern, Lehrer und technische Mitarbeiter.

Unsere zweite Zielgruppe sind die Erwachsenen außerhalb der Schule.

Außerdem wollen wir mit unseren Produkten auch Senioren, Kindergartenkinder und Grundschulkindern ansprechen, welche sich außerhalb der Schule befinden.

3.2. Wer kauft das Angebot?

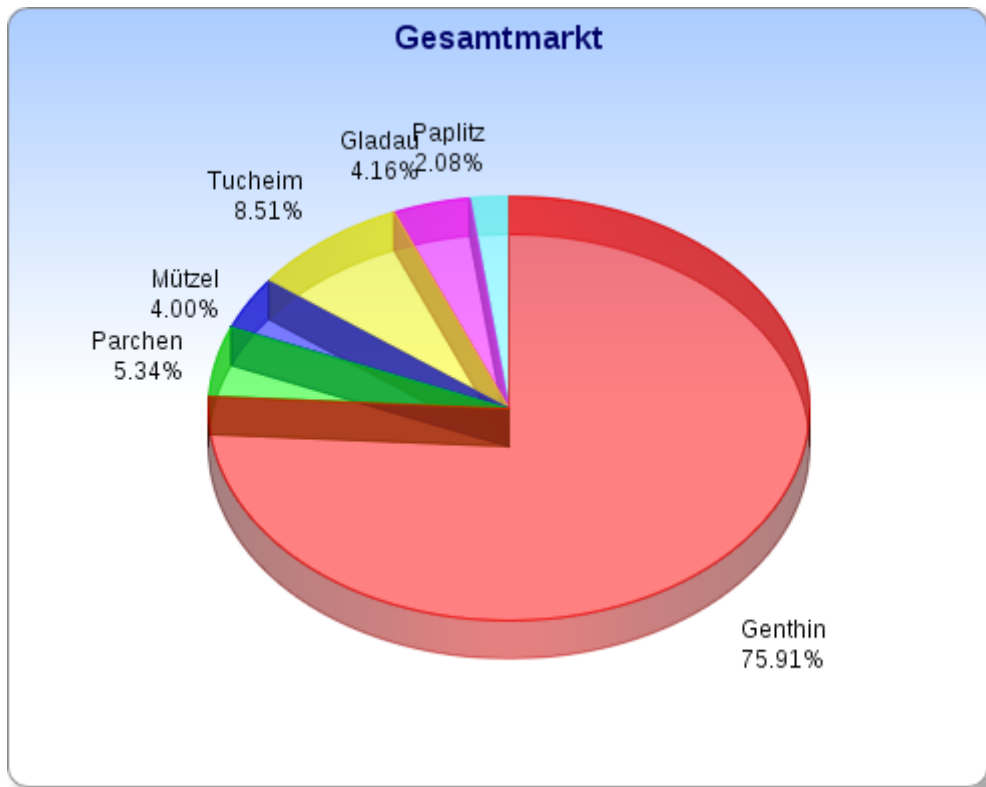
Das Angebot wird hauptsächlich von Kunden gekauft, die auf der Suche nach Geschenken oder nützlichen Gegenständen sind. Meistens sind es Senioren, Erwachsene oder Kinder.

3.3. Zusammensetzung der Kunden

Die Kunden setzen sich aus dem Alter von 6 bis 12 Jahren, 21 bis 54 Jahren und von 55 bis 99 Jahren zusammen. Überwiegend kaufen Frauen unsere Produkte. Die meisten Berufe unserer Kunden sind uns nicht bekannt.

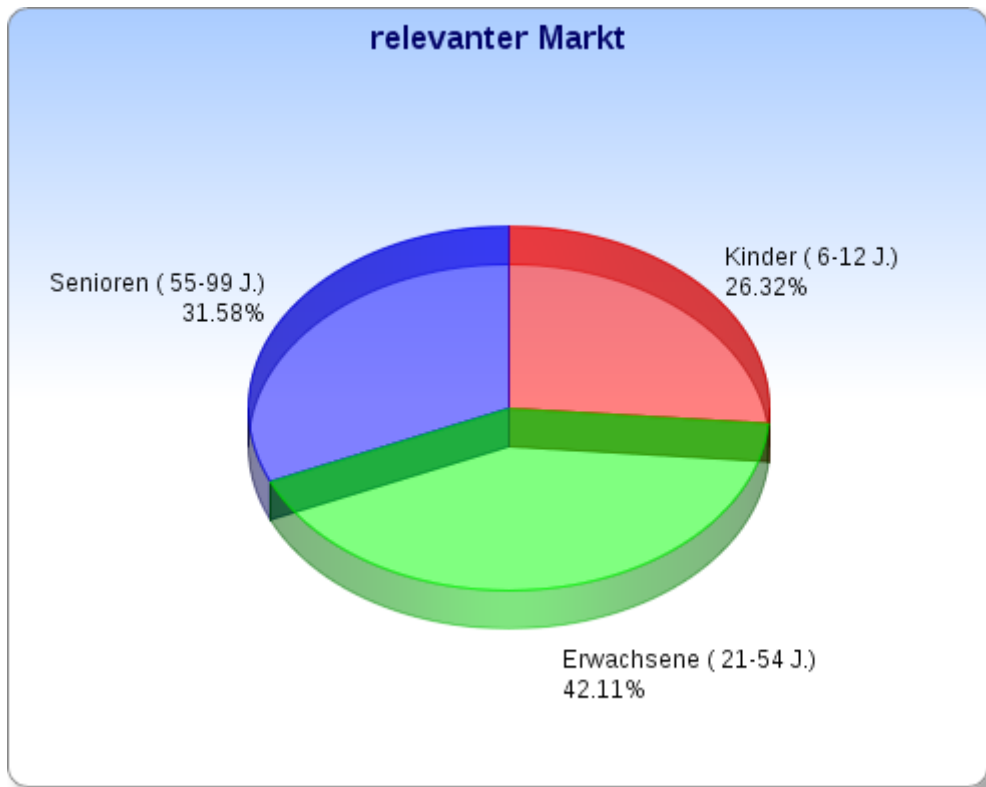
3.4. Der Gesamtmarkt

In Genthin und Umgebung leben ungefähr 15000 Einwohner.



Quelle: Stadt - Genthin.de

3.5. Der relevante Markt



Quelle: Unbekannt

3.6. Wettbewerber

3.6.1. Konkurrenten

Vergleichbare Produkte bietet die Töpfer- und Ladenwerkstatt in der Magdeburgerstraße an. Außerdem gibt es wenige Personen mit privaten Brennöfen, wie auch das Corneliuswerk in der Friedenstraße.

3.6.2. Preis der Konkurrenz

Die Preise der Konkurrenz liegen generell höher als bei unseren Produkten.

3.6.3. Stärken und Schwächen der Konkurrenz

Eine Stärke ist die Professionalität. Dagegen sind das niedrige Farbangebot und der hohe Preis eine Schwäche der Konkurrenz.

3.6.4. Unterschiede zur Konkurrenz

Wir töpfeln mit der Öffentlichkeit zum Nulltarif und nur die Ware wird bezahlt. Wir kooperieren mit KITAS, Grundschulen und Senioreneinrichtungen. Außerdem haben wir eine große Auswahl von Farben. Wir sind immer freundlich und verständnisvoll gegenüber unseren Kunden. Unsere Produkte haben eine gute Qualität und sind außerdem preiswert.



4. Marketing und Vertrieb

4.1. Unsere Produkte

Unsere Produkte sind qualitativ und hochwertig. Beim Brennen der Produkte wird stets auf die Brenntemperatur geachtet. Das Produkt wird erst gefertigt, dann trocknet es und anschließend wird es im Schrühbrand bei 900°C gebrannt. Nach dem Brennen wird das Produkt glasiert. Die Glasur muss auch trocknen und dann folgt der Glasurbrand bei einer Temperatur von 1050°C - 1160°C wird es nochmals gebrannt. Die Produkte werden auf Wunsch des Kunden in Klarsichtfolie eingepackt und mit einer Visitenkarte versehen. Für einen sicheren Transport stehen Zeitungspapier und Stoffbeutel zur Verfügung.

4.2. Preisgestaltung

Der Preis setzt sich aus dem Gewicht des Produktes, der Glasur und der eventuellen Nutzung von Gießformen zusammen. Bei der Konkurrenz sind die Preise generell höher, da sie davon leben müssen. Der Umsatz erhöht sich, je mehr das Produkt wiegt.

4.3. Kommunikation

Unsere Zielgruppe erfährt von unseren Produkten, indem bei jedem Verkauf Visitenkarten und Kataloge ausliegen. Außerdem machen wir durch Plakate und Zeitungsartikel auf uns aufmerksam.

4.4. Werbemaßnahmen

Wir planen Plakate, die meist eine Woche vor dem Verkauf angebracht werden, Zeitungsartikel und T-Shirts mit dem Firmennamen Visitenkarten und Kataloge, sowie Kundenkarten. Die Plakate werden mit Hand hergestellt, das Papier wird von der Schule gestellt.



4.5. Vertriebswege

Die Kunden können unsere Produkte bei Schulverkäufen, bei Verkäufen auf dem Marktplatz, sowie in Banken, auf Stadtfesten und Flohmärkten erwerben. Die Produkte gelangen per Direktverkauf an den Kunden. Für den Vertrieb beauftragen wir keine externen Partner, sondern übernehmen dieses selber, so entstehen auch keine weiteren Kosten.



5. Organisation

5.1. Bereich der Firma

In unserer Firma sind fünf Bereiche: - Allgemeine Verwaltung - Lager
- Finanzabteilung
- Marketing
- Produktionsabteilung
- Ein-Verkaufsabteilung

In unserer Ein- und Verkaufsabteilung arbeiten Annabell, Darleen und Justine. In der Marketingabteilung arbeiten Katharina und Teresa. Das ganze Team arbeitet in der Produktionsabteilung. Die Chefs dieser Abteilung sind Lucas und Helena. In der Allgemeinen Verwaltung - Lager arbeiten Colin, Annabell und Sebastian. In der Finanzabteilung arbeiten Annabell, Thomas und Colin. Neben einer Grundausstattung, einer Keramikwerkstatt, stehen uns ein Brennofen, ein Multifunktionsgerät, ein Laptop und eine Digitalkamera zur Verfügung.

5.2. Ablauf

Der Ton wird mit den Händen modelliert. Wenn man damit fertig ist, muss das Produkt erst einmal trocknen. Das ist ein Prozess von mehreren Tagen. Dann wird es im Brennofen gebrannt.

Nach dem brennen wird es glasiert mit Farbe und Pinsel. Nachdem die Glasur getrocknet ist wird das Produkt nochmals gebrannt. Dann ist es fertig. Die Materialien werden aus einem Katalog bestellt.

5.3. Standort

Der Standort der Firma ist die Schule, die sich am Rande eines Wohngebietes befindet und mit dem Bus einfach zu erreichen ist.

5.4. Rechtsform

Wir haben uns für die Rechtsform S-GmbH entschieden. Jeder Mitarbeiter zahlt mit Eintritt in die Firma einen Gesellschaftsanteil von 5 Euro. Diese Anteile bilden das Stammkapital unserer GmbH. Alle Mitarbeiter sind gleichberechtigte Partner.

6. Unternehmerteam

Unser Team hat 14 Mitglieder. Alle Mitglieder arbeiten in der Produktionsabteilung, weil die Nachfrage an Produkten sehr groß ist. Um die Nachhaltigkeit unserer Firma zu sichern, sind jederzeit neue Mitarbeiter erwünscht. Nach einer Probezeit von vier Wochen in den verschiedenen Abteilungen findet jeder seinen Platz im Team.



Die Schülerfirma KREA(K)TIV- S-GmbH

der

- Sekundarschule „Am Baumschulenweg“ –

- Ganztagschule -

stellt sich vor:

Geschäftsführerin



Helena
Trofimow
10. Klasse

Stellvertretende Geschäftsführerinnen



Katharina
Wunder
9. Klasse



Annabell
Tripke
9. Klasse

Pädagogische Begleiter

A. Rönck/ M. Beudt



Weitere Mitarbeiter/innen



Justine Reczek
10. Klasse



Darleen Friebe
9. Klasse



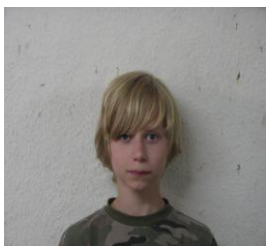
Teresa Nitzsche
9. Klasse



Jessica Schleef
8. Klasse



Sarah
Pflaumbaum
6. Klasse



Thomas
Runge
6. Klasse



Alina
Neer
6. Klasse



Sebastian Runge
5. Klasse



Colin Grundt
5. Klasse



Lucas Friebe
5. Klasse



Jonas Kowalski
5. Klasse

7. Chancen und Risiken

7.1. Chancen

Die größten Chancen der Firma sind die treuen Kunden und die Verkäufe. Wir nutzen diese Chancen, indem wir uns sehr um die Kundenzufriedenheit bemühen. Bei den Verkäufen bieten wir unsere besten Produkte an. Durch die aktive Arbeit unserer Schülerfirma in der Öffentlichkeit steigt das Ansehen der Schule.

7.2. Risiken

Bei der Umsetzung der Geschäftsidee könnte es Probleme mit dem Standort geben. Es könnte auch sein, das man Kunden verliert.

Um dieses zu verhindern sollten wir immer darauf bedacht sein, die Kunden glücklich zu machen und zufrieden zu stellen.

8. Finanzierung

8.1. Gesamtnutzung vom 1. 1. 2006 - 31. 12. 2006

Zeitraum	Einnahmen	Woher?	Ausgaben	Wofür?	Umsatz
1. Monat	218, 10 €	Verkäufe, GmbH Antl.	/	/	218, 10 €
2. Monat	260, - €	Verkäufe	86, 08 €	Rechnungen	346, 08 €
3. Monat	141, 71 €	Verkäufe, Zinsen	76, 28 €	Rechnungen	217, 99 €
4. Monat	128,- €	Verkäufe	72, 98 €	Rechnungen	200, 98 €
5. Monat	301, 92 €	Verkäufe, Soz. Komp.	140, 42 €	Rechnungen	442, 34 €
6. Monat	253, 94 €	Verkäufe, Zinsen	78, 29 €	Rechnungen	332, 23 €
7. Monat	309, 70 €	Verkäufe, Soz. Komp.	271, 22 €	Rechnungen	580, 92 €
8. Monat	75,- €	Soz. Komp.	/	/	75,- €
9. Monat	129, 76 €	Verkäufe, Zinsen	/	/	129, 67 €
10. Monat	46, 25 €	Verkäufe	170, 05 €	Rechnungen	221, 30 €
11. Monat	/	/	/	/	/
12. Monat	392, 28 €	Verkäufe, Zinsen	286, 40 €	Rechnungen	678, 68 €

Zeitraum	Einnahmen	Woher?	Ausgaben	Wofür?	Umsatz
1. Jahr	2256, 66 €	Verkäufe, Zinsen, Soz. Komp. GmbH Antl.	1335,25 €	Rechnungen	3591,91 €
2. Jahr	1093, 73 €	Verkäufe, Zinsen, Soz. Komp. GmbH Antl.	930, 80 €	Rechnungen	2024, 53 €
3. Jahr	1538, 62 €	Verkäufe, Zinsen, Soz. Komp. GmbH Antl.	1501, 11 €	Rechnungen	3039, 73 €
4. Jahr	1937, 57 €	Verkäufe, Zinsen, Soz. Komp. GmbH Antl.	974, 09 €	Rechnungen	2911, 66 €
5. Jahr	1548, 52 €	Verkäufe, Zinsen, Soz. Komp. GmbH Antl.	538, 21 €	Rechnungen	2131, 73 €

Erwarteter Umsatz vom Januar 2011 bis Ende Juni 2011: 1500 €.

Erwarteter Umsatz vom Ende August 2011 bis Ende Januar 2012: 2000 €.

8.2. Kosten der Rohstoffe

Rohstoffe	Kosten
80 Liter Schulton	76, 99 €
5 Glasuren	93, 45 €
10 Pinsel	20, 00 €
2 Gießformen	49, 40 €
10 kg Flüssig - Ton	20, 99 €

8.3. Personalkosten

Bei uns in der Schülerfirma wird halbjährig eine Lohnauszahlung durchgeführt. Aus dem Halbjahresgewinn berechnen wir unseren Stundenlohn.

8.4. Kosten für Werbemaßnahmen

Das benötigte Papier kostet nichts, denn es wird uns von der Schule gestellt. Laminierfolie kostet 5 €, Stifte kosten 4, 50 € und Tesafilm 2, 99 €. Das Bindematerial kostet 10 €. T - Shirts mit Druck kosten ca. 200 €. Insgesamt ca. 220 €.

Aus 8.2. und 8.4. ergeben sich voraussichtlich geplante Ausgaben von 482, 83 €.

8.5. Weitere Kosten

Wir müssen keine Mietkosten bezahlen, da wir den Standort in der Schule haben. Telefon - und Postgebühren werden ebenfalls von der Schule übernommen.

8.6. Der erste Gewinn

Den ersten Gewinn haben wir erwirtschaftet, als wir Produkte verkauft haben und mehr eingenommen haben als wir ausgegeben haben.

9. Kapitalbedarf

9.1. Investition

Jeder Mitarbeiter kauft sich mit 5 Euro in die Schülerfirma ein.

Der Gewinn ist abhängig von den Kunden und ihren Einkäufen. Die Schule hat uns als finanzielles Mittel einen Brennofen, einen Raum und einen Laptop zur Verfügung gestellt.