

Businessplan

GOGREEN

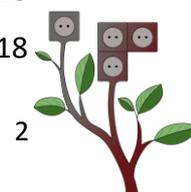
branch



Nicole Neureiter
Frederik Baldasty
Geiger Wolfgang

Inhalt

1.) Executive Summary	4
2.) Unternehmen	5
2.1) Unternehmensprofil	5
2.1.2) Standort	5
2.2) Geschäftsidee	6
2.3) Rechtsform/Unternehmensform	6
2.4) Firmenwortlaut und Logo.....	6
2.5) Eigentumsverhältnisse	7
2.6) Organisationsstruktur.....	8
2.2) Unternehmensziele	9
2.2.1) Langfristige Ziele	9
2.2.2) Kurzfristige Ziele	9
3.) Produkt.....	10
3.1) Produktdefinition	10
3.2) Kundennutzen	12
3.3) Weiterentwicklungspotential.....	13
4.) Branche und Markt.....	14
4.1) Branchenanalyse	14
4.1.1) Wachstum der Branche	14
4.2) Marktanalyse	14
4.2.1) Markteintrittsbarrieren	14
4.2.2) Gibt es ähnliche Produkte?.....	16
4.2.3) Lieferanten bzw. Kunden Abhängigkeit.....	16
4.3) Markt	17
4.3.1) Marktpotenzial (Österreich + Weltweit)	17
4.3.2) Marktwachstum.....	17
4.4.) Zielkunden	18
4.4.1) Kaufentscheidende Faktoren.....	18
4.4.2) Abhängigkeit	18
4.4.3) Erwartete Absatzzahlen.....	18



4.4.4) Erwarteter Gewinn	19
4.5) Wettbewerb	19
5.) Marketing	21
5.1) Zeitplan	21
5.2) Verkaufspreis.....	22
5.3) Marketingstrategien.....	22
5.3.1) Die eigene Firmenhomepage (Webdesign)	22
5.3.2) Suchmaschinenoptimierung.....	23
5.3.3) Onlinewerbung	23
5.3.4) Videos/ Fotos von unserem Unternehmen/Produkt.....	23
5.3.5) E-Mail Marketing:	23
5.3.6) Crowdfunding	24
5.4) Marketing- Kosten	26
5.5) Produktgarantie:.....	28
6.) Chancen und Risiken	29
6.1) SWOT – Analyse.....	29
6.2) Trends in der Branche:	30
7.) Planung	31
7.1) Investitionsplanung	31
8.) Quellenverzeichnis.....	46



1.) Executive Summary

Firmenname: GOGREEN

Produktname: branch

Jeder kennt das Alltagsproblem mit den Steckdosenleisten. Meist ist ein Steckplatz zu wenig vorhanden um das gewünschte Gerät zu verbinden. Die benötigten zusätzlichen Leisten verursachen Chaos vom Schreibtisch bis hin zum eigenen Heimkino. Wir bieten die Lösung für dieses Problem!

Unser Produkt, die GOGREEN branch, ist eine modulare Steckdosenleiste, das heißt sie besteht aus einzelnen Modulen welche beliebig aneinander gereiht werden können. GOGREEN branch zeichnet sich durch ansprechendes Design und durch Module mit verschiedenen Zusatzfunktionen, welche sich in moderne Häuser bzw. Wohnungen besonders gut einfügen aus.

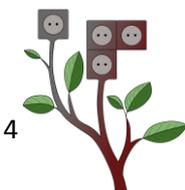
Unser Ziel ist es, die Anzahl der erhältlichen Zusatzmodule stetig zu erweitern. Von Anfang an erhältlich sind das USB-Steckmodul mit dem auf den Adapter für Handys verzichtet werden kann, ein Stromverbrauchsmesser der mittels Bluetooth angesteuert werden kann und ein Überspannungsschutzmodul das wertvolle Endgeräte wie zum Beispiel Flachbildschirme schützt.

Gefertigt wird unser Produkt aus dem Umweltfreundlichen Produkt WPC (englisch für Holz-Kunststoff-Verbundwerkstoffe). Dieser innovative Werkstoff vereint die guten Formgebungsmöglichkeiten von Kunststoffen und die Nachhaltigkeit von Holz. Zurzeit ist kein vergleichbares Produkt auf dem Markt erhältlich, was uns den wichtigen Aspekt der Monopol-Stellung einbringt.

Kreative, erfolgreiche Werbung und ein klares Marketingkonzept ist für unser, am Anfang sicherlich noch kleines, Unternehmen unverzichtbar. Um uns auf dem Markt etablieren zu können wollen wir uns intensiv mit dem Thema Marketing beschäftigen. Wir wollen sehr stark im Internet präsent sein und zudem auch auf Elektronikmessen vertreten sein.

Der Standort unseres Unternehmens wurde mit Deutschlandsberg so gewählt, dass die benötigten Lieferwege kurz und die Kosten gering sind. Außerdem ist die Verkehrsanbindung gut.

Mit unserem qualifizierten Team sind die benötigten Kompetenzen in unseren Unternehmen optimal abgedeckt. Geiger Wolfgang verfügt über Führungs- und Motivationstalente und wird deshalb die Geschäftsleitung übernehmen. Neureiter Nicole ist aufgrund ihrer Verlässlichkeit und Genauigkeit die optimale Person für den Kaufmännischen- sowie den Personalbereich. Baldasty Frederik ist wegen Erfahrung im technischen Bereich und seines Durchsetzungsvermögen für die Fertigung und Konstruktion zuständig.





2.) Unternehmen

2.1) Unternehmensprofil

Der Name unseres Unternehmens ist „GOGREEN GmbH“ und steht für umweltfreundliche, innovative, nützliche und ansprechende Produkte im Bereich der Steckdosenleisten.

Die Mitglieder des Teams sind:

- Baldasty Frederik
- Geiger Wolfgang
- Neureiter Nicole

Unsere Stärke im Team ist insbesondere die Kommunikation zwischen den Mitarbeitern. Aufgrund dessen ist eine gute Teamarbeit sowie gutes Arbeitsklima gewährleistet. Auch haben wir in unseren Team Spezialisten in den Bereichen Kreativität, Technik und Führungsmanagement.

2.1.2) Standort

Montagehalle mit Büro

Lage

Deutschlandsberg 8530

Objekt

Sehr gut gelegenes Gewerbeobjekt an der Landesstraße in Deutschlandsberg mit Montagehalle, Verkaufsraum bzw. Büroraum, Aufenthaltsraum, Dusche und WC. Zusätzlich ist auf dem Dach eine Vorrichtung zum Anbringen einer Werbetafel.

Vorteile:

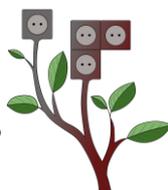
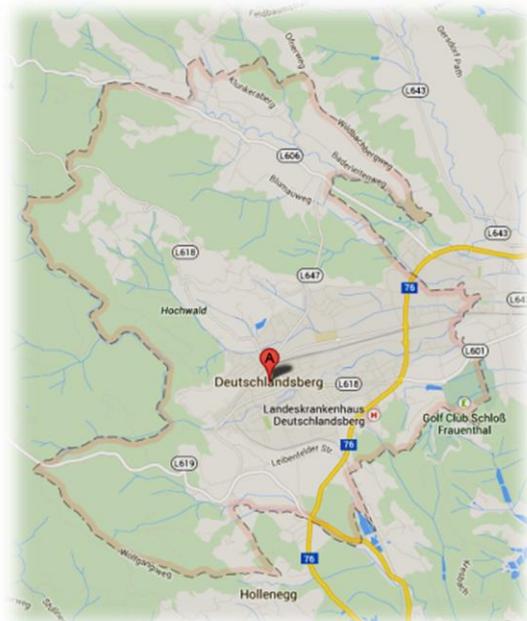
- reichlich Parkplätze
- große Rangierflächen
- direkt an der Landesstraße
- elektrisches Einfahrtstor zum Gelände

Objektdaten:

Nettomiete: 980€

Fläche: ca.113m²

Geschoß: Erdgeschoß



2.2) Geschäftsidee

Unsere Geschäftsidee ist mit unserem Unternehmen der GOGREEN GmbH eine modulare Steckdosenleiste zu produzieren und zu verkaufen, die wir über einen Webshop und Elektromärkte vertreiben wollen.

Wie unser Firmenname erkennen lässt setzen wir bei unserem Produkt auch auf umweltfreundlichen Materialien, denn WPC besteht aus Naturbaustoffen, die verschmolzen werden und dabei ihre natürlichen Eigenschaften bewahren. Da die Holzfasern ein Nebenprodukt in der Holzverarbeitenden Industrie sind, ist es ressourcenschonend, diese in einen Naturbaustoff weiter zu verarbeiten. Außerdem bewahrt der Einsatz von WPC vor der Abholzung von Regen- und Tropenwäldern und spart zusätzlich noch den Transportweg.

2.3) Rechtsform/Unternehmensform

Wir haben uns für die Unternehmensform Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) entschieden. Da bei dieser Unternehmensform die Haftung auf die Gesellschaft beschränkt bleibt und wir nicht mit dem eigenen Vermögen haften, ist sie perfekt für Zusammenschlüsse von Partnern und deswegen die beste Lösung für unser Unternehmen.

Zudem ist unser Risiko bis auf die Kapitaleinlage minimiert.

Die Stammkapital von 35.000,- und davon die Mindesteinlage in Bar von 17.500,- glauben wir aufbringen zu können.

Jeder von unserem Team besitzt die gleichen Anteile an GOGREEN, hat jedoch andere Zuständigkeitsbereiche.

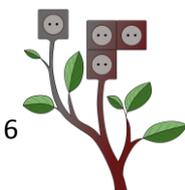
2.4) Firmenwortlaut und Logo

Der Name unseres Unternehmens lautet GOGREEN. Wir haben diesen Namen gewählt, weil wir großen Wert auf eine möglichst gute Umweltverträglichkeit unseres Produktes legen. Außerdem möchten wir, dass unsere Kunden durch den Einsatz unserer modularen Steckdosenleiste auf unzählige verschiedene Steckdosenleisten verzichten können und somit Kunststoff einsparen.

Wir nennen uns selbst das „GREEN Team“.

Das Unternehmen und die Dienstleistung sollen durch ein einzigartiges Logo eindeutig erkennbar sein. Daher finden sich in unserer Firmenlogo Zweige (*branch englisch für Zweig*), die für die Struktur unseres Produkts sowie die unterschiedlichen Module stehen die wir anbieten.

Abbildung 1 Firmenlogo



2.5) Eigentumsverhältnisse

Durch die Rechtsform GmbH wird festgelegt, dass, die Eigentumsverhältnisse unseres Unternehmens gleichmäßig auf die drei Gründer aufgeteilt sind. Somit ist jeder von uns zu einem Drittel Teilhaber.

Jeder Gründer bringt 10.000,-- in die Gesellschaft ein.

Damit haben wir bei der Gründung einer GmbH notwendige Stammeinlage in Bar von 17.500 € überschritten, da wir so 30.000€ in bar aufgebracht haben. Zudem wird ein Kredit über 40.000,-- aufgenommen. Darüber hinaus sind wir überzeugt durch Nutzung einer Crowdfunding Website (www.kickstarter.com) weitere 20.000,-- zu erhalten.

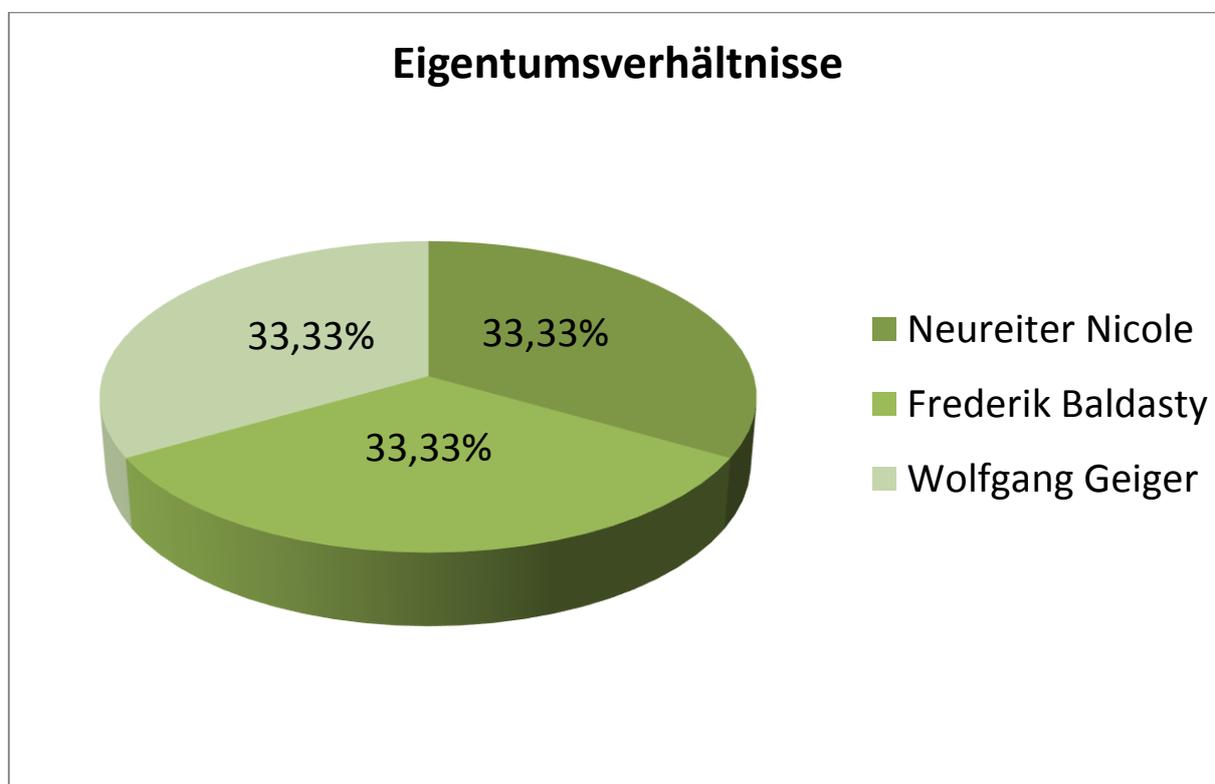


Abbildung 3 Eigentumsverhältnisse



2.6) Organisationsstruktur

Die Geschäftsführung in unserem Unternehmen übernimmt Wolfgang Geiger aufgrund seiner Führungstalente und guter Führungs- und Motivationsqualität. Zudem wird sich Wolfgang auch um Marketing und Kundenbetreuung kümmern. Nicole Neureiter ist auf Grund ihrer Qualifikation für den Kaufmännischen- sowie den Personalbereich zuständig.

Frederik Baldasty ist wegen seiner Erfahrung und Engagement für den Bereich der Konstruktion und Fertigung bestens geeignet.

Auch zu erwähnen ist, dass wir alle drei die HTBLA in Weiz besuchen und in der Abteilung Wirtschaftsingenieurswesen unseren Abschluss anstreben. Derzeit befinden wir uns in der Endphase der vierten Klasse und wollen nächstes Jahr mit diesem Businessplan in das Berufsleben einsteigen.



Geiger W.

Geschäftsführung,
Marketing &
Kundenbetreuung



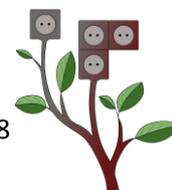
Baldasty F.

Konstruktion &
Fertigung



Neureiter N.

Kaufmännischer- &
Personalbereich



2.2) Unternehmensziele

Erste Schritte in Richtung Gründung:

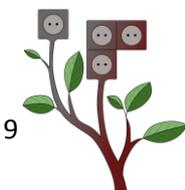
- Bis jetzt konnten regionale Produzenten für die benötigten Einzelteile, sowie passende Lieferanten überprüft und gefunden werden.
- Auch bei der Suche eines passenden Lager- und Montageplatzes wurden bereits Informationen gesammelt, wodurch wir auf den Hauptstandort Deutschlandsberg gestoßen sind.
- Durch die günstige Büro- bzw. Montagehalle einigten wir uns auf den WPC-Hersteller in St. Veit an der Glan, der nur 1,3h entfernt wäre und dadurch würden keine großen Lieferkosten auftreten.
- Bezüglich der Mitarbeiter, hat sich das GREEN-Team für den Anfang auf 2 Personen geeignet, die für den Zusammenbau unserer Produkte keine besonderen Qualifikationen benötigen.

2.2.1) Langfristige Ziele

Unser langfristiges Ziel auf 3 Jahre ist es, bereits ausreichend Gewinn erwirtschaftet zu haben, um deutlich in den Pluszahlen zu stehen. Damit soll es uns möglich sein eine Unternehmenserweiterung durchzuführen. Das bedeutet mehr Mitarbeiter, bessere Arbeitsverhältnis, sowie neue Module zur Erweiterung unseres Sortiments zu entwickeln und vielleicht sogar ein neues regional hergestelltes Produkt auf den Markt zu bringen.

2.2.2) Kurzfristige Ziele

Das Hauptziel unseres Produktes für das erste Jahr ist sehr simpel gehalten, wir wollen unserer Erzeugnis so gut wie möglich mit dem geringstmöglichen Kostenaufwand bewerben, d.h. wir werden Websites wie *Kickstarter* benutzen und mit viel Mundpropaganda arbeiten. Diese Strategie soll es uns ermöglichen für den Beginn viele Investoren und Kunden zu gewinnen. Durch unser breites Marketingprogramm wollen wir den Kontakt zu möglich vielen Kunden herstellen.



3.) Produkt

3.1) Produktdefinition

Bei unserem Produkt handelt es sich um eine *modulare* Steckdosenleiste. Sie unterscheidet sich durch die Erweiterbarkeit mit verschiedenen Module von gewöhnlichen Steckdosenleisten.

Die GOGREEN branch besteht aus verschiedenen Modulen, die miteinander verbunden werden. Ein Modul hat Steckplätze in je drei Richtungen zur Erweiterung der Steckdosenleiste. Die einzelnen Module werden über unseren Anschluss verbunden und durch eingebaute Magneten ausreichend fixiert. Die nicht benötigten Steckplätze werden durch mitgelieferte Kappen verschlossen.

Über eine eingebaute Sicherung im Anschlusskabel wird verhindert, dass ein zu hoher Strom durch unsere Steckdosenleiste fließt. Außerdem wird durch eine Eingebaute Kindersicherung in den Steckplätzen die Verletzungsgefahr minimiert.

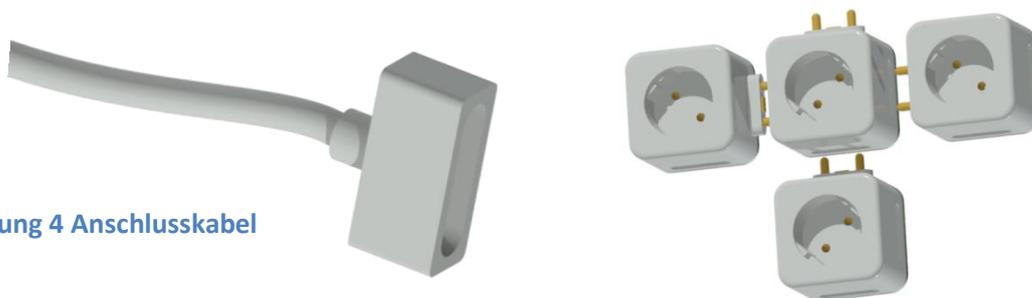


Abbildung 4 Anschlusskabel

Abbildung 5 Erweiterung der Leiste

Zudem hat unser Produkt das ansprechendste Design unter den Steckdosenleisten.

Das Gehäuse unserer Module besteht überwiegend aus WPC (englisch für Holz-Kunststoff-Verbundwerkstoffe).

Dieser innovative Werkstoff vereint die guten Formgebungsmöglichkeiten von Kunststoffen und die Nachhaltigkeit von Holz.

Darüber hinaus können unsere Module in den Farben matt weiß, matt schwarz, Grün, Blau erworben werden.

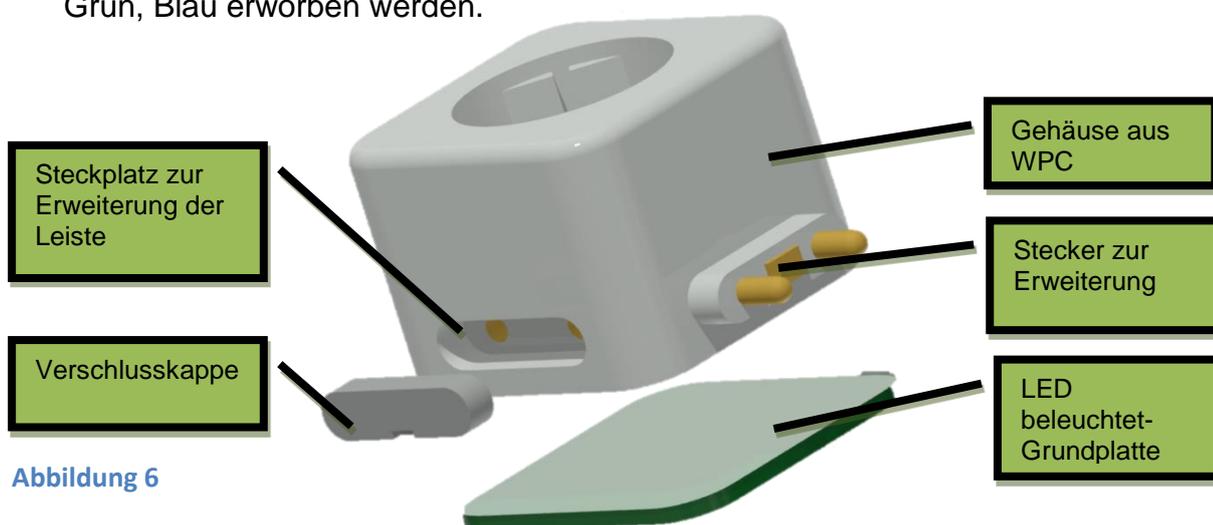
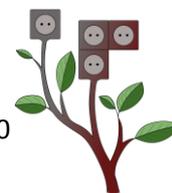


Abbildung 6

Aufbau eines Moduls

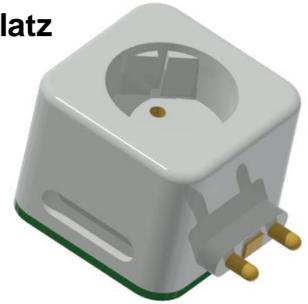


Zusätzlich können folgende Module erworben werden:

- **einfache Steckmodule zur Erweiterung um einen Steckplatz**

- **Name: branch extend**

Abbildung 8:branch extend



- **Module mit Sonderfunktionen:**

Wir bei GOGREEN entwickeln zusätzlich Module mit:

- 4 USB Steckplätzen zum Verbinden mit Geräten, die eine 5V Stromversorgung benötigen z.B. Smartphones und Tablets

Name: branch USB

Abbildung 9: branch USB



- eingebautem Überspannungsschutz zum Schutz von wertvollen Geräten wie z.B. Flachbildfernsehgeräten bei einem Blitzeinschlag

Name: branchprotect

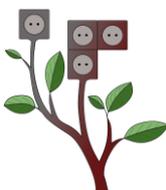
Abbildung 10: branch protect



- Bluetooth Empfänger zur Verbindung mit mobilen Endgeräten. Das ermöglicht das Ein- und Ausschalten, sowie das Auslesen des Stromverbrauchs mit einem Smartphone oder Tablet.

Name: branch smart

Abbildung 11: branch smart



Die wichtigsten Features unserer modularen Steckdosenleiste noch einmal zusammengefasst:

- Anschlussmöglichkeit für eine Vielzahl von Geräten wie z.B. PC, Unterhaltungselektronik, Haushalts- und Mobilgeräten in Industrie und privat.
- Modular erweiterbar und somit mit unzählige Verwendungsmöglichkeiten
- Modernes, ansprechendes und formschönes Design aus WPC(*englisch für Holz-Kunststoff-Verbundwerkstoffe*)
- Schutzkontakt-Steckdosen in 45°-Anordnung, daher auch geeignet für Winkelstecker
- Steckdose mit integrierter Kindersicherung
- Stecksystem: DE
- USB-Anschlüsse zum Laden von Mobilgeräten
- Modern und ansprechendes Design

3.2) Kundennutzen

Der Kundennutzen sehen wir klar in der Erweiterbarkeit, vielseitigen Verwendungsmöglichkeiten und dem Gefühl ein umweltfreundliches, modernes und innovatives Produkt zu besitzen.

Der große Vorteil gegenüber den am Markt präsenten Steckdosenleisten ist hauptsächlich die Möglichkeit der variablen Nutzung durch die verschiedenen Module. Zudem muss unser GOGREEN Branch wegen seines ansprechenden Aussehens nicht mehr hinter Gegenständen versteckt werden.

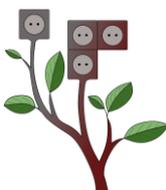
Unser Produkt passt sich somit den Bedürfnissen des Kunden perfekt an!

Ein Problem des Alltags wäre z.B. dass man bei handelsüblichen Steckdosenleisten, keine Steckplätze mehr, zu wenig bzw. zu viele hat. Mit unserer modularen Steckdosenleiste ist die Anzahl der Steckplätze für jeden einzelnen Kunden variabel und kann jederzeit beliebig verändert werden.

Ein wichtiger Gesichtspunkt der modularen Steckdosenleiste ist, dass sie nach jedem Modul in 3 Richtungen erweiterbar ist und somit gleich 3-mal so viele Steckplätze wie üblich zu Verfügung hat.

Zudem kann der Kunde jederzeit neue zeitgemäße und nützliche Module erwerben, welche sich in moderne Häuser bzw. Wohnungen besonders gut einfügen

Das sind z.B. das USB-Steckmodul mit dem auf den Adapter für Handys verzichtet werden kann, ein Stromverbrauchsmesser der mittels Bluetooth angesteuert werden kann und ein Überspannungsschutzmodul das wertvolle Endgeräte wie zum Beispiel Flachbildschirme schützt.

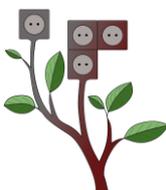


3.3) Weiterentwicklungspotential

Da wir nun mit unserem Produkt in die „Branche der Steckdosen“ eindringen gibt es natürlich einige Weiterentwicklungspotenziale. Alleine bei der Weiterentwicklung der bestehenden Module für unser Produkt bzw. neuer Module besteht großes Potenzial. Des Weiteren könnten wir ähnliche Produkte produzieren wie zum Beispiel dimmbare Steckdosen zum Dimmen von Lampen, weitere Bluetooth-kompatible Module und verschiedenste Produkte zur Vereinfachung der Stromverteilung.

Ein weiterer wichtiger Aspekt zur Weiterentwicklung könnte eine Kooperation mit einem großen Hersteller auf dem Elektromarkt sein. Zum Beispiel könnte das Unternehmen Samsung zusätzlich zu ihrem Smart-TV ein Starterpaket unseres Produkts verkaufen, das von uns an Samsung zum Selbstkostenpreis verkauft wird. Die dadurch erworbenen Kunden können sich so von unserem Produkt überzeugen und werden natürlich weitere Module von uns benötigen, um das Produkt, entsprechend ihren Anforderungen, vollständig benutzen zu können.

Logischerweise könnten wir durch Änderung des Netzanschlusses, entsprechend den landesspezifischen Vorschriften, auch in anderen Ländern weltweit unser Produkt auf den Markt bringen.



4.) Branche und Markt

4.1) Branchenanalyse

4.1.1) Wachstum der Branche

Das Wachstum in dieser Branche wird direkt von den Bedürfnissen unserer Kunden bestimmt, da wir so gut wie möglich auf jene Wünsche eingehen wollen, werden wir neue Module entwickeln wenn es unsere Finanzlage zulässt.

4.2) Marktanalyse

4.2.1) Markteintrittsbarrieren

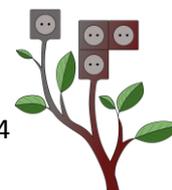


Technologie & Ressourcen:

Da es schon ansatzweise ähnliche Ideen dieses Produktes gibt, aber keine Idee davon umgesetzt wurde heißt das, dass keine Konkurrenz am Markt ist. Somit sollten hier Know-how-technisch keine Probleme bestehen.

Rechtliche & Marktspezifische:

- **Kapital**
Aufgrund unser Eigenkapital und durch die Finanzierung auf der Website www.kickstarter.com wollen wir schon eine gute Grundstabilität in unseren Finanzen erreichen, zusätzlich sollte mit einem Kredit unsere Ausgaben für den Beginn unseres Unternehmens Großteils gedeckt sein.
- **Human-Kapital**
Unsere Montageangestellten (2 Personen) benötigen keine besondere Qualifikationen um Ihre Aufgabe mit den nötigen Anforderungen zu erledigen.



- Rechtliche

Alle Patente sind bereits abgelaufen.

Veröffentlichungsnummer	DE2816729 A1
Publikationstyp	Anmeldung
Anmeldenummer	DE19782816729
Veröffentlichungsdatum	31. Okt. 1979
Eingetragen	18. Apr. 1978
Prioritätsdatum [?]	18. Apr. 1978
Erfinder	Hans Arnhold
Antragsteller	Kopp GmbH & Co Kg Heinrich
Zitat exportieren	BiBTeX , EndNote , RefMan
Referenziert von (1), Klassifizierungen (3), Juristische Ereignisse (3)	
Externe Links: DPMA , Espacenet	

Abbildung 12:
Patente

- Marktspezifische

-Es gibt keinen Vertreter des Produktes in Europa.

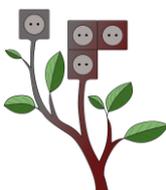
-Unsere Gewerbehalle liegt direkt neben der Landstraße somit ist eine gute Infrastruktur zu unseren Produzenten gewährleistet.

Ökologische:

Da wir sehr viel Wert auf unsere Umwelt legen produzieren wir unser Produkt aus Holz-Plastik (WPC), also können sie wenn sie nicht mehr gebraucht werden umweltfreundlich entsorgt werden.

Soziale:

Um eine hohe Kundenzufriedenheit zu erreichen wollen wir öfters neue Gadgets und Design auf den Markt bringen.



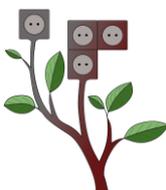


4.2.2) Gibt es ähnliche Produkte?

Ausreichende Recherchen im Internet ergaben, dass bereits für ein vergleichbares Produkt ein abgelaufenes Patent vorhanden ist, jedoch befindet sich derzeit keines dieser Produkte auf dem Markt. Durch den wesentlichen Unterschied zu den bestehenden Patenten wäre es von Vorteil, auch für unser Produkt ein Patent anzumelden, um Fälschungen oder ähnliches zu vermeiden. Und im Falle eines Exportes wird unser Produkt durch die Vielfalt der Module sowie durch die anpassbare Formgebung, oder auch das individuelle Design überzeugen.

4.2.3) Lieferanten bzw. Kunden Abhängigkeit

Da die Anfangsinvestitionen für die gewünschten Maschinen zu hoch wären, betreiben wir Outsourcing, somit ist eine hohe Lieferantenabhängigkeit gegeben. Aber durch das Marketing auf der Website www.kickstarter.com werden wir zuerst Kunden bzw. Investoren auftreiben und somit sind die ersten Kunden gesichert und die Abhängigkeit sinkt.



4.3) Markt

Für unser derzeitiges Produkt ist der Elektromarkt von Bedeutung, insbesondere der Markt für Steckendosenleisten.

Unsere Zielgruppe werden vor allem die normalen Haushalte ausfüllen aber auch jede Menge andere potenzielle Kunden, welche in den Bereichen Raumdesign, Stromverteilung, usw. beschäftigt sind, werden sich für unser Produkt interessieren.

4.3.1) Marktpotenzial (Österreich + Weltweit)

Haushalte in Österreich:

Für das Jahr 2013 ergab die Mikrozensus-Arbeitskräfteerhebung 3.705.000 Privathaushalte. Anstaltshaushalte (Pflegeheime, Gefängnisse, Internate usw.) sind ausgenommen.

Angenommen davon treffen ungefähr 40% in unsere Zielgruppe, wären immerhin noch 1.482.000 potenzielle Kunden allein in Österreich vorhanden.

Sollte dann nach gutem Einstieg in den Markt und nach Erreichen der genannten Ziele auch in das Ausland exportiert werden, würde die Anzahl der Kunden um ein Vielfaches steigen.

4.3.2) Marktwachstum

Da allgemein in der Elektroindustrie ein großer Aufschwung herrscht und ständig neue Produkte auf den Markt kommen, wird sicherlich auch unser Produkt das Interesse anderer Elektrogerätehersteller wecken. Dadurch wird sich eine gewisse Konkurrenz aufbauen und Konkurrenzprodukte werden am Markt vermehrt auftreten. Das größte Wachstumspotenzial in unserem Produkt befindet sich eindeutig in den verschiedenen Modulen. Im Laufe der Zeit werden wir natürlich daran arbeiten sie zu optimieren aber es werden auch neue praktische Module produziert, welche unsere Kunden ständig überzeugen werden. Dafür steht auch unser Slogan: Unser Produkt wächst mit den Anforderungen.



4.4.) Zielkunden

Unsere Zielgruppe ist grundsätzlich die Sparte Haushalt, jedoch werden wir auch mit einigen unserer Gadgets die „Technikinteressierten“ verführen.

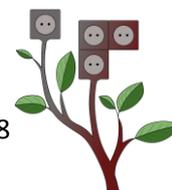
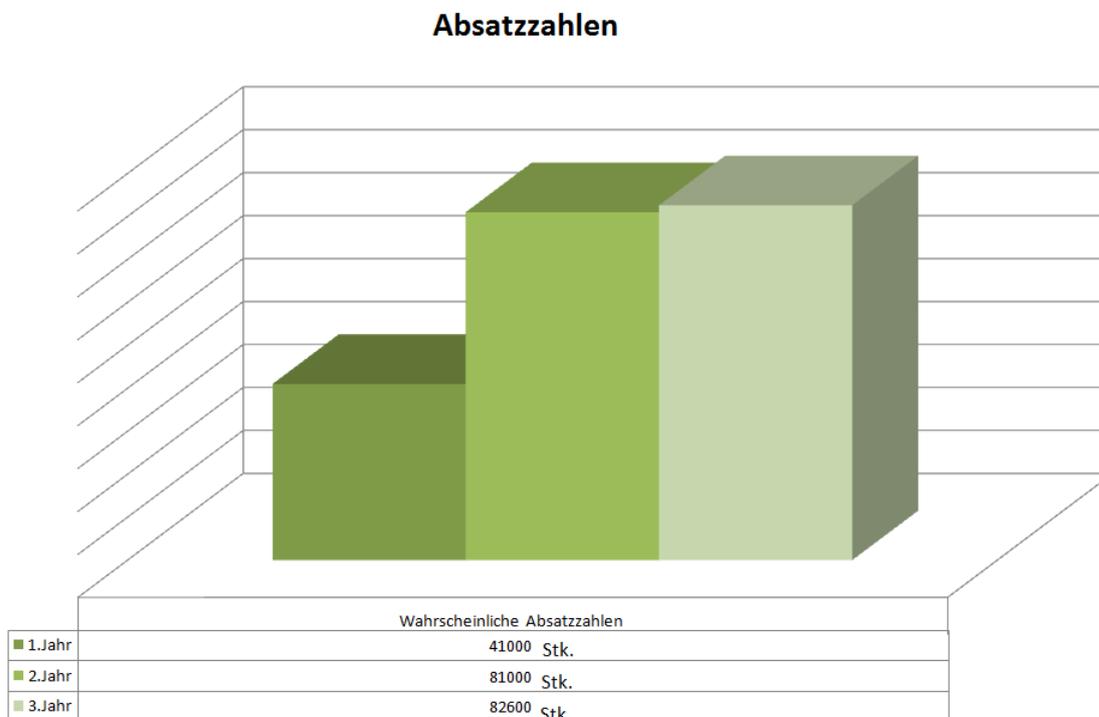
4.4.1) Kaufentscheidende Faktoren

Unsere modulare Steckdosenleiste ist modern und ansprechend. Mit Ihren verschiedenen Komponenten ist sie individuell erweiterbar bzw. mit anderen Gliedern kombinierbar. Unter anderem gibt es zum Erweitern ein USB-Steckglied, ein Steuerglied mit Verbrauchszähler und Bluetooth- Anbindung, ein Überspannungsschutzglied und natürlich normale Steckdosenglieder.

4.4.2) Abhängigkeit

Da wir nur eine Kundenzielgruppe haben, diese aber eine Riesige ist und jeder Haushalt eine Steckdose benötigt, dürfte die Abhängigkeit auf einer stabilen Lage gesichert werden.

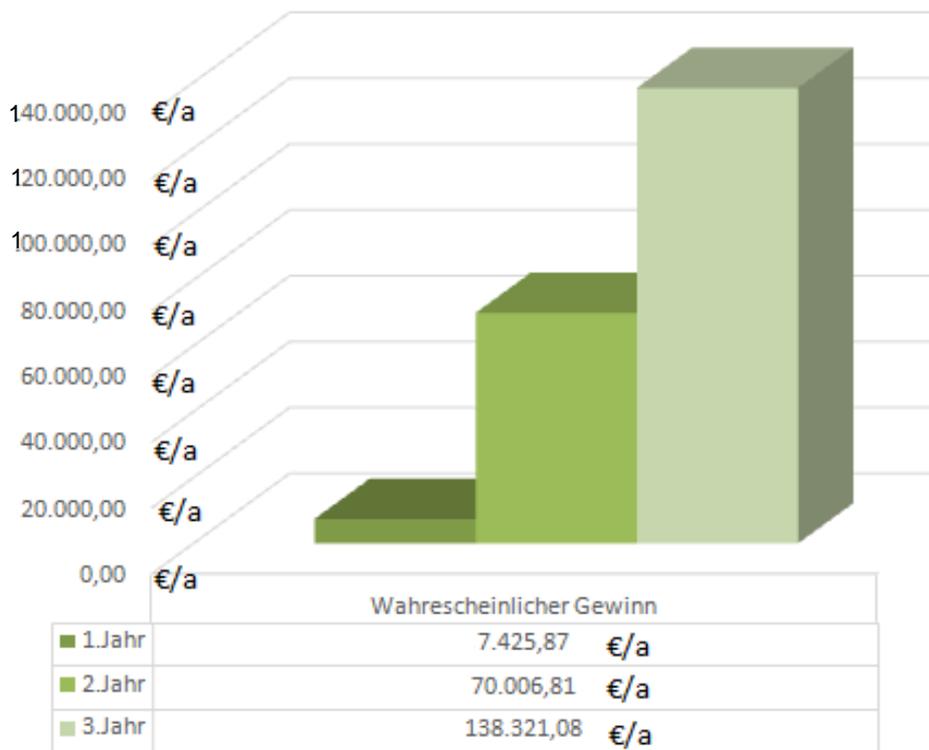
4.4.3) Erwartete Absatzzahlen





4.4.4) Erwarteter Gewinn

Gewinn



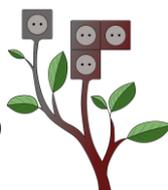
4.5) Wettbewerb

Für unser Produkt gibt es derzeit nicht wirklich einen Mitbewerber. Die jetzige Konkurrenz ist der Steckdosenleistenmarkt, welcher nur das Prinzip der Steckplatzverteilung in unserem Produkt darstellt. Derzeit sind diese fixen Steckdosenleisten unsere Mitbewerber, da sich noch keine Konkurrenz am Markt befindet, welche auf modulare Steckdosenleisten spezialisiert ist.

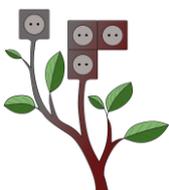
Abgrenzen könnte man sich durch die auftretende Konkurrenz der modularen Steckdosenleisten nach der Markteinführung Großteils durch die Einhaltung unserer ökonomisch-gestalteten Linie und durch ständiger Erneuerung der Module bzw. durch ganz neu entwickelte Module.

Die Stärke der Konkurrenz ist einfach die Bekanntheit ihrer Produkte und auch, dass sich der Kunde bis jetzt mit fixen Steckdosenleisten zufrieden geben hat.

Mit unseren Stärken sind wir so derzeit eindeutig im Vorteil, was heißt, dass wir in ziemlich allen Gesichtspunkten die „aktuelle Steckdosenleiste“ optimiert und erweitert



haben, was bedeutet dass unser Produkt damit eigentlich nicht mehr mit den derzeitig erhältlichen Leisten vergleichbar ist.



5.) Marketing

Kreative, erfolgreiche Werbung und ein klares Marketingkonzept ist für unser, am Anfang sicherlich noch kleines, Unternehmen unverzichtbar. Um uns in den Markt etablieren zu können wollen wir uns intensiv mit dem Thema Marketing beschäftigen.

Um unser Produkt erfolgreich vermarkten zu können ist es äußerst wichtig, dass die Menschen auf unser Produkt aufmerksam werden. Den ersten Schritt zur Bekanntmachung unseres Produkts wird die Präsentation auf der Crowdfunding-Website *kickstarter.com* sein, weil wir dadurch nicht nur an Bekanntheit gewinnen sondern auch von Feedback profitieren. Darüber hinaus wollen wir auch potentielle Kunden durch unsere Website für uns gewinnen. Zudem werden wir auf Facebook vertreten sein, wo sich ein Großteil der Elektronikbegeisterten regelmäßig aufhält. Wir wollen unser Produkt aber auch persönlich bewerben. Dies könnte z.B im Rahmen von Elektronikmessen oder direkt in Elektronikmärkten passieren.

Für Messen und die Bewerbung in Elektronikmärkten setzen wir uns ein Limit von 2000€

5.1) Zeitplan

Die Präsentation auf unserer Firmenhomepage und der Website Kickstarter steht am Anfang unserer Marketingaktivitäten. Danach folgt ab dem zweiten Monat Online – und Email-Marketing, da wir ab diesem Zeitpunkt mit dem Verkauf unseres Produkts beginnen.

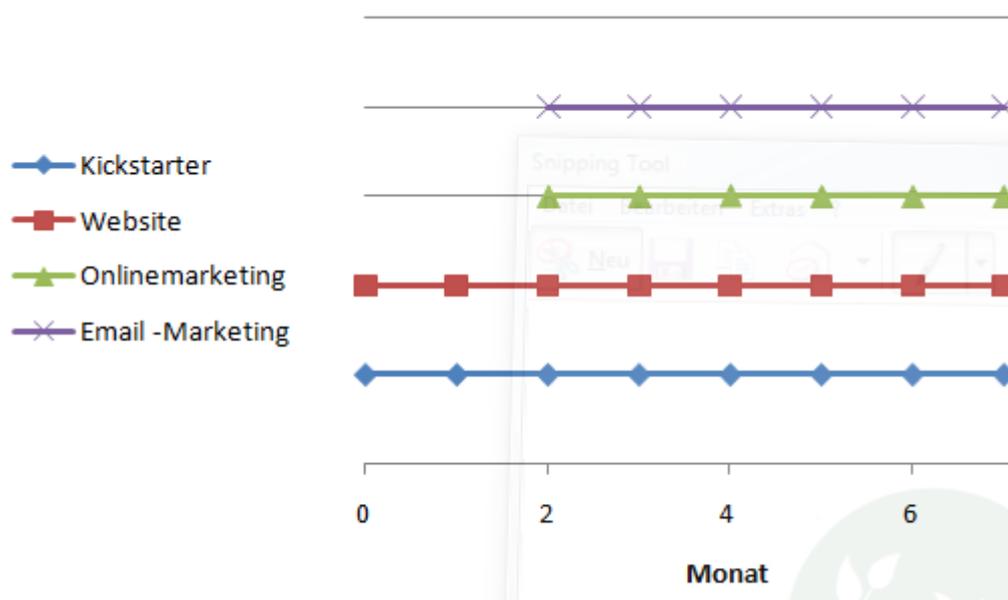
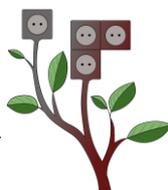
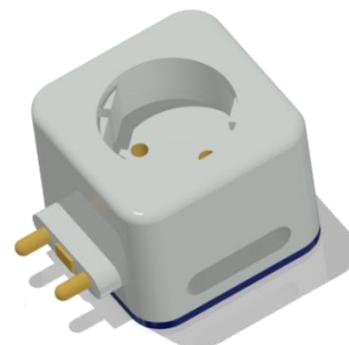


Abbildung 13: Zeitplan



5.2) Verkaufspreis



branch extend

3,40€

branch USB

4,40€

branch protect

6,10€

branch smart

8,50€

Das Anschlusskabel bieten wir für 4,02€ an.

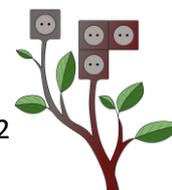
5.3) Marketingstrategien

5.3.1) Die eigene Firmenhomepage (Webdesign)

Wahrscheinlich am wichtigsten für uns ist die ständige Präsenz im Web, weil Internet heutzutage eine sehr große Rolle in Sachen Werbung spielt. Dank des Internets ist es möglich, mit wenigen Mausklicks und geringem Zeitaufwand potenzielle Lieferanten oder Geschäftspartner zu vergleichen bzw. sich für uns zu entscheiden. Auch vor dem Kauf des Produkts nutzen sehr viele Kunden die Recherche im Internet dazu, sich über das Produkt zu informieren. Unsere eigene Homepage hat somit einen sehr hohen Stellenwert für uns.

Ein weiterer ausschlaggebender Aspekt für unsere Internetseite ist eine klare Navigation, eine Menüleiste die klare Themen enthält und ohne Probleme zu finden ist.

Um einen positiven Eindruck bei unseren Kunden zu hinterlassen ist es wichtig unser Produkt verständlich und übersichtlich zu beschreiben. Besonders bedeutend jedoch ist ein rechtssicheres Impressum, da uns sonst Abmahnungen drohen.



5.3.2) Suchmaschinenoptimierung

Selbstverständlich hat nur eine gute Homepage noch keinen Wert im Internet wenn diese vom Kunden nicht gefunden wird bzw. vorher auf jene der Konkurrenz geklickt w. Unser Ziel hiermit ist es also in der meistgenutzten Suchmaschine *Google* einen hohen Rang zu erlangen. Das könnte man mit der Verwendung von Schlüsselwörtern erreichen, welche genau unser Produkt umschreiben und auf unserer Website daher öfter vorkommen sollten. Als nächstes versuchen wir ein starkes Netzwerk mit anderen Internetseiten aufzubauen. Das so genannte *Linkbuilding* spielt hier eine große Rolle. Links, welche von anderen Websites auf unsere verweisen, haben bei den Suchmaschinen Großteils den Charakter von Empfehlungen und werden daher in den Suchergebnissen höher gereiht.

5.3.3) Onlinewerbung

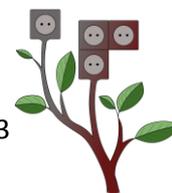
Wie schon vorhin angedeutet ist der Großteil unserer Zielgruppe im Internet anzutreffen und daher wollen wir gezielt im Internet Werbung schalten. Ein sehr guter Anbieter zum Thema Werbung im Internet ist *Google AdWords*. Der wichtigste Bestandteil des Internet-Konzerns sind die Schlüsselwörter, welche von den Kunden eingegeben werden. Mit ihrer Hilfe können wir vorab festlegen, dass eine Anzeige nur in den Ergebnissen für eine Suche nach den genannten Begriffen oder thematisch passenden Seiten dargestellt werden soll. *Google AdWords* erhebt keine Gebühren für die Darstellung von Anzeigen, sondern erst bei einer tatsächlichen Aktion des Nutzers – in der Regel einem Klick auf die Anzeige und dem damit einhergehenden Besuch auf einer verlinkten Website. (*Quelle Wikipedia*)

5.3.4) Videos/ Fotos von unserem Unternehmen/Produkt

Potenzielle Kunden, welche unsere Homepage besuchen, sollen nicht nur durch beeindruckende Texte und Bilder zum Kauf angeregt werden sondern auch durch interessante Videos.

5.3.5) E-Mail Marketing:

Das Marketing per E-Mail hat natürlich unzählige Vorteile. Der größte betrifft die Kosteneinsparung, da logischerweise um einiges weniger Kosten als bei anderen Marketingaktionen anfallen. Diese Art von Marketing ist aber erst dann möglich wenn der interessierte potenzielle Kunde ausdrücklich mit dem Empfang dieser E-Mail einverstanden ist. Das bedeutet der Empfänger muss vorher auf unserer Internetseite diese Newsletter E-Mails abonnieren.



5.3.6) Crowdfunding

Crowdfunding steht bei uns am Beginn unserer mehrstufigen Finanzierung und übernimmt die Erstfinanzierung. Somit können wir Prototypen, Marktforschung, Marketingaktionen und Kundengewinnung gleich am Beginn finanziert werden.

Was ist Crowdfunding?

Crowdfunding heißt, viele Leute, also "die Crowd" beteiligen sich mit kleinen Beträgen an innovativen Ideen. Ein großer Vorteil besteht darin, dass z.B. nicht ein Investor 100.000,- investiert, sondern, sondern 2500 sogenannte Crowdinvestoren investieren durchschnittlich jeweils 40,- in eine gute Idee. Crowdfunding ist also ein Instrument in der Frühphasenfinanzierung und liefert Kapital für den Aufbau eines neuen Unternehmens. Die Abwicklung erfolgt über Crowdfunding-Plattformen, die die nötigen Verträge bereitstellen und die Abwicklung durchführen.

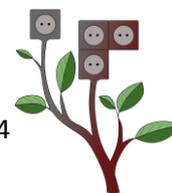
Was sind die Vor- und Nachteile?

Ein großer Vorteil beim Crowdfunding ist dass, wir nicht nur Kapital zur Entwicklung und Kundengewinnung erhalten, sondern auch zusätzlich von einer aktiven Crowd profitieren.

Durch die Benutzung einer Crowdfunding Website haben wird Möglichkeit einer direkten Kommunikation mit den Investoren. Dadurch ergeben sich Interaktionen mit den Geldgebern und unserem Unternehmen aufgrund von Feedback. Das erhöht die Erfolgchancen bei der Umsetzung unserer Idee immens und minimiert das Risiko, dass unser Produkt nicht angenommen wird. Da die Crowdinvestoren kein Mitspracherecht haben, behalten wir als Unternehmer die volle Entscheidungsfreiheit.

Welche Projekte eignen sich für Crowdfunding?

Am besten eignen sich B2C Projekte, wie z.B. unsere modulare Steckdosenleiste. Ein optimales Crowdfunding-Projekt liefert kurzfristige und langfristig positive Perspektiven für Unternehmen und Investor.



Crowdfunding-Model:

Wir haben uns für das Modell "Rewardbased Crowdfunding" entschieden. Das heißt, dass die Geldgeber materielle Anerkennung in Form von fertigen Produkten als Dank für ihre Einlage erhalten. Es fließt kein Geld an die Unterstützer zurück.

Wir sind uns sicher, dass ein Betrag von 20.000,-- reicht um die Einführung unseres Unternehmens und Produktes zu unterstützen.

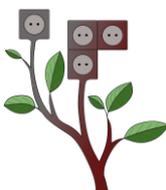
Wird dieser Betrag (Fundingschwelle) – nicht erreicht, fließt kein Geld und die Investoren erhalten den eingesetzten Betrag zurück.

Nachdem die Einreichung der Projektideen in Form von Text und Videos auf der Plattform erfolgt ist, muss das Produkt leicht verständlich erklärt werden.

Nur so können wir die erforderliche Anzahl an Unterstützern erreichen.

Plattform:

Wir haben uns für die Kickstarter bzw. *kickstarter.com* entschieden, da diese Plattform am bekanntesten ist und als Vorreiter und erfolgreichster Anbieter gilt. Außerdem ermöglicht diese Plattform den direkten Kontakt mit dem Kunden



5.4) Marketing- Kosten

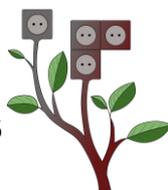
- Firmenhomepage:
Der Preis unsere Firmenwebsite haben wir anhand eines Webkalkulators für Website- Preise & Kosten kalkuliert.
Der Webkalkulator liefert mit dem detailliertesten und damit aussagekräftigsten Leistungsvergleich im deutschsprachigen Raum eine solide Grundlage für die Bemessung des Webprojekts. Der Kalkulator vergleicht das Projekt mit ähnlichen Projekten, von denen die Kosten bekannt sind, und berechnet aus der Abweichung den Marktpreis.
- Das Standardbudget ist ein auf unsere Situation bezogener Durchschnittswert. In unserem Fall liegt das Standardbudget zwischen 1800 € und 2600 €.



Grafik: Platzierung des Projekts (grün) im relevanten Markt. Hervorgehoben sind die letzten 50 erfassten Projekte, mit Mouseover zu Zusatz- und Link zu Detailinformationen.

Quelle: <http://www.webkalkulator.com>

- E-Mail Marketing, Suchmaschinenoptimierung und Werbe-Videos bzw. Animationen sind in der Firmenhomepage miteinbegriffen.



- **Google AdWords:**

Die Vorteile von Google AdWords sind, dass man das maximale Cost-per-Click-Gebot und das Tageslimit selber wählen kann und jeder Zeit z.B. bei Budget-Knappheit ändern kann.

Definitionen:

Cost-per-Click-Gebot

Bei einem Klick auf Ihre Anzeige zahlen Sie nie mehr als den Betrag, den Sie als maximales Cost-per-Click-Gebot, kurz "max. CPC", festgelegt haben.

Wenn Sie beispielsweise ein maximales CPC-Gebot von 2,00 € festlegen, zahlen Sie für einen Klick auf Ihre Anzeige nie mehr als 2,00 €. Der eigentliche Betrag, den Sie letztlich zahlen müssen, wird tatsächlicher CPC genannt und kann manchmal auch weit unterhalb Ihres CPC-Gebotes liegen.

- **Tagesbudget**

Nachdem das durchschnittliche Tagesbudget für jede AdWords-Kampagne festgelegt wurde, versucht das AdWords-System, die Anzeigen so oft wie möglich zu schalten, bis das Budget aufgebraucht ist.

Wenn das Budget aufgebraucht ist, erscheinen die Anzeigen an diesem Tag normalerweise nicht mehr. Wie schnell Ihre Anzeigen im Verlauf eines Tages geschaltet werden, hängt von der ausgewählten Anzeigenschaltungsoption ab. Es kann vorkommen, dass an einem einzelnen Tag geringfügig weniger oder mehr Kosten anfallen, als in dem durchschnittlichen Tagesbudget festgelegt ist. Damit die Anzeige an Tagen, an denen sie besonders "gefragt" ist, etwas häufiger geschaltet werden kann, wird das Tagesbudget als ein Durchschnittswert behandelt: An einem einzelnen Tag können 20 % mehr kosten als das Tagesbudget anfallen, zum Ausgleich dafür wird die Schaltung an anderen Tagen entsprechend gedrosselt.

Quelle: Google

Unser CPC-Gebot wird am Anfang bei 0,50 € liegen, des Weiteren werden wir das Tagesbudget auf 25 setzen, was zu Folge hat, dass monatlich ca. 600 € anfallen.



5.5) Produktgarantie:

Landesspezifische Garantie

(1) Definitionen

In der vorliegenden Garantieerklärung haben die folgenden Begriffe die aufgeführte Bedeutung:

GOGREEN: Steht für GOGREEN GmbH in Deutschlandsberg.

GOGREEN -Produkt: Bezieht sich auf alle Produkte von GOGREEN, die über GOGREEN GmbH verkauft wurden, einschließlich des Zubehörs wie z.B. Netzteile, Kabel und Module.

Garantiedauer: Bezeichnet einen Zeitraum von *2 Jahren*, beginnend mit dem Datum des erstmaligen Verkaufs des Produkts im Neuzustand von einem autorisierten Fachhändler an den Endkunden.

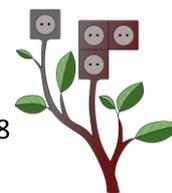
(2) Allgemeines

GOGREEN gewährleistet, dass das GOGREEN-Produkt für die Dauer der landesspezifischen Garantiedauer frei von Fehlern in Material und Verarbeitung ist. GOGREEN behebt innerhalb der Garantiedauer solche Mängel in Übereinstimmung mit den Bedingungen des vorliegenden Garantieprogramms.

(3) Garantie

GOGREEN behebt unentgeltlich Mängel am GOGREEN -Produkt, die auf einem Material- und / oder Verarbeitungsfehler beruhen und GOGREEN innerhalb der Garantiedauer angezeigt werden. GOGREEN entscheidet nach eigenem Ermessen über die Maßnahme zur Behebung des Mangels. Die Reparatur von Teilen oder die Ersetzung des GOGREEN -Produkts erfolgt auf einer Austauschbasis mit einem gleichwertigen, aber nicht notwendig typgleichen GOGREEN -Produkt, wobei es sich entweder um ein neues Produkt oder um ein überholtes Produkt handelt, das einem Neuprodukt funktional entspricht. Die Garantie hinsichtlich der reparierten oder ersetzten Teile wird für die verbleibende Zeit der Garantiedauer übernommen. Alle Originalteile, die im Rahmen der Erbringung von Serviceleistungen ersetzt wurden, gehen in das Eigentum von GOGREEN über, die neuen Teile bzw. Austauschteile gehen in das Eigentum des Kunden über.

Das Garantieprogramm gilt nicht für GOGREEN -Produkte, an denen die Seriennummer entfernt, unkenntlich gemacht oder geändert wurde.



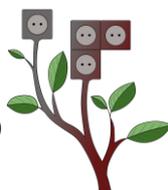
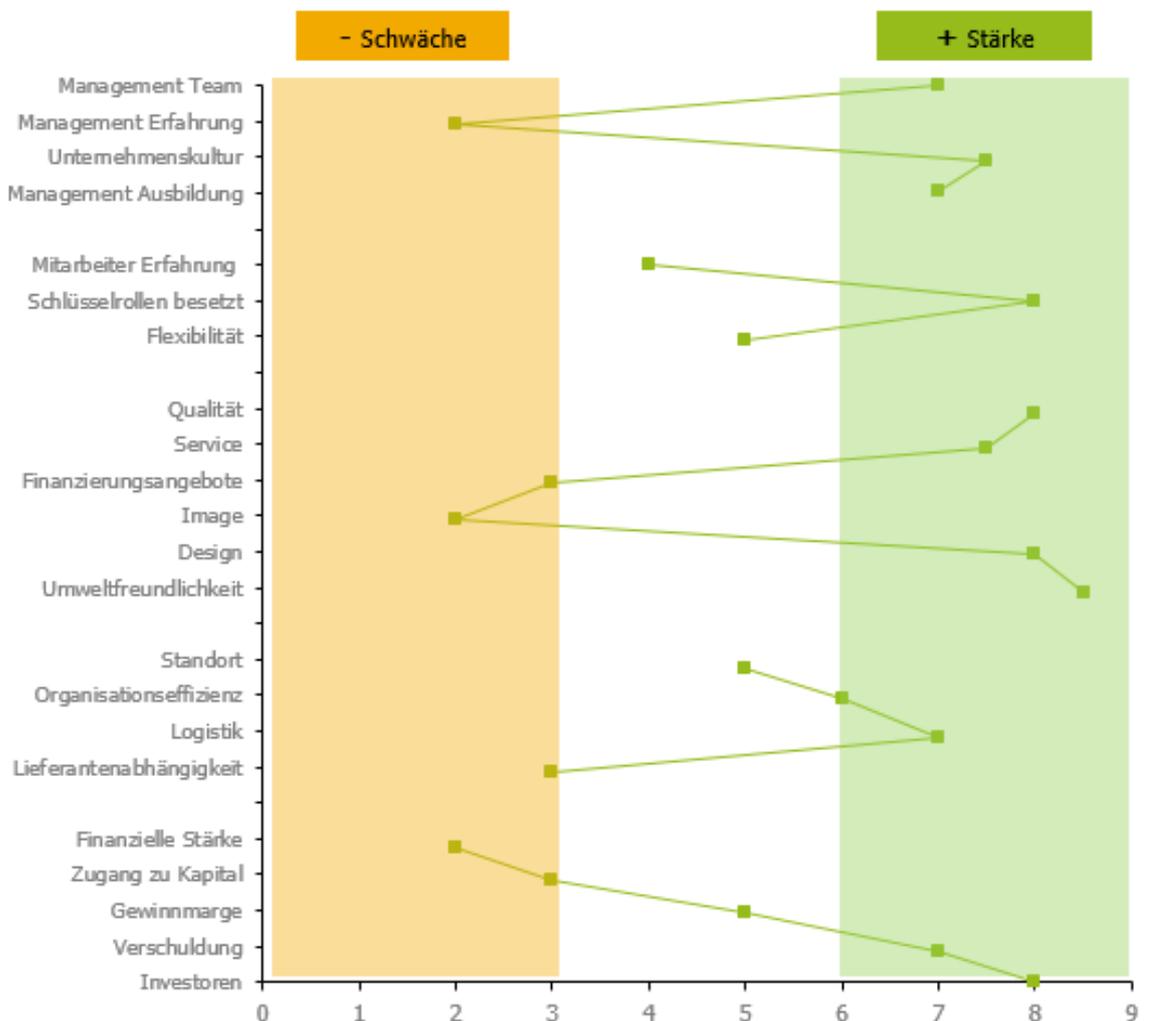
6.) Chancen und Risiken

Die GOGREEN GmbH ist einer Vielzahl von Risiken ausgesetzt, die untrennbar mit dem unternehmerischen Handeln verbunden sind. Unter einem Risiko verstehen wir die Gefahr, dass Ereignisse oder Handlungen das Unternehmen daran hindert, seine Ziele zu erreichen. Gleichzeitig ist es für uns wichtig, Chancen für das Unternehmen frühzeitig zu erkennen, um diese im Zuge des unternehmerischen Handelns zu nutzen und somit unsere Wettbewerbsfähigkeit zu sichern und auszubauen. Als Chance bezeichnen wir die Möglichkeit, aufgrund von Ereignissen, Entwicklungen oder Handlungen die geplanten Ziele zu übertreffen.

Als große Chance gegenüber andere vergleichbare Unternehmen sehen wir unsere Alleinstellungsmerkmale (Unique Selling Proposition). Diese wären unter anderem unser hochwertiges Produkt und unser Know-How in dem modernen Elektromarkt. Besonders hervorzuheben ist die Monopolstellung in der Branche und gilt daher auch als wichtigstes Alleinstellungsmerkmal.

6.1) SWOT – Analyse

Stärken-Schwächen Profil:



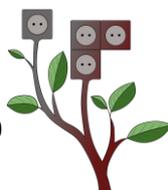


Chancen	Chance 1	Chance 2	Chance 3
Top 5 Stärken	Internet: Aufträge online generieren	Innovationen	Just in time - kurzfristige Planung
Umweltfreundlichkeit	Kunden davon überzeugen		
Investoren		Glaubhaftigkeit beweisen	Höhere Preise
Design	Ansprechendes Design		
Qualität			
Schlüsselrollen besetzt	Rollen gezielt einsetzen		Arbeitsaufteilung & Flexibilität
Top 5 Schwächen			
Management Erfahrung	Schulung		
Image			
Finanzielle Stärke	Internet Auftritt ändern		
Finanzierungsangebote			Lager vergrößern
Lieferantenabhängigkeit			Verträge abschließen

Risiken	Risiko 1	Risiko 2	Risiko 3
Top 5 Stärken	Internet: Aufträge online generieren	Preisdruck bei Nachbauten	Mehr Verwaltungen
Umweltfreundlichkeit			
Investoren	Plattform erweitern	Preis Problem	Experten engagieren
Design		Durch herausstehendes Design	
Qualität			
Schlüsselrollen besetzt			Verwaltungs- Schulung
Top 5 Schwächen			
Management Erfahrung		Problem: Schulung	
Image	Kommunikation verbessern, Website	Bessere Kundenbindung wichtig	
Finanzielle Stärke			
Finanzierungsangebote		Finanzierungen nutzen	
Lieferantenabhängigkeit			

6.2) Trends in der Branche:

Trends in Ihrer Branche / Markt	Trendstärke	Chance	Risiko
Bio & ökologische Produkte	6	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Low Budget Budget Nachfrage zieht an	7	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Individualität	6	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Just in time - kurzfristige Planung	6	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Marktmacht der Top 3 zunehmend	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mehr Verwaltungen	7	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Preisdruck bei Nachbauten	8	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Innovationen	6	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet: Aufträge online generieren	8	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Mehr Konkurrenz	6	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Lieferantenausfall	3	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Beratungsanspruch nimmt zu	5	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

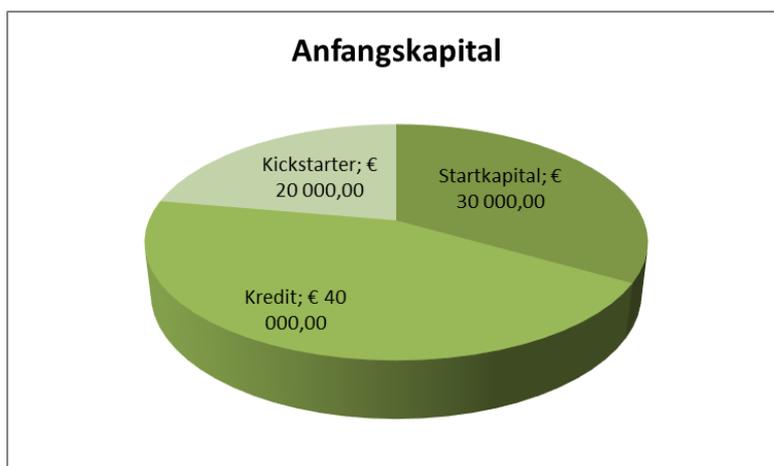


7.) Planung

7.1) Investitionsplanung

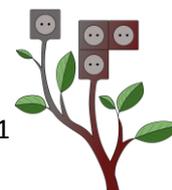
Um die Anfangskosten zu decken würden wir ein Startkapital von 90.000€ benötigen, diese wollen wir wie folgt aufteilen:

Startkapital	
Eigen-Startkapital	€ 30 000,00
Kredit	
Kredit	€ 40 000,00
Laufzeit	3 a
Monatliche Rate	€ 1 161,11
Kickstarter	
Investoren	€ 20 000,00
Summe zur Verfügung	€ 90 000,00



Anfangs Investitionen :

Investitionskosten					
Werkstatt:		Büros:		Allgemeines:	
Hubwagen	€ 1.000,00	3 x Bürosessel (1 Stk. 49,99 €)	€ 149,70	Drucker	€ 619,00
3 x Regale (1 Stk. 65,00€)	€ 195,00	3 x PC (1 Stk. 769,90 €)	€ 2.309,70	Diverse Lizenzen	€ 200,00
30 x Stapelbox (1 Stk. 3,09€)	€ 92,70	3x Schreibtisch (1 Stk. 69,99€)	€ 209,97	Server + WLAN 300 €	€ 400,00
Hilfsmittel (Werkzeuge)	€ 1.250,00	Diverse Hilfsmittel	€ 250,00	Kühlschrank	€ 200,00
3 x Werkbank (1 Stk. 109€)	€ 327,00			Kaffeemaschine	€ 50,00
3 x Stühle (1 Stk. 57,90€)	€ 173,70			Pausenraum-einrichtung	€ 1.000,00
Summe		€ 3.038,40			



Fix Kosten:

Da die gemietete Büro- und Montagehalle in Deutschlandberg eine gute Raumaufteilung, sowie bereits vollständige Sanitäreanlagen besitzt und wir den Großteil unseres Produktes außerhalb fertigen lassen, entfallen hier viele Kosten.

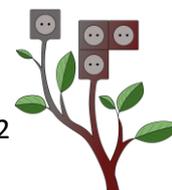
Miete			
Art	Anzahl	€/Monat	€/Jahr
Montagehalle mit Büro	113m ²	980 €	11.760 €
Summe		11.760 €	

Kanal- und Müllgebühren	
Art	€/Jahr
Kanalgebühr	€ 745,80
Müllgebühr	€ 135,30
Summe:	€ 881,10

Marketing	
Firmenhomepage	€ 2.600,00
Google Adwords	€ 600,00
Messen	€ 2.000,00
Summe:	€ 5.200,00

Büromaterial		
Art	€/Monat	€/Jahr
Telekommunikation	26,80 €	€ 321,60
Büromaterial	45,00 €	€ 540,00
Summe:	€ 861,60	

Jährliche Fixkosten	
Summe:	€ 18.702,70



Variable Kosten:

Der Preis für die kWh dürfte gering höher sein, da wir darauf geachtet haben, dass der Strom umweltfreundlich hergestellt wird (E-Steiermark).

Energiekosten				
Art	Anzahl	Preis/kWh	€/Monat	€/Jahr
kWh/Tag	180	€ 0,10	€ 19,64	€ 235,73
Summe		€ 235,73		

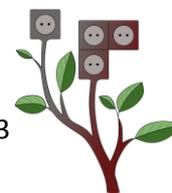
Materialkosten:

Die Verhandlungen mit unseren Kunststoffhersteller sind momentan noch am Laufen. Aber durch die hohen Stückzahlen sollte es möglich sein das Grundmaterial, welches bei jeden von unseren Modulen benötigt wird für max. 0,50€ zu kaufen. Auch wird durch die Menge, der Preis gesenkt. Das Anschlusskabel wird von uns um 1€ zu gekauft.

Kostenrechnung

Nachdem wir uns im Markt etabliert haben wollen ca.80.000 Stück unserer Module im Jahr verkaufen. Dabei erwarten wir folgende Aufteilung der Stückzahl auf die unterschiedlichen Module:

Branch extend 63%	50.400 Stk
Branch protect 6%	4.800 Stk
Branch smart 8%	6.400 Stk
Branch USB 16%	12.800 Stk
Anschlusskabel 7%	5.600 Stk



Durch diese Prozent- und Stückzahlannahmen, sowie Fixkosten, Variable Kosten und den Kalkulatorischen Kosten kamen wir auf folgende Rechnungen und Kosten:

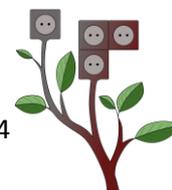
Kalkulatorische Abschreibung:

Kalkulatorische Abschreibung			
Art	Wert	Abschreibung	€/Jahr
Büro- Werkstattausstattung	€ 3.038,40	10 Jahre	€ 303,84
Summe:			€ 303,84

Kalkulatorischer Unternehmerlohn			
Art	Anzahl	€/Monat	€/Jahr
Geschäftsführer	3	€ 1.850,00	€ 66.600,00
Mitarbeiter	2	€ 1.500,00	€ 36.000,00
Summe:			€ 102.600,00

Kalk. Wagnis	
Kalk. Wagnis	€ 5.000,00

Zinsberechtigtes Vermögen		
Vermögen	Wert Bilanz	Zinsberechtigtes Vermögen
Büro- u. Montagehalle	€ 4.960,94	€ 4.960,94
Material extend	€ 25.200,00	€ 25.200,00
M. branch protect	€ 4.800,00	€ 4.800,00
M. branch smart	€ 16.000,00	€ 16.000,00
M. branch USB	€ 12.800,00	€ 12.800,00
Netzstecker 1,8m	€ 5.040,00	€ 5.040,00
Summe:		€ 68.800,94

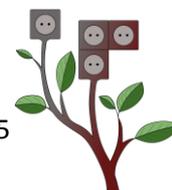


branch- extend:

Art	Wert	Variable K.	Fixkosten
Kalk. Abschreibung	212,69 €		212,69 €
Kalk. Wagnis	3.500,00 €		3.500,00 €
Kalk. Unternehmerlohn	71.820,00 €		71.820,00 €
Marketing	2.240,00 €		2.240,00 €
Energie	165,01 €	165,01 €	
Mieten	8.232,00 €		8.232,00 €
Kanal- und Müllgebühr	616,77 €		616,77 €
Büromaterial	378,00 €		378,00 €
Telekommunikation	225,12 €		225,12 €
Materialkosten	28.850,00 €	28.850,00 €	
Summe:	116.239,59 €	29.015,01 €	87.224,58 €

Selbstkosten pro Stück	€ 2,08
-------------------------------	---------------

Selbstkosten	€ 2,08
+15% Gewinn	€ 0,31
<u>Netto-barpreis</u>	<u>€ 2,39</u>
+2% Skonto	€ 0,05
<u>Netto-einzelpreis</u>	<u>€ 2,43</u>
+15% Rabatt	€ 0,37
<u>Netto-angebotspreis</u>	<u>€ 2,80</u>
<u>+20% Umsatzsteuer</u>	<u>€ 0,56</u>
<u>Brutto-angebotspreis</u>	<u>€ 3,36</u>



branch- protect:

Art	Wert	Variable K.	Fixkosten
Kalk. Abschreibung	18,23 €		18,23 €
Kalk. Wagnis	300,00 €		300,00 €
Kalk. Unternehmerlohn	6.156,00 €		6.156,00 €
Marketing	192,00 €		192,00 €
Energie	14,14 €	14,14 €	
Mieten	705,60 €		705,60 €
Kanal- und Müllgebühr	52,87 €		52,87 €
Büromaterial	32,40 €		32,40 €
Telekommunikation	19,30 €		19,30 €
Materialkosten	10.472,86 €	10.472,86 €	
Summe:	17.963,39 €	10.487,00 €	7.476,39 €

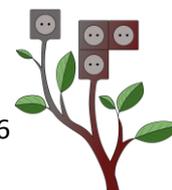
Selbstkosten pro Stück	€ 3,74
------------------------	--------

Selbstkosten	€ 3,74
+20% Gewinn	€ 0,56
<u>Nettobarpreis</u>	<u>€ 4,30</u>

+2% Skonto	€ 0,09
<u>Nettoeinzelpreis</u>	<u>€ 4,39</u>
+15% Rabatt	€ 0,66
<u>Nettoangebotspreis</u>	<u>€ 5,05</u>

<u>+20% Umsatzsteuer</u>	<u>€ 1,01</u>
--------------------------	---------------

<u>Bruttoangebotspreis</u>	<u>€ 6,06</u>
----------------------------	---------------

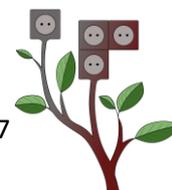


branch- smart:

Art	Wert	Variable K.	Fixkosten
Kalk. Abschreibung	24,31 €		24,31 €
Kalk. Wagnis	400,00 €		400,00 €
Kalk. Unternehmerlohn	8.208,00 €		8.208,00 €
Marketing	256,00 €		256,00 €
Energie	18,86 €	18,86 €	
Mieten	940,80 €		940,80 €
Kanal- und Müllgebühr	70,49 €		70,49 €
Büromaterial	43,20 €		43,20 €
Telekommunikation	25,73 €		25,73 €
Materialkosten	23.297,14 €	23.297,14 €	
Summe:	33.284,52 €	23.316,00 €	9.968,52 €

Selbstkosten pro Stück	€ 5,20
------------------------	--------

Selbstkosten	€ 5,20
+15% Gewinn	€ 0,78
<u>Nettobarpreis</u>	<u>€ 5,98</u>
+2% Skonto	€ 0,12
<u>Nettoeinzelpreis</u>	<u>€ 6,10</u>
+15% Rabatt	€ 0,92
<u>Nettoangebotspreis</u>	<u>€ 7,02</u>
<u>+20% Umsatzsteuer</u>	<u>€ 1,40</u>
<u>Bruttoangebotspreis</u>	<u>€ 8,42</u>

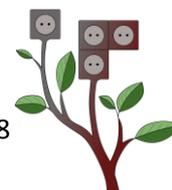


branch- USB:

Art	Wert	Variable K.	Fixkosten
Kalk. Abschreibung	48,61 €		48,61 €
Kalk. Wagnis	800,00 €		800,00 €
Kalk. Unternehmerlohn	16.416,00 €		16.416,00 €
Marketing	512,00 €		512,00 €
Energie	37,72 €	37,72 €	
Mieten	1.881,60 €		1.881,60 €
Kanal- und Müllgebühr	140,98 €		140,98 €
Büromaterial	86,40 €		86,40 €
Telekommunikation	51,46 €		51,46 €
Materialkosten	14.594,29 €	14.594,29 €	
Summe:	34.569,05 €	14.632,00 €	19.937,05 €

Selbstkosten pro Stück	€ 2,70
------------------------	--------

Selbstkosten	€ 2,70
+15% Gewinn	€ 0,41
<u>Nettobarpreis</u>	<u>€ 3,11</u>
+2% Skonto	€ 0,06
<u>Nettoeinzelpreis</u>	<u>€ 3,17</u>
+15% Rabatt	€ 0,48
<u>Nettoangebotspreis</u>	<u>€ 3,64</u>
<u>+20% Umsatzsteuer</u>	<u>€ 0,73</u>
<u>Bruttoangebotspreis</u>	<u>€ 4,37</u>

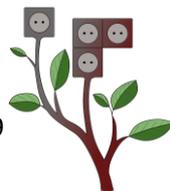


Anschlusskabel:

Art	Wert	Variable K.	Fixkosten
Kalk. Abschreibung	21,24 €		21,24 €
Kalk. Wagnis	350,00 €		350,00 €
Kalk. Unternehmerlohn	7.182,00 €		7.182,00 €
Marketing	364,00 €		364,00 €
Energie	16,50 €	16,50 €	
Mieten	823,20 €		823,20 €
Kanal- und Müllgebühr	61,68 €		61,68 €
Büromaterial	37,80 €		37,80 €
Telekommunikation	22,51 €		22,51 €
Materialkosten	5.040,00 €	5.040,00 €	
Summe:	13.918,93 €	5.056,50 €	8.862,43 €

Selbstkosten pro Stück	€ 2,49
-------------------------------	---------------

Selbstkosten	€ 2,49
+15% Gewinn	€ 0,37
<u>Nettobarpreis</u>	<u>€ 2,86</u>
+2% Skonto	€ 0,06
<u>Nettoeinzelpreis</u>	<u>€ 2,92</u>
+15% Rabatt	€ 0,44
<u>Nettoangebotspreis</u>	<u>€ 3,35</u>
+20% Umsatzsteuer	€ 0,67
<u>Bruttoangebotspreis</u>	<u>€ 4,02</u>



Deckungsbeitrag:

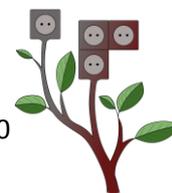
Deckungsbeitrag- branch extend			
Art	Abkürzung	Pro Stück	für 50400 Stk.
Erlös	e	€ 2,39	€ 133 675,53
Variable Kosten	Kvar	€ 0,50	€ 25 348,51
Fixe Kosten	Kfix	€ 1,56	€ 87 224,58
Gesamtkosten	Kges		€ 116 239,59
Deckungsbeitrag	db	€ 1,87	€ 104 660,52

Deckungsbeitrag- branch prodict			
Art	Abkürzung	Pro Stück	für 4800 Stk.
Erlös	e	€ 4,30	€ 20 657,90
Variable Kosten	Kvar	€ 1,50	€ 7 214,14
Fixe Kosten	Kfix	€ 1,56	€ 7 476,39
Gesamtkosten	Kges		€ 17 963,39
Deckungsbeitrag	db	€ 2,12	€ 10 170,90

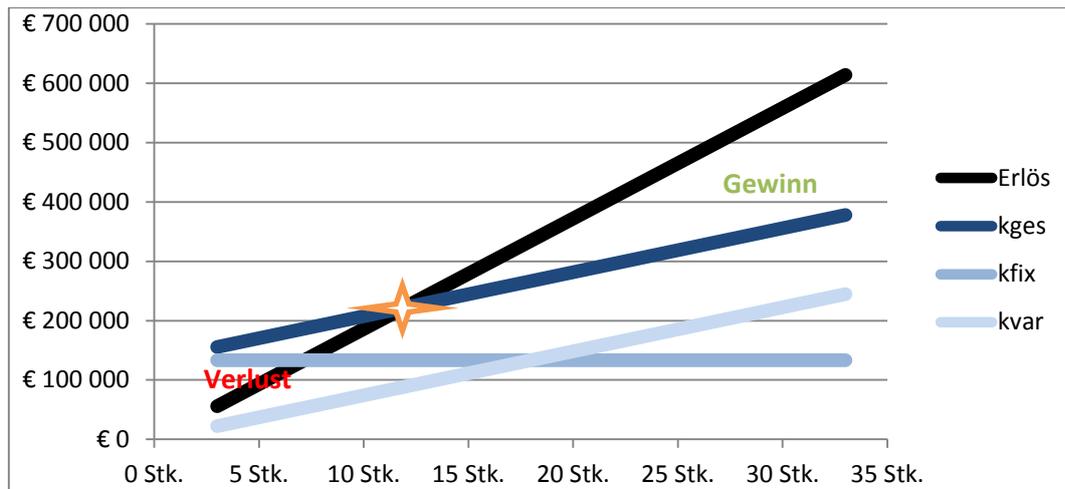
Deckungsbeitrag- branch smart			
Art	Abkürzung	Pro Stück	für 6400 Stk.
Erlös	e	€ 5,98	€ 38 277,20
Variable Kosten	Kvar	€ 3,00	€ 19 218,86
Fixe Kosten	Kfix	€ 1,56	€ 9 968,52
Gesamtkosten	Kges		€ 33 284,52
Deckungsbeitrag	db	€ 2,34	€ 14 961,20

Deckungsbeitrag- branch USB			
Art	Abkürzung	Pro Stück	für 12800 Stk.
Erlös	e	€ 3,11	€ 39 754,41
Variable Kosten	Kvar	€ 1,50	€ 19 237,72
Fixe Kosten	Kfix	€ 1,56	€ 19 937,05
Gesamtkosten	Kges		€ 34 569,05
Deckungsbeitrag	db	€ 1,96	€ 25 122,40

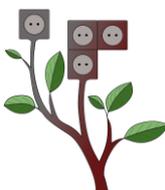
Anschlusskabel 1,8m			
Art	Abkürzung	Pro Stück	für 5600 Stk.
Erlös	e	€ 2,86	€ 16 006,77
Variable Kosten	Kvar	€ 0,90	€ 5 056,50
Fixe Kosten	Kfix	€ 1,58	€ 8 862,43
Gesamtkosten	Kges		€ 13 918,93
Deckungsbeitrag	db	€ 1,96	€ 10 950,27



Break- Even- Point- Analyse:



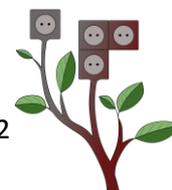
Durch das Berechnen der Gesamtkosten sowie des wahrscheinlichen Gesamterlöses kann man den Punkt errechnen ab den man keinen Verlust mehr macht. Dieser liegt bei uns auf fast 13.000 Stk/a.



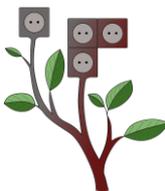
Liquiditätsplanung:

Im 1. und 2. Monat des 1. Jahres sind die Verkaufszahlen gleich 0€, da wir im 1. Monat nur produzieren und im 2. zuerst unsere Crowdinvestoren mit einem Produkt versorgen.

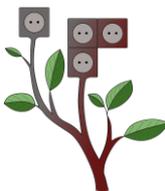
1. Jahr	1. Monat	2. Monat	3. Monat	4. Monat	5. Monat	6. Monat	7. Monat	8. Monat	9. Monat	10. Monat	11. Monat	12. Monat
Barumsatz	€ 0,00	€ 0,00	€ 4.000,00	€ 7.000,00	€ 12.000,00	€ 15.000,00	€ 17.000,00	€ 20.000,00	€ 21.000,00	€ 23.000,00	€ 25.000,00	€ 25.000,00
Bareinkäufe	€ 6.320,00	€ 6.320,00	€ 6.320,00	€ 6.320,00	€ 6.320,00	€ 6.320,00	€ 6.320,00	€ 6.320,00	€ 6.320,00	€ 6.320,00	€ 6.320,00	€ 6.320,00
Löhne und Gehälter	€ 8.550,00	€ 8.550,00	€ 8.550,00	€ 8.550,00	€ 8.550,00	€ 8.550,00	€ 8.550,00	€ 8.550,00	€ 8.550,00	€ 8.550,00	€ 8.550,00	€ 8.550,00
Energie	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64
Instandhaltung	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
Miete	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00
Werbung	€ 5.200,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00
Kfz	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
Versicherung	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
sonstige Ausgaben	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00
Kreditraten (Tilgung und Zinsen)	€ 1.161,11	€ 1.161,11	€ 1.161,11	€ 1.161,11	€ 1.161,11	€ 1.161,11	€ 1.161,11	€ 1.161,11	€ 1.161,11	€ 1.161,11	€ 1.161,11	€ 1.161,11
Umsatzsteuerlast	€ 0,00	€ 0,00	€ 666,67	€ 1.166,67	€ 2.000,00	€ 2.500,00	€ 2.833,33	€ 3.333,33	€ 3.500,00	€ 3.833,33	€ 4.166,67	€ 4.166,67
Investitionssumme	€ 3.038,40	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
Privateinlagen	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
Veränderung	-€ 25.619,16	-€ 17.980,76	-€ 14.647,42	-€ 12.147,42	-€ 7.980,76	-€ 5.480,76	-€ 3.814,09	-€ 1.314,09	-€ 480,76	€ 1.185,91	€ 2.852,58	€ 2.852,58
Kontostand Anfang	€ 90.000,00	€ 64.380,84	€ 46.400,09	€ 31.752,67	€ 19.605,25	€ 11.624,49	€ 6.143,74	€ 2.329,65	€ 1.015,56	€ 534,80	€ 1.720,72	€ 4.573,29
Kontostand Ende	€ 64.380,84	€ 46.400,09	€ 31.752,67	€ 19.605,25	€ 11.624,49	€ 6.143,74	€ 2.329,65	€ 1.015,56	€ 534,80	€ 1.720,72	€ 4.573,29	€ 7.425,87



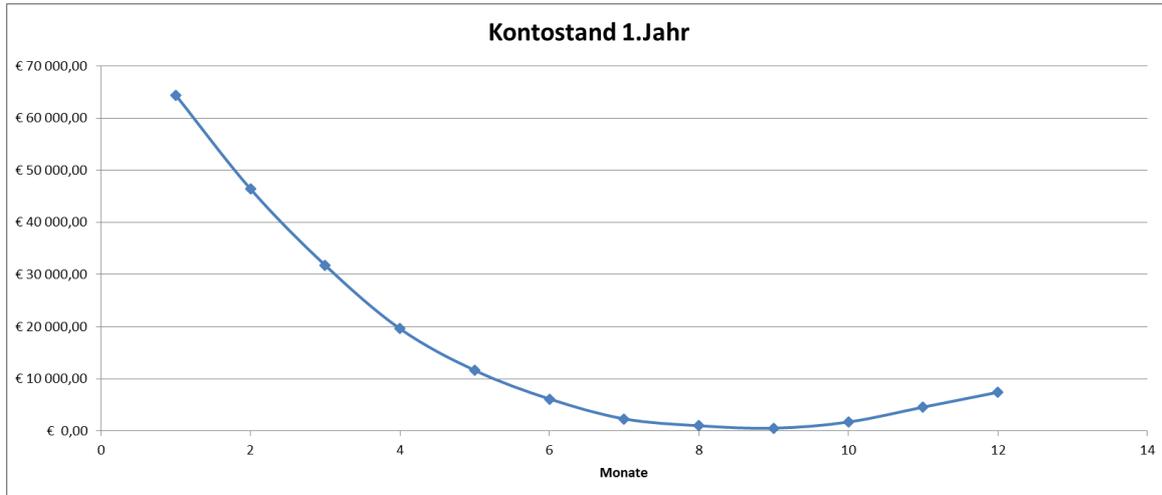
2.Jahr	1. Monat	2. Monat	3. Monat	4. Monat	5. Monat	6. Monat	7. Monat	8. Monat	9. Monat	10. Monat	11. Monat	12. Monat
Barumsatz	€ 28 000,00	€ 29 000,00	€ 30 500,00	€ 30 000,00	€ 29 000,00	€ 30 000,00	€ 28 000,00	€ 27 500,00	€ 27 000,00	€ 26 500,00	€ 24 000,00	€ 25 000,00
Barverkäufe	€ 6 320,00	€ 6 320,00	€ 6 320,00	€ 6 320,00	€ 6 320,00	€ 6 320,00	€ 6 320,00	€ 6 320,00	€ 6 320,00	€ 6 320,00	€ 6 320,00	€ 6 320,00
Löhne und Gehälter	€ 8 550,00	€ 8 550,00	€ 8 550,00	€ 8 550,00	€ 8 550,00	€ 8 550,00	€ 8 550,00	€ 8 550,00	€ 8 550,00	€ 8 550,00	€ 8 550,00	€ 8 550,00
Energie	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64
Instandhaltung	€ 200,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
Miete	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00
Werbung	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00
Kfz	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
Versicherung	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
sonstige Ausgaben	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00
Kreditraten (Tilgung und Zinsen)	€ 1 161,11	€ 1 161,11	€ 1 161,11	€ 1 161,11	€ 1 161,11	€ 1 161,11	€ 1 161,11	€ 1 161,11	€ 1 161,11	€ 1 161,11	€ 1 161,11	€ 1 161,11
Umsatzsteuerlast	€ 4 666,67	€ 4 833,33	€ 5 083,33	€ 5 000,00	€ 4 833,33	€ 5 000,00	€ 4 666,67	€ 4 583,33	€ 4 500,00	€ 4 416,67	€ 4 000,00	€ 4 166,67
Investitionssumme	€ 200,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
Privateinlagen	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
Veränderung	€ 4 952,58	€ 6 185,91	€ 7 435,91	€ 7 019,24	€ 6 185,91	€ 7 019,24	€ 5 352,58	€ 4 935,91	€ 4 519,24	€ 4 102,58	€ 2 019,24	€ 2 852,58
Kontostand Anfang	€ 7 425,87	€ 12 378,45	€ 18 564,36	€ 26 000,27	€ 33 019,52	€ 39 205,43	€ 46 224,67	€ 51 577,25	€ 56 513,16	€ 61 032,41	€ 65 134,99	€ 67 154,23
Kontostand Ende	€ 12 378,45	€ 18 564,36	€ 26 000,27	€ 33 019,52	€ 39 205,43	€ 46 224,67	€ 51 577,25	€ 56 513,16	€ 61 032,41	€ 65 134,99	€ 67 154,23	€ 70 006,81



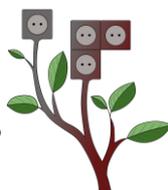
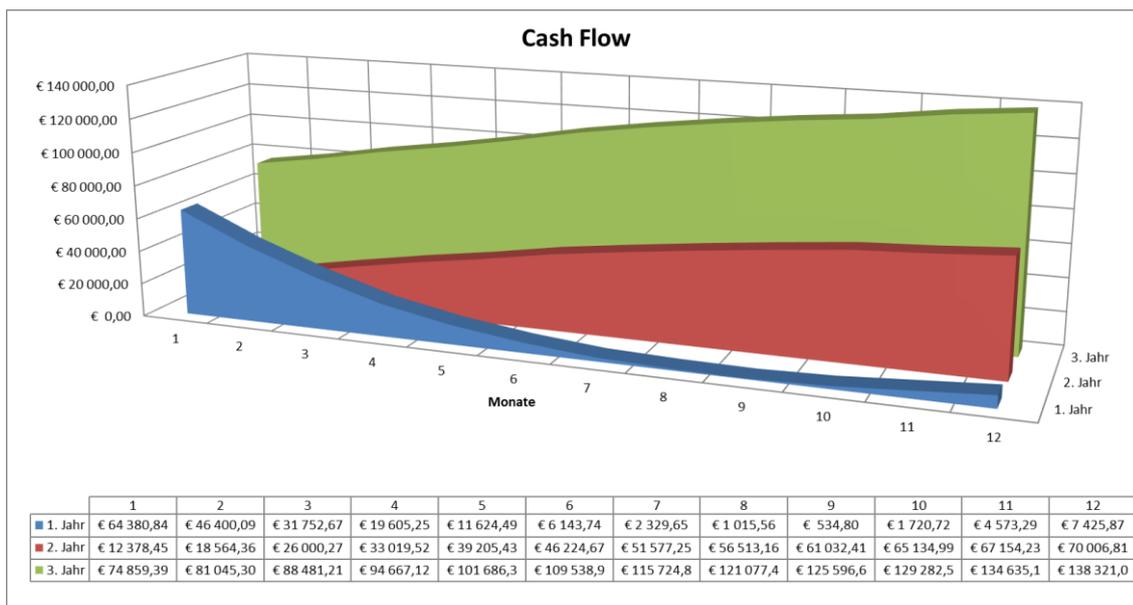
3.Jahr	1. Monat	2. Monat	3. Monat	4. Monat	5. Monat	6. Monat	7. Monat	8. Monat	9. Monat	10. Monat	11. Monat	12. Monat
Barumsatz	€ 28 000,00	€ 29 000,00	€ 30 500,00	€ 29 000,00	€ 30 000,00	€ 31 000,00	€ 29 000,00	€ 28 000,00	€ 27 000,00	€ 26 000,00	€ 28 000,00	€ 26 000,00
Bareinkäufe	€ 6 320,00	€ 6 320,00	€ 6 320,00	€ 6 320,00	€ 6 320,00	€ 6 320,00	€ 6 320,00	€ 6 320,00	€ 6 320,00	€ 6 320,00	€ 6 320,00	€ 6 320,00
Löhne und Gehälter	€ 8 550,00	€ 8 550,00	€ 8 550,00	€ 8 550,00	€ 8 550,00	€ 8 550,00	€ 8 550,00	€ 8 550,00	€ 8 550,00	€ 8 550,00	€ 8 550,00	€ 8 550,00
Energie	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64	€ 19,64
Instandhaltung	€ 200,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
Miete	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00	€ 980,00
Werbung	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00	€ 600,00
Kfz	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
Versicherung	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
sonstige Ausgaben	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00	€ 350,00
Kreditraten (Tilgung und Zinsen)	€ 1 161,11	€ 1 161,11	€ 1 161,11	€ 1 161,11	€ 1 161,11	€ 1 161,11	€ 1 161,11	€ 1 161,11	€ 1 161,11	€ 1 161,11	€ 1 161,11	€ 1 161,11
Umsatzsteuerlast	€ 4 666,67	€ 4 833,33	€ 5 083,33	€ 4 833,33	€ 5 000,00	€ 5 166,67	€ 4 833,33	€ 4 666,67	€ 4 500,00	€ 4 333,33	€ 4 666,67	€ 4 333,33
Investitionssumme	€ 300,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
Privateinlagen	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
Veränderung	€ 4 852,58	€ 6 185,91	€ 7 435,91	€ 6 185,91	€ 7 019,24	€ 7 852,58	€ 6 185,91	€ 5 352,58	€ 4 519,24	€ 3 685,91	€ 5 352,58	€ 3 685,91
Kontostand Anfang	€ 70 006,81	€ 74 859,39	€ 81 045,30	€ 88 481,21	€ 94 667,12	€ 101 686,37	€ 109 538,95	€ 115 724,86	€ 121 077,44	€ 125 596,68	€ 129 282,59	€ 134 635,17
Kontostand Ende	€ 74 859,39	€ 81 045,30	€ 88 481,21	€ 94 667,12	€ 101 686,37	€ 109 538,95	€ 115 724,86	€ 121 077,44	€ 125 596,68	€ 129 282,59	€ 134 635,17	€ 138 321,08



Durch unsere niedrigen Anfangsinvestitionen und den Kredit von 15.000€ können wir verhindern in die Negativzahlen zu kommen.



Dieses Diagramm beschreibt unsere Liquiditätsplanung anschaulich



8.) Quellenverzeichnis

- **Websites:**
 - https://www.wko.at/Content.Node/Service/Unternehmensfuehrung--Finanzierung-und-Foerderungen/Unternehmensrechnung/Finanzierung/Crowdfunding_fuer_oesterreichische_Unternehmen.html
 - <http://de.wikipedia.org>
 - <http://google.at>
- **Anwendungen:**
 - Google Maps
 - Microsoft Office Excel
 - Microsoft Office Word

