



Businessplan regreen.at

Christoph Rebernig, Matthias Machacek,
Karim Abdel Baky, Niko Moshammer

Wird umgesetzt!

Inhalt

1	Executive Summary	2
2	Unser Team	2
3	Unsere Produkte	3
3.1	Sofort-Kompensation	3
3.2	QR-Code-Kompensation	4
3.3	Zeit-Kompensation	4
3.4	Strecken Kompensation.....	5
4	Die Kompensation	5
5	Marktsegmentierung	6
5.1	Zielgruppe.....	6
5.2	Demografische Merkmale.....	6
5.3	Geografische Merkmale:.....	6
5.4	Psychografische Merkmale:.....	6
6	Taktisches Marketing	6
6.1.1	Product	6
6.1.2	Place.....	7
6.1.3	Promotion	7
6.1.4	Price.....	7
7	Rechtsform.....	7
8	Non-Profit Unternehmen	8
9	Standort.....	8
10	Kooperationspartner.....	8
10.1	KPC – Climate Austria	8
10.2	OMV	8
10.3	ÖBF	8
10.4	Josef Mantl Communications.....	9
10.5	Austrian Center.....	9
10.6	Restaurant „Die Frischzelle“	9
11	Ablauforganisation	10
12	Kapital – Pionier Phase	11

1 EXECUTIVE SUMMARY

Sind auch Sie schon einmal mit ihrem Auto in die Arbeit gefahren oder mit dem Flugzeug in den Urlaub geflogen und haben nicht nur an die Kosten, sondern auch an den CO²- und Emissionsausstoß gedacht? Ja? Und haben Sie sich schon vorgestellt, wie schädlich diese Abgase für unsere Umwelt sind? Wenn Sie zu der Art von Menschen gehören, die das Bedürfnis haben, das zu ändern, dann sind Sie bei uns genau richtig! Wir, das Team von **regreen**, setzen uns dafür ein dieses Ziel umzusetzen und möchten Ihnen jetzt unsere Idee näher vorstellen:

Um den CO²-Ausstoß zu verringern, kann man entweder weniger Auto fahren oder das produzierte Kohlendioxid neutralisieren bzw. kompensieren. Wir haben uns auf die letztere Variante spezialisiert. Wir kaufen eine CO²-Freimenge von einem unserer Partner. Dieser investiert das Geld in nachhaltige Projekte, bei denen CO² eingespart oder kompensiert wird. Indem wir mit, in Österreich tätigen, Unternehmen kooperieren (z. B. ÖMV), verkaufen wir die Kompensation an den Endkonsumenten. So können Sie sich simpel eine bestimmte Menge an CO² kaufen, das unsere Partner für Sie neutralisieren wird. Mithilfe von regreen tun Sie der Umwelt und sich selbst etwas Gutes. Dadurch werden **klimaneutrale Aktivitäten** (wie Autofahren) ermöglicht!

2 UNSER TEAM

Zuerst möchten wir uns vorstellen: Wir sind eine 4-köpfige Gruppe von Schülern, die derzeit eine Handelsakademie besuchen. Wir haben diese Geschäftsidee in dem Fach Betriebswirtschaftslehre entwickelt. Mit unserer Idee möchten wir jene Menschen ansprechen, die nachhaltig und selbstkritisch denken.

Christoph Rebernig (Projektleitung)

16 Jahre alt, Wien Penzing.

Stärken:

- logisches Denken und Verknüpfen von Inhalten
- gute IT-Kenntnisse
- starker Wille

Matthias Machacek

16 Jahre alt, Wien Ottakring.

Stärken:

- Ausdauer
- Genauigkeit

Karim Abdel Baky

16 Jahre alt, Wien Penzing.

Stärken:

- interkulturelles Denken
- dynamisch
- motivierend

Niko Moshammer

16 Jahre alt, Wien Liesing.

Stärken:

- Allgemeinwissen
- logisches Denken und Vernetzen
- effiziente Problemlösung

3 UNSERE PRODUKTE

Unser derzeitiges Geschäftsmodell beinhaltet Vier Produkte. Diese sind intern in zwei Projekte (2015a/b und 2015a) gegliedert um die Orientierung bei der Umsetzung zu erleichtern.

3.1 Sofort-Kompensation

Projekt: „2015 a“

Vertrieb: Der Vertrieb erfolgt über die Tankstellen der ÖMV.

Beschreibung: Bei der Sofort-Kompensation, soll der Kunde direkt beim Tanken, bei der Tankstelle gefragt werden, ob er seinen Tank, und die damit verbundenen CO²-Emissionen, kompensieren lassen möchte, um klimaneutral Auto fahren zu können. Hierbei wird unser Produkt in das Sortiment der Tankstelle aufgenommen und parallel zu ihrem Produkt – das Tanken an sich – verkauft. Es wird ein System entwickelt, dass bei der getankten Treibstoffmenge, den durchschnittlichen CO²-Ausstoß berechnet. Genau diese Menge kann direkt und sofort kompensiert werden, indem durch einen geringen Preisaufschlag das zuvor errechnete CO² kompensiert wird.

Die Tankstellenbetreiber, überweisen uns im Nachhinein die eingekommenen Erlöse und behalten sich ihren Provisionsanteil.

Vision: Unser Produkt ist so mit der Tankstelle verknüpft, dass der Kassierer bzw. der Tankwart die Kunden fragt, ob sie klimaneutral Auto fahren wollen, indem sie ihren Tank kompensieren lassen.

3.2 QR-Code-Kompensation

Projekt: „2015 b“

Vertrieb: QR-Code Ständer an der Tankstelle

Beschreibung: Dieses Produkt ist eine Alternative zu der Sofort-Kompensation, falls ein Eintreten in das komplexe System der Tankstellen nicht möglich ist, beziehungsweise abgelehnt wird.

Bei der QR-Code-Kompensation geht es darum, dass in den Tankstellen ein Ständer mit Informationen über unser Unternehmen aufgestellt wird, welcher unsere Idee bewirbt. Dort wird ein QR-Code abgedruckt, welcher die Kunden direkt zu unserem Online Shop unserer Website führt. Dafür muss nur der QR-Code, mittels eines QR-Code-Readers, den jedes mobile Smartphone besitzt, eingescannt werden. Man gelangt sofort zu unserm Online Shop und kann dort seinen Tank kompensieren lassen und somit klimaneutral Auto fahren. Die Abrechnung und der Vertrieb erfolgt somit über den Online Shop.

Vision: Der Kunde scannt seinen Code, wenn er in der Tankstelle steht und gerade darauf wartet, dass sein Auto fertig getankt wird bzw. bei der Kasse wartet, um zu bezahlen.

3.3 Zeit-Kompensation

Projekt: „2015 b“

Vertrieb: Online Shop auf unserer Website

Beschreibung: Für Kunden die gleich ein ganzes Jahr lang klimaneutral fahren wollen, haben wir auch genau das richtige Produkt: Die Zeit-Kompensation. Über den Online Shop wird das Produkt verkauft. Es geht darum, dass die Anzahl an Kilometern, die ein durchschnittlicher Autofahrer in einem Jahr zurücklegt, kompensiert wird. Und somit kann man ein Jahr lang im Voraus klimaneutral Auto fahren. Dieses Pro-

dukt soll über Mitgliederhefte (z. B. des ÖAMTCs) beworben werden. Die Abrechnung erfolgt über unsere Website.

Vision: Unser Produkt wird durch Automobilclubs beworben und der Kunde kauft die Kompensation selbstständig online.

3.4 Strecken Kompensation

Projekt: „2015 b“

Vertrieb: Online Shop auf unserer Website bzw. durch App

Beschreibung: Der Kunde will z. B. seine Fahrt von Salzburg nach Wien im Nachhinein kompensieren lassen. Dafür muss der Kunde unsere Website besuchen und kann dort über den Onlineshop, die Strecke, mit Start- und Zielpunkt, eingeben. Die Software des Online Shops berechnet nun die Länge des Weges und der Kunde kann genau für diese Strecke die Kompensation kaufen. Somit ist der Kunde diese Strecke nun klimaneutral gefahren. Das gleiche Prinzip ist eins zu eins auf eine mobile Application für Smartphones übertragbar. Die Abrechnung findet wieder über den Online Shop bzw. über die App statt.

Vision: Nach der Ankunft in Wien wünscht sich der Kunde ein reines Gewissen zu haben und kompensiert die CO²-Emissionen bequem im Auto über seine App.

4 DIE KOMPENSATION

Die Kompensation findet über „klimafördernde“ Projekte statt, die genau die Menge an CO² neutralisieren, die ausgestoßen wurde.

In der Start-Up Phase werden diese Projekte von externen Anbietern zugekauft. Sollte unser Geschäftsmodell erfolgreich sein, werden wir unsere eigenen Projekte starten. Hier finden Sie Beispiele für solche Projekte (national und International):

Österreich

Anzahl	Bundesland	Antragsteller	Klimaschutzprojekt	CO2-Red t/a	Nutzungsdauer
1	B	Pflegezentrum Raiding - Franz Drescher	Gmt Fuhrparkumstellung - Elektrofahrzeug		11,90
2	B	Union-Sportverein Sattler Rudersdorf	Solaranlage		92,55
3	B	Wenzl H. GmbH	Transportoptimierung		230,30
4	K	Villacher Turnverein 1864 im ÖTB	Anschluss an Fernwärme		321,00

Ausland

1+3		RWE Supply & Trading Switzerland S.A.	Fujian Zhangpu Liua0 45MW Wind Power Project		5.082
2		Orbeo Deal	Kleinwasserkraftwerk in Matanzas, Guatemala		2.000
4		South Pole	Republik Mali - effiziente Kocher		1.500
					8.582,00

5 MARKTSEGMENTIERUNG

5.1 Zielgruppe

Unsere Zielgruppe sind umweltbewusste Österreicherinnen und Österreicher im Alter von 16 bis 99 Jahren. Die spezielle Zielgruppe sind Autofahrerinnen und Autofahrer.

5.2 Demografische Merkmale

- Alter: 16 bis 99 Jahre
- Geschlecht: männlich und weiblich

5.3 Geografische Merkmale:

- Region: ganz Österreich

5.4 Psychografische Merkmale:

- Umweltbewusste Menschen
- Autobesitzer
- Verlangen nach CO²-neutralem Autofahren

6 TAKTISCHES MARKETING

6.1.1 Product

Unser Produktsortiment besteht aus folgenden 4 Produkten:

- Sofort-Kompensation
- QR-Code-Kompensation
- Zeit-Kompensation
- Strecken-Kompensation

Durch den Kauf eines unserer Produkte bekommt der Kunde ein CO² Zertifikat (Urkunde) das angibt, dass der Kunde klimaneutral fährt und dazu bekommt er noch einen Autoaufkleber.

6.1.2 Place

Wir selbst haben kein Vertriebslokal, daher wollen wir unsere Produkte über unseren Online Shop verkaufen. Unser zweites wichtiges Standbein sind Partnerschaften mit nationalen Tankstellenanbietern, die uns ermöglichen, mittels Aufnahme in ihr Sortiment, für einen kleinen Aufpreis einen ganzen, einen dreiviertel, einen halben oder einen viertel Tank neutralisieren zu lassen und der Umwelt so etwas Gutes zu tun. Des Weiteren suchen wir Partner wie z. B. Trafiken.

6.1.3 Promotion

Wir werben mit:

- Werbevideos
- Flyern
- Social Media: Facebook und Twitter
- Werbeständen auf den Straßen Wiens
- Über unsere Kooperationspartner

Wir werden direkt Vorort bei den Tankstellen unserer Kooperationspartner mit Plakaten werben. Des Weiteren wollen wir Broschüren und Flyer drucken lassen und diese verteilen. Außerdem wollen wir einen Stand mit Informationen auf einer viel frequentierte Straße aufstellen und über Social Media unser Projekt bekannt machen.

6.1.4 Price

Eine Tonne CO²-Kompensation wird zurzeit um 25 € bis 30 € gehandelt. 50 Liter Benzin werden zu 125 Kilogramm CO² verbrannt. Daraus folgt, dass die Kompensation eines Tanks ungefähr 4 € kosten wird. Dazu kommt noch ein Betrag zur Deckung unserer Kosten.

7 RECHTSFORM

Unsere Unternehmung wird als Verein gegründet. Das ist die einzige Gesellschaftsform, die von Minderjährigen gegründet werden kann. Ein Verein birgt das perfekte Umfeld für unsere Pilotphase. Nach einem positiven Abschluss der Pilotphase wird eine Umgründung in eine GmbH erfolgen.

8 NON-PROFIT UNTERNEHMEN

Ein wichtiger Aspekt ist, dass unser Unternehmen nicht gewinnorientiert arbeiten soll. Natürlich müssen wir unsere Kosten decken, aber wir halten es für unseriös aus dem schlechten Gewissen, anderer Personen, Profit zu schlagen.

9 STANDORT

Als Standort haben wir folgende Adresse:

Adolf-Czettelgasse 12 A-02, 1160 Wien

Hier wohnt Matthias' Familie. Ein etwa 20 m² großer Raum im Erdgeschoss des Hauses steht noch ganz leer. Dort richten wir ein Büro ein. PCs und Drucker sind bereits vorhanden. Dieser Raum reicht für unser Unternehmen, da wir dort zwei Arbeitsplätze haben und wir keine Angestellten benötigen. Die nötige Ausstattung ist auch schon vorhanden. Die monatlichen Strom- und Wasserkosten werden von der Familie finanziert.

10 KOOPERATIONSPARTNER

10.1 KPC – Climate Austria

Climate Austria ist ein Unternehmen der Kommunal Public Consulting Bank, dass Geld in Projekt für die Einsparung von CO² investiert. Wir werden von Climate Austria Teile dieser Kompensation erwerben und selbst weiter, an den Normalverbraucher, verkaufen.

10.2 OMV

Die OMV wird unser wichtigster Vertriebspartner. Wir werden unser Produkt direkt über die Tankstellen der OMV verkaufen. Die OMV erhält 5 % des Umsatzes.

10.3 ÖBF

Wir werden eine Kooperation mit den Österreichischen Bundesforsten eingehen und die ÖBF bei ihren Moor-Renaturierungsprojekten unterstützen und diese zu einem Vorzeigeprojekt machen, dass man auch in Österreich besichtigen kann. Desweiteren ist es uns auch wichtig, ein traditionelles Unternehmen als Kooperationspartner anzuführen.

10.4 Josef Mantl Communications

Josef Mantl hat eine Firma gegründet, dass sich auf Kampagnen, Events, Digitale Medien, Öffentlichkeitsarbeit, Geschäftsbeziehungen und Kommunikation spezialisiert hat. Herr Mantl wird uns in der Pionierphase als Mentor begleiten und wird eventuell ein Vorstandsmitglied des Vereins. Josef Mantl ist für uns ein wichtiger Ansprechpartner, der uns Kontakte vermittelt.

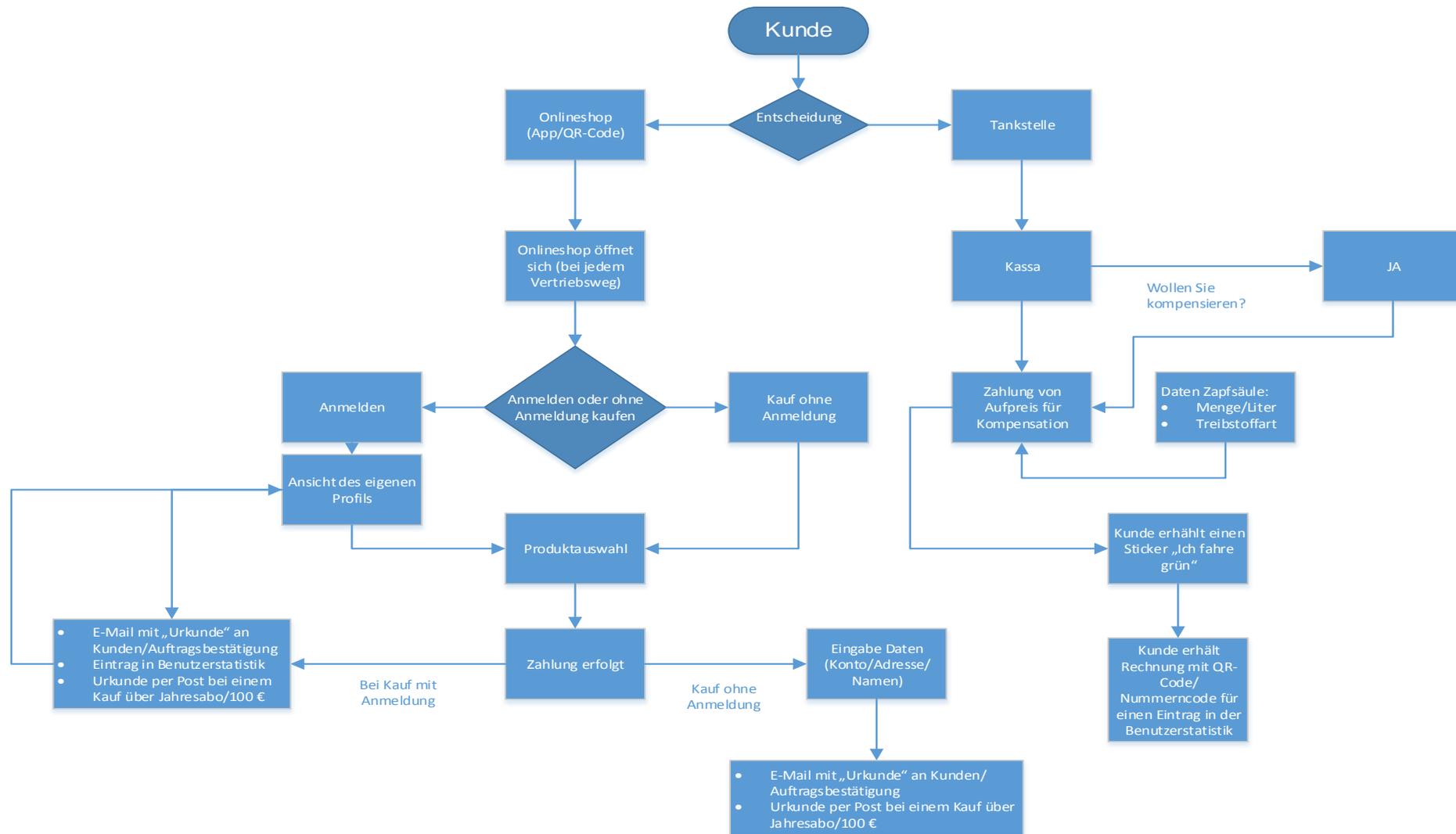
10.5 Austrian Center

Dr. Barbara Kolm wird uns mit der Finanzierung und Verwirklichung einer eigenen Webseite unterstützen.

10.6 Restaurant „Die Frischzelle“

Nicht alle Menschen wissen, dass bei der Produktion von Lebensmitteln gigantische Mengen von Wasser benötigt werden und jede Menge Emissionen ausgestoßen werden. Zum Beispiel werden für die Produktion für ein Kilogramm Lammfleisch 10.000 Liter Wasser und für ein Kilogramm Rindfleisch sogar 15.000 Liter Wasser benötigt. Wir haben uns überlegt, dass es Menschen gibt, die auch einmal ein feines Steak verzehren wollen, ohne an den Wasserverbrauch und den Emissionsausstoß denken zu müssen. Wir werden „Die Frischezelle“ zum ersten Restaurant in Österreich, wahrscheinlich auch in ganz Europa, machen, indem es möglich ist seine Speisen klimafreundlich zu genießen. Auch hier wird der Eigentümer nicht nur durch die Öffentlichkeitsarbeit von dem Vertrieb profitieren, sondern auch 5 % des Umsatzes erhalten.

11 ABLAUFORGANISATION



12 KAPITAL – PIONIER PHASE

Finanzposten	Kosten	
Einmalige Kosten		
	€	
Grafiken f. Website	300,00	
	€	
Werbekurzfilm	400,00	
	€	
Programmierung Statische Website	350,00	
	€	
Programmierung Dynmatische Website	300,00	
	€	
Programmierung Onlineshop+App	400,00	
	€	
Gründungskosten	500,00	
Werbeaufwand (Regreen Plakatständer [Kundenstopper]		
	€	
+ Regreen Fahnen für Pilottankstellen)	3.500,00	
	€	
Rechts- und Beratungsaufwand	500,00	
	€	
Co2-Kompositions Ankauf 100 Tonnen	2.500,00	
	€	
Regreen.com Domain Kosten	1.500,00	
	€	€
	10.250,00	10.250,00
Laufende Kosten		
		€
Telefon, Service, Druckkosten		80,00
		€
Regreen.at Jährliche Kosten (Domain)		36,00
		€
		116,00
		€
		10.366,00

Businessplan Zusatz

Verwendung der Einnahmen durch den Verkauf von Co2 Kompensation

Die erzielten Einnahmen und Umsätze, aus dem Verkauf von Co2 direkt Kompensation an Tankstellen und den Jahres-Abo Beiträgen werden, zur Gänze für den Ankauf von Co2 Kompensationsfreibeträgen, Werbung und der Deckung von Fixkosten verwendet.

Finanzplan siehe Beilage

Sonderpreis:

- „smart campus“ Karim Abdel Baky, Christoph Rebernig

Sonstige Kategorien:

- Medien
- Sustainability