



BE A CHILD - BE UNIQUE



---

**Kategorie I: Businessplan**

**Team: Octavia**





# 1 SUMMARY

## Summary (Deutsch)

Nach langem Überlegen haben wir uns entschieden, ein neues Modelabel zu gründen. Wir wollen in erster Linie den Konsumwahn und dem steigenden Müllaufkommen entgegenwirken.

Jährlich werden in Österreich 80 000 Tonnen Altkleider gesammelt. Die Kleidungsstücke sind kaum getragen bzw. abgetragen und werden schon wieder ausgemustert und entsorgt.

Wir wollen aus Kleidungsstücken von Erwachsenen neue Kinderkleidung kreieren. Uns ist es wichtig, dass die Kleidung funktional, bequem und bunt ist. Die Unikate sollen die Individualität unserer Kinder widerspiegeln.

Wir bieten unseren Kunden:

- 🐝 100 % Upcycling- Mode
- 🐝 Unikate (gleichbleibende Schnitte, aber unterschiedliche Stoffe)
- 🐝 Umweltbewusste und nachhaltig produzierte Kinderkleidung
- 🐝 Qualitativ hochwertig Kindermode in Handarbeit genäht, keine Massenproduktion

## Summary (English)

After a long deliberation, we have decided to found a new fashion label. Firstly we want to minimize the excessive consumption and the amount of waste in the first place. Around 80 000 tonnes of old clothes are collected annually in Austria.

The garments are worn or carried hardly and already retired because they are no longer in fashion or being forgotten to wear.

What is our mission?

We want to create, from adult clothing, new children clothes. For us, it is important that the clothes are functional comfortable and colourful. The unique clothes should show the individuality of our children.

We offer for our youngest customer following:

- 🐝 Unique (consistent cuts but different materials)
- 🐝 Environmental and sustainable clothing
- 🐝 High quality kids clothes
- 🐝 Handmade no mass production



## 2 ALLGEMEINE BESCHREIBUNG

„Upcycling“ heißt der neue Trend. Darunter versteht man die Wiederverwertung von weggeworfenen oder nicht mehr gebrauchten Materialien, die durch einen geringen Energieaufwand in eine neue Form gebracht werden und somit wieder aufgewertet werden. Das Ursprungsmaterial bzw. –objekt wird einem neuen Nutzen zugeführt und oftmals auch so verändert, dass es gar nicht wiedererkennbar ist.<sup>1</sup>

Das Konzept stammt aus den ärmeren Ländern, in denen Menschen „upcyclen“ aus verschiedenen Notsituationen heraus, wie z.B. in Afrika, wo aus Autoreifen Sandalen, aus Altpapier Perlen für Schmuck oder in Indien aus kostbaren alten Stoffen neue Kleidungsstücke gemacht werden. Unserer Großeltern waren auch fleißige „Upcyclern“. Sie haben Kleidungsstücke aufgetrennt, umgefärbt und neu genäht. Unserer Kleiderschränke sind meist viel zu voll gestopft und wir tragen die Hälfte der Sachen nicht. Die Kleidungsstücke sind für den Müll aber zu schade.

Unsere Idee ist es, dass wir aus alten Kleidungsstücken von Erwachsenen Kinderkleidung erzeugen. Jedes Kleidungsstück ist ein Unikat. Unsere Kleidungsstücke haben dennoch ein einheitliches Erkennungsmerkmal, und zwar unser Logo, eine kleine Biene, die aufgenäht ist. Jedes Kleidungsstück wird individuell aus den nutzbaren Resten der alten Kleidung produziert.

Wir arbeiten mit Organisationen wie Humana und Caritas zusammen und kaufen die Altkleider im Bausch und Bogen ein. Wir sammeln auch selbst alte Kleidung von Freunden und Bekannten. Somit sind die Materialkosten sehr gering. Die Kleidungsstücke werden von uns selbst aussortiert und gereinigt, bevor wir sie zu Kinderkleidung weiterverarbeiten.

Der Co2-Ausstoß wird verringert, indem die alten Kleider in Wien gesammelt und verwertet werden und somit keine langen Transportwege zurückgelegt werden. Die Kleidungsstücke, die für den Weiterverbrauch nicht brauchbar sind, spenden wir wieder an Organisationen wie z.B. Caritas. Die Schnitte für die Kinderkleidung werden von uns selbst gezeichnet und wir setzen auf praktische aber auch modische und trendige Kleidung für die Kinder. Auf Wunsch nähen wir die Kleidung für die Kinder auch aus den alten Kleidungsstücken der Eltern der Kinder, wenn diese uns Kleidungsstücke zur Verfügung stellen.

Unsere Idee ist deshalb so besonders, da sie sehr nachhaltig und umweltbewusst ist. Wir bieten Kindermode, die individuell, stylisch und trendig sowie qualitativ hochwertig ist. Wir sind uns bewusst, dass wir einen großen Kreis an Konkurrenten haben, jedoch denken wir, dass wir mit unserer Idee viele Menschen ansprechen und ein sehr großes Marktpotenzial am Markt haben können. Die Kunden, die auf nachhaltige sowie moderne Kleidungsstücke für ihre Sprösslinge Wert legen, sind bei uns richtig. Unsere Kindermode ist leistbar und wir haben auch einen hohen Erkennungswert.

Jeder, der bei uns Sachen einkauft, soll sich wohl fühlen und sich sicher sein, dass wir die Kleidung nicht durch Kinderarbeit erzeugen lassen und den Mitarbeitern faire

<sup>1</sup> Vgl. [https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/upcycling\\_2004.htm](https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/upcycling_2004.htm)



Arbeitsbedingung sowie faire und gerechte Bezahlung gewährleisten. Wir wollen den Bekanntheitsgrad unseres Modelabels mit Modeshows und Prospekten erhöhen.

## 3 PROBLEME DER TEXTILBRANCHE

### 3.1 Kaufverhalten und Abfallaufkommen

*Ein Drittel der Österreicher kauft zumindest einmal im Monat Bekleidung für sich selbst ein – sie sind Heavy Buyer. Bei den Männern ist der Anteil der Heavy Buyer halb so hoch (21%) wie bei den Damen (44%). Durchschnittlich kaufen Herr und Frau Österreicher 0,7 Mal im Monat Bekleidung für sich ein - Männer 0,6 Mal Frauen 0,9 Mal.<sup>2</sup>*

Laut der letzten Erhebung der Statistik Austria zu diesem Thema werden in Österreich etwa 130,- Euro pro Kopf und pro Monat für Gewand ausgegeben. Die Menschen besitzen heute etwa viermal mehr Kleidung als noch 1980.<sup>3</sup>

Die Regale in den Geschäften der Moderiesen werden immer schneller mit neuen Waren bestückt, dies führt zu unnötigen Anschaffungen. Rund 40 Prozent der Kleidung hängen ungetragen in den Kästen der Konsumenten herum. Diese ungetragenen oder kaum getragenen Kleidungsstücke werden in Müllcontainer für Altkleider gegeben. Ca. 80 000 Tonnen Altkleidung pro Jahr werden in Österreich auch wieder entsorgt.<sup>4</sup>

### 3.2 Billige Massenmode

In den letzten Jahren wurde immer wieder darüber berichtet, wie Textil-Discounter wie Kik, H&M, C&A, Primark, oder Zara, es schaffen, derart billige Kleidung in ihren Geschäften zu verkaufen. Dies ist nur möglich, weil die Herstellkosten extrem niedrig gehalten werden.

H&M ist einer der Giganten in der Textilindustrie. Der schwedische Konzern hat auch angefangen mit modischen und günstigen Kleidungsstücken einst die Branche aufzumischen. Die weltweite Expansion hört nicht auf und Nachschub für die unzähligen Läden wird gebraucht. Es muss noch mehr produziert werden.

### 3.3 Ausbeutung in der Textilbranche

Die Erzeugung von Kleidung wird in Billigländer ausgelagert. Die Mitarbeiter werden ausgebeutet sowie unfair und ungerecht für ihre oft gesundheitsschädliche Arbeit bezahlt. In den Medien wird immer wieder davon berichtet wie unzumutbar die Arbeitsbedingungen in den Textilfabriken in Bangladesch, China oder Äthiopien sind.<sup>5</sup> Einer der Arbeiter meinte, dass er nie vor 22 Uhr Feierabend hat. Man fängt um acht Uhr morgens an, sechs Tage die Woche, manchmal auch sieben. Obwohl, nach H&M, maximal 48 Stunden erlaubt sind, sind es jedoch in Bangladesch 80-Stunden-

<sup>2</sup> Vgl. DER STANDARD, Der wahre Preis des Fünf-Euro-Shirts, 22.September 2015

<sup>3</sup> www.statistik.at

<sup>4</sup> DER STANDARD, Der wahre Preis des Fünf-Euro-Shirts, 22.September 2015

<sup>5</sup> Vgl. <https://netzfrauen.org/2014/11/04/die-billige-masche-von-hm-die-karawane-zieht-weiter-made-in-ethiopia/>



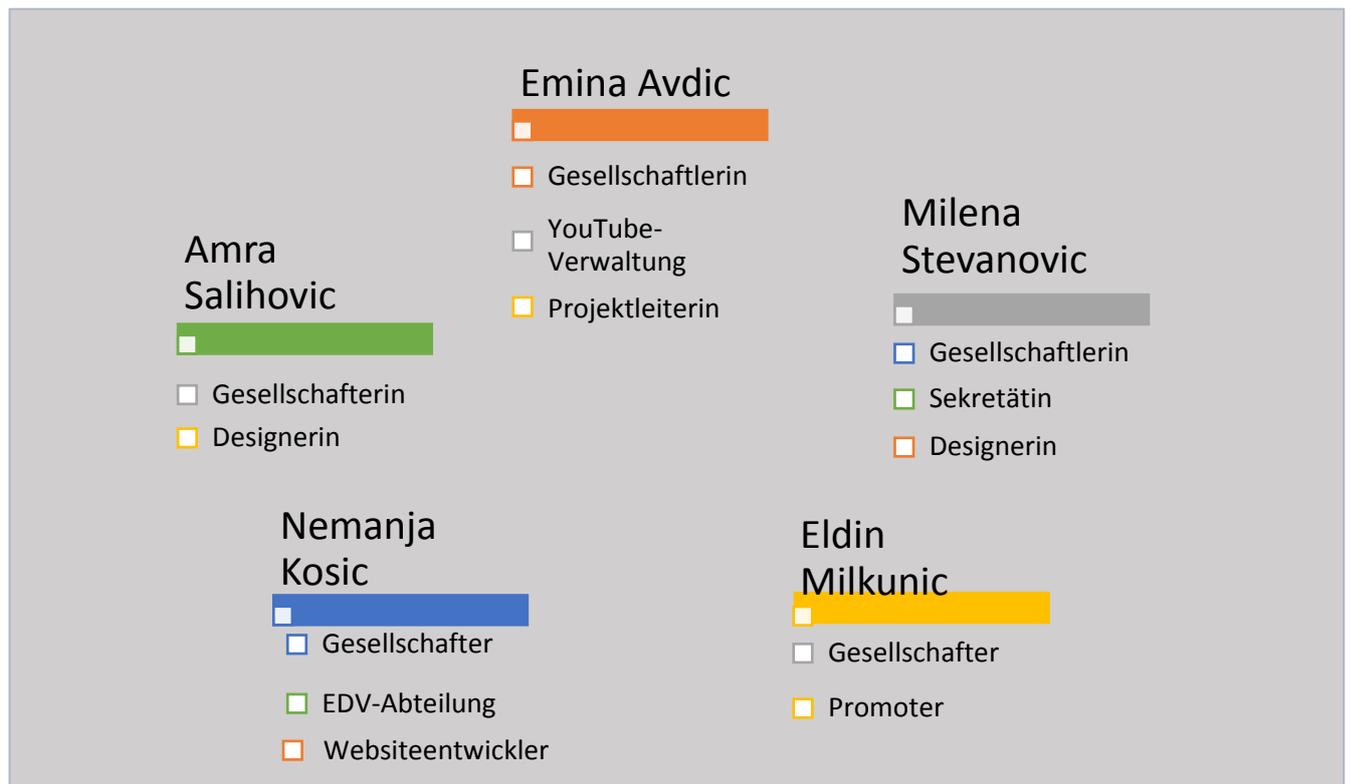
Wochen.<sup>6</sup> Der schwedische Textilproduzent H&M zahlt keinen Cent Einkommenssteuer in den Ländern, in denen produziert wird. Die Tochterfirmen in den Produktionsländern koordinieren nur die örtlichen Produzenten. Die Mode selbst hingegen wird für und auf Kosten von H&M in Schweden hergestellt. Daher verdient H&M in den Produktionsländern offiziell kein Geld und muss somit keine Steuern zahlen. Der Konzern erzielte im vergangenen Jahr einen Gewinn in Höhe von 1,92 Milliarden Euro.

Seit dem Einsturz des Rana Plaza-Gebäudes im April 2013, mit mehr als tausend Toten in Bangladesch, haben viele der großen Ketten versprochen, auf mehr Sicherheit in den Fabriken zu achten.<sup>7</sup>

## 4 UNTERNEHMENSGRÜNDUNG

Wir haben uns entschieden eine GmbH zu gründen. Wir werden bei der Gründung im Gesellschaftsvertrag vorsehen, dass wir die gesellschaftsrechtliche Gründungsprivilegierung in Anspruch nehmen. Die Stammeinlage von € 35.000,-- muss somit erst 10 Jahre nach Gründung eingebracht werden. Bei der Gründung müssen lediglich € 10.000,-- eingezahlt werden.

Das Organigramm unseres Unternehmens



Wir sind ein junges Team, welches sich für Mode und Trends interessiert. Wir möchten die Kinder unserer Kunden mit trendiger und cooler Kindermode ausstatten.

<sup>6</sup>Vgl. <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/handel-konsumgueter/hundm-in-der-kritik-wir-haben-nie-vor-22-uh-feierabend/10908754.html>

<sup>7</sup>Vgl. <http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/rana-plaza-einsturz-keine-textilfabrik-in-bangladesch-ist-sicher-a-1030311.html>



## 5 USP-UNIQUELLE SELLING PROPOSITION

### 5.1 Nutzen:

- 💡 100% Upcycling-Kindermode
- 💡 Bequeme und funktionale Kleidung für Kinder
- 💡 Die Individualität des Kindes soll durch individuelle Kleidung unterstrichen werden.
- 💡 Eigene alte Kleidung wird auf Wunsch zu Kinderkleidung verarbeiten.

### 5.2 Zusatznutzen:

- 💡 Einzigartige, individuelle und stylische Kleidungsstücke
- 💡 Ökologisch und nachhaltig produzierte Mode
- 💡 Qualitativ hochwertig durch Handarbeit, keine Massenproduktion

### 5.3 USP

Unser „Unique Selling Proposition“ lautet aus alter noch verwertbarer Erwachsenenkleidung, Kinderkleidung, die individuell und nachhaltig sein soll, zu kreieren. Wir achten genau, dass wir jeden Stoff, den wir gespendet bzw. geschenkt bekommen, möglichst kreativ verarbeiten können.

Wir verwenden unsere eigenen Schnittmuster. Diese Schnittmuster wiederholen sich in unserer Kollektion. Die Kleidungsstücke werden aufgrund der vorhandenen und verwendeten Stoffe zu Unikaten.

Die Kinder werden als kleine individuelle Persönlichkeiten geboren. Sie sind unverwechselbar und einmalig. Jedes Kind bringt sein Temperament und seine Eigenschaften und seine persönlichen Eigenheiten mit. Die Individualität setzt sich zusammen aus den persönlichen Eigenschaften und den Fähigkeiten, die ein Kind ausmachen.

Wir haben es uns zur Herausforderung gemacht, die Individualität der Kinder auch mit unseren Kleidungsstücken zu unterstreichen.

Wir entwerfen Mode für Kinder, die so einzigartig ist wie die Kinder selbst. Jedes Kind gibt es nur einmal auf dieser Welt, so wie jedes Kleidungsstück aufgrund der verwendeten Stoffe ein Unikat darstellt.

Alle Kinder sind verschieden und das ist gut so.

BE A CHILD - BE UNIQUE



## 6 ZIELGRUPPE

Unsere Zielgruppe sind einerseits die Eltern, die für ihre Kinder die Kleidung auswählen und kaufen und andererseits die Kinder, die die Kleidung tragen.

Wir haben uns auf folgende Zielgruppe spezialisiert. Unsere Kunden sind interessiert an bequemer und individueller Kindermode. Die Eltern engagieren sich für die Erhaltung der Umwelt und sprechen sich gegen Kinderarbeit und Massenproduktion aus.

KRITERIUM	OCTAVIA MODE
Alter bzw. Zugehörigkeit zu einer Altersgruppe (0-10 Jahre)	Wir gehen auf die Bedürfnisse der Kinder ein und verkaufen: <ul style="list-style-type: none"> <li> praktische</li> <li> modische</li> <li> und bunte Kinderkleidung</li> </ul>
Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none"> <li> modebewusste Eltern und Kinder</li> <li> umweltbewusste und nachhaltig denkende Eltern</li> <li> Kinder, die individueller Kleidung, Unikate lieben</li> </ul>
Wohnort und Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> <li> Onlineverkauf auf der eigenen Homepage</li> <li> Plattform Lieblingsbrand<sup>8</sup> bzw.</li> <li> Kommissionsverkauf im Geschäft Jeans Company<sup>9</sup></li> </ul>
Kauf/Konsumverhalten	<ul style="list-style-type: none"> <li> Die Eltern kaufen Kinderkleidung, die bequem ist, so dass sich die Kinder wohl fühlen.</li> <li> Sie bleiben unserer Marke treu und empfehlen sie ihren Freunden weiter.</li> </ul>
Vorlieben und Bedürfnisse	<ul style="list-style-type: none"> <li> Unsere Kunden und die Kinder lieben unser Modedesign, da sie für die Kinder individuelle, bequeme und bunte Kleidung kaufen können.</li> <li> Sie lieben unser Design und die Tatsache, dass jedes Stück ein Unikat ist.</li> <li> Die Arbeitszeit wird geschätzt und die Ziele, die wir mit dem Label verfolgen.</li> </ul>
Ethik und Werte	<p>Unsere Zielgruppe ist</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> umweltbewusst</li> <li> nachhaltig denkend</li> <li> gegen Kinderarbeit</li> <li> für faire Bedingungen und Bezahlung</li> </ul>

<sup>8</sup> [www.lieblingsbrand.at](http://www.lieblingsbrand.at)

<sup>9</sup> [www.gebruederstitch.at](http://www.gebruederstitch.at)



## 7 SWOT-ANALYSE

Mit Hilfe der SWOT-Analyse haben wir versucht die Stärken und Schwächen aber auch die Risiken und Gefahren für unser Produkt und Unternehmen aufzuzeigen.

<b>Unternehmen</b>	<p style="text-align: center;"><b>Stärken</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>🐝 Bequeme, funktionale und individuelle Kinderkleidung</li> <li>🐝 Altkleider werden zu neuen Kinderkleidern – 100 % Uycycling</li> <li>🐝 Gut ausgebildete und geschulte Mitarbeiter</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Schwächen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>🐝 Am Beginn geringes Sortiment und Größenauswahl</li> <li>🐝 Geringer Bekanntheitsgrad</li> <li>🐝 Eigenkapital muss selbst eingebracht werden = keine Gewinne</li> </ul>
	<b>Markt</b>	<p style="text-align: center;"><b>Chancen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>🐝 Marktnische wird angesprochen</li> <li>🐝 In der angepeilten Zielgruppe wird ein Bedürfnis geweckt und die Umsätze steigen.</li> </ul>

## 8 PRODUKTION

Die Kleider werden von uns selbst bei den Organisationen wie Humana oder Caritas gekauft und abgeholt. Die Ware wird aussortiert und unbrauchbare Kleidung geben wir wieder zurück. Die Kleidung wird von uns gewaschen und getrocknet.

Die alte Kleidung wird in der Wohnung von Emina Avdic und Amra Salihovic gelagert. In der ersten Phase werden die Kleidungsstücke von Milena Stevanovic und der Mutter von Amra Salihovic in den eigenen Wohnungen genäht. Das Teammitglied Milena Stevanovic hat bereits einen Nähkurs absolviert.

Wir werden auch das Design und den Vertrieb von den eigenen Wohnungen aus abwickeln. Wir wollen in der Anfangsphase die Kosten für die Produktion minimal halten und daher die Produktion und den Vertrieb in erster Linie in unseren Wohnungen durchführen.

Wenn unser Bekanntheitsgrad gestiegen ist und wir entsprechende Umsätze mit unserer Kindermode lukrieren, wollen wir die Produktion in eine Schneiderei verlagern und ein eigenes Geschäft eröffnen.

## 9 MODELABEL, SCHNITTE UND VERPACKUNG

### Unser Modelabel

- Die Biene ist unser Markenzeichen. Unsere Kinderkleidung soll sich von Kleidern anderer Textilhersteller unterscheiden, daher haben wir diese Modelabel entwickelt.
- Die Biene soll die Nachhaltigkeit widerspiegeln. Wir legen großen Wert darauf, die Umwelt zu schützen und sparen kostbare Ressourcen. Wir achten darauf, dass unseren Mitarbeiter faire Arbeitsbedingungen und Bezahlung erhalten.
- Die Biene soll die Kinder, unsere Kunden ansprechen und ihre individuelle Kleidung auszeichnen.



### Unser Schnittmuster

Wir haben uns für die Kleider Schnittmuster überlegt und hier abgebildet. Jedes Kleidungsstück wird mit unserem Modelabel versehen.



Hier kann man sehen wie aus einem alten Hemd ein Kinderkleid entsteht. Zuerst wird der Schnitt in der jeweiligen Größe auf Packpapier gezeichnet und ausgeschnitten. Dann wird der Schnitt am Stoff angebracht und ausgeschnitten. Das Kleid wird zusammengenäht. Bei diesem Kleid ist die Knopfleiste des Hemdes verblieben.



### Verpackung

Wir verwenden ausschließlich Verpackungsmaterial, das aus ökologischen und wiederverwerteten Papier hergestellt wurde. Wir haben auch Papiertaschen zum Verpacken der Kindermode entworfen.



# 10 KATALOG

Hier sieht man die ersten Modelle, die wir aus alten Kleidungsstücken gefertigt haben.



Trachtkleid Susi	
<b>Preis</b>	57,00 €
<b>Beschreibung</b>	Unser Trachtkleid besteht aus zwei bzw. mehreren Stoffarten. Es sind Teile einer Schürze bzw. aus einem Samtkleid verarbeitet worden. Dieses Kleidchen hat ein aufwendiges Schnittmuster und wir investieren besonders viel Zeit in die Herstellung.
<b>Größe</b>	98 – 104 (3-4 Jahre)



Sommerkleid Elsa	
<b>Preis</b>	57,00 €
<b>Beschreibung</b>	Sommerkleidchen, besteht aus einem alten Sommerkleid von Erwachsenen. Unten wurde noch eine rosa Tüllborte angehängt.
<b>Größe</b>	104 (4 Jahre)



Sommerkleid Hanna	
<b>Preis</b>	57,00 €
<b>Beschreibung</b>	Sommerkleidchen, besteht aus einem alten Sommerkleid von Erwachsenen. Der Kragen ist aufwendig verarbeitet und mit einem Zierband eingefasst.
<b>Größe</b>	98 – 104 (3-4 Jahre)



Rock Sabrina	
<b>Preis</b>	39,00 €
<b>Beschreibung</b>	Leichter und sommerlicher Rock mit auffälligen und bunten Mustern
<b>Größe</b>	98 – 104 (3-4 Jahre)



# 11 MARKETING

## 11.1 Preis

Für unsere Kostenkalkulation haben wir zuerst eine Planbilanz und –GuV sowie einen BÜB und BAB (im Anhang) erstellt, um die Zuschlagssätze zu ermitteln.

In der folgenden Tabelle ist die Kalkulation für ein T-Shirt bzw. ein Kleid abgebildet.

Kalkulation				
T-Shirt		Zuschlagssätze BAB	Kleid	
Materialkosten	€ 0,12		Materialkosten	€ 0,20
Materialgemeinkosten	€ 0,78	648%	Materialgemeinkosten 90%	€ 1,30
Fertigungslöhne	€ 5,37		Fertigungslöhne	€ 16,11
Fertigungsgemeinkosten	€ 3,49	65%	Fertigungsgemeinkosten	€ 10,47
Transportkosten	€ 6,00		Transportkosten	€ 6,00
Herstellkosten	€ 15,76		Herstellkosten	€ 34,08
V&V	€ 4,26	27%	V&V	€ 9,21
<b>Selbstkosten</b>	<b>€ 20,02</b>		<b>Selbstkosten</b>	<b>€ 43,29</b>
Gewinn	€ 2,00	10%	Gewinn	€ 4,33
<b>Nettoverkaufspreis</b>	<b>€ 22,02</b>		<b>Nettoverkaufspreis</b>	<b>€ 47,62</b>
UST	€ 4,40	20%	Ust	€ 9,52
<b>Bruttoverkaufspreis</b>	<b>€ 26,42</b>		<b>Bruttoverkaufspreis</b>	<b>€ 57,14</b>
<b>Verkaufspreis lt. Katalog</b>	<b>€ 26,00</b>		<b>Verkaufspreis lt. Katalog</b>	<b>€ 57,00</b>

Wir haben alle Produkte unseres Sortiments wie Hosen und auch Röcke kalkuliert.

## 11.2 Absatz

Wir werden unsere Kindermode in der Anfangsphase über folgende Vertriebskanäle vertreiben.

### 11.2.1 Online-Verkauf - eigene Homepage

Um unsere Kosten zu minimieren, haben wir uns für den Beginn für einen Onlinevertrieb entschieden. Die Kunden können rund um die Uhr über unsere Homepage und den Webshop bestellen. Die Kleidungsstücke werden dem Kunden mittels Postversand zugestellt. In der Anfangsphase werden wir als Werbemaßnahmen auch einige Zustellungen persönlich vornehmen.

### 11.2.2 Online-Verkauf über die Plattform Lieblingsbrand

Auf dieser Plattform können österreichischen Designer ihre Produkte zum Verkauf anbieten. Die Produkte werden auf dieser Seite präsentiert. Die Designer verkaufen in dem Shop-in-Shop System die Ware aber direkt an die Kunden. Der Versand erfolgt wie beim Online-Verkauf über unsere eigene Homepage.



### 11.2.3 Kommissionsverkauf

Da wir unseren Bekanntheitsgrad schnell erhöhen möchten, ist es ein Ziel unsere Kleidungsstücke auch in einem Geschäft zu verkaufen. Die Kosten für ein eigenes Geschäft wären am Beginn zu hoch.

Wir versuchen mit dem Geschäft Jeans Company zu verhandeln, dass sie unsere Ware zum Kommissionsverkauf übernehmen. Das bedeutet, wir übergeben vorerst unsere Kindermode kostenlos an das Geschäft Jeans Company. Die Inhaber werden versuchen auch unsere Ware zu verkaufen. Wenn unsere Ware erfolgreich verkauft wird, bekommen wir den vereinbarten Kaufpreis ausbezahlt. Nicht verkaufte Ware wird nach einiger Zeit an uns zurückgegeben. Das Geschäft Jeans Company hat daher auch kein Risiko. (nähere Beschreibung im Kapitel Konkurrenzanalyse)

## 11.3 Werbe- und Verkaufsförderungsmaßnahmen

### 11.3.1 Homepage

Wir werben und verkaufen die Produkte über folgende Homepage.



### 11.3.2 Plattform Lieblingsbrand

Diese Plattform<sup>10</sup> wurde von Cloed Priscilla Baumgartner gegründet. Wie schon erwähnt können junge österreichische Designer mit dieser Plattform für ihre Mode werben und diese auch dort vertreiben. Wir können mit Hilfe der Plattform unseren Bekanntheitsgrad steigern. Es ist eine optimale Werbepattform für unsere Kinderkleider, da die Kollektion von Frau Baumgartner ebenfalls zu 100% Upcycling-Mode ist.

<sup>10</sup> [www.lieblingsbrand.at](http://www.lieblingsbrand.at)



### 11.3.3 Flyer

Wir werden die Flyer in Kindergärten und Schulen, die einen Umweltschwerpunkt haben, verteilen. Auf den Flyern werden auch Gutscheine abgedruckt sein, mit denen die Kinderkleidung, um 10 % günstiger erworben werden kann.

	<p>DER ERSTE EINBLICK IN UNSERE KOLLEKTION</p>  <p><b>Hauptsitz:</b> Moselgasse 26 1100 Wien</p>  <p><b>TELEFON: 0660 56 78 236</b> <b>E-MAIL: octavia-mode@htomail.com</b></p>	 <p><i>Nachhaltige, ökologische sowie einzigartige Kindermode</i></p>
--	---	--

<p>Wir arbeiten mit Organisationen wie Humana und Caritas zusammen und kaufen die gesammelten Altkleider im Bausch und Bogen ein. Wir sammeln auch selbst alte Kleidung von Freunden und Bekannten. Somit sind die Materialkosten sehr gering.</p> <p>-----&gt; <b>Gutschein</b> 10% für Erstkauf</p> <p>Gutscheinnummer: 0009123 Barcode!</p>  	<p>Das sind wir! - Wer sind wir?</p> <p>Unsere Idee ist deshalb so besonders, weil wir sehr nachhaltig, umweltbewusst und sparsam denken.</p> <p><b>100 % Upcycling-Mode</b></p> <p>Menschen, die sehr auf die Umwelt und Nachhaltigkeit achten, finden bei uns das Richtige! Wir bitten stylische, trendige sowie nachhaltige Kindermode. Genau das Richtige für ihre Sprösslinge.</p> <p>Unsere Kindermode <b>leistbar</b> und haben auch einen <b>hohen Erkennungswert</b>.</p> 	 <p>Um einen besseren Eindruck, von unserer Idee und unserer Kleidung zu erhalten, besuchen Sie uns auf unserem YouTube-Kanal:</p> <p><i>Octavia-Mode "aus alt mach neu"</i></p> <p><b>WWW.OCTAVIA-MODE.COM</b></p>
--	--	--



### 11.3.4 YouTube-Kanal

Wir werden auf einen eigenen YouTube-Kanal unserer Idee und die Produkte vorstellen.

### 11.3.5 Modeschau

Wir wollen gemeinsam mit alternativen Kindergärten und Volksschulen in Wien, denen die Umwelterziehung von Beginn an wichtig ist, Modeschauen für die Eltern veranstalten und so unseren Bekanntheitsgrad erhöhen.

### 11.3.6 Zustellung

Wir wollen wie schon oben erwähnt, die ersten Zustellungen teilweise auch persönlich durchführen.

Als Dankeschön für die Bestellung legen wir einen handgeschriebenen und persönlichen Brief für unsere Kunden und eine Biene zum Ausmalen für jedes Kind bei.

### 11.3.7 Unterstützung von sozialen Projekten

Wir wollen aber auch soziale Projekte fördern. Dazu wollen wir einen Teil unseres Umsatzes für Projekte, die die Verbesserung der Arbeitsbedingungen und eine gerechte Bezahlung in Entwicklungsländern fördern, spenden.



## 12 UNSERE UNTERNEHMENSPHILOSOPHIE

### 12.1 Leitbild:

Unser Leitbild lautet:

- O** Online Kindermode kaufen
- C** Coole Kinderkleidung - Kinderträume werden wahr
- T** Trendige, bunte, funktionale und bequeme Kindermode
- A** Alte Rohstoffe neu verarbeitet (100 % Upcycling-Mode)
- V** Verantwortung für unsere Umwelt
- I** Individualität der Kinder und der Kindermode
- A** Anders und einzigartig

### 12.2 Vision

Wir haben uns als Ziel gesetzt, für Kinder nachhaltige, funktionale und bequeme Kleidung zu produzieren. Die Individualität der Kinder soll mit den Kleiderunikaten unterstrichen werden.

Eine Vision von uns ist es auch, das Müllaufkommen an alten Textilien zu reduzieren und diese wertvollen Rohstoffe wieder zu neuen Kleidungsstücken zu verarbeiten. Wir wollen auch der Massenproduktion entgegenwirken. Wir wollen eine nationale und später eine internationale Marke werden.

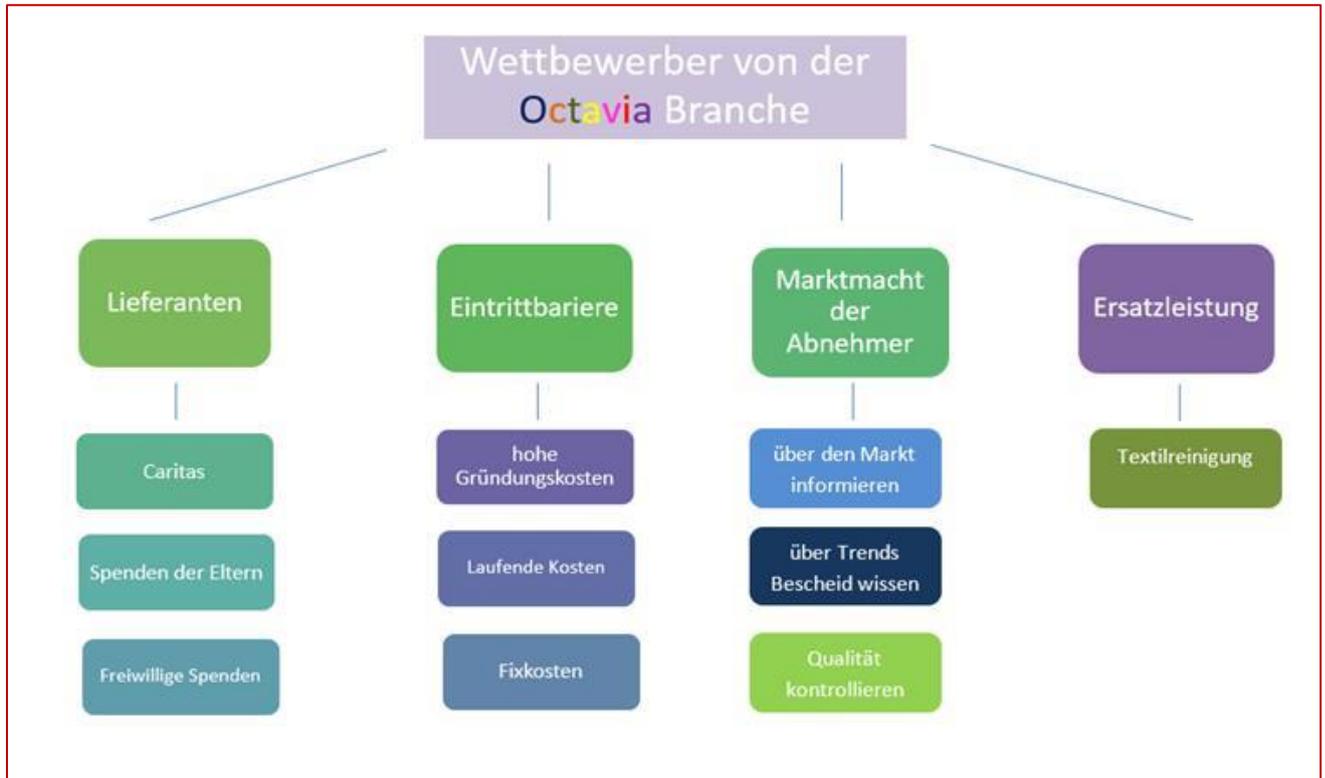
### 12.3 Mission

Wir gehen auf die individuellen Wünsche und Bedürfnisse unserer kleinen Kunden ein und versuchen sie bestmöglich zu befriedigen. Die Eltern können uns auch ihre alten oder nicht mehr getragenen Kleider zusenden und wir schneiden daraus ein Kleidungsstück für ihre Kinder und senden es zurück.

Wir wollen die Individualität der Kinder mit unseren Mode-Unikaten unterstreichen.

# 13 UMWELT UND BRANCHENANALYSE

Wir haben eine Branchenanalyse durchgeführt.



Wir haben folgende Kriterien näher untersucht.

KRITERIUM	OCTAVIA-MODE
Gesetzgebung	Keine Kinderarbeit, keine Zwangsarbeit, Abgaben von Steuern, Arbeitermitbestimmung
Entwicklung der Einstellungen	Umweltbewusstsein, Verantwortungsbewusstsein
Bedarfsentwicklung der Kunden	Cooler Kinderkleidung als Altkleidern - gute Qualität
Wettbewerb	Viel Konkurrenz → andere Anbieter und weltbekannte Marken
Technische Entwicklung	Nähen nur maschinell



# 14 KONKURRENZANALYSE

## 14.1 Reichweite der Bekleidungsgeschäfte und Marken

In folgenden Geschäften kaufen die Österreicher ihre Bekleidung laut Statistik<sup>11</sup> am häufigsten ein.

1. H&M
2. C&A
3. New Yorker
4. Charles Vögele
5. Kik
6. S.Oliver
7. Tschibo
8. Peek & Cloppenburg
9. Takko
10. NKD & Fussl

82% der 14- 30jährigen haben schon mehrmals bei H&M eingekauft, 64% bei C&A, 57% bei New Yorker. Bei den über 50jährigen dominiert C&A mit 56% Reichweite gefolgt von H&M und Charles Vögele, wo jeder zweite, dieser Altersgruppe einkauft.

## 14.2 Konkurrenz

Nach intensiver Recherche sind wir auf einige Upcycling Unternehmen gestoßen, welche unser Marktkonzept auf einer ähnlichen Weise betreiben. Als einen Vertreter wollen wir das Modelabel Milch beschreiben.

### 14.2.1 Modelabel Milch

In Wien gibt es das Unternehmen mit dem Modelabel „MILCH“<sup>12</sup>, dieses wurde von Cloed Priscilla Baumgartner gegründet und wird von ihr geführt. Sie erstellt aus alten Herrenhosen und -hemden Kleidung für Frauen her. Wir wollen ihre Plattform „Lieblingsbrand“ für unsere Werbung und den Vertrieb nutzen.

### 14.2.2 Jeans Company

Die Gebrüder Stich<sup>13</sup> fertigen Jeans nach Maß. Sie schneiden Hosen nach individuellen Wünschen und auf den Körper abgestimmt. „Jeans genauso, wie du sie haben willst.“ Die Stoffe, die Farbe und der Schnitt kann vom Kunden ausgesucht werden. Die Käufer können auch eine alte Hose mitnehmen, die perfekt sitzt. Die neue Hose kann dann genau nach dem Muster geschneidert werden.

Mit diesem Unternehmen wollen wir zusammenarbeiten, da wir auch individuelle Mode für Kinder fertigen. Wir wollen unsere Kindermode in ihrem Geschäft zum Kommissionsverkauf anbieten.

<sup>11</sup> [www.Meinungsraum.at](http://www.Meinungsraum.at)

<sup>12</sup> Vgl. [www.milch.tm](http://www.milch.tm)

<sup>13</sup> Vgl. [www.gebruederstich.at](http://www.gebruederstich.at)



# 15 FINANZPLAN

## 15.1.1 Gründungsfinanzplan

Als Firmensitz dient die Wohnung von Emina Avdic. Sie stellt einen großen Raum zur Verfügung. Wir haben im Finanzplan eine monatliche Miete von € 450,-- angesetzt.

Für die Produktion benötigen wir drei Nähmaschinen. Sowie diverse Betriebs- und Geschäftsausstattung wie Regale für die Lagerung der Stoffe und der fertigen Ware. Da wir fünf Personen sind haben wir uns auf eine Einlage von jeweils 2.000,-- € geeinigt. Der Gründungsfinanzplan ergibt einen Überschuss von 3.781,61 €.

<b>Finanzplan - Octavia Mode</b>		
<b>Gründungskosten</b>		
Miete (Kaution)	€	450,00
Nähmaschine drei Stück	€	267,00
Nähmaschinen Zubehör	€	13,49
1 Laptop	€	700,00
1 Druckgerät inkl. Scanner und Kopierer	€	227,90
Nähkurs (Milena Stevanovic) vor der Gründung	€	4.560,00
Gründungskosten	€	6.218,39
Einzahlung GmbH Stammeinlage	€	<b>10.000,00</b>
Überschuss	€	<b>3.781,61</b>

## 15.1.2 Erläuterungen und Annahmen des Finanzplanes

Unsere Stoffe sind Altkleider, die wir von der Organisation Caritas für einen Preis von 0,60 Cent pro Kilogramm Altkleider einkaufen. Die ersten paar Monate kaufen wir nicht so viele Säcke Altkleider ein. In den Sommermonaten kaufen wir mehr ein, so dass wir ab Juli ungefähr um 45,-- €/Monat für die Altkleider ausgeben. Insgesamt rechnen wir für ein Jahr mit Materialkosten in der Höhe von ungefähr 350,-- €.

Wir werden drei Nähmaschinen um einen Gesamtpreis von 267,-- € anschaffen. Laut den Anbietern sollten die jeweiligen Nähmaschinen fünf Jahre lang genützt werden, daher haben wir uns für eine Nutzungsdauer von fünf Jahren entschieden.

Um den Vertrieb und die Werbung durchzuführen, benötigen wir einen Laptop und einen Drucker. Wir bieten unsere Ware in erster Linie online über unseren Webshop an. Die Homepage muss in regelmäßigen Abständen aktualisiert werden bzw. die Bestellungen werden über den Webshop abgewickelt. Wir werden einen Laptop im Wert von 700,-- € bzw. einen Drucker um 227,90 € anschaffen. Die errechnete Abschreibung beträgt im Jahr 140,-- (Siehe Anhang)

Um Erfolge zu erzielen müssen wir für unsere Kleider auch werben. In unserem Werbeplan haben wir unsere Ausgaben für unsere Werbung abgeschätzt bzw. berechnet. Wir werden die sozialen Netzwerke (YouTube-Kanal, Facebook, Instagram, Twitter) nutzen, um unsere Kunden immer am Laufenden halten zu können und natürlich mit ihnen jederzeit in Kontakt treten zu können. Die sozialen Netzwerke sind kostenfrei.



Werbeplan	
soziale Netzwerke (Youtub-Kanal, Facebook, Instagram, Twitter)	€ -
Flyer Produktion (Design, Drucken)	€ 400,00
	€ 400,00

Die zwei Gesellschafter der OCTAVIA-Mode, Kotic Nemanja und Milkunic Eldin sind für das Design und das Drucken der Flyer zuständig sowie für das Verteilen. Des Weiteren rechnen wir mit Kosten für Büromaterial in der Höhe von 16,-- €/Monat.

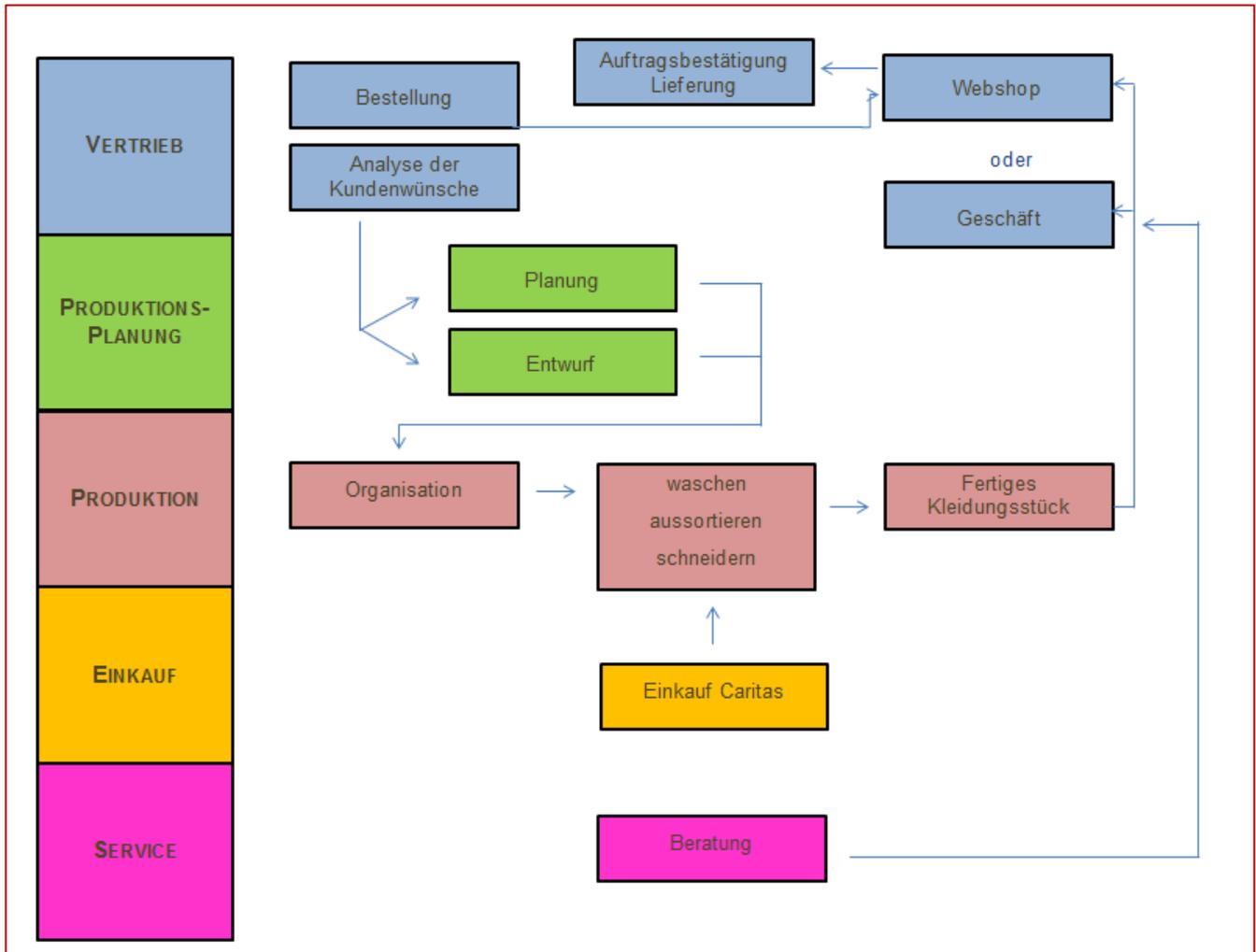
Unser Absatzplan bzw. unser Umsatzplan wurde für ein Jahr berechnet, d.h. wir haben die Monate von Jänner bis Dezember angegeben, die Tage im Jahr bedacht (inkl. Sonn- und Feiertage) und geschätzt, wie viele T-Shirts (pro Tag und Monat) und Kleider (pro Tag und Monat) wir verkaufen werden. Unter anderem auch den Umsatz pro Tag und natürlich den gesamten Umsatz für den jeweiligen Monat. Wir haben im Jänner (31 Tage) geschätzt, dass wir vier T-Shirts pro Tag verkaufen, weil wir ja ein Unternehmen sind, das noch nicht bekannt ist und wahrscheinlich nicht viele von Octavia-Mode gehört haben.

Der Monat November bringt uns den höchsten Umsatz, und zwar knapp € 15.000,--. Wir rechnen damit, dass die Verkäufe vor Weihnachten steigen werden. Wir schätzen, dass wir im ersten Jahr ca. 1 464 T-Shirts und ca. 1 070 Kleider verkaufen, daraus würde sich ein Jahresumsatz von € 94.435,00 ergeben.

Finanzplan laufende Zahlungen pro Monat von Octavia														
Einzahlungen		Jänner	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember	jährlich
Umsatz	€ -	€ 3.224,00	€ 3.016,00	€ 4.991,00	€ 4.980,00	€ 5.952,00	€ 10.890,00	€ 13.826,00	€ 8.525,00	€ 7.320,00	€ 5.146,00	€ 14.940,00	€ 11.625,00	€ 94.435,00
<b>Summe Einzahlungen</b>		<b>€ 3.224,00</b>	<b>€ 3.016,00</b>	<b>€ 4.991,00</b>	<b>€ 4.980,00</b>	<b>€ 5.952,00</b>	<b>€ 10.890,00</b>	<b>€ 13.826,00</b>	<b>€ 8.525,00</b>	<b>€ 7.320,00</b>	<b>€ 5.146,00</b>	<b>€ 14.940,00</b>	<b>€ 11.625,00</b>	<b>€ 94.435,00</b>
Auszahlungen		monatlich												jährlich
Miete pro Monat	30 m <sup>2</sup> € 15,00	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	5.400,00 €
Kleider Caritas		€ 14,88	€ 13,92	€ 14,88	€ 13,40	€ 23,16	€ 23,20	€ 44,88	€ 52,08	€ 36,60	€ 19,44	€ 34,00	€ 62,04	352,48 €
Wäsche waschen		€ 37,20	€ 34,80	€ 52,70	€ 48,00	€ 58,90	€ 102,00	€ 130,20	€ 83,70	€ 75,00	€ 49,60	€ 144,00	€ 158,10	974,20 €
Wäsche trocknen		€ 6,20	€ 5,80	€ 8,78	€ 8,00	€ 9,82	€ 17,00	€ 21,70	€ 13,95	€ 12,50	€ 8,27	€ 24,00	€ 26,35	162,37 €
Laufende Kosten		€ 4,99	€ 4,99	€ 4,99	€ 4,99	€ 4,99	€ 4,99	€ 4,99	€ 4,99	€ 4,99	€ 4,99	€ 4,99	€ 4,99	59,88 €
Werbekosten		€ 33,33	€ 33,33	€ 33,33	€ 33,33	€ 33,33	€ 33,33	€ 33,33	€ 33,33	€ 33,33	€ 33,33	€ 33,33	€ 33,33	400,00 €
Büroaufwand		€ 16,67	€ 16,67	€ 16,67	€ 16,67	€ 16,67	€ 16,67	€ 16,67	€ 16,67	€ 16,67	€ 16,67	€ 16,67	€ 16,67	200,00 €
Transportkosten		€ 744,00	€ 696,00	€ 930,00	€ 720,00	€ 930,00	€ 1.440,00	€ 1.860,00	€ 1.302,00	€ 1.260,00	€ 744,00	€ 2.160,00	€ 2.418,00	15.204,00 €
Personalkosten		€ 1.825,83	€ 1.825,83	€ 1.825,83	€ 1.825,83	€ 1.825,83	€ 1.825,83	€ 1.825,83	€ 1.825,83	€ 1.825,83	€ 1.825,83	€ 1.825,83	€ 1.825,83	21.910,00 €
<b>Summe Auszahlungen</b>		<b>€ 3.133,10</b>	<b>€ 3.081,34</b>	<b>€ 3.337,19</b>	<b>€ 3.120,22</b>	<b>€ 3.352,70</b>	<b>€ 3.913,02</b>	<b>€ 4.387,60</b>	<b>€ 3.782,55</b>	<b>€ 3.714,92</b>	<b>€ 3.152,13</b>	<b>€ 4.692,82</b>	<b>€ 4.995,31</b>	<b>€ 44.662,93</b>
<b>Fehlbetrag/Überschuss</b>		<b>90,90 € -</b>	<b>65,34 €</b>	<b>1.653,81 €</b>	<b>1.859,78 €</b>	<b>2.599,30 €</b>	<b>6.976,98 €</b>	<b>9.438,40 €</b>	<b>4.742,45 €</b>	<b>3.605,08 €</b>	<b>1.993,87 €</b>	<b>10.247,18 €</b>	<b>6.629,69 €</b>	<b>49.772,07 €</b>
<b>KöST</b>	25%													- €
<b>Fehlbetrag/Überschuss</b>		<b>90,90 € -</b>	<b>65,34 €</b>	<b>1.653,81 €</b>	<b>1.859,78 €</b>	<b>2.599,30 €</b>	<b>6.976,98 €</b>	<b>9.438,40 €</b>	<b>4.742,45 €</b>	<b>3.605,08 €</b>	<b>1.993,87 €</b>	<b>10.247,18 €</b>	<b>6.629,69 €</b>	<b>49.772,07 €</b>

# 16 PROZESSPLAN

Wir haben uns auch einen Prozessplan überlegt und kurz abgebildet.



Die Planung der Produktion und der Entwurf der Kleidungsstücke sind Voraussetzung für die Produktion. Die Schnitte für die Kleider müssen entworfen und das Sortiment zusammengestellt werden. Für die Produktion ist es entscheidend, die Rohstoffe bzw. auch das Nähzubehör zu organisieren. In unserem Fall kaufen wir bei den Organisationen, die Altkleider sammeln, diese an. Die Altkleider werden aussortiert, gewaschen und aus den brauchbaren Stoffen werden neue Kinderkleider genäht.

Die fertigen Kleidungsstücke werden über unseren Vertragspartner sowie über unseren Webshop verkauft. Im Geschäft ist auch eine Beratung möglich.

Die Kunden, die bei uns im Webshop bestellen, erhalten eine Auftragsbestätigung und wir liefern die bestellten Waren per Postversand aus.

Die Kundenwünsche fließen in die neue Planung und in das neue Design ein.



# 17 REALISIERUNG UND ZEITPLAN

Wie man dem Zeitplan entnehmen kann, sind folgende Arbeitsschritte zu beachten.

Monate	Vor der Gründung			Nach der Gründung					
	1	2	3	1	2	3	4	5	6
Branchen-, Markt- und Konkurrenzanalyse									
Kontaktaufnahme mit Jeans Company									
Vertragsabschluss mit der Jeans Company bezüglich der Kommissionsware									
Vertragsabschluss mit den Organisationen wie Caritas, Humana									
Design der ersten Kollektion (Schnitte)									
Produktion – erster Kinderkleider (Prototypen)									
Kalkulation der Kindermode									
Geplanter Umsatz- und Finanzplan									
Homepage erstellen									
Webshop erstellen									
Werbung - Flyer									
Produktion der Kindermode									
Einlagerung der Waren									
Kundenbestellungen									
Auslieferung der Waren persönlich oder mit Postversand									
Übergabe der Kommissionsware an Jeans Company									

Wir haben am Beginn eine Branchen, Markt- und Konkurrenzanalyse durchgeführt und davon unseren USP nochmals genauer abgegrenzt, die Zielgruppe definiert und das Marktvolumen errechnet. Wir haben eine erste Kollektion kreiert und die ersten Kleidungsstücke genäht. Wir sind nun noch auf der Suche nach weiteren Unternehmen, die unsere Produkte zum Kommissionsverkauf übernehmen.



## 18 ZUKUNFTSPERSPEKTIVEN

Wir verwenden in erster Linie hochwertige Altkleidung, die aus Naturmaterialien wie Baumwolle, Leinen oder Seide gefertigt wurde. Wir kombinieren auch verschiedene Stoffarten und –muster. Als 100%iges Upcycling-Label designen wir ausschließlich Einzelstücke für unsere Kunden.

Dieses Konzept ist nachhaltig und bringt wichtige Vorteile: Wir reduzieren den Müll und die von uns produzierte Kleidung ist schadstoffarm. Wir versuchen die ausgemusterten Textilien so zu verarbeiten, damit wir möglichst wenig wegwerfen müssen.

Wir haben uns für unsere erste Kollektion einige Schnitte überlegt und werden diese umsetzen. Wir werden unser Sortiment erweitern und für unsere Kunden mehr Auswahl anbieten. Wir verfolgen die aktuellen Modetrends und halten uns an die Mode Neuheiten, sodass wir saisonal aktuelle Produkte vertreiben wie z.B. eine Herbstkollektion, eine Winterkollektion, eine Frühjahrskollektion und eine Sommerkollektion. Dieses Konzept soll auch in Zukunft weitergeführt werden.

Wir veranstalten am Ende der jeweiligen Jahreszeit spezielle Angebote wie Ausverkäufe von unseren Produkten, wo die Kunden die Kinderkleidung um günstige Preise kaufen können. Unsere Stammkunden werden von solchen Aktionen per E-Mail informiert.

Wir wollen das Interesse und die Aufmerksamkeit in der Zielgruppe wecken und somit wird auch unser Bekanntheitsgrad erhöht. In erster Linie wollen wir durch Mundpropaganda das Interesse bei neuen Kunden wecken und somit die Umsätze steigern.

In der Anfangsphase hoffen wir, dass wir unseren Bekanntheitsgrad auch durch die Plattform „Lieblingsbrand“ und durch den Kommissionsverkauf im Geschäft Jeans Company schnell erhöhen können.

Wenn wir am Markt etabliert sind und entsprechende Umsätze lukrieren, wollen wir auch eine Produktionsstätte und ein eigenes Geschäft in Wien errichten. Wir werden dann auch weitere Mitarbeiter in unserer Unternehmen einstellen.

Wir wollen aber auch einen Teil unseres Umsatzes für Projekte, die die Verbesserung der Arbeitsbedingungen in Entwicklungsländern fördern, spenden.

Unsere Mode ist so einzigartig, wie die Träger unserer Kleidung. Alle Kinder sind verschieden. Wir wollen unser Motto nicht aus den Augen verlieren:

**BE A CHILD - BE UNIQUE**



# 19 ANHANG

## Plan Gewinn und Verlust

G&V pro Monat von Octavia														
Umsatz		Jänner	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember	jährlich
Umsatz	€ -	€ 3.224,00	€ 3.016,00	€ 4.991,00	€ 4.980,00	€ 5.952,00	€ 10.890,00	€ 13.826,00	€ 8.525,00	€ 7.320,00	€ 5.146,00	€ 14.940,00	€ 11.625,00	€ 94.435,00
<b>Summe Erlöse</b>		<b>€ 3.224,00</b>	<b>€ 3.016,00</b>	<b>€ 4.991,00</b>	<b>€ 4.980,00</b>	<b>€ 5.952,00</b>	<b>€ 10.890,00</b>	<b>€ 13.826,00</b>	<b>€ 8.525,00</b>	<b>€ 7.320,00</b>	<b>€ 5.146,00</b>	<b>€ 14.940,00</b>	<b>€ 11.625,00</b>	<b>€ 94.435,00</b>
Aufwände		monatlich												jährlich
Miete pro Monat	30 m² € 15,00	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	5.400,00 €
Kleider Caritas		14,88 €	13,92 €	14,88 €	13,40 €	23,16 €	23,20 €	44,88 €	52,08 €	36,60 €	19,44 €	34,00 €	62,04 €	352,48 €
Wäsche waschen		12,40 €	11,60 €	15,50 €	12,00 €	15,50 €	24,00 €	31,00 €	21,70 €	21,00 €	12,40 €	36,00 €	40,30 €	253,40 €
Wäsche trocknen		2,48 €	2,32 €	3,51 €	3,20 €	3,93 €	6,80 €	8,68 €	5,58 €	5,00 €	3,31 €	9,60 €	10,54 €	64,95 €
Laufende Kosten		4,99 €	4,99 €	4,99 €	4,99 €	4,99 €	4,99 €	4,99 €	4,99 €	4,99 €	4,99 €	4,99 €	4,99 €	59,88 €
Werbekosten		33,33 €	33,33 €	33,33 €	33,33 €	33,33 €	33,33 €	33,33 €	33,33 €	33,33 €	33,33 €	33,33 €	33,33 €	400,00 €
Büroaufwand		16,67 €	16,67 €	16,67 €	16,67 €	16,67 €	16,67 €	16,67 €	16,67 €	16,67 €	16,67 €	16,67 €	16,67 €	200,00 €
Transportkosten		744,00 €	696,00 €	930,00 €	720,00 €	930,00 €	1.440,00 €	1.860,00 €	1.302,00 €	1.260,00 €	744,00 €	2.160,00 €	2.418,00 €	15.204,00 €
Abschreibung		20,14 €	20,14 €	20,14 €	20,14 €	20,14 €	20,14 €	20,14 €	20,14 €	20,14 €	20,14 €	20,14 €	20,14 €	241,68 €
Personalkosten		1.825,83 €	1.825,83 €	1.825,83 €	1.825,83 €	1.825,83 €	1.825,83 €	1.825,83 €	1.825,83 €	1.825,83 €	1.825,83 €	1.825,83 €	1.825,83 €	21.910,00 €
<b>Summe Aufwände</b>		<b>€ 3.124,72</b>	<b>€ 3.074,80</b>	<b>€ 3.314,86</b>	<b>€ 3.099,56</b>	<b>€ 3.323,55</b>	<b>€ 3.844,96</b>	<b>€ 4.295,52</b>	<b>€ 3.732,32</b>	<b>€ 3.673,56</b>	<b>€ 3.130,11</b>	<b>€ 4.590,56</b>	<b>€ 4.881,84</b>	<b>€ 44.086,38</b>
<b>Verlust/Gewinn</b>		<b>99,28 € -</b>	<b>58,80 €</b>	<b>1.676,14 €</b>	<b>1.880,44 €</b>	<b>2.628,45 €</b>	<b>7.045,04 €</b>	<b>9.530,48 €</b>	<b>4.792,68 €</b>	<b>3.646,44 €</b>	<b>2.015,89 €</b>	<b>10.349,44 €</b>	<b>6.743,16 €</b>	<b>50.348,62 €</b>
<b>KbST</b>	25%													- €
<b>Verlust/Gewinn</b>		<b>99,28 € -</b>	<b>58,80 €</b>	<b>1.676,14 €</b>	<b>1.880,44 €</b>	<b>2.628,45 €</b>	<b>7.045,04 €</b>	<b>9.530,48 €</b>	<b>4.792,68 €</b>	<b>3.646,44 €</b>	<b>2.015,89 €</b>	<b>10.349,44 €</b>	<b>6.743,16 €</b>	<b>50.348,62 €</b>

## BÜB

Betriebüberleitungbogen (BÜB)			
Aufwände	Aufwände	Überleitung +/-	Kosten
Miete pro Monat	5.400,00		5.400,00
Kleider Caritas	352,48		352,48
Wäsche waschen	253,40		253,40
Wäsche trocknen	64,95		64,95
Laufende Kosten	59,88		59,88
Werbekosten	400,00		400,00
Büroaufwand	200,00		200,00
Transportkosten	15.204,00		15.204,00
Abschreibung	241,68		241,68
Personalkosten	21.910,00		21.910,00
Kalkulatorische Zinsen		500,00	500,00
Kalkulatorischer Unternehmerlohn		24.000,00	24.000,00
	<b>44.086,38</b>		<b>68.586,38</b>

## BAB

Betriebsabrechnungsbogen (BAB)	Kosten	Material	Herstellung	Vw-Vt.
Materialkosten	352,48	352,48		
Transportkosten	15.204,00			15.204,00
Personalkosten	21.910,00		21.910,00	
Miete pro Monat	5.400,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Wäsche waschen	253,40	253,40		
Wäsche trocknen	64,95	64,95		
Laufende Kosten	59,88		29,94	29,94
Werbekosten	400,00			400,00
Büroaufwand	200,00			200,00
Abschreibung	241,68		241,68	
Kalkulatorische Zinsen	500,00	166,67	166,67	166,67
Kalkulatorischer Unternehmerlohn	24.000,00		12.000,00	12.000,00
<b>Summe Gemeinkosten</b>	<b>31.119,90</b>	<b>2.285,01</b>	<b>14.238,28</b>	<b>14.596,61</b>
<b>Zuschlagsbasis</b>		<b>352,48</b>	<b>21.910,00</b>	<b>53.989,78</b>
<b>Gemeinkostenzuschlagssatz</b>		<b>648%</b>	<b>65%</b>	<b>27%</b>



## Anlagevermögen

		Anschaffungskosten	ND	Abschreibung pro Jahr
Nähmaschine drei Stück	€ 267,00			
Nähmaschinen Zubehör	€ 13,49	€ 280,49	5	56,098
1 Laptop	€ 700,00	€ 700,00	5	140
1 Druckgerät inkl. Scanner	€ 227,90	€ 227,90	5	45,58
				241,678

## Absatzplan

Absatzplan = Umsatzplan  
1 JAHR

	Jänner	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember	Jahresumsatz
Tage	31	29	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31	366
T-Shirt pro Tag (Menge)	4	4	4	2	3	3	4	4	5	2	6	7	
VK - T-Shirt	26,00												
T-Shirt pro Monat (Menge)	124	116	124	60	93	90	124	124	150	62	180	217	1464
Kleid pro Tag	0	0	1	2	2	5	6	3	2	2	6	6	
VK-Kleid	57,00												
Kleid pro Monat (Menge)	0	0	31	60	62	150	186	93	60	62	180	186	1070
Umsatz pro Tag	104,00	104,00	161,00	166,00	192,00	363,00	446,00	275,00	244,00	166,00	498,00	375,00	
Umsatz	€ 3.224,00	€ 3.016,00	€ 4.991,00	€ 4.980,00	€ 5.952,00	€ 10.890,00	€ 13.826,00	€ 8.525,00	€ 7.320,00	€ 5.146,00	€ 14.940,00	€ 11.625,00	€ 94.435,00

## Kostenaufstellung

laufende Kosten	
	Einzelkosten
Providerkosten für Website	€ 4,99
1 kg Kleidung (Caritas)	€ 0,60
Waschanlage	€ -
Waschen 3kg	€ 1,50
Trocknen 5kg	€ 0,50
Transportkosten	€ 6,00
Gesamtkosten	€ 13,59
<b>Fixkosten pro Jahr</b>	
Laufende Kosten	€ 59,88
Miete	€ 5.400,00
Werbung	€ 400,00
Büroaufwand	€ 200,00
Provider - all inclusive webspace	€ 59,88
Personalkosten	€ 21.910,00
Gesamtkosten	€ 28.029,76