

**Unternehmensgründung PPR
330.020**

WS2003/2004

NET. Solutions
Businessplan

Haider Gerald (0125638)
Hil Darjan (0101444)
Ilic Boris (0009934)
Moser Julia (0105857)
Schachinger Josef (0125692)

Inhaltsverzeichnis

1	ZUSAMMENFASSUNG	4
2	DAS UNTERNEHMEN	5
2.1	Unternehmensprofil	5
2.1.1	Geschäftsidee	5
2.1.2	Rechtsform	5
2.2	Unternehmensziel	6
2.2.1	Vision	6
2.2.2	Zielfestlegung	6
2.2.3	Meilensteine	6
2.3	Kundennutzen	7
2.4	Wirtschaftliche Erfolgsfaktoren	7
3	PRODUKT UND DIENSTLEISTUNGSDIEE	8
3.1	Beratung	8
3.2	Hardwarehandel	8
3.3	Software	9
3.4	Service	9
3.5	Finanzierung	10
3.6	IT- Lösungen - Komplettsysteme	10
4	BRANCHE UND MARKT	11
4.1	Der österreichische IT-Markt	11
4.1.1	Marktpotential	11
4.1.2	Marktvolumen	12
4.2	Zielgruppen	13
4.3	Standortanalyse	13
4.4	Wettbewerb	13
5	MARKETINGPLAN	15
5.1	Marketing Strategie	15
5.2	Marketingmaßnahmen	15
5.2.1	Produktpolitik	15
5.2.2	Kontrahierungspolitik	16
5.2.3	Distributionspolitik	17
5.2.4	Kommunikationspolitik	17
5.3	Markteintritt	19
6	ORGANISATION	19
6.1	Kompetenzen	19
6.2	Personalentwicklung	19
6.3	Personalkosten	19
7	CHANCEN UND RISKEN	20
7.1	Chancen	20

7.2	Risiken	20
7.3	Best Case	20
7.4	Worst Case	20
8	FINANZIERUNG	22
8.1	Im Detail	22
8.1.1	Standard Finanzplanung (FinanzStandard)	22
8.1.2	Minimalplanung und Ausstieg (FinanzMinimal)	23
9	DETAILS ZUM GESELLSCHAFTERVERTRAG	23
10	ANHANG	24
10.1	Lebensläufe	24
	Schachinger Josef	24
	Haider Gerald	25
	Moser Julia	26
	Hil Darjan	26
	Boris Ilic	27
10.2	Unternehmensbeschreibung Konkurrenz (Auszug WKO DB)	27
10.3	Tabellen – GuV Rechnung	29

1 Zusammenfassung

Es soll ein Unternehmen gegründet werden, welches Firmengründer bereits in ihrer Planungsphase in IT- Fragen berät, unterstützt und betreut. Ziel ist es, dem Kunden ein Komplett-Paket zu verkaufen, welches aus der notwendigen Hardware, der Installation des Systems und deren Wartung besteht. Die Hardware wird kann auch geleast werden.

Der Unternehmensgründer, der im Allgemeinen über sehr beschränkte Finanzverhältnisse verfügt hat den Vorteil dass er sein gesamtes System aus einer Hand bekommt und dass keine hohen Kosten auf einmal anfallen. Der Vorteil für die Firma besteht darin, dass der Kunden von Anfang an unser Unternehmen gebunden wird und (hoffentlich) uns somit lange erhalten bleibt. Natürlich wendet sich unser Unternehmen nicht ausschließlich Firmengründern zu, sondern bietet seine Dienste jedermann an.

Als Rechtsform wird eine OEG gewählt, welche durch fünf Gesellschafter repräsentiert wird. Da die fünf Teilhaber auch sämtliche Arbeiten durchführen, die im Bereich Unternehmensführung anfallen, sind die Personalkosten vor allem in der Anfangsphase sehr gering.

2 Das Unternehmen

2.1 Unternehmensprofil

2.1.1 Geschäftsidee

Es soll ein Beratungs- und Handelsunternehmen für IT-Lösungen im Allgemeinen und Netzwerktechnik im Speziellen gegründet werden. Dabei werden 5 Studienkollegen als Gründer und gleichzeitig auch als Arbeitskräfte miteinbezogen. Dabei sollen Klein- und Kleinstnetzwerke geplant und realisiert werden. Der Handel mit Rechnern wird eher als notwendige Dienstleistung gesehen und wird kaum einen gewinnbildenden Beitrag im Unternehmen leisten. Durch ein hohes Maß an Kundenorientierung und fachliche Kompetenz soll ein dementsprechender Markt auch aufgeschlossen werden können.

Kernbereiche sollen sein:

- Beratung und Umsetzung von IT-Lösungen
- Servicierung und Wartung von vorhandenen Netzwerken
- Leasing von Neugeräten über eine Fremdbank, im Speziellen für Kleinunternehmen und Gründern.
-

Es ist durchaus bekannt, dass die IT Sparte im Allgemeinen durchaus hart umkämpft ist, jedoch kann doch spezielle Service und Beratungsleistungen eine besondere Akzeptanz am Markt erwartet werden.

Zu diesen speziellen Services und Beratungsleistungen soll gehören:

- Kontakt mit dem Kunden als bald als möglich, das heißt, dass der zukünftige Kunde bereits in der Gründungsphase beraten werden soll.
- Durch spezielle Abstimmung auf Leasing kann dem Startup die Entscheidung besonders schmackhaft gemacht werden.

Diese beschriebenen Punkte zielen natürlich speziell auf Neugründungen ab, dieser Bereich soll etwa 50% des zu erwartenden Umsatzes abdecken. Dieser Markt scheint uns besonders relevant, da eine frühe Bindung an unser Unternehmen zu einem dauerhafteren Geschäftsverhältnis führen kann, was für beide Seiten ein breites Maß an Vorzügen bietet.

Die zweite Hälfte soll über den üblichen Markt abgedeckt werden, wobei natürlich auch hier die obigen Dienstleistungen zur Verfügung stehen.

2.1.2 Rechtsform

Als Rechtsform wird eine OEG gewählt beziehungsweise da der Umsatz nahe an die 400000 Euro kommt eine OHG. In die Überlegung wurde auch eine GmbH miteinbezogen, da sie besonders bei der Haftung und zum Teil bei der Sozialversicherung interessant erscheint. Durch die hohe Kapitalbindung wurde jedoch

davon abgesehen, beziehungsweise für eine zukünftige Umgründung ins Auge gefasst. Das Stammkapital würde die ansonsten eher günstigen geringen Kosten extrem in die Höhe schrauben. Das Unternehmen hat ansonsten eine eher geringe Kapitalbindung, da kaum größere Investitionen zu Beginn getätigt werden müssen. Auch die Gründungskosten sind für eine GmbH um ein vielfaches höher.

Das Manko bezüglich der Haftung in einer OEG muss durch andere Mechanismen abgefangen werden. Zum einen muss eine begrenzte Zeichnungsberechtigung vereinbart werden, dadurch können größere Fehler von vornherein ausgeschlossen werden. Beim Gesellschaftsvertrag, der natürlich schriftlich erfolgt, ist der Haftung ein besonders hoher Stellenwert zuzumessen, da dadurch zumindest ein Teil der Unklarheiten beseitigt werden kann.

Als besonders vorteilhaft erweist sich die OEG durch die günstigen Gründungskosten und auch die Kreditbesicherung ist vorab geklärt und kann den Haftungsbedingungen des Gesellschaftsvertrages angepasst werden.

2.2 Unternehmensziel

2.2.1 Vision

Das Unternehmen setzt sich als Ziel, in Raum Wien zu einer namhaften Adresse für IT-Lösungen und Netzwerktechnik zu werden. Besonders in Gründerkreisen wird angestrebt ständig vertreten zu sein und bei Gründer-Agenturen und –Berater eine bekannte Größe zu sein. Technische Kompetenz und das Finanzierungskonzept soll zum Aushängeschild für das Unternehmen stehen.

Ein besonders relevanter Punkt soll sein, dass auch Kunden ohne besonderes technisches Verständnis sich gut beraten fühlen.

2.2.2 Zielfestlegung

- Es wird angestrebt, dass man ein Jahr nach der Gründung 10 Kunden für eine dauerhafte Betreuung gewinnen kann. Diese sollen von uns neu ausgestattet werden beziehungsweise Erweiterungen erhalten und den Service ausschließlich über unser Unternehmen abwickeln.
- Etwa nach 6 Monaten soll besonders durch Mundpropaganda sich das Image bilden, dass nicht versierte Kunden bei uns eine besondere Beratung erhalten.
- Dauerhafte Kooperationen mit Gründungsplattformen (DieGründer, Gründerguid, Gründerservice, ..)

2.2.3 Meilensteine

- Bis Ende Februar 2004 Beschaffung eines Lagerraum zur Miete
- Gründungsdatum: März 2004
- Erreichen der Gewinnzone soll nach derzeitigen Stand etwa im 12. oder 13. Monat nach der Gründung erreicht werden

2.3 Kundennutzen

Natürlich steht der Kundennutzen neben dem wirtschaftlichen Erfolg an oberster Stelle, dementsprechend werden die Kundennutzen auch definiert.

- Kompetenz in allen Bereichen und speziell im Beratungsbereich sollen als Selbstverständlichkeit angesehen werden
- Die Qualität der Hardware soll den Anforderungen der Kunden entsprechen und keine Unnötigen Spielereien
- Durch das Leasing der Hardwarekomponenten kann der Kunde seine Fremdkapitalbindung wesentlich verringern
- Der Kunde kann eine Komplettlösung aus einer Hand erhalten und hat somit nur einen Ansprechpartner
- Spezielles Einfühlungsvermögen für Kunden auch nicht technischen Bereichen

2.4 Wirtschaftliche Erfolgsfaktoren

Als besonders wichtiger Erfolgsfaktor kann die Leasingfinanzierung gesehen werden. Dieser Punkt kann als besonders starkes Verkaufsargument gesehen werden und hebt das Unternehmen besonders gegenüber Anderen ab. Besonders für Startups kann das zum schlagenden Verkaufsargument werden. Durch diesen ersten Kontakt öffnen sich die Tore für eine längere Partnerschaft und bleibt auch weiter erste Adresse für weitere Anschaffungen in diesem Bereich. Die Leasingfinanzierung bietet auch ein eher geringeres Risiko für das Unternehmen, da eine Bank die Haftung übernimmt und somit in diesem Bereich keine finanziellen Ausfälle möglich sind.

3 Produkt und Dienstleistungsidee

Kernbereiche des Unternehmens sind:

- Beratung, Planung und Ausführung von IT-Lösungen
- Software im Ausmaß von Standard Client und Serverlösungen (Kaum Eigenentwicklungen)
- Service
- Hardwarehandel
- Finanzierung von Hardware
- Umsetzung von Komplettsystemen

3.1 Beratung

Am Anfang steht die Beratung, besonders Kompetenz und Vertrauensbildende Maßnahmen sollen im Vordergrund stehen.

Da das Unternehmen noch nicht am Markt präsent ist, stehen die vertrauensbildenden Maßnahmen an erster Stelle. Dabei ist es natürlich wichtig, dass diese kompetent und in angenehmer Form durchgeführt werden. Besonders hervorzuheben ist auch, dass die Beratung für die meist nicht technisch versierten Kunden verständlich präsentiert wird.

Das Ziel der Beratung soll nicht unbedingt sein den Kunden möglichst viel an Hard- bzw. Software zu verkaufen, sondern in Zusammenarbeit mit dem Kunden dessen Anforderungen und Wünsche zu ermitteln, um dies dann so weit als möglich zu befriedigen. Diese Strategie ist besonders wichtig da wir ja darauf abzielen den jeweiligen Kunden länger an uns zu binden und nicht etwa nur den kurzfristigen Gewinn zu machen indem man den Kunden unpassende/überbeuerte Lösungen verkauft.

3.2 Hardwarehandel

Einen Hardwarehandel an sich wird unser Unternehmen nicht wirklich betreiben, vielmehr wird der Ankauf und Verkauf von jeglicher Art von Hardware nur dazu dienen den „firmeninternen Markt“ zu bedienen. Damit ist gemeint das wir nur jene Komponenten kaufen und verkaufen die unsere (Service)-Kunden gerade benötigen. Der Grund für den weitgehenden Ausschluss des Hardwarehandels aus unserer Geschäftstätigkeit liegt darin, dass die Gewinnspannen in diesem Bereich einfach sehr niedrig sind und das ganze somit nur bei sehr hohen Umsätzen wirklich gewinnbringend durchgeführt werden kann.

Dieser Bereich soll also wirklich nur stiefmütterlich behandelt werden, wobei jedoch klar ist das auch der „firmeninterne Verkauf“ durchaus noch kostendeckend, bzw. geringfügig gewinnbringend sein muss.

Konkrete Produkte im Segment Hardwarehandel werden sein:

- Komplettsysteme & Notebooks
- Festplatten
- CPUs
- Speicher
- PC-Audio
- Controllerkarten
- Grafikkarten
- Mainboards
- Monitore
- optische Laufwerke
- Band- und Wechsellaufwerke
- Netzwerkkomponenten/Modems
- Eingabegeräte
- Drucker & Scanner
- Handhelds
- Kabel & Zubehör
- Verbrauchsmaterial

3.3 Software

Im Softwarebereich soll vor allem Standardsoftware eingesetzt werden, wobei wir und dabei nicht auf eine bestimmte Plattform festlegen wollen. Vielmehr soll für jeden Kunden einzeln ermittelt werden welche Plattform zu ihm passt. Es ist also durchaus der Einsatz von Opensource Lösungen möglich sofern es mit diesen möglich ist alle Anforderungen des Kunden zu befriedigen. Soweit es möglich ist sollen sogar diese Lösungen bevorzugt eingesetzt werden um die Abhängigkeit des Kunden von einem großen Softwareanbieter (wie z.B.: Microsoft) zu verhindern.

Die jeweilige Standardsoftware wird natürlich soweit es möglich ist an die Bedürfnisse des Kunden angepasst

Falls die gestellten Vorgaben mit Standardsoftware nicht erreicht werden können, könnten dem Kunden eventuell selbstprogrammierte Lösungen angeboten werden. Das selbst programmieren von Software soll aber in der Anfangsphase des Unternehmens eher vermieden werden, da die damit verbundenen Risiken ohne entsprechender Erfahrung schwer einzuschätzen sind.

3.4 Service

Das Angeboten Service reicht von der Betreuung von uns installierter System bis zur Wartung von bereits beim Kunden bestehender Lösungen.

Das betreuen von bereits installierten Systemen wird von uns natürlich dazu genutzt die jeweilige Firma von den Vorzügen unserer Firma zu überzeugen und somit zu einem „Stammkunden“ unserer Firma zu machen. Die Wartung von Fremdsystemen kann natürlich nur auf Stundenbasis passieren, da eine pauschale Abrechnung aufgrund des nicht vorhersehbaren Aufwandes nicht möglich ist.

3.5 Finanzierung

Das Service der Finanzierung soll im speziellen bei der Erstausrüstung einer Firma/Kunden angeboten werden. Dabei wird sämtliche für den Kunden notwendige Hardware von uns angeschafft und dem Kunden zur Verfügung gestellt, dieser bezahlt aber nicht zu den üblichen Konditionen sondern erhält von uns eine Leasingangebot für die von ihm gewünschte Laufzeit. Durch das leasen der Hardware ergibt sich für den Kunden der Vorteil das die Mittelaufwendungen für ihn am Anfang geringer bleibt. Dies kann speziell bei neu gegründeten Unternehmen wichtig sein um dort die Fremdkapitalquote nieder zu halten.

3.6 IT- Lösungen - Komplettsysteme

Wird als Kombination aus den vorigen Punkten (Beratung, Hardware, Finanzierung, Software, Service) angesehen. Dadurch kann ein besonders gut abgestimmtes Komplettsystem angeboten werden, dass wiederum zu einer gesteigerten Kundenzufriedenheit beiträgt. Auch hat der Kunde somit nur einen Ansprechpartner für die gesamte EDV.

4 Branche und Markt

4.1 Der österreichische IT-Markt

4.1.1 Marktpotential

Nach einer längeren Flaute im IT-Sektor, beginnt dieser wieder zu Wachsen. Viel Firmen, die in der Vergangenheit weniger für IT ausgegeben haben, sind nun wieder bereit, mehr Geld in diesen Bereich zu investieren. Vor allem im Bereich der Dienstleistungen legt er Markt kräftig zu. In Zahlen bedeutet dies, werden im IT-Sektor lt. IDC der Dienstleistungs- bzw. der Sektorservicesektor um 7,1 % und der Softwaremarkt um 4,6 % steigen. Das Plus im Hardwaremarkt, ist im Vergleich zu den letzten Jahren darauf zurückzuführen, dass viele Unternehmen, länger hinausgezögerte Investitionen nachholten, wie zum Beispiel Erneuerung bei Servern, oder dem Trend nach Mobile-Lösungen. Bei mobilen Rechnersystemen ist auch weiterhin mit einem Plus zu rechnen.

Einen besonderen Stellenwert haben Klein- und Mittelbetriebe (KMUs). Gerade sie stellen ein großes Markt dar, da sie, wenn sie erfolgreich und besonders effizient sein wollen, eine IT-Lösung benötigen.

Kundenanforderungen:

Die Anforderungen die die KMUs an ihre Lieferanten stellen, sind:

- Einhaltung der Kostenvorgaben
- Einhaltung des Zeitplanes
- Rasche Support-Reaktionszeiten

Vorrangig richten sich die Klein- und Mittelbetriebe nach den obig genannten Punkten. Der eigentliche Preis für die IT-Lösung steht nicht im Vordergrund.

Trends:

- Kunden wollen Komplettlösungen
- erfolgsabhängigen Verrechnungsmodellen werden stärker vom Kunden bevorzugt, als fixe Kosten
- Kunden wollen eine Sicherheit, dass das Unternehmen auch nach einigen Jahren noch existiert. Es muss für Kunden sichergestellt sein, dass ein Service der von uns erstellten Lösung auch noch nach einigen Jahren möglich ist.

Da wir mit unserem Unternehmen hauptsächlich Unternehmensgründer ansprechen wollen, hier eine kurze Analyse der Unternehmensgründungen der letzten Jahre:

Die Anzahl der Neugründungen hat mit 27.700 im Jahr 2002 einen neuen Rekord erzielt. Das ist ein plus von 6,5% im Vergleich zum Vorjahr. Der Großteil der

Gründungen betrifft die Branchen Handel (29%) und Information und Consulting (26.4%) [Quelle: Jungewirtschaft]

Da wir unser Unternehmen in Wien gründen, ist hier besonders die Zahl der Neugründungen interessant: 23.1 % (6.435), der Neugründungen im Jahr 2002 in Österreich fanden in Wien statt. Wobei in den letzten Jahren die Anzahl der Neugründungen stetig ansteigt.

Marktpotential Leasing im Hardwarebereich

Gerade im Hardwarebereich spielt Leasing eine immer größer werdende Rolle. Am Leasingmarkt liegt die Produktgruppe Computer und Büroequipment bereits an zweiter Stelle, was einen Anteil von 28,81% des gesamten Mobil-Leasingmarkts entspricht. Tendenz steigend.

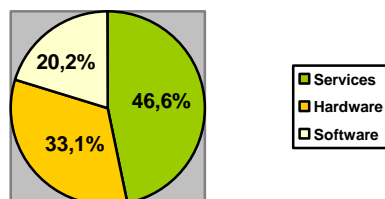
Da aufgrund der schnellen Entwicklung im IT-Bereich, EDV-Systeme oft ausgetauscht werden müssen und gerade oft die Leistungsfähigkeit dieser Systeme, über die Marktchancen des Unternehmens entscheidet. Der Unternehmer bleibt durch diese Art der Finanzierung viel flexibler, wenn man alle zwei bis drei Jahre eine neue Hardwareausstattung benötigen sollte und kann Technologiesprünge besser abfedern.

Jedoch sind es gerade die KMUs die die Kaufvariante dennoch bevorzugen, könnten doch Technologiesprünge mittels Leasing besser finanziert werden. Erst 15 % der Hardwarekäufe und 3 % der Softwarekäufe werden mit Leasing finanziert und das obwohl die Vorteile von Leasing klar auf der Hand liegen:

- Leasing ist günstiger als ein Kredit
- Liquidität bleibt erhalten
- Freihalten von Kreditlinien

4.1.2 Marktvolumen

Im Jahr 2004 beträgt das Volumen des österreichischen IT-Marktes € 4,9 Milliarden. Davon entfallen 33,1 % auf den Bereich Hardware, 20,2 % auf den Bereich Software und 46,6 % auf den Bereich Services. Der Großteil des gesamten Marktvolumens entfällt somit mit 47 % auf Services, wie die nachstehende Grafik zeigt:



Die Wachstumsraten in den Bereichen Hardware, Service und Software betragen im Vergleich zum Vorjahr:

Services: + 7,1 %
Hardware: + 4,8 %
Software: + 4,6 %

In Summe ergibt dies ein Plus für das Jahr 2004 im gesamten IT-Markt von 5,8 % im Vergleich zum Vorjahr. Eine Prognose für das Jahr 2005 lässt ebenfalls ein Plus erwarten. Für alle Sektoren könnte sogar ein Wachstum von 7 % eintreten.

4.2 Zielgruppen

Unsere Zielgruppe sind vor allem Neugründer. Besonders alle jene Neugründer, die sich im Bereich Netzwerk nicht so gut auskennen. Gerade Gründer können nach erfolgter Erstinstallation, mit unserem Angebot Services durchzuführen, an unser Unternehmen gebunden werden.

Weiters wollen wir auch all jene Firmen ansprechen, die ...

- ... entweder die Betreuung ihres Netzwerkes auslagern wollen
- ... ihre alte Netzwerklösung erneuern wollen
- ... ihr Netzwerk erweitern wollen
- ... mit der Arbeit der derzeitigen Netzwerkberatungsfirma nicht mehr zufrieden sind
- ... die zur Überzeugung gelangt sind, dass man nur, mit einer professionellen IT-Lösung effizient arbeiten kann.

4.3 Standortanalyse

Ein eigenes Büro ist vorerst nicht notwendig. Die Beratung soll so gut als möglich in den Räumlichkeiten des Kunden stattfinden. Als Firmensitz wird die Wohnung eines Gründers benutzt werden.

Es wird jedoch für die Aufbewahrung der Hardware ein Lager angemietet werden. Eine Lagergröße von 50m² ist ausreichend. Die Kosten für ein Lager in dieser Größenordnung bzw. in relativ zentraler Lage belaufen sich auf ca. € 480 monatlich.

Je nachdem wie sich, unser Unternehmen entwickelt, soll nach einem halben Jahr (Juni 2003) ein eigenes Büro in zentraler Lage angemietet werden. Die Kosten für dieses Büro sollten sich auf ca. € 550 belaufen.

4.4 Wettbewerb

Im Raum Wien gibt es zahlreiche Firmen (80) die Netzwerklösungen anbieten. Das Angebot in diesem Bereich ist also bereits sehr groß. Die Anzahl der Firmen,

die zusätzlich noch Hardwareleasing anbieten ist im Unterschied dazu, relativ gering.

Zu unseren größten Konkurrenten zählen folgende drei Firmen: „Absolute IT GmbH“, die Kapsch-Gruppe und die „M-Sys“ werden. Die ersten beiden Firmen bieten wie wir Netzwerklösungen und Hardwareleasing an. Die Kapsch-Gruppe und „M-Sys“ bieten zusätzlich noch spezielle Lösungen für Startup-Unternehmen an.

Adressen sowie eine kurze Unternehmensbeschreibung befinden sich im Anhang.

5 Marketingplan

5.1 Marketing Strategie

Kurzfristig:

Die Vermarktung des Produktes stellt eine gewisse Herausforderung dar, da sich das Unternehmen stark an Firmen-Neugründer wendet. Das bedeutet dass es nicht möglich ist den potentiellen Kunden direkt anzuschreiben, da er ja noch über keine Geschäftsadresse verfügt.

Ziel ist es an Firmen-Gründer noch während ihrer Planungsphase heranzutreten. Eine geeignete Plattform hierfür stellen Gründer-Events dar die von verschiedenen Organisationen veranstaltet werden (Banken, Wirtschaftskammer, etc). Wir haben vor auf bei diesen Veranstaltungen persönlich präsent zu sein und Kontakte mit den Teilnehmern zu knüpfen. Auch durch das Verteilen von Handouts vor Ort wollen wir die potentiellen Gründer auf unser Angebot aufmerksam machen.

Mittel und langfristig

Es ist nicht geplant die Strategie mittel- bzw. langfristig zu ändern, allerdings wollen wir verstärkt am Markt präsent sein und auch andere Kundenschichten erschließen (nicht nur Firmengründer). Dies soll durch breiter angesetzte Werbung erzielt werden (z.B. Banner auf einschlägigen Homepages). Wir erhoffen uns durch unsere Tätigkeit einen gewissen Ruf zu entwickeln und auch durch „Mundpropaganda“ bekannt zu werden.

5.2 Marketingmaßnahmen

5.2.1 Produktpolitik

Hierbei wird versucht unser Leistungsangebot für den Markt bestmöglich zu gestalten.

5.2.1.1 Produktgestaltung

Da es sich bei unserem Produkt um ein Gebrauchsgut handelt, spielt bei den Nutzenüberlegungen das Image eine wesentliche Rolle. Das heißt, dass es neben den Grundnutzen einen Zusatznutzen geben muss. Aus diesen Gründen werden wir versuchen berühmte Firmen als Kooperationspartner zu gewinnen. Des Weiteren werden wir versuchen ein einheitliches Design und ein gutes Corporate Identity zu schaffen.

5.2.1.2 Programm- bzw. Sortimentpolitik

Die Unternehmensführung hat sich entschieden 3 Produktlinien am Anfang zu führen. Die Zielgruppen wären die Jungunternehmer, die Unternehmensgründer und die bestehenden Unternehmen. Jedes von diesen wird separat behandelt und begründet ein eigenes Sortiment. Da jedoch die Produkte jeweils auf die Bedürfnisse des Kunden zugeschnitten sind und je nach Wunsch variieren, ist eine tiefe Sortimentdefinition zu diesem Zeitpunkt nicht möglich und erfolgt Wissensorientiert. (Unser Know-how bestimmt das Angebot)

5.2.1.3 Kundendienstpolitik

Die Aufgabe unseres Kundendienstes ist es den Konsumenten vor und nach dem Kauf in die Lage zu versetzen, dass er optimal die angebotenen Leistungen in Anspruch nehmen kann. Aus der Kundenzufriedenheit soll die langfristige Kundenbindung entstehen. Die Schwerpunkte der technischen Kundendienstleistungen werden in der technischen Beratung, Installation und Wartung bestehen.

5.2.1.4 Garantieleistungspolitik

Um das eigentliche Angebot noch interessanter zu gestalten, haben wir eine Funktionsgarantie eingeplant. Diese beinhaltet, dass die gelieferten Geräte einwandfrei funktionieren.

5.2.2 Kontrahierungspolitik

Unter diesem Punkt fassen wir alle monetären Entgelte zusammen welche für den Kauf entscheidend sind.

5.2.2.1 Preispolitik

Die Bildung des Preises für ein Angebot wird im anderen Kapiteln näher ausgeführt. Der jeweilige Spielraum wird dabei insbesondere durch den Abnehmer, die Kosten und dem Wettbewerber bestimmt. Wegen Kapital- und Imagemangels haben wir uns als Preisstrategie die Skimmingstrategie ausgewählt. Hierbei gehen wir mit einem vergleichsweise hohen Preis in den Markt und senken kontinuierlich den Preis im Zeitablauf, falls dies nötig sein sollte. Bei der Preisdifferenzierung wenden wir die Mengenbezogene an, welches als Folge hat, dass ein längerfristiger Vertrag günstiger ist.

5.2.2.2 Rabattpolitik

Wir planen vier verschiedene Rabatts Systeme einzuführen. Am Anfang planen wir den Einführungsrabatt als Motivation für Kunden unsere Dienste in Anspruch zu nehmen. Dies könnte z. B. so aussehen, dass die erst Beratung nicht verrech-

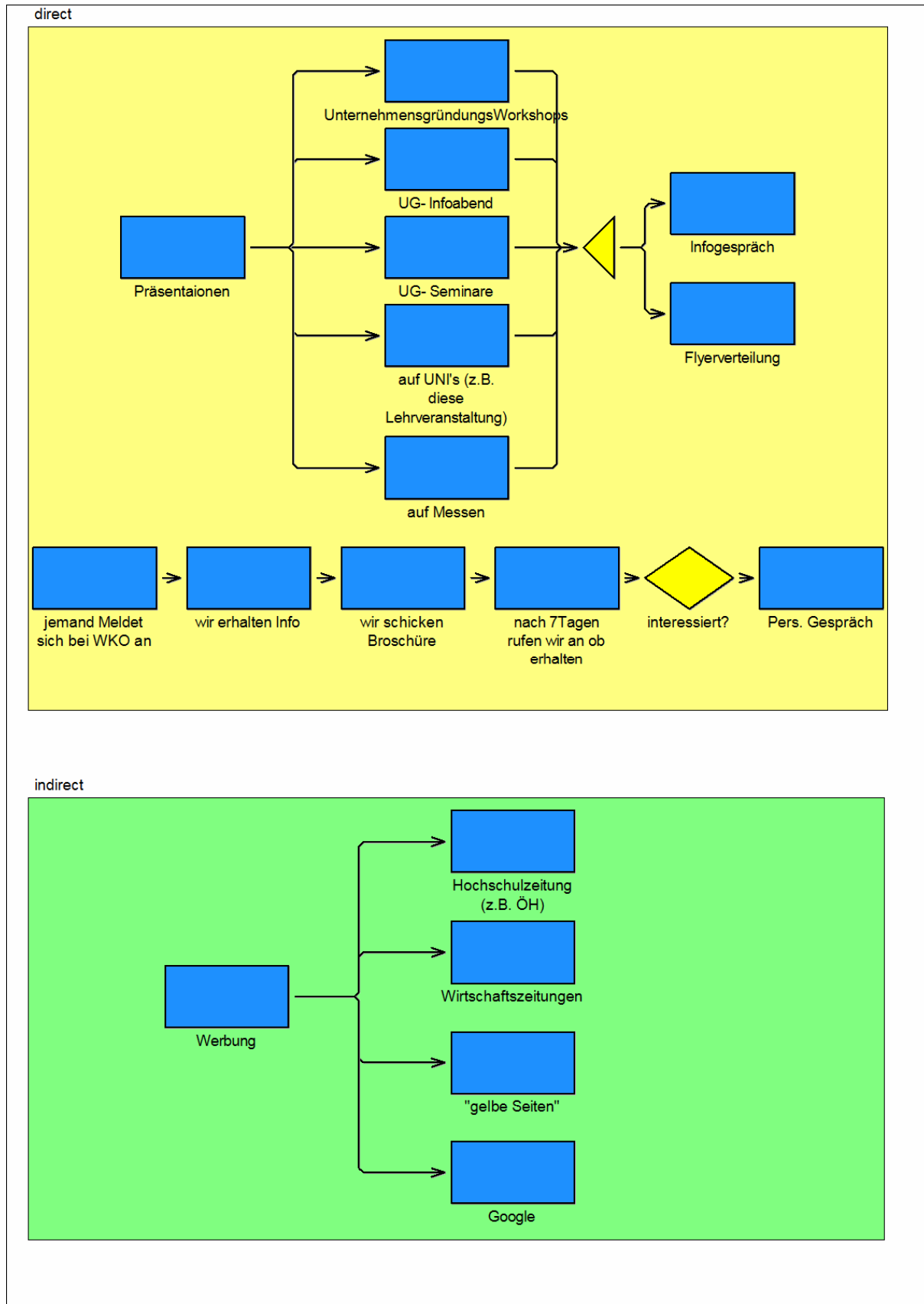
net wird. Als zweites gewähren wir natürlich Mengenrabatte. Hierbei versuchen wir den Käufer auf den Kauf einer größeren Menge des Produktes zu bewegen. Genauso als Menge könnte man eine größere Anzahl von Monaten, bei den Sie unser Produkt lesen, verstehen. Um langfristige Geschäftsbeziehungen aufrecht zu erhalten planen wir ein Treuerabatt ein. Dieser könnte zum Beispiel so aussehen das der 25. Leasing- Monat gratis ist.

5.2.3 Distributionspolitik

Da in unserem Fall ein indirekter Absatz vorgelegt, müssen wir die Produzenten- und Großhandelspreise berücksichtigen. Aus diesem Grunde hoffen wir aus unserer Verhandlungstärke guten Verträgen mit den Distributoren zu machen. Wir planen ein modernes Mehrkanalabsatzsystem ein über welches uns unser Kunde erreichen kann. Dieses soll aus einem guten Webauftritt, Handy, Telefon, Fax, Postweg und in weiterer Folge aus einer Filiale bestehen. Weitere Absatzmöglichkeiten sind: Veranstaltungsverkauf bei einer Messe; Versandverkauf über Internet, CD-ROM, Katalog; Partyverkauf bei Veranstaltungen.

5.2.4 Kommunikationspolitik

Die Werbung setzen wir als wichtigstes Kommunikationsinstrument, mit dem Ziel Produkte und Dienstleistungen bekannt zu machen und ein positives Image für das Unternehmen und sein Angebot aufzubauen, ein. Als Werbeform entscheiden wir uns für Unternehmens- und Produktwerbung. Da das Werbebudget relativ klein ist beschränken wir uns auf Präsentationen bei UG- Seminaren, auf Unis und auf Messen. Des Weiteren werden wir versuchen in Hochschul- und Wirtschaftszeitungen zu werben und wenn möglich bei relevanten Veranstaltungen Flyer zu verteilen. Je nach Kosten werden wir uns auch bei "gelbe Seiten" und den Suchmaschinen anmelden. Je nach Erfolg wird die Intensität und Dauer der Werbung festgelegt. Es wäre auch noch sehr hilfreich wenn man einen Automatismus hineinbauen könnte, wenn jemand sich bei der WKO anmeldet einen Flyer von uns erhält. Solche Maßnahmen haben erst Sinn wenn auch eine Art Überprüfung erfolgt, ob die Informationen von uns angekommen sind. (d.h. eine art Direktwerbung)



5.3 Markteintritt

Der Markteintritt soll gleich nach dem geplanten Gründungstermin unseres Unternehmens erfolgen. Das wäre im März 2004. Da das Unternehmen anfangs nur aus den fünf Gründungsmitgliedern besteht und die laufenden Kosten sehr gering sind, kann der Markteintritt auch schleppend erfolgen.

6 Organisation

6.1 Kompetenzen

Da es sich um eine OEG handelt sind alle Teilhaber Zeichnungsberechtigt, allerdings begrenzt.

Alle fünf Gründungsmitglieder haben grundsätzlich die gleichen Kompetenzen, wobei ein Kunde immer von einem Mitarbeiter betreut wird und dieser auch die Verantwortung für diesen übernimmt. Es handelt sich also um projektbezogenes Management. Durchgeführt werden die Arbeiten von allen, natürlich werden wir aber die Einteilung so vornehmen dass unsere jeweiligen Fähigkeiten optimal eingesetzt werden. Wenn zusätzliche Mitarbeiter aufgenommen werden, ist es vorgesehen diese ebenfalls projektbezogen einzusetzen und unterstehen dem jeweiligen Projektmanager.

6.2 Personalentwicklung

Da dem Unternehmen von Anfang an fünf Mitarbeiter (die Gründer) zur Verfügung stehen wird es in der ersten Zeit nicht notwendig sein zusätzliches Personal einzustellen. Wenn die Personalkapazität erreicht ist, wir gehen von einem Zeitraum zwischen 6 und 18 Monaten aus, werden wir diese zuerst mit freien Mitarbeitern aufstocken. Diese haben wir vor hauptsächlich aus Technik- Studenten zu rekrutieren. Diese können dann je nach Bedarf auch fest eingestellt werden.

6.3 Personalkosten

Die Kosten für das Personal sind anfangs sehr gering das es bis auf die Unternehmensgründer keine Mitarbeiter gibt. Einzig die vorgeschriebene Sozialversicherung bleibt als Fixkosten bestehen. Das Unternehmen muss pro Gesellschafter €6453,36 jährlich abführen (es handelt sich hierbei um die Mindestbeitragsgrundlage die drei Jahre bezahlt wird. Allerdings kann nach drei Jahren eine Nachzahlung notwendig sein, dies hängt vom erwirtschafteten Umsatz ab.

Die Kosten für zusätzlich eingestelltes Personal können sehr gut kalkuliert werden da es sich um freie Mitarbeiter handeln wird.

7 Chancen und Risiken

7.1 Chancen

Als besondere Chance kann gesehen werden, dass es sich bei den Gründungsmitgliedern um ein junges und dynamisches Team handelt, dadurch ist es schneller Möglich auf Neuerungen einzugehen und umzusetzen. Die hohe Lernbereitschaft ist besonders in der IT Branche von Vorteil, da neue Technologie zum „täglichen Brot“ zählen.

Durch den allgemein sehr hohen Ausbildungsgrad ist bereits ein hohes Maß an Fachwissen im Unternehmen vorhanden auf das zurückgegriffen werden kann. Auch ist bei allen Gründungsmitgliedern eine wirtschaftliche Basisausbildung vorhanden um die Gewinnorientierung nicht aus den Augen zu verlieren. Eine gute Chance ergibt sich aus der geringen Kapitalbindung im Unternehmen, das die Flexibilität erheblich erhöht.

Der schnelllebige IT-Markt ermöglicht es dem Unternehmen schnell in diesem Bereich Fuß zu fassen.

7.2 Risiken

Das höchste Risiko ergibt sich aus dem Markt, der bearbeitet wird, dieser ist durchaus gesättigt aber nur im durchschnittlichen Qualitätssegment.

Der schnelllebige IT-Markt kann zu einem erheblichen Risiko werden.

7.3 Best Case

Die folgenden Überlegungen sind in keiner Planung in diesem Maße miteinbezogen.

Durch einen besonders guten Start in Bezug auf Kundenwerbung im Bereich von Startups kann bereits nach 6 Monaten ein überschreiten der Personalkapazitäten möglich sein, das heißt ein Angestellter muss zusätzliche arbeiten erledigen. Im selben Zeitraum wird bereits die Gewinnzone erreicht und ermöglicht eine weitere Ausweitung des Unternehmens. Durch den Markteintritt werden bekannte Größen in der IT Sparte auf das Unternehmen aufmerksam und sehen es bereits nach einigen Monaten als relevante Konkurrenz.

Besonders gute Mundpropaganda durch fachliche Kompetenz und kundenorientierte Beratung, dementsprechende Akzeptanz bei eigenen Kunden und möglichen zukünftigen Auftraggebern.

Überschreitung von 400.000 Euro Umsatz bereits nach einem Jahr.

7.4 Worst Case

Die besonderen Unternehmensmerkmale werden am Markt nicht dementsprechend gewürdigt, dadurch kann der Bekanntheitsgrad in im angestrebten Maße erreicht werden. Da der IT-Sektor eine hohe Marktdeckung aufweist ist ein tiefes Eindringen durch unser Unternehmen nicht möglich. Auch das Leasingangebot bringt nicht die angestrebten Ergebnisse, dementsprechend fehlt das breite Spektrum der Stammkunden, dass die Grundabsicherung des Unternehmens ermöglicht, es wird überlegt das Unternehmen umzustrukturieren, entweder werden andere Marktsegmente aufgesucht oder das Unternehmen reduziert sich auf das verfügbare Marktpotential auch in Bezug auf die Anzahl der Unternehmenseigner.

Als extreme Variante ist es auch denkbar das gesamte Unternehmen aufzulösen, was aber besonders in den ersten 12 Monaten einfacher möglich ist, da nicht übermäßig viel Kapital ins Unternehmen geflossen ist. Die Entscheidung hat aber bis etwa 1 Jahr nach Gründung zu erfolgen.

8 Finanzierung

Die Finanzierung wird in der beigefügten Excel Tabelle abgehandelt.

Dieses Arbeitsblatt enthält 2 verschiedene Varianten, zum einen ist in „FinanzplanStandard“ die Planrechnung enthalten, welchen unseren Vorstellungen und den Voraussetzungen des Marktes am meisten entspricht. Alternativ dazu wurde ein Sheet entwickelt mit dem Namen „FinanzMinimal“ um minimale Richtlinien zu entwickeln, bei deren Unterschreitung ein Marktaustritt anzustreben ist.

Weiters ist noch hinzuzufügen, dass der Bereich Handelswaren kaum Auswirkungen auf den Erfolg des Unternehmens hat, lediglich die Fristgerechte Bezahlung ist hier von belang (auf Mahnwesen liegt hier großes Augenmerk). Dies ist dadurch begründet, da unser Handelswarenaufschlag bei 10% des Einkaufspreises liegt. Dies erscheint uns besonders Angebracht bei dem angespannten Verhältnis im Hardware Sektor. Es soll dazuführen, dass ein Kunde nicht aufgrund zu hoher Hard und Softwarekosten von einer Partnerschaft absieht.

8.1 Im Detail

8.1.1 Standard Finanzplanung (FinanzStandard)

Es wurde keine Einkommensteuer in die Überlegung miteinbezogen, da sie nicht zu einer Verdeutlichung der Situation beiträgt. Weiters wurde auf die Kammerumlage 1 verzichtet, da 3.9 Promille der Vorsteuer ein zu vernachlässigender Anteil sind.

Grundsätzlich sind aus dem Arbeitsblatt „FinanzStandard“ alle Daten miteingebunden die unserer Meinung nach den Marktgegebenheiten zu den angegeben Zeitabschnitten entsprechen. Alle derzeit gültigen Abgaberichtlinien wurden miteinbezogen. Auch wurde die Abgabenminimierung für Gründer (NEUFÖG) miteinbezogen. Dies ist besonders wichtig, da unser Unternehmen darauf abzielt besonders zu Beginn wenig Kapital fix zu binden.

Weiteres wichtiges Detail ist, das für den Kalkulation des Stundensatzes im Dienstleistungsbereich auf Basis eines Angestelltenverhältnis gerechnet wurde, dies jedoch nicht in der GuV angenommen wird, da wir in den ersten drei Jahren alle geplanten Aufträge mit Eigenleistungen erledigen können, bei dennoch genügend Spielraum für administrative Tätigkeiten.

Unsere Annahmen hierzu sind: Ein Gesellschafter kann durchschnittlich 60% seiner Arbeitsleistung für Verkaufsfähige Stunden einsetzen, wobei hierfür auch eine 40 Stundenwoche veranschlagt wurde. Das heißt, dass auch hier noch geeignet viel Spielraum besteht um eine vermehrtes Arbeitspensum zu erledigen.

Bei möglichen Angestellten wurde eine Rate von 70% verkaufsfähiger Stunden gewählt, da deren administrativer Aufwand wesentlich geringer ist.

Die geplanten Nettoverkaufspreise einer Arbeitsstunde betragen regulär 51 Euro und sind mit anderen Mitbewerbern ähnlich beziehungsweise leicht unter deren Angeboten. Weiters wurde eine Einführungsaktion für die ersten Monate mit 45 Euro Nettoverkaufspreis miteingeplant.

8.1.2 Minimalplanung und Ausstieg (FinanzMinimal)

Natürlich ist in der IT-Sparte besondere Vorsicht geboten, durch viele unplanmäßige Ereignisse kann es möglich sein, dass die von uns spezifizierten Daten nicht erreicht werden können.

Die dabei angepassten Voraussetzungen beruhen auf zwei Änderungen. Diese basieren darauf, dass der Markt nicht die von uns geplanten Möglichkeiten eröffnet. Dementsprechend wurden von uns Zahlen gewählt bei deren Unterschreitung der Marktaustritt in Erwägung zu ziehen ist. Dabei wurden 2 Schwellwerte miteingebunden.

Zum einen ist ein Mindestumsatz pro Monat nach sechs Monaten von 130 Arbeitsstunden bei 51 Euro zu erreichen (bei absehbarer steigender Tendenz). Diese Schwelle wurde eingeführt, da in diesem Monat besonders hohe Investition zu tätigen sind, und falls diese Marke nicht erreicht werden kann, sind dies Investitionen in Frage zu stellen und somit auch ein weiter bestehen des Unternehmens.

Der zweite Ausstiegspunkt zeigt sich beim laufenden Umsatz die Planrechnung „FinanzMinimal“ zeigt dabei die jeweiligen Zahlen, die für uns über das Fortbestehen des Unternehmens entscheiden. Falls über längere Zeit diese Minimalanforderungen nicht erreicht werden und auch keine Besserung in Sicht ist, ist der Marktaustritt auch hier in Angriff zu nehmen.

Zum Marktaustritt lässt sich noch folgendes sagen: Beide oben beschriebenen Schwellwerte ziehen keinen kurzfristigen Austritt nach sich, da dieser unweigerlich die negativen Werte verstärkt, das heißt, dass diese Rückzugmaßnahmen etwa einen Rahmen von zwei bis vier Monaten nach sich ziehen bis zur vollständigen Geschäftsauflösung.

9 Details zum Gesellschaftervertrag

Besonders durch die Ausgestaltung der Gewinn- und Verlustrechnung zeigt sich der benötigte finanzielle Mittelbedarf zur Gründung. Diese Erkenntnisse müssen mit in den Gesellschaftervertrag mit einfließen.

Natürlich ist die Mittelbeschaffung nicht die einzig relevante Größe, da auch andere Gesichtspunkte für eine produktive Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Gesellschaftern wichtig sind. Zur Feinabstimmung ist aber noch geplant ein Gespräch mit der Wirtschaftskammer (Gründerzentrum), weiters soll auch unser Steuerberater miteinbezogen werden. Der Vertrag soll nicht von einem Notar aufgesetzt werden, jedoch zu deren Beglaubigung ist eine Mitwirkung eines Notars unumgänglich.

Geplante Vorgaben:

- Jeder Gesellschafter hat Mittel in der Höhe von 4000 Euro bis zum Stichtag 1. Februar 2004 einzubringen.

- Jeder Gesellschafter hat eine Kreditzusage seiner Privatbank beizubringen, über weitere 2000 Euro.
- Jeglichen weiteren Verpflichtungen laufen direkt auf die Gesellschaft und sind von den einzelnen Gesellschaftern zu decken.
- Jeder Gesellschafter hat die Voraussetzungen zur Gründung eines Unternehmens vorzuweisen, welche laut Gewerberecht definiert sind.
- Gewinn und Verlust werden zu gleichen teilen getragen.

10 Anhang

10.1 Lebensläufe

Schachinger Josef

PERSÖNLICHE INFORMATION

Familienstand:	ledig
Staatsangehörigkeit:	Österreich
Geburtsdatum:	01. Februar 1976
Geburtsort:	Grieskirchen

AUSBILDUNG

1982 – 1986	Volksschule	Kirchheim
1986 – 1990	Hauptschule	Mettmach
1990 – 1994	Landwirtschaftliche Fachschule	Burgkirchen
1996 – 1997	Unternehmerprüfung (WIFI)	Ried im Innkreis
2000 – 2001	Berufreifeprüfung (Matura)	Ried im Innkreis
seit 2001	Studium Wirtschaftsinformatik 5.Semester TU Wien	

BERUFSERFAHRUNG

1994 – 1997	Schachinger Theresia (Eltern) Landwirtschaftlicher Facharbeiter	Kirchheim
1997 – 1999	Moser Willhelm Kraftfahrer – Fernverkehr	Waldzell
1999 – 2000	Dicker Walter Kraftfahrer – Fernverkehr	Handenberg
August 2003	UTA Telekom Praktikum	Wien

SPRACHKENNTNISSE

Englisch

WEHRDIENST

1.02.1997 – 30.09.1997 in Ried im Innkreis

Haider Gerald

PERSÖNLICHE INFORMATION

Familienstand:	ledig
Staatsangehörigkeit:	Österreich
Geburtsdatum:	9. August 1979
Geburtsort:	Linz

AUSBILDUNG

1986 – 1990	Volksschule	Waldhausen
1990 – 1994	Hauptschule	Waldhausen
1994 – 1999	HLA für Umwelt und Wirtschaft	Ysper
2000 – 2001	Fachhochschule für Telekommunikationstechnik und -systeme	Salzburg
seit 2001	Studium Wirtschaftsinformatik 5.Semester TU Wien	

BERUFSERFAHRUNG

Sommer 1997	Glas Baumann GmbH & CoKG Schlosserei	Baumgartenberg
Sommer 1998	Voest-Alpine Stahl Linz GmbH Brammenadjustage	Linz
Sommer 1999	Voest-Alpine Stahl Linz GmbH Brammenadjustage	Linz
Sommer 2000	Glas Baumann GmbH & CoKG Montage, Glas- und Objektbau	Baumgartenberg
15.06.01 – 15.09.01	Porsche Informatik GmbH Second Level Support	Salzburg
Juli 2002	Österreichische Pensionskassen AG Allgemeine Mitarbeit IT, VBA Programmierung	Wien
Aug. 2002 – Feb. 2003	Destination Design (Teilzeit) Softwareentwicklung JAVA	Wien, Heidenreichstein
ab Aug. 2003	Vermögensstreuhand- und Versicherungsberatungsges.m.b.H. IT Administration (Teilzeit)	Wien

SPRACHKENNTNISSE

Englisch

PRÄSENZDIENST

30.08.1999 – 28.04.2000 in Melk an der Donau

SONSTIGES

Okt. 1998	Führerschein (B)
April 1999	QM-Beauftragter für kleine- und mittlere Unternehmen (WIFI-Kurs, 84 h)

Moser Julia

PERSÖNLICHE INFORMATION

Familienstand:	ledig
Staatsangehörigkeit:	Österreich
Geburtsdatum:	06. Februar 1981
Geburtsort:	Steyr

AUSBILDUNG

1991 - 1995	Hauptschule	Steyr
1995 – 1996	Handelsschule	Steyr
1996 – 2001	Handelsakademie (Schwerpunkt WINF)	Steyr
seit 2001	Studium Wirtschaftsinformatik 5.Semester TU Wien	

BERUFSERFAHRUNG

Sommer 2002:	einmonatige Praxis bei den ÖBB	Linz
Sommer 2003:	Praxis bei TEC-IT (Design einer Produktwebsite)	Steyr
Seit März 2003:	EDV-Tutorin an der Universität für Bodenkultur (Userbetreuung)	

SPRACHKENNTNISSE

Englisch, Spanisch

Hil Darjan

PERSÖNLICHE INFORMATION

Familienstand:	ledig
Staatsangehörigkeit:	Österreich
Geburtsdatum:	02. Februar 1982
Geburtsort:	Subotica (YUG)

AUSBILDUNG

1989 – 1992	Volksschule	Subotica
1992 – 2001	Volksschule & Gymnasium	Wien
seit 2001	Studium Wirtschaftsinformatik 5.Semester TU Wien	

BERUFSERFAHRUNG

Sommer 2001	Praktikum bei Mattig Schauer HomepageDesigner	Wien
Sommer 2002	Praktikum bei Oracle Schweiz DB und Homepages	Dättwill

SPRACHKENNTNISSE

Englisch, Serbokroatisch, Ungarisch

Boris Ilic

PERSÖNLICHE INFORMATION

Familienstand: ledig
 Staatsangehörigkeit: Österreich
 Geburtsdatum: 08. November 1979
 Geburtsort: Wien

AUSBILDUNG

1986 – 1990	Volksschule	Klosterneuburg
1990 – 1994	Hauptschule	Klosterneuburg
1994 – 2000	HBLVA für chemische Industrie	Wien
seit 2000	Studium Wirtschaftsinformatik 5.Semester TU Wien	

BERUFSERFAHRUNG

Sommer 1999	Praktikum im Labor des Krankenhauses Klosterneuburg	Klosterneuburg
Sommer 2000	Praktikum bei der Post	Klosterneuburg

SPRACHKENNTNISSE

Englisch, Serbokroatisch

ZIVILDIENTST

05.02.2001 – 31.01.2002 im LNK Gugging



10.2 Unternehmensbeschreibung Konkurrenz (Auszug WKO DB)

Firmenname:	Absolute-IT IT-Solutions GmbH
Produkte und Dienstleistungen:	Dienstleistungen , Beratung/Consulting, Outsourcing, Schulung, SW Entwicklung, Wartung, Hardware, Computer , Bürobedarf, Drucker, Faxgeräte, HW Komponenten, Kopierer,

	Monitore, Netzwerk HW, PCs, Systeme, Periferiegeräte, Projektoren, Scanner, Telefonanlagen, Zubehör, EDV-Lösungen, Netzwerke, Handel und Service von Computersystemen, Mailingsysteme, Faxlösungen, Technologie Leasing Finanzierung, Internetauftritt und Anbindung, IT-Dienstleistungen, Firewall und Securitylösungen.
Straße:	Landstraßer Hauptstraße 71/2
PLZ / Ort	1030 Wien
Telefon:	 +43-1-71728 412
Telefax:	 +43-1-71728 110
Homepage:	 www.absolute-it.at

Firmenname:	Kapsch BusinessCom AG
selbst gewählte Unternehmensbezeichnung:	TELEKOMMUNIKATION
Produkte und Dienstleistungen:	Handys (Mobiltelefone), Internet-Lösungen, ISDN-Anlagen/Telefon, Kopfhörer, Netzgeräte, Netzwerke, Softwarelösungen, Telefonanlagen, Video digital, Wartung, Projektierung, Lieferung, Wartungs- und Störungsdienst von ISDN-Telefonanlagen, Datennetzwerke, Call Center, Computer Telephony Integration, Videokonferenz, Sprach/Datenvernetzung, Wireless LAN, Voice over IP, Unified Messaging Systeme
Straße:	Wienerbergstraße 53
PLZ / Ort	1120 Wien
Gründung im Jahr:	1999
Gründungstext:	Ihr unabhängiger Technologie- und Dienstleistungspartner für Kommunikationlösungen mit einem österreichweiten Vertriebs- und Kundendienstnetz mit 500 Mitarbeiter in 8 Geschäftstellen und 30 Servicestützpunkten für Ihre Sicherheit vor Ort
Telefon:	 +43 (0)50 811-0
Telefax:	 +43 (0)50 811 9995
Homepage:	 http://www.kapschbusiness.com

Firmenname:	Menhart Susanne
selbst gewählte Unternehmensbezeichnung:	m-sys EDV-Dienstleistungen
Produkte und Dienstleistungen:	Planung, Installation und Betreuung von Firewalls, Fileservern, Printservern, Webservern und Mailservern, Netzwerke, Backuplösungen, Antivirensoftware, Linux.
Wir über uns:	Wir bieten Ihnen individuelle Beratung, Planung, Installation und Betreuung von Firewalls, Servern, Netzwerken und Arbeitsplätzen, wobei für uns der Sicherheitsaspekt einen hohen Stellenwert einnimmt. Daher empfeh-

	len wir als Serversoftware Linux.
Straße:	Kenyongasse 9/12
PLZ / Ort	1070 Wien
Gründung im Jahr:	2001
Mitarbeiteranzahl:	1
Telefon:	 +43 676 4175309
Telefax:	 +43 1 5964262
Homepage:	 http://m-sys.at

10.3 Tabellen – GuV Rechnung

siehe folgende Seiten...

Gewinn Verlustrechnung

	Jahr 2004												Jahr 2005												Jahr 2006																
	Monat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12				
Einnahmen	Umsatz04	222520	0	5500	14140	14140	14140	18460	20660	25936	29484	30584	30584	33032	442896	33032	33032	33032	35480	35480	35480	37928	37928	40376	40376	40376	40376	535856	40376	40376	40376	40376	40988	40988	40988	46488	47100	52600	52600	52600	
		0													0														0												
	Bareinlagen Kreditauszahlung (ohne UST)	25500	20000	5500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Summe Einnahmen		248020	20000	11000	14140	14140	18460	20660	25936	29484	30584	30584	33032	442896	33032	33032	33032	35480	35480	35480	37928	37928	40376	40376	40376	40376	535856	40376	40376	40376	40376	40988	40988	40988	46488	47100	52600	52600	52600		
davon UST		0	1100	2828	2828	3692	4132	5187	5897	6117	6117	6606	6606	6606	6606	7096	7096	7096	7586	7586	8075	8075	8075	8075	8075	8075	8075	8075	8075	8198	8198	8198	9298	9420	10520	10520	10520				
Ausgaben		0													0													0													
Personal		0													0													0													
Steuern excl. Ust		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Ust (solbesteuer)		16808	0	0	1840	428	1518	2382	2382	1077	3607	3627	3627	54618	4066	3086	3306	4062	4572	4572	4552	5042	4932	5481	5481	5485	67072	5505	5505	5025	5495	5399	5522	5582	5722	5844	5944	5944			
Büroeinrichtung, Miete(erst später), EDV		25500	3000	4000				11000	500	500	500	500	5500	7000	1500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500		
Gas Wasser Tele Handy Internet		5100	450	450	350	350	450	450	500	500	500	550	550	7200	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	7200	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600		
Miete Lagerraum		7300	2800	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	5400	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	5400	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450		
GSVG		8242	2122					2040	2040					8242	2122			2040									8522	2192			2110										
Mietwagen, Öffs, teil priv auto, Firmenaus		7800	1100	400	400	400	500	500	900	900	900	900	900	12200	1500	900	900	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	13200	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100			
Bürobedarf Porto, diverses		1050	250	200	100	100	100	50	50	50	50	50	50	1500	100	100	100	100	150	150	150	150	150	150	150	150	1800	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150		
Versicherung, Gründungskosten		1850	1000	850	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1250	1250	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1250	1250	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
Rechts- u. Beratungsaufwand		1000	500	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	2010	1000	70	70	70	70	70	70	70	70	150	150	150	2080	1200	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80		
Marketingmaßnahmen		2150	600	600	200	200	200	50	0	0	0	200	100	1300	100	100	0	0	0	0	500	200	200	200	0	0	1400	0	0	500	500	200	200	0	0	0	0	0	0		
Sonstige Aufwendungen		0												0													0														
Zwischensumme I		76800	9700	9122	-290	4018	3268	14932	6872	3527	6057	8367	11227	100720	10566	7928	5926	6682	9332	7292	7822	10052	7902	8531	10371	8315	113924	10755	10577	8405	8870	10589	8602	8462	10572	8602	8724	10934	8824		
Investitionszahlungen		0												0													0														
Kreditrückzahlungen (keine Ust)		12014	1210	652	652	652	3652	622	622	2122	610	610	610	7320	610	610	610	610	610	610	610	610	610	610	610	7320	610	610	610	610	610	610	610	610	610	610	610	610			
Zwischensumme II		12014	1210	652	652	652	3652	622	622	2122	610	610	610	7320	610	610	610	610	610	610	610	610	610	610	610	7320	610	610	610	610	610	610	610	610	610	610	610	610			
Bezahlung Hardware		84000	5000	5000	5000	5000	7000	8000	9000	10000	10000	10000	10000	120000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	170000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	15000	15000	20000	20000	20000	20000			
Bezahlung Lieferanten		0												0													0														
Zwischensumme III		84000	5000	5000	5000	5000	7000	8000	9000	10000	10000	10000	10000	120000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	170000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	15000	15000	20000	20000	20000	20000			
Summe Ausgaben I bis III		172814	15910	14774	5362	9670	13920	23554	16494	15649	16667	18977	21837	228040	21176	18538	16536	17292	19942	17902	18432	20662	18512	19141	20981	18925	291244	21365	21187	19015	19480	21199	19212	24072	26182	29212	29334	31544	29434		
davon UST		2940	2400	1310	1310	1750	4110	2290	2490	2490	2540	3520	3300	2544	2524	2524	2544	2544	2544	2654	2594	2594	2610	2570	2570	3050	2576	2676	2676	2616	2616	3576	3576	4576	4576	4576	4576	4576			
Gw 03														Gw 04														Gw 05													
+- ÜBER-/UNTERDECKUNG		75206	4090	-3774	8778	4470	4540	-2894	9442	13832	13917	11607	11195	214856	11856	14494	16496	18188	15538	17578	19498	17266	21864	21235	19395	21451	244612	19011	19189	21361	20887	19789	21778	16916	20306	17888	23266	21056	23168		
Saldo		4090	316	9094	13564	18104	15210	24652	38487	52404	64011	75206	87062	101556	118051	136239	151777	169355	188851	206117	227982	249216	268611	290062	309073	328262	349622	370504	390298	412074	428991	449297	467186	490452	511508	534674					
Gewinn Verlust		48297	-16565	-9371	8681	4373	4443	-2961	9375	13768	13862	11552	11146	214196	11801	14439	16441	18133	15483	17523	19441	17211	21809	21180	18343	21396	243952	18956	19134	21308	20832	19734	21721	16861	20251	17833	23211	21001	23111		

Umsatzplanung und Ust

Zahlungsziel = 1 Monat ab fertigestellung

	Jahr 2004												Jahr 2005												Jahr 2006												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Arbeitsstunden (verrechenbar)	0	160	160	240	240	280	320	320	320	360	360	360	360	360	400	400	400	440	440	480	480	480	480	480	480	480	480	490	490	490	500	500	500	500	500	500	
Hardware, spezieller Handel(brutto)	84000	5000	5000	5000	5000	7000	8000	9000	10000	10000	10000	10000	120000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	170000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	15000	15000	20000	20000	20000	20000
Einnahmen Arbeitsstunden (incl 1 Monat Ziel) brutto	0	8640	8640	12960	12960	17136	19584	19584	19584	22032	22032	22032	22032	24480	24480	24480	26928	26928	29376	29376	29376	29376	29376	29376	29376	29988	29988	29988	29988	30600	30600	30600	30600	30600			
Einnahmen Hardware (incl 1 Monat Ziel) brutto	84000	5000	5000	5000	5000	7000	8000	9000	10000	10000	10000	10000	120000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	170000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	15000	15000	20000	20000	20000	20000
GesamtRechnungswert	0	5500	14140	14140	18460	20660	25936	29484	30584	30584	33032																										

