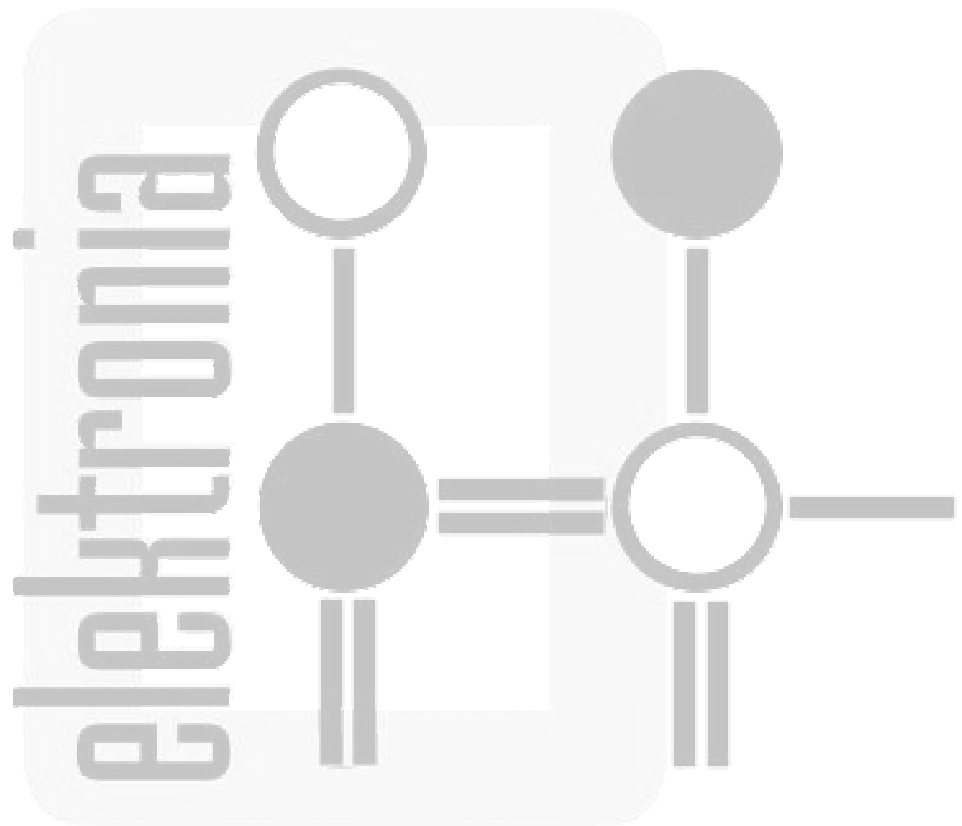


Businessplan

Seminar Geschäftsmodelle und Existenzgründung WS0405



... denn das Potential steckt im Netzwerk

elektronia.net

Jörg Busse, Brigitte Müller

• www.elektronia.net



0. Inhaltliche Übersicht

1. Zusammenfassung Seite 3

2. Unternehmen und Team Seite 5

- 2.1 Rechtsform Seite 5
- 2.2 Firmensitz Seite 5
- 2.3 Gründungszeitpunkt Seite 6
- 2.4 Gründer Seite 6

3. Geschäftsidee Seite 7

- 3.1 Innovative Idee Seite 7
 - 3.1.a Risiken Seite 9
 - 3.2.b Wettbewerbsvorteil Seite 10
- 3.2 Geschäftsmodell Seite 11">
 - 3.2.a Risiken Seite 12

4. Markt- und Konkurrenzanalyse Seite 14

- 4.1 Markt Seite 14
- 4.2 Konkurrenz Seite 15
- 4.3 SWOT-Analyse Seite 18

5. Vertrieb und Marketing Seite 19

- 5.1 Vertrieb Seite 19
- 5.2 Marketing Seite 19">
 - 5.2.a Preispolitik - Konditionen Seite 21
- 5.3 Firmenphilosophie Seite 21

6. Finanzplanung Seite 23

- 6.1 Finanzierungsplan Seite 23

7. Anhang Seite 26

- 7.1 Recherche Seite 26
- 7.2 Gewinn- und Verlustrechnung Seite 31
- 7.3 Erklärung über die verantworteten Teile von Ausarbeitungen Seite 36

1. Zusammenfassung

Ziel der Unternehmensgründung von *elektronia.net* ist die Etablierung als Dienstleistungsunternehmen im Bereich der elektronischen Bauelemente und Baugruppen. *elektronia.net* bietet umfassende Beratung von der Produktidee bis zur möglichen Vermarktung, sowie eine Plattform im Web, über die sich Kunden zusammenschließen können (Group Buying Model oder auch Community Shopping).

Existenzgründer, mittelständische Unternehmen, Lehr- und Forschungseinrichtungen, aber auch technikbegeisterte Privatpersonen sind in ihrem finanziellen Rahmen meist eingeschränkt. Dies führt dazu, dass die genannten Käufergruppen auf dem Markt gegenüber Unternehmen, die große Stückzahlen eines Produktes abnehmen können, im Nachteil sind. Je kleiner die Menge, die ein Kunde kaufen kann, desto höher der Stückpreis.

Mit *elektronia.net* soll dieses Gefälle zwischen groß und klein verringert werden, indem durch die Bildung von Interessengemeinschaften eine ansprechende Alternative angeboten wird. Fasst man mehrere Gruppen mit ähnlichen Interessen zusammen, so erhält man eine Gemeinschaft mit höherer Kaufkraft und demzufolge größerem Einfluss auf dem Markt. Es geht darum, sich im Hinblick auf das gewünschte Produkt zu verständigen und Kompromisse zu finden. Für einen Entwickler ist es nicht so sehr von Bedeutung, ob der Durchmesser eines Displays einen Zoll mehr beträgt oder nicht, wenn er bereits vor dem Problem steht, dass er sich die Herstellung eines Prototyps nicht leisten kann.

Das Unternehmen *elektronia.net* möchte es sich hierbei zur Aufgabe machen, die notwendigen Interessensgemeinschaften zu bilden, zu betreuen und zu koordinieren sowie die Kontakte zu Herstellern, Investoren und Handelsunternehmen zu knüpfen und zu pflegen. *elektronia.net* fungiert dabei entweder als Zwischenhändler oder als Vermittler, der eine Gewinnbeteiligung von den Partnerfirmen erhält.

Es wird eine Plattform im Web zur Bildung von Gemeinschaften mit der Möglichkeit zum offenen Meinungs Austausch geboten. Darüber hinaus wird Beratung von der Skizze bis zum fertigen Prototypen angeboten.

Die Gründung des Unternehmens ist für das 3.Quartal 2005 geplant. Bis dahin sollen alle Vorbereitungen zur Firmengründung abgeschlossen und der datenbankbasierte Webauftritt fertig gestellt sein.

Als Firmensitz halten die Gründer Waltersdorf bei Berlin für geeignet, da hier die gute Infrastruktur der Hauptstadt mitgenutzt werden kann und gleichzeitig der günstigste Gewerbesteuersatz der Umgebung gegeben ist. Viele Dienstleistungsunternehmen und Herstellerfirmen sind hier ansässig und aufgrund der vorhandenen Universitäten und Fachhochschulen im Raum Berlin bestehen gute Chancen, das notwendige Fachpersonal für die zukünftige Erweiterung des Unternehmens zu gewinnen.

Gegründet werden soll das Unternehmen von Brigitte Müller und Jörg Busse. Beide befinden sich am Ende ihres Studiums der Informatik und bringen so fundierte Kenntnisse vor allem für den datenbankbasierten Webauftritt mit. Des Weiteren profitiert das Unternehmen von bereits gesammelten Erfahrungen mit Logistikunternehmen und eigenen Versuchen, Prototypen herzustellen.

Die Auswertung von Branchendaten sowie eine Konkurrenzanalyse und die Befragung von potentiellen Partnern und Kunden ergaben, dass ein Unternehmen mit der angestrebten Angebotsvielfalt nicht existiert.

Um im Wettbewerb mit Unternehmen, die bereits jetzt schon Teile des Angebots abdecken, bestehen zu können, sollen folgende Kriterien gelten:

Möglichst günstiger Preis, Gewährleistung der vom Kunden gewünschten Funktionen auch in Extrembedingungen, Beratungsleistungen in allen Angelegenheiten und strikte Einhaltung der vereinbarten Lieferzeiten – also rundum kundenorientierter Service und Verlässlichkeit.

Elektronische Baugruppen werden in vielen Bereichen verwendet, vor allem in der Kraftfahrzeug-Technik, Telekommunikation, Büroelektronik und Datentechnik.

In Deutschland wurden im Jahr 2003 elektronische Bauelemente im Wert von 17,2 Mrd. Euro produziert und elektronische Baugruppen, welche teilweise aus diesen Bauelementen hergestellt wurden, im Wert von 21,4 Mrd. Euro (Quelle: Zentralverband Elektrotechnik und Elektronikindustrie).

Der Gesamtkapitalbedarf von *elektronia.net* wird im ersten Geschäftsjahr voraussichtlich 100.000 € betragen. Die Gründer werden diese Kosten im vollen Umfang aus vorhandenen Eigenmitteln finanzieren.

Der Break-Even-Zeitpunkt wird für das Jahr 2009 erwartet.

2. Unternehmen und Team

2.1 Rechtsform

Als Rechtsform ist eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) geplant, da diese am einfachsten zu realisieren ist. Im Falle eines Scheiterns des Unternehmens, gerade in der Anfangsphase, ist diese auch mit vergleichsweise geringem Aufwand wieder auflösbar. Nachteilig wirkt sich für die Gesellschafter die Haftung mit Ihrem gesamten Privatvermögen aus. Da im Zuge des Geschäftsalltages große Geldwerte im Umlauf sein werden, strebt das Unternehmen nach dem Break-Even-Zeitpunkt die Umwandlung in eine GmbH an.

Die Struktur des Unternehmens soll sich wie folgt aufbauen:



2.2 Firmensitz

Als Firmensitz halten die Gründer Waltersdorf bei Berlin für geeignet, da hier der Gewerbesteuerhebesatz am günstigsten ist und gleichzeitig alle Vorzüge der Hauptstadt genutzt werden können. Der Gewerbesteuerhebesatz entspricht hier der Hälfte des Berliner Hebesatzes.

Viele Dienstleistungsunternehmen und Herstellerfirmen, wie z.B. der „Alina Electronic Vertrieb“, das „Elektronik Zentrum Berlin“ aus dem Unternehmensverbund „Electronic Network“, „UPS“ mit Flughafenbindung und die „Strato AG“, sind in Berlin ansässig.

Aufgrund der Nähe zur Hauptstadt sowie der vorhandenen Universitäten und Fachhochschulen im Raum Berlin bestehen gute Chancen, als notwendiges Fachpersonal für die zukünftige Erweiterung des Unternehmens, Spitzenkräfte zu gewinnen.

2.3 Gründungszeitpunkt

Die Gründung des Unternehmens ist für das 3. *Quartal 2005* geplant. Bis dahin soll das Gewerbe angemeldet, ein kleines Büro angemietet, eine Person für die Buchhaltung und weitere Partner angeworben sein. Des Weiteren soll der datenbankbasierte Webauftritt vollendet und ins Netz gestellt sein.

Erstellt werden soll die Onlineplattform als Projekt im Laufe der Veranstaltung Datenbanksysteme des Sommersemesters 2005 am Institut für Informatik der Freien Universität von Berlin. So wird eine fehlerfreie Funktionsweise der Webseite garantiert, da das Projekt in einzelne Module unterteilt wird, die jeweils in einem gewissen Zeitrahmen zu realisieren sind und von Tutoren kontrolliert werden. Online gestellt werden soll der Webauftritt auf einem Highend-Server der Berliner Strato AG, welcher php, MySQL-Datenbanken, hohe Erreichbarkeit und vieles mehr bietet.

2.4 Gründer

Gegründet werden soll das Unternehmen von Brigitte Müller und Jörg Busse. Beide befinden sich am Ende ihres Studiums der Informatik und bringen so fundierte Kenntnisse vor allem für den datenbankbasierten Webauftritt mit. Des Weiteren profitiert das Unternehmen von bereits gesammelten Erfahrungen mit Logistikunternehmen und eigenen Versuchen, Prototypen herzustellen.

... denn das Potential steckt im Netzwerk

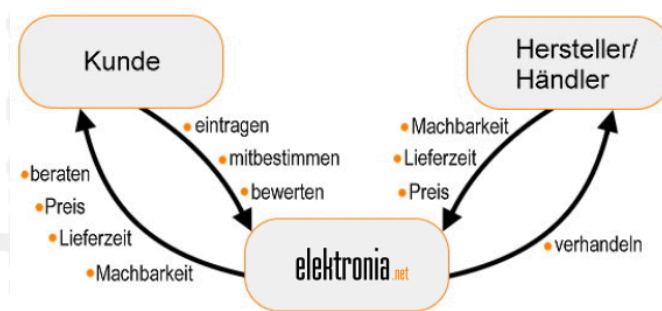
3. Geschäftsidee

3.1 Innovative Idee

Ziel der Unternehmensgründung von *elektronia.net* ist die Etablierung als Dienstleistungsunternehmen im Bereich der elektronischen Bauelemente und Baugruppen.

In erster Linie soll die Dienstleistung durch die Organisation von Interessengemeinschaften realisiert werden, die durch *elektronia.net* geeint, als große Kaufkraft auf dem Markt auftreten.

Hierbei sollen folgende vier Kernaufgaben realisiert werden: Betreuung von Interessengemeinschaften, Vertretung dieser am Markt, Kontaktpflege zwischen Anbieter und Abnehmer sowie Bereitstellung einer Plattform im Internet für den konstruktiven Austausch.



Die Abbildung zeigt, wie die Dienstleistung von *elektronia.net* funktionieren soll.

Als *Produkte* gelten für das Unternehmen von vorn herein: fertige elektronische Bauelemente und Baugruppen oder die Herstellung dieser, auch mit Gehäuse, aus einfachen Skizzen erstellte Designs bzw. Layouts, die die Hersteller für Prototypen- oder Serienproduktionen benötigen und die Entflechtung von Leiterbahnen nach den Richtlinien der Elektromagnetischen Verträglichkeit (EMV). Ferner sollen auch Kundenwünschen, wie Programmierung von Mikrocontrollern oder das intensive Testen eines Prototyps, erfüllt werden.

Betreuung der Interessengemeinschaften:

Unter Betreuung versteht das Unternehmen: Bilden, Koordinieren und Beraten.

Das Bilden der Interessengemeinschaften soll durch die Bereitstellung eines Forums im Internet gewährleistet werden.

Die Koordination geschieht dann durch Berater, die von *elektronia.net* als Moderatoren den einzelnen Foren zugeteilt werden.

Die Beratung selbst ist zu unterteilen in (1.) rein inhaltliche Fragen und (2.) Fragen bezüglich Preis, Machbarkeit und Lieferzeit eines bestimmten Produkts.

Die Fragen zu (1.), wie z.B.: „Ich möchte mir ein Transistorradio basteln, welche Teile benötige ich dafür?“, sollen anfangs unter den Forummitgliedern selbst oder durch unsere Partner, z.B. mikrocontroller.net, geklärt werden.

Alle Fragen zu (2.) und später auch zu (1.) sollen durch die Moderatoren geklärt werden, die in ständigem Kontakt mit unseren Partnern stehen.

Vertretung der Interessengemeinschaften am Markt

elektronia.net vertritt mit seinen Beratern, welche am Anfang durch Brigitte Müller und Jörg Busse repräsentiert werden, die Interessen der Kaufgemeinschaften am Markt.

Dies geschieht durch Verhandlungsgespräche mit den einzelnen Herstellern, Händlern und Partnern sowie durch die Wahl der preislich günstigsten und qualitativ besten Kombination.

Kontaktpflege zwischen Anbieter und Abnehmer:

Um die Kontakte pflegen zu können, tragen sich die Abnehmer in eine dafür vorgesehene Datenbank ein und trägt *elektronia.net* alle Anbieter in eine dafür vorgesehene Datenbank ein.

Die Abnehmer sind die Mitglieder der Interessengemeinschaften. Ihre Kontaktdaten sind: Adresse, E-Mail, ein Benutzername, unter dem sie im Forum erscheinen und nach eigenem Ermessen Bankdaten und Telefonnummern.

Die Anbieter sind die Hersteller, Händler und Partner von *elektronia.net*, mit denen verhandelt wird. Ihre Kontaktdaten sind: Adresse, Telefon, Fax, E-Mail, Bankverbindung und von *elektronia.net* geführte allgemeine Notizen zum Unternehmen sowie einer Bewertung, welche angibt, wie oft bereits mit diesem Unternehmen Geschäfte getätigt wurden.

Bereitstellung einer Plattform im Internet für den konstruktiven Austausch:

Es soll ein datenbankbasierter Webauftritt realisiert werden, der vor allem folgende Kriterien bietet: eine frei zugängliche Produktsuche, die Möglichkeit für die User sich zu registrieren und in den Interessengemeinschaften mitzubestimmen sowie Statistiken und Trends, die den Partnern von *elektronia.net* zugänglich gemacht werden.

Die frei zugängliche Produktsuche soll es Usern ermöglichen, schnell und ohne Registrierung herauszufinden, ob sich für ein bestimmtes Produkt bereits eine Kaufgemeinschaft gebildet hat, um dann mit nur einem Klick zu dieser zu gelangen.

Um in einer Kaufgemeinschaft Mitglied zu werden und dann auch mitbestimmen zu können oder selbst eine Kaufgemeinschaft zu gründen, sollen sich die User auf der Plattform mit einem beliebigen Benutzernamen und Passwort registrieren. Damit beim späteren Kauf alles glatt läuft, sollen die Nutzer bei der Registrierung ihre vollständige Adresse mit E-Mail eingeben und, wenn sie einen Bankeinzug wünschen, auch Ihre Bankdaten.

Die registrierten Benutzer sind dann in den Foren nur unter Ihrem Benutzernamen zu sehen und können ihre versteckten Kontaktdaten jederzeit verändern.

Statistiken werden von *elektronia.net* über Besucherzahlen der Seite, Anzahl registrierter Benutzer, Anzahl der Interessengemeinschaften und welche Produkte werden von wie vielen Benutzern gekauft, erhoben. Aus diesen Zahlen lassen sich dann Trends ersehen.

3.1.A Risiken

Aus den Kernaufgaben ergeben sich folgende Risiken bzw. Problemquellen für das Unternehmen.

Sollte die Zahl der Nutzer von *elektronia.net* und die Zahl der Interessengemeinschaften rasch ansteigen, werden schnell weitere Berater benötigt. Diese sollten möglichst auch schon inhaltliche Fragen der Kunden klären und sich schnell in die Arbeitsweise des Webauftritts einarbeiten können. Das größte Problem besteht hierbei darin, für das Unternehmen tragbare Löhne auszuhandeln. Des Weiteren müssen die Richtlinien des Arbeitsrechts eingehalten werden.

Von Anfang an wird eine Buchhaltung benötigt, da die Gründer sich nur begrenzt in diesem Bereich auskennen und im Falle von Zahlungsrückständen einzelner Kunden, der Geschäftsführung nicht die Zeit gegeben sein wird, diesen Geldern nachzulaufen. Auch hier ist eine für das Unternehmen tragbare Lohnhöhe auszuhandeln und sind die Richtlinien des Arbeitsrechts einzuhalten.

Durch das Verwalten personenbezogener Daten könnten die Richtlinien des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) verletzt werden, wodurch hohe Kosten durch

Geldstrafen entstehen könnten. Um dem vorzubeugen, werden von Anfang an Jörg Busse als Datenschutzbeauftragter und Brigitte Müller als seine Stellvertreterin eingesetzt.

Da die Dienstleistung von *elektronia.net* hauptsächlich auf der Internetseite realisiert werden soll, muss eine hohe Erreichbarkeit gewährleistet sein. Des Weiteren müssen für den datenbankbasierten Webauftritt php und MySQL, sowie viel Speicherplatz vom Provider geboten werden. Daher entscheidet sich das Unternehmen für einen Highend-Server der Berliner Strato AG. Dieser gewährleistet hohe Erreichbarkeit durch einen schnellen 2,4GHz-Prozessor, 512MegaByte RAM, eine schnelle Datenleitung und 300GigaByte Traffic (Upload und Download zusammen) im Monat. Die Grundlagen für den Webauftritt php und MySQL sind gegeben und mit einer 80GigaByte Festplatte ist für die Datenbanken in der Anlaufphase der Firma genügend Speicherplatz vorhanden.

3.1.B Wettbewerbsvorteil

Der Wettbewerbsvorteil des Unternehmens besteht in vielen besonderen Dienstleistungen, gebündelt an einem Ort, sowie den Partnerschaften mit bereits in der Elektronikbranche etablierten Unternehmen und Webmastern freier Internetpräsenzen.

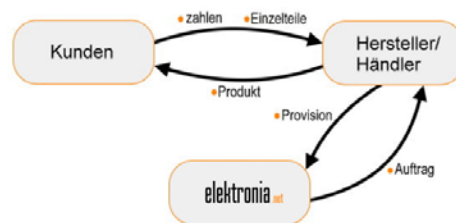
Aus den **Recherchen** geht hervor, dass bisher kein Unternehmen existiert, welches die Angebotspalette von *elektronia.net* bietet. Jedoch gibt es viele Unternehmen, die Teile des Angebots abdecken. Diese werden als indirekte Konkurrenz, aber auch als zukünftige Partner angesehen, wie z.B. im Falle von mikrocontroller.net, einer Onlineplattform auf der sich teilweise schon einzelne Mitglieder zu kleinen Kaufgemeinschaften zusammenschließen, der Beta Layout GmbH einem Leiterplattenhersteller und -händler mit der Möglichkeit einer Online-Preisberechnung und dem Zusammenschluss zu Kaufgemeinschaften, oder ElectronicNetwork, einem Zusammenschluss mehrerer Firmen zur Bereitstellung einer breiten Produktpalette.

Als **Barrier to Entry** sehen die Gründer die Partnerschaften mit den bereits in der Elektronikbranche etablierten Unternehmen und Forenbetreibern und den hieraus resultierenden hohen Bekanntheitsgrad von *elektronia.net*.

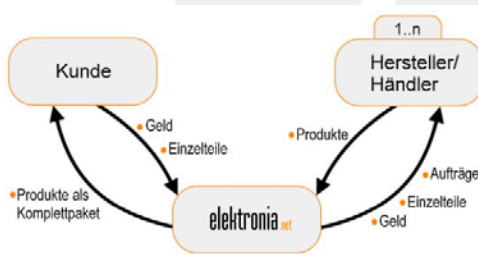
3.2 Geschäftsmodell

Verdienen möchte *elektronia.net* an der für den Kunden bzw. für den Hersteller oder Händler gelieferten Dienstleistung.

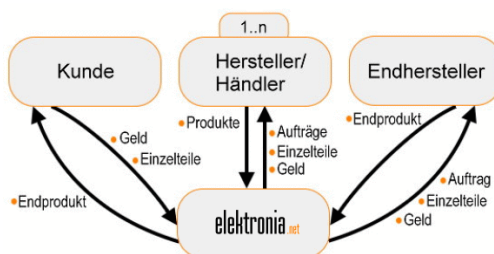
Der Produkt- und Geldfluss soll dabei wie folgt funktionieren. Die Kunden zahlen den vereinbarten Preis an *elektronia.net* bzw. an die Hersteller oder Händler und liefern ggf. für die Anfertigung einer elektronischen Baugruppe bereits vorher erworbene Einzelteile. Dafür erhalten sie entweder von *elektronia.net* oder vom Händler bzw. Hersteller direkt das fertige Produkt. Die folgenden Grafiken sollen die möglichen Kombinationen verdeutlichen:



Auf dieser Abbildung ist die für den Kunden günstigste Kombination, das Produkt bei einem Hersteller bzw. Händler zu erwerben, dargestellt. In diesem Falle gibt *elektronia.net* den Auftrag komplett an diesen weiter, um Lagerkapazität und Logistikaufwand zu sparen. Für die Vermittlung der Kaufkraft verlangt das Unternehmen lediglich eine Provision.



Auf dieser Abbildung ist die für den Kunden günstigste Kombination, das Produkt bei mehreren Herstellern bzw. Händlern zu erwerben, dargestellt. In diesem Falle verteilt *elektronia.net* die einzelnen Aufträge und das dafür zu zahlende Geld an die einzelnen Firmen, welche dafür die fertigen Produkte liefern, sammelt diese im Lager und sendet sie als Komplettpaket an den Kunden. Hierbei geht ein Teil der ausgehandelten Rabatte an *elektronia.net*.



Auf dieser Abbildung funktioniert der Produkt- und Geldfluss genau, wie auf der vorherigen. Einziger Unterschied: die gelieferten Produkte werden von *elektronia.net* als Einzelteile an einen Endhersteller geliefert, welcher diese zu einem fertigen Endprodukt konstruiert und zurückliefert. Der Kunde erhält dann von *elektronia.net* ein fertiges Endprodukt.

3.2.a Risiken

Aus den oben beschriebenen Distributionskanälen kristallisieren sich deutlich Risiken für das Unternehmen heraus.

Als erstes ist hier der Geldfluss zu nennen. Bei den Kombinationen, bei denen Geld von *elektronia.net* an die einzelnen Hersteller verteilt wird, besteht ein hohes Risiko für das Unternehmen, wenn Kunden nicht rechtzeitig zahlen. In einem solchen Falle muss *elektronia.net* das Geld aus seinem Eigenkapital vorfinanzieren und sich das Geld im Nachhinein vom Kunden zurückholen. Um dieses Risiko möglichst gering zu halten, sind ab der zweiten Zahlungsaufforderung nach nicht fristgerechter Zahlung, Mahngebühren durch den Kunden an *elektronia.net* zu zahlen. Die Höhe der Mahngebühr soll eine abschreckende Wirkung haben, aber generell die Kunden nicht hemmen die Dienstleistung des Unternehmens zu nutzen.

Beim Produktfluss treten ebenfalls Risiken für das Unternehmen auf. Bei den Kombinationen, bei denen die Produkte bei *elektronia.net* zwischengelagert werden, entstehen mehrere Risiken für das Unternehmen. Wenn Lieferzeiten mit Kunden und Unternehmen vereinbart wurden und einzelne Unternehmen diese Zeiten nicht einhalten, wird der Produktfluss unterbrochen. Hierbei können Vertragsstrafen entstehen und kann, bedingt durch die längeren Wartezeiten als vereinbart, das Image von *elektronia.net* geschädigt werden. Um in einem solchen Falle das gute Image der Firma zu wahren, müssen Kunden und Unternehmen umgehend informiert werden und durch Preisnachlässe oder ähnliches gnädig gestimmt werden. Vertragsstrafen und Preisnachlässe müssten in diesem Falle durch *elektronia.net* vorfinanziert werden und von den in Verzug geratenen Firmen im Nachhinein in Form von Vertragsstrafen eingeholt werden.

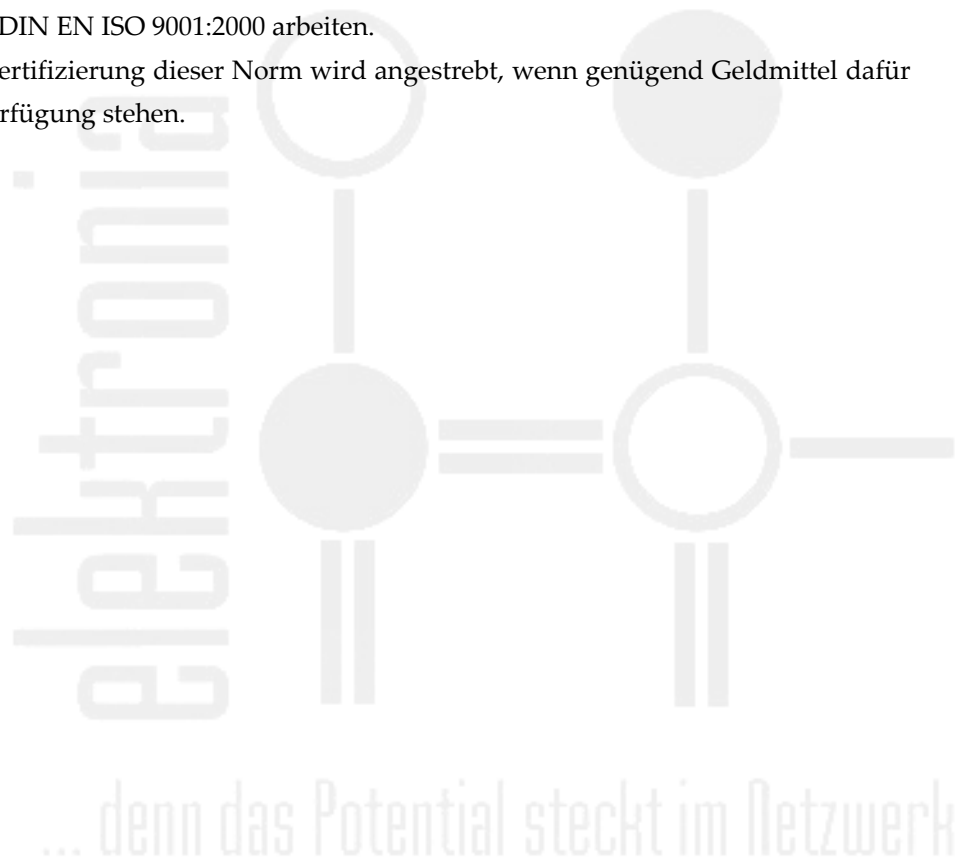
Dieses Risiko soll minimiert werden durch vertraglich festgelegte Vertragsstrafen, deren Höhe abschreckend ist, aber Firmen nicht entmutigen soll Verträge mit *elektronia.net* zu schließen.

Das größte Risiko beim Produktfluss entsteht für die Firma, wenn Teile defekt geliefert werden. Diese müssen, um den Produktfluss nicht zu unterbrechen, auf schnellstem Wege von anderen Anbietern besorgt werden. Die dabei entstehenden Kosten muss *elektronia.net* vorfinanzieren. Dieses Geld kann dann meist erst nach langer Zeit wiederbeschafft werden, da als erstes geklärt werden muss bei welcher Partei das Produkt beschädigt wurde und dann mit dieser über die Rückerstattung der entstandenen Kosten verhandelt werden muss.

Dieses Risiko kann nur durch die Wahl geeigneter Partnerunternehmen minimiert werden.

Am Anfang soll die Zwischenlagerung noch im angemieteten Büro geschehen, bevor zusätzlich ein Lager angemietet werden soll. Bei plötzlichem Anstieg der Aufträge sowie bei schnellerer Lieferung eines Produkts durch Händler bzw. Hersteller, als geplant, kann die Lagerkapazität schnell überschritten werden. In diesem Falle werden alle den Gesellschaftern zur Verfügung stehenden Räume, einschließlich deren Wohnungen und Kellerräume kurzerhand als Lagerräume verwendet, bis größere Lagerräume angemietet werden konnten.

Damit das Unternehmen reibungslos funktioniert, soll es von Anfang an nach der Norm DIN EN ISO 9001:2000 arbeiten. Eine Zertifizierung dieser Norm wird angestrebt, wenn genügend Geldmittel dafür zur Verfügung stehen.

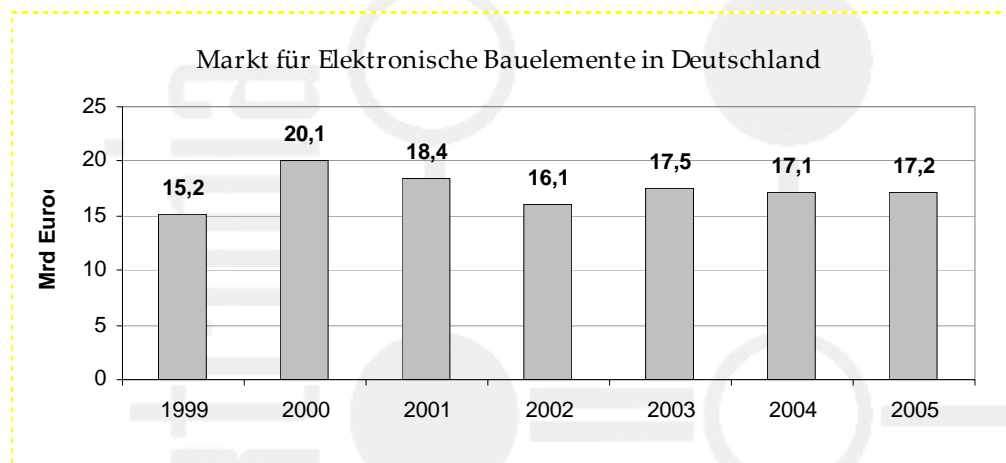


4. Markt- und Konkurrenzanalyse

4.1. Markt

Elektronische Baugruppen werden in vielen Bereichen verwendet, vor allem in der Kraftfahrzeug-Technik, Telekommunikation, Büroelektronik und Datentechnik.

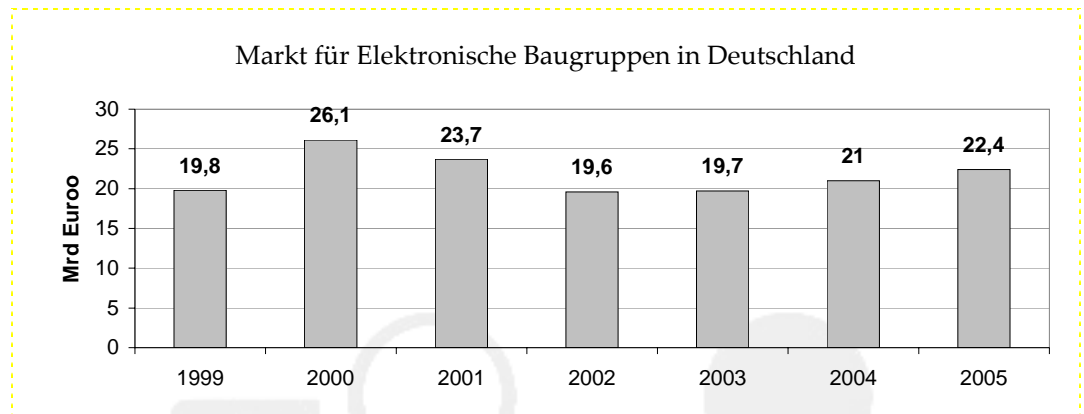
In Deutschland wurden im Jahr 2003 elektronische Bauelemente im Wert von 17,2 Mrd. Euro produziert und elektronische Baugruppen, welche teilweise aus diesen Bauelementen hergestellt wurden, im Wert von 21,4 Mrd. Euro (Quelle: Zentralverband Elektrotechnik und Elektronikindustrie).



Wie der Fachverband Electronic Components and Systems des ZVEI in seinem Jahresbericht 2004 festgestellt hat, begann 2003 ein leichter Aufschwung in der Elektronikindustrie nach einer gewissen Durststrecke. Die wirtschaftliche Lage bleibt aber schwierig für Leiterplattenproduzenten und Bestückungsunternehmen durch enormen Preisdruck und Produktionsverlagerungen nach China und in andere Länder in Südostasien und in Osteuropa.

Trotz höherer Produktionskosten haben die Unternehmen im europäischen Raum eine Chance, im Wettbewerb zu verbleiben, z. B. mit der Fertigung technologisch anspruchsvoller Produkte mit intensivem Beratungsbedarf vor Ort, der Produktion umweltgerechter Lösungen, dem Eingehen von Kooperationen, der Steigerung der Kostentransparenz und der Verbesserung der Time-to-Market sowie dem Ausbau des Dienstleistungsangebots, besonders im Entwicklungsbereich (Werner Widmann, ehemaliger Vorsitzender der Fachgruppe IV Elektronische Baugruppen, ZVEI Jahresbericht 2003).

In dieser Richtung will sich auch *elektronia.net* positionieren, als Unternehmen, das intensive Beratung bietet und die Bildung von Kooperationen ermöglicht und fördert.



4.2. Konkurrenz

Die Auswertung von Branchendaten sowie eine Konkurrenzanalyse und die Befragung von potentiellen Partnern und Kunden ergaben, dass ein Unternehmen mit der angestrebten Angebotsvielfalt nicht existiert.

Jedoch gibt es viele Unternehmen, die Teile des Angebots abdecken. Diese werden als indirekte Konkurrenz, aber auch als zukünftige Partner angesehen.

Nachfolgend werden drei dieser Unternehmen, „Conrad Electronic GmbH“, „Beta Layout GmbH“, „ElectronicNetwork“ und die Internetseite <http://www.mikrocontroller.net> von Andreas Schwarz, genauer analysiert.

Die dabei beschriebenen Vor- und Nachteile, sind als Eigenschaften gegenüber *elektronia.net* zu sehen.



Die Conrad Electronic GmbH ist, laut dem Nürnberger Marktforschungsunternehmen GfK AG, der bekannteste Elektronikversender Deutschlands. So ist Conrad z.B. 45% der deutschen Männer bekannt.

Die Internetseite www.conrad.de hat monatlich 2,5 Mio. Besucher und zählt damit, den Angaben Conrads zufolge, zu den erfolgreichsten Technik- und Elektronikinternetadressen Deutschlands.

Conrad bietet im Versand und in seinen Filialen ein breites Angebot an Elektronik- und Technikartikeln. Das Unternehmen *elektronia.net* gerät nur mit einem kleinen Teil dieses Angebots in Konkurrenz.

Vorteile:

- Hoher Bekanntheitsgrad
- Riesige Auswahl
- Eigener Logistikbereich

Nachteile:

- Vergleichsweise hohe Preise
- Keine Optionen für Interessengemeinschaften – diese müssen von den Kunden selbst gebildet werden
- Prototypenherstellung nur im Bereich von Leiterplatten über die Beta Layout GmbH



Die Beta Layout GmbH gehört, nach eigenen Angaben, mit über 15.000 Kunden, zu Europas größten Leiterplattenvertrieben.

Vorteile:

- Online Preisberechnung
- Hoher Bekanntheitsgrad
- Rabatte durch interne Zusammenlegung von Aufträgen
- Zertifiziertes Qualitätsmanagement DIN EN ISO 9001:2000
- Seit 1999 Kooperationspartner von Conrad

Nachteile:

- Nur auf Leiterplatten spezialisiert



ElectronicNetwork ist ein Unternehmensverbund von 6 deutschen und einem bulgarischen Unternehmen, welches erst im Jahre 2003 gegründet wurde. Die in Deutschland angesiedelten Firmen können auf eine lange Tradition als Standorte oder Unternehmensbereiche von Firmen, wie AEG, BBC, Philips oder der Konrad Zuse AG, zurückblicken.

Das Leistungsspektrum umfasst alle Phasen von der Produktidee bis zum "After-Markt", so dass die Kunden in der gesamten Prozesskette nur einen Ansprechpartner haben, was auch *elektronia.net* bieten möchte.

Die Unternehmen im Verbund arbeiten nach DIN EN ISO 9000ff und bieten somit hohe Qualität.

Vorteile:

- Breite Produktpalette
- Qualitätsmanagement
- Viel Erfahrung

Nachteile:

- Keine Optionen für Kaufgemeinschaften
- Angebot richtet sich vor allem an führende Industrieunternehmen sowie mittelständische Unternehmen, aber nicht an Privatpersonen

www.mikrocontroller.net

Bild:www.mikrocontroller.net

Ist eine freie Internetplattform mit, nach eigenen Angaben, 620.000 Seitenaufrufen pro Monat.

Diese bietet kostenlose Anleitungen, Buchtipps, Links zu anderen Elektronik-Webseiten und ein Forum, in dem technikbegeisterte Hobbybastler, aber auch Fachleute aus der Elektronikbranche, Tipps und Tricks untereinander austauschen.

Außerdem gibt es eine Wunschliste (sog. Reichelt-Wishlist) für schwer erhältliche Artikel, die dann evtl. von www.reichelt-elektronik.de in die Produktpalette aufgenommen werden, sofern die Nachfrage groß genug ist.

Vorteile:

- Hoher Bekanntheitsgrad
- Kostenlos

Nachteile:

- Schlechtes Design der Seite

TECHTOUR.NET
Bild:www.techtour.net

Die TechTour AG ist ein Schweizer Unternehmen, das mit seiner Seite www.techtour.net eine Plattform bietet, auf der Kunden eine Anfrage nach ihren spezifischen Vorstellungen stellen können, die gleichzeitig an mehrere europäische Hersteller weitergeleitet wird. Der Kunde spart dadurch Zeit und

erhält von interessierten Firmen, die bei techtour.net registriert sind, ein Angebot.

Vorteile:

- Hoher Bekanntheitsgrad durch Partnerschaften mit Messen und Fachzeitschriften
- Auftrag wird an mehrere europäische Hersteller und Anbieter gleichzeitig weitergeleitet
- Große Produktpalette – so ziemlich alle angestrebten Bereiche von *elektronia.net*

Nachteile:

- Laut Impressum nur B2B-Geschäft
- Kunde erhält evtl. kein Angebot durch fehlendes Interesse der Firmen
- Keine Optionen für Interessengemeinschaften
- Anbieter tragen sich selbst ein und zahlen einen monatlichen Pauschalpreis

4.3. SWOT-Analyse

Stärken:

- Flexibilität der Gründer
- Informatikstudium ermöglicht Webauftritt von hoher Qualität und gutem Design
- Verhandlungsgeschick

Schwächen:

- Keine unternehmerische Erfahrung in der Branche
- Wenig Personal

Chancen:

- Bisher existiert in der Branche keine Firma, mit der Organisation von Interessengemeinschaften auf den von *elektronia.net* angestrebten Gebieten
- Guter Service

Risiken:

- Günstige Konkurrenzprodukte (aus dem Ausland)
- Beratung ist zeit- und kostenintensiv
- Kaufverhalten der Zielgruppen

... denn das Potential steckt im Netzwerk

5. Vertrieb und Marketing

5.1. Vertrieb

Die gesamte Logistik soll durch renommierte Logistikunternehmen, wie Deutsche Post oder UPS abgewickelt werden. Hierzu werden an die Anforderungen von *elektronia.net* angepasste Verträge mit diesen ausgehandelt.

Als zukünftige Partner werden Webmaster mit Ihren Internetseiten und in der Elektronikbranche etablierte Unternehmen angestrebt.

Geworben werden sollen bis zur Firmengründung:

- Andreas Schwarz mit seiner Seite www.mikrocontroller.net,
- Frank Brall mit seiner Seite www.roboternetz.de,
- Beta Layout GmbH für Leiterplattenherstellung
- ElektronikNetwork für das angestrebte Angebot

Weitere Partner sollen in Zukunft durch eigene Anstrengungen oder auch durch Empfehlungen von Kunden und anderen Herstellern, hinzukommen.

Des Weiteren werden auch Mitgliedschaften in Vereinigungen, wie Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V. (ZVEI) und Fachverband Elektronik-Design e.V. (FED), angestrebt.

5.2. Marketing

Das Unternehmen *elektronia.net* versucht mit seinem Angebot folgende Zielgruppen anzusprechen, welche in Ihrem finanziellen Rahmen meist eingeschränkt sind: Existenzgründer, technikbegeisterte Privatpersonen, Lehr- und Forschungseinrichtungen sowie mittelständische Unternehmen.

Technikbegeisterte Privatpersonen:

Diese benötigen oft für Ihre bereits bestehenden Schaltungen noch ein bestimmtes Teil, das sie möglichst günstig erwerben möchten. Oder sie haben eine Idee, aber keinerlei Ahnung von Leiterplatten etc.. Hier wird Ihnen ein Service von der Idee bis hin zum fertigen Produkt geboten. Außerdem können sie über *elektronia.net* Produkte in Kaufgemeinschaften günstiger erwerben, die sonst für Einzelpersonen oft wesentlich teurer sind.

Geworben werden soll diese Zielgruppe in erster Linie durch Werbung auf den Seiten unserer Partner und durch das 'Herumsprechen' des hoffentlich bald guten Namens von *elektronia.net*.

Lehr- und Forschungseinrichtungen:

Diese Einrichtungen haben nicht viel Geld zur Verfügung. Die Universitäten möchten die Welt auch im Bereich der elektronischen Bauelemente und Baugruppen voranbringen und gleichzeitig den Studenten das dafür nötige Wissen vermitteln. Dies wird durch die Kürzungen des Bildungshaushaltes in den meisten Bundesländern zunehmend erschwert.

Auch Einrichtungen wie z.B. die Fraunhofer-Institute, die zu einem großen Teil durch öffentliche Gelder finanziert werden, sind dem Spardruck immer stärker ausgesetzt.

Geworben werden soll diese Zielgruppe durch Telefonate und persönliche Gespräche, sowie durch die anderen bereits genannten Werbestrategien.

Existenzgründer und Mittelständische Unternehmen:

Im Bereich der elektronischen Bauelemente und Baugruppen benötigen diese oft einen oder mehrere Prototypen, welche sie möglichst auf günstigste Art und Weise herstellen möchten.

Wenn sie bereits in der Serienproduktion stecken, kann es bei einem plötzlichen Anstieg an Aufträgen dazu kommen, dass ihre Produktionskapazitäten nicht mehr ausreichen. Des Weiteren könnte die Lieferung eines für die Produktion wichtigen Bauteils ausbleiben. Hierbei ist es für diese Zielgruppe wichtig schnell, zuverlässig und möglichst günstig die fehlenden Produkte zu beschaffen.

Geworben werden sollen diese durch Auftritte von *elektronia.net* auf Fachmessen (z.B. electronica, Productronica), Artikeln in Fachzeitschriften (z.B. Plus aus dem Leuze Verlag) und durch die anderen bisher genannten Werbestrategien.

5.2.A Preispolitik - Konditionen

Das Produktsortiment von *elektronia.net* umfasst aktive und passive elektronische Bauelemente, elektronische Baugruppen aller Art nach Beauftragung, sowie ausgesuchtes Zubehör zu diesen Produkten.

elektronia.net lebt vom Community-Gedanken, d.h. wenn sich genügend Personen für ein bestimmtes Produkt interessieren, wird es auf Anfrage umgehend besorgt.

In diesem Fall soll die für die Kunden beste Kombination aus günstigem Preis und guter Qualität erreicht werden. Durch die Abnahme einer größeren Menge werden Rabatte erzielt und an die Kunden weitergegeben, getreu dem Motto von *elektronia.net* "... denn das Potential steckt im Netzwerk".

Auf der anderen Seite stehen beratungsintensive Technologieaufträge. Hierbei kann nicht der günstigste Preis der Wettbewerbsvorteil von *elektronia.net* sein. Es kommt mehr darauf an, dem Kunden zu vermitteln, dass er von *elektronia.net* die bestmögliche Beratung und schließlich auch die beste Qualität beim Produkt bekommt, für die sich die Investition lohnt.

Dafür steht zusätzlich zur vorhandenen fachlichen Kompetenz unter anderem auch das persönliche Auftreten der Mitarbeiter am Telefon oder im Schriftverkehr, welches unter diesen Kriterien noch geschult werden soll.

In der Anfangsphase, solange *elektronia.net* noch keine Referenzen vorweisen kann, müssen die Preise für Beratung jedoch äußerst knapp kalkuliert werden, bis das Unternehmen sich einen kleinen Kundenstamm aufgebaut hat.

5.3. Firmenphilosophie

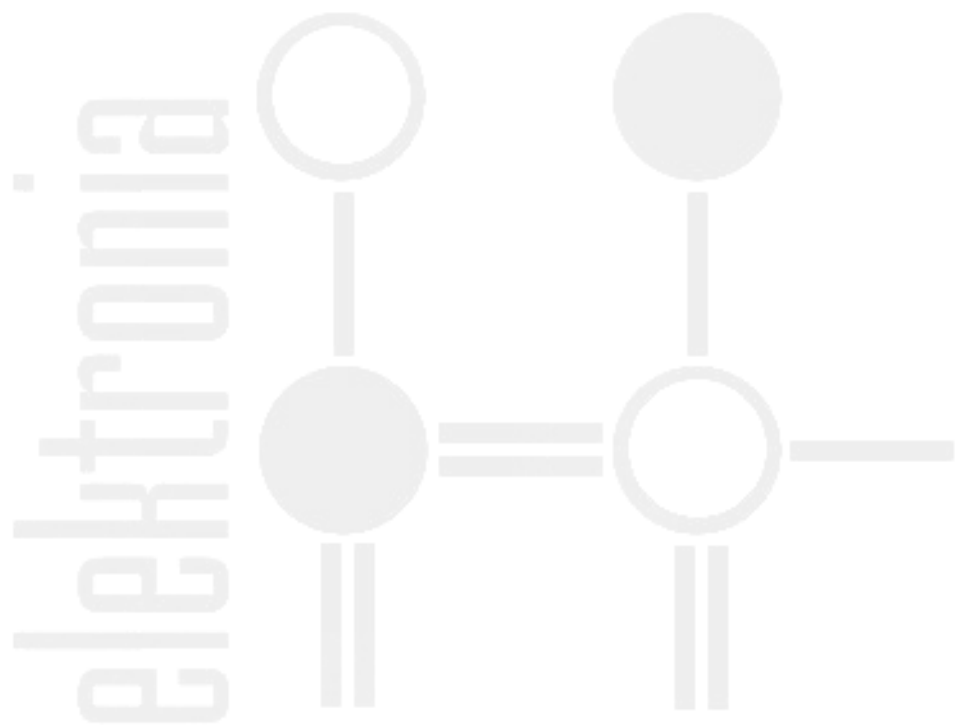
Im Umgang mit seinen Kunden und Partnern sind für *elektronia.net* Offenheit, Verantwortungsbewusstsein und Zuverlässigkeit selbstverständlich.

Gerade für ein Unternehmen, wie *elektronia.net*, das nicht nur über den günstigsten Preis konkurrieren kann, sind Beratung und Service sowie der verantwortungsvolle Umgang mit Informationen und Daten ein Plus gegenüber anderen Unternehmen.

Bei der Bildung, Betreuung und Koordination von Interessengemeinschaften und ihrer Vertretung am Markt, spielen Verhandlungsgeschick und situationskonforme Kommunikation eine wichtige Rolle. Einerseits mit den Partnerunternehmen, mit denen Lieferkonditionen auszuhandeln sind und andererseits mit den Kunden, die sich in einer Kaufgemeinschaft für ein bestimmtes Produkt interessieren.

Um die Zufriedenheit der Kunden sicher zu stellen, sollen die Produkte auch unter Extrembedingungen die gewünschten Funktionen bieten und die vereinbarten Lieferzeiten strikt eingehalten werden. Zur Sicherstellung langfristiger Geschäftsbeziehungen mit den Partnerunternehmen von *elektronia.net*, soll vor allem die fristgerechte Zahlung sowie ein kontinuierlicher Kundenstrom gewährleistet werden.

elektronia.net, denn das Potential steckt im Netzwerk.

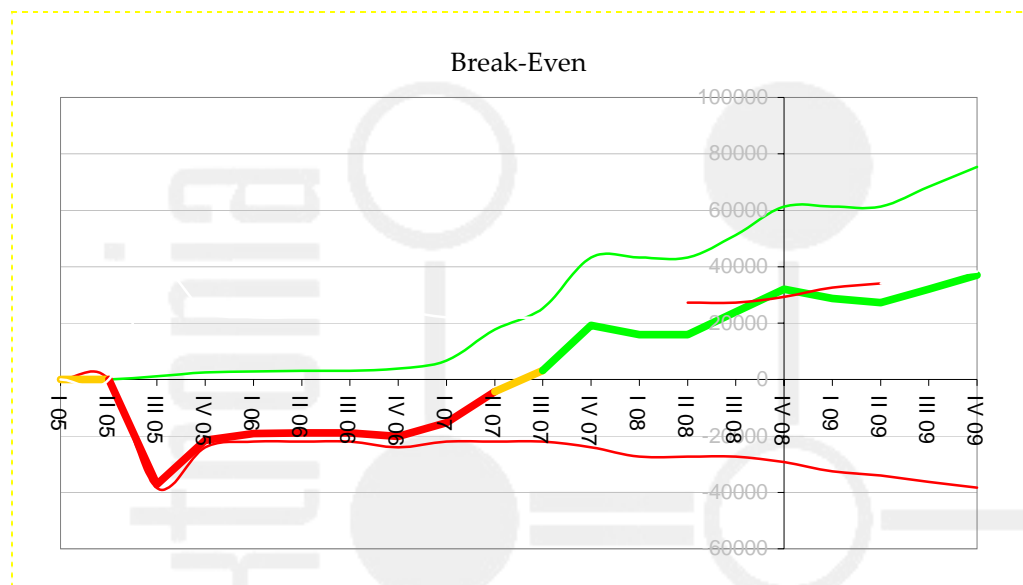


... denn das Potential steckt im Netzwerk

6. Finanzplanung

6.1. Finanzierungsplan

Ausgehend vom Gesamtkapitalbedarf des Unternehmens im ersten Geschäftsjahr, den anfallenden Gesamtkosten der Folgejahre und den geschätzten Einnahmen, wird der Break-Even-Zeitpunkt für das Jahr 2009 erwartet.



Die Abbildung zeigt die Auswertung der Gewinn- u. Verlustrechnung für den Zeitraum, von der Firmengründung bis zum Jahr 2009, für das der Break-Even-Zeitpunkt erwartet wird. Sie ist in Jahres-Quartale auf der X-Achse und Euro auf der Y-Achse eingeteilt. Die obere grüne Linie steht für die Umsätze, die untere rote Linie für die Ausgaben, und die Linie, die von rot über gelb nach grün verläuft, stellt das Betriebsergebnis dar. Die kurze rote Linie stellt eine Spiegelung der Ausgaben an der X-Achse dar und soll den Bereich des Break-Even-Zeitpunkts verdeutlichen.

Der Gesamtkapitalbedarf im ersten Geschäftsjahr wird voraussichtlich 100.000 € betragen. Die Gründer werden diese Kosten in vollem Umfang aus vorhandenen Eigenmitteln finanzieren.

Der Kapitalbedarf von *elektronia.net* setzt sich zusammen aus den Kosten für die Geschäftsräume, den anfallenden Personalkosten, den geplanten Werbeausgaben und den Kosten für Telefon, Fax und Internetgebühren.

Kosten für Geschäftsräume

Hierzu zählen die Anschaffungskosten für die Büroeinrichtung im ersten Geschäftsjahr, die Miet-, Neben und Stromkosten für die Geschäftsräume und die generell anfallenden Kosten für Büromaterial.

Personalkosten

Hierzu zählen die Gehälter der Gesellschafter sowie die Löhne für die Buchhaltung und für die Berater.

Für die *Gesellschafter* ist in den Jahren 2005 bis Ende des ersten Quartals 2009 ein Gehalt von 2000€ monatl. Bruttolohn vorgesehen. Ab April 2009, also nach Erreichen des Break-Even, sollen ihre Gehälter um 12,5% erhöht werden.

Als Bruttolohn sind für die *Buchhaltung* monatlich 1750€ geplant. Die gesamte Buchhaltung soll bis Ende 2009 von einer Person abgewickelt werden. Ab Juli 2009 soll für diese eine Gehaltserhöhung von 14,28% vorgenommen werden.

Bis zum Ende des Jahres 2007 wird ein Anstieg des Umsatzes angenommen, da bis dahin die Anfangsschwierigkeiten überwunden sind und einige Kunden mit größeren Aufträgen gewonnen werden konnten. Somit wird spätestens ab Anfang 2008 ein zusätzlicher *Berater* benötigt. Dieser soll ebenfalls einen monatlichen Bruttolohn von 1750€ erhalten. Ab Anfang 2009, soll zur Entlastung Aller ein zweiter Berater zu den selben Konditionen des Ersten eingestellt werden. Beide sollen dann, analog zur Buchhaltung, ab Juli 2009 eine Gehaltserhöhung von 14,28% erhalten.

Werbeausgaben:

Im 3.Quartal 2005, zur Gründung von *elektronia.net*, sollen 16000€ in Werbung investiert werden. Da im 4.Quartal das Weihnachtsgeschäft ansteht, sollen hier noch einmal 5000€ an Werbeausgaben bereitgestellt werden. In den darauf folgenden Jahren werden in den ersten drei Quartalen je 3000€ für Werbung investiert und für das 4. Quartal 5000€.

Kosten für Telefon, Fax und Internet:

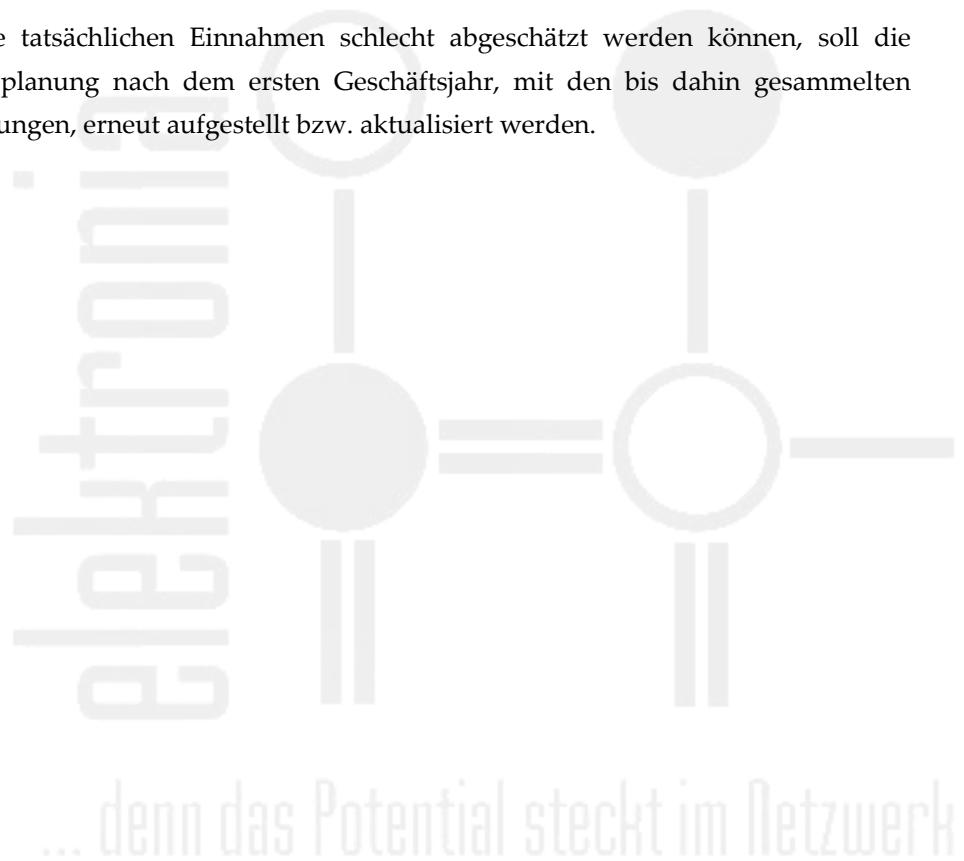
Es soll ein ISDN-Vertrag mit der Arcor AG & Co KG geschlossen werden, welcher mindestens drei Telefonnummern, eine Telefonflatrate für das

deutsche Festnetz und eine DSL-Flatrate mit 3Mbit/s Download und 48KByte/s Upload beinhaltet.

Hierfür wird eine Einrichtungsgebühr von 60€ benötigt und es fallen monatliche Kosten von ca. 80€ an.

Des Weiteren soll ein Highend-Server bei der Berliner Strato AG gemietet werden, dessen Eigenschaften bereits am Ende des Punktes 3.1.a erläutert wurden. Hierfür fallen monatliche Kosten von 69€ an und es ist keine Einrichtungsgebühr zu zahlen.

Da die tatsächlichen Einnahmen schlecht abgeschätzt werden können, soll die Finanzplanung nach dem ersten Geschäftsjahr, mit den bis dahin gesammelten Erfahrungen, erneut aufgestellt bzw. aktualisiert werden.



7. Anhang

7.1. Recherchen

172 Firmen, die Teile des Angebotspektrums von *elektronia.net* abdecken:

Fertigung von Leiterplatten

ad+t AG	http://www.adt.ch/
ANDUS Electronic GmbH	http://www.andus.de/
AT&S AG	http://www.ats.net/
B+B Leiterplattentechnik GmbH	http://www.bb-leiterplatten.com/
Bernhard Hanf Elektrotechnik	http://www.hanf-elektrotechnik.de/
Beta LAYOUT GmbH	http://www.pcb-pool.com/
Conti Leiterplatten	http://www.conti-leiterplatten.de
CS ELECTRONIC Vertriebs GmbH	http://www.cs-electronic-pcb.de
Europrint Gruppe	http://www.thepcbshop.com
fechner-schulte Leiterplattentechnik GmbH	http://www.fs-leiterplatten.de/
FELA Leiterplattentechnik GmbH	http://www.fela.de/
Fischer Leiterplatten GmbH	http://www.f-l.de/
HAKA Elektronik-Leiterplatten GmbH	http://www.haka-lp.de/
Hans Brockstedt GmbH	http://www.brockstedt.de
Häusermann GmbH	http://www.haeusermann.at
ILFA GmbH	http://www.ilfa.de/
Richter Elektronik GmbH	http://richter-elektronik.de/
RINDE Regeltechnik GmbH	http://www.rinde.de/

Baugruppenfertigung (u.a. Bestückung)

A 2000 Industrie-Elektronik GmbH	http://www.a2000elektronik.com
a.p. microelectronic GmbH	http://www.ap-micro.de
A.S.T. Angewandte System Technik GmbH	http://www.ast.de
ADAXYS SA	http://www.adaxys.com/
AED Leiterplatten-Service GmbH	http://www.aed.de/
AEMtec GmbH	http://www.aemtec.com
AKI SYSTEM-ELECTRONIC GmbH	http://aki-electronic.de/
Appel-Elektronik GmbH	http://www.appel-gmbh.de/
APT GmbH	http://www.apr.de
As electronics GmbH	http://www.as-electronics.de
Asetronic AG	http://www.swissmanufacturing.ch
AUTRONIC Steuer- und Regeltechnik GmbH & Co KG	http://www.autronic.de
Beate Smyczek KG	http://www.smyczek.de/
bebro electronic GmbH	http://www.bebro.de/
BEK SYSTEMTECHNIK	http://www.bek-systemtechnik.de/index.htm
Bess electronics GmbH	http://besselectronics.de
Binder Elektronik GmbH	http://www.binder-elektronik.de
BMK professional electronics GmbH	http://www.bmk-electronics.de
Bode Industrie- und Marineelektronik	http://www.bode-elektronik.de
Bruns Elektronik GmbH	http://www.bruns-elektronik.de

BuS Elektronik GmbH & Co. KG	http://www.bus-elektronik.de
BvR electronic GmbH	http://www.bvrelectronic.de/
CAD Service München	http://www.cadserv.de/
CAD-electronic GmbH	http://www.cad-electronic.de
CAD-UL Electronic Services GmbH	http://www.cad-ul.de/
Cheops Elektronik GmbH & Co KG	http://www.cheops-elektronik.de
CLEMENS GmbH	
dataschalt Senator Industrietechnik GmbH	http://www.dataschalt.de
Deim Electronic Production	http://www.deim-electronic.de
DELTEC electronic GmbH	http://www.deltec.de
Digiraster GmbH	http://www.digiraster.de/
EBRU Gesellschaft für industrielle Elektronik mbH	http://www.ebru.de/
EBS GmbH	http://www.ebs-elektronik.de
EKER-Solutions GmbH	http://www.eker-solutions.de/
ELBAU Elektronik Bauelemente GmbH Berlin	http://www.elbau-gmbh.de/
Elex Electronic GmbH	http://www.elex-electronic.de
Elprog-mbH	http://www.elprog.de
Eltroplan	http://www.eltroplan.com/
Erb GmbH Messtechnik & Co KG	http://www.erb1.de/
ergo: elektronik GbR	http://www.ergo-elektronik.de/
EZL Elektronik Zentrum Limburg GmbH	http://www.electronic-network.de
Friedhelm Futterer	nicht vorhanden
frimotronik GmbH	http://www.frimotronik.de/
GEMAC GmbH	http://www.gemac-chemnitz.de/
Gerland Elektronik GmbH	http://www.gerland.de
Häberle Laser- und Feinwerktechnik	http://www.haeberle-laser.de
Hannusch Industrieelektronik	http://www.hannusch.de
HASEC Elektronik GmbH	http://www.hasec.de/
HE Hybrid Electronic GmbH & Co. KG	http://www.he-hybrid.de
HEGER GMBH Leiterplatten-Schnellservice	http://www.hegergmbh.com
Heinen Elektronik GmbH	http://www.heinen-elektronik.de
Helbako Elektronik-Baugruppen GmbH & Co. KG	http://www.helbako.de/
Helmut Beyers GmbH	http://www.helmut-beyers-gmbh.de/
Herkules Elektronik GmbH	http://www.herkuleselektronik.com/
HEYFRA ELECTRONIC GMBH	http://www.heyfra.de/
Hopp-Elektronik GmbH & Co KG	http://www.hopp-elektronik.de/
EIN Industrie-Elektronik Nord GmbH	http://www.ien-uetersen.de/
Iftest AG	http://www.iftest.ch
Ihlemann AG	http://www.ihlemann.de/
IKODA GmbH	http://www.ikoda.de
Ingenieurbüro Müller Elektronischer Gerätebau	http://www.imm-gruppe.de
Ingenieurbüro R. Nolde	http://www.rnolde.de/
INTEG GmbH	http://www.integ-ggmbh.de/
INTRATEC GmbH	http://www.intratec.de
IntrObest GmbH & Co.KG	http://www.introbest.de
iwt electronic GmbH	http://www.iwt-electronic.de/
Ka-Ro electronics GmbH	http://www.karo-electronics.de
katek GmbH	http://www.katek.de
KEBA Ges.m.b.H. & Co.	http://www.keba.com/
Kessler Systemtechnik GmbH	http://www.kesslersys.de
Kiekert AG - Geschäftsbereich Elektronik	http://www.kiekert.de/

King-electronic GmbH	http://www.king-electronic.de
K-toc GmbH & Co. KG	http://www.k-toc.de/
Kuttig Electronic GmbH	http://www.kuttig.de/
LACON Electronic GmbH	http://www.lacon.de
LM-Electronic e.K.	http://www.lm-electronic.de
Lumberg Network Technology GmbH & Co KG	http://www.lumberg-nt.de/
M. Richter GmbH & Co. KG	http://www.richter-pforzheim.de/
m.u.t GmbH	http://www.mut-gmbh.de/
Mair Elektronik GmbH	http://www.mair-elektronik.de
Matthias Mansfeld Elektronik	http://www.mansfeld-elektronik.de/
mayerhofer elektronik GmbH	http://www.mayerhofer.de/
MEC Elektronische Komponenten GmbH	http://www.mec-elektronik.de/
Micron Electronic Devices AG	http://www.micron-ag.com/
Moll-electronic	http://www.moll-electronic.de
Mülherr-electronic	http://www.muelherr-electronic.de/
Neutron Mikroelektronik GmbH	http://www.neutron.de/
Neways Neunkirchen GmbH	http://www.neways.de/
NewTal Elektronik und Systeme GmbH	http://www.tally-elektronik.de/
paragon AG	http://www.paragon-online1.de/
PHYTEC Meßtechnik	http://www.phytec.de/
PL PRO LAYOUT GmbH	http://www.pl-prolayout.de
Preh GmbH - Werk Willich	http://www.preh.com/
Press Finish GmbH	http://www.pressfinish.de/
PRETTL Elektronik Radeberg GmbH	http://www.prettl.com/radeberg/
Promutec	http://www.promutec.de/
RAWE Electronic GmbH	http://www.riese-electronic.de
riese electronic gmbh	http://www.rob-electronic.de/
ROB-ELECTRONIC GMBH	http://www.rst-ag.ch/
RST AG	http://www.rtg.de
rtg-electronics GmbH	http://www.rtg.de
Sanmina-SCI	http://www.sanmina-sci.de/
Sartorius AG	http://www.sartorius-electronics.de/
Schlafhorst Electronics GmbH	http://www.schlafhorst-electronics.de
Siemens Electronic Design & Manufacturing Services	http://www.siemens.de/edm
Signal Concept GmbH	http://www.signalconcept.de/
Skultety elektronik GmbH	http://www.skultety-elektronik.de/
SMA-Regelsysteme GmbH	http://www.sma.de/
SMT & Hybrid GmbH	http://www.smt-hybrid.de/
Spree Hybrid & Kommunikationstechnik GmbH	http://home.t-online.de/home/spree.hybrid/
SRM Technik GmbH	http://www.srm-technik.de
Steca GmbH	http://www.steca.de/
Stöllger Elektronik GmbH	http://www.stoellger-elektronik.de
straschu Holding	http://www.straschu.de/
SysCom electronic oHG	http://www.syscom-electronic.de/
TAUBE ELECTRONIC GmbH	http://www.taube-electronic.de/
TechLay Electronics AG	http://www.techlay.de/
tecnotron elektronik GmbH	http://www.tecnotron.de/
Tecwings GmbH	http://www.tecwings.at/
Tetronik GmbH	http://www.te-tronik.com/
Tonfunk GmbH	http://www.tonfunk.de
TQ-Systems GmbH	http://www.tqs.de

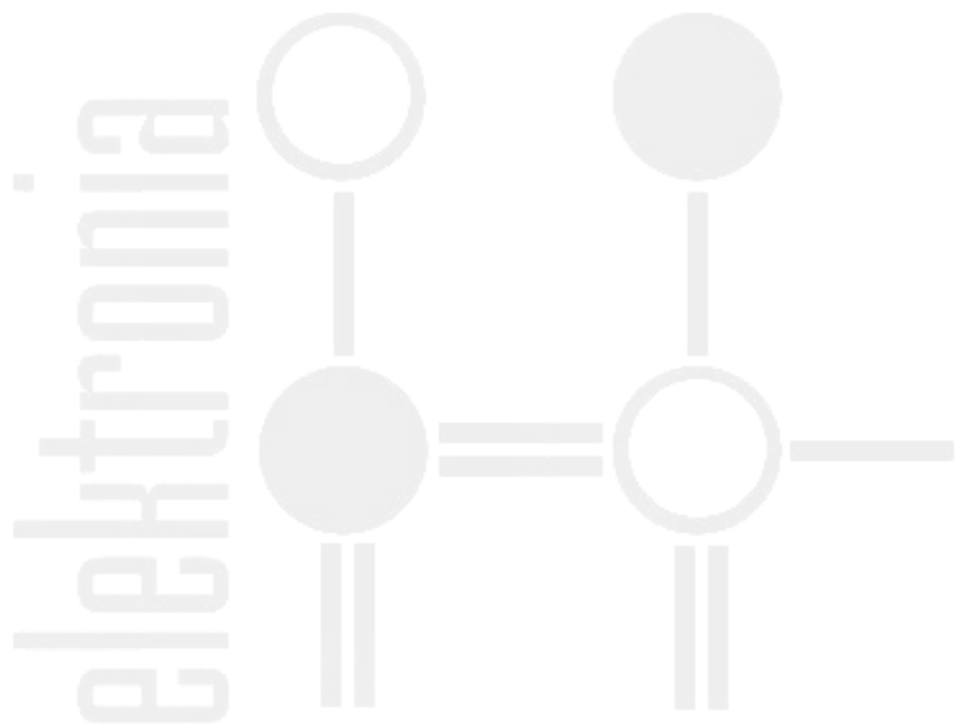
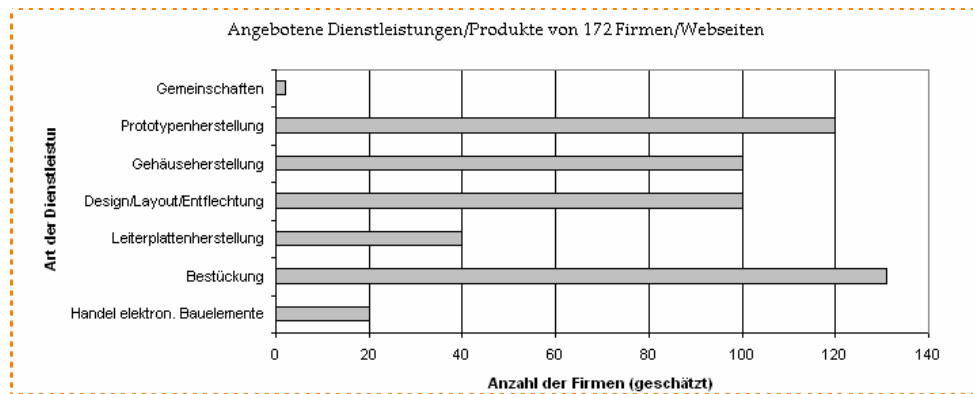
TSP Electronic GmbH	http://www.bestuecker.de
TURCK duotec GmbH	http://www.turck-duotec.de/
Ultronik GmbH	http://www.ultronik.de
UM-Electronic GmbH	http://www.um-electronic.de/
Variosystems AG	http://www.variosystems.ch/
VOGT electronic AG	http://www.vogt-electronic.com
Würth Elektronik GmbH & Co. KG	http://www.we-online.de
ZAVT GmbH	http://www.zavt.de/
Zollner Elektronik AG	http://www.zollner.de/

Elektronik-Versender

AIR Electronics	http://www.trade-shop.de
Alexander Arndt Elektronikvertrieb	http://www.artools.de/
Bürklin OHG	http://www.buerklin.com/
Conrad	http://www.conrad.de
D. Schuricht GmbH & Co. KG	http://www.schuricht.de
Elektronikladen Mikrocomputer Giesler & Danne	http://elektronikladen.de/
Farnell	http://www.farnell.de
Geist Electronic-Versand GmbH	http://www.geist-electronic.de
Kessler electronic	http://www.kessler-elektronik.de
MÜTRON Müller GmbH & Co. KG	http://www.muetron.de
Pollin Electronic	http://www.pollin.de
Reichelt Elektronik e. Kfr.	http://www.reichelt.de
RS Components GmbH	http://www.rsonline.de
Schukat electronic Vertriebs GmbH	http://www.schukat.com
SE Spezial-Electronic AG	http://www.spezial.com
Segor electronics GmbH	http://www.segor.de
Semtech GmbH	http://www.semtech.de/
SHOPPING724 ELEKTRONIK-FUNDGRUBE	http://www.shopping724.de
Warenhandel & Distribution Vogt	http://www.elektro-nix.de
Wolfgang Rompel Elektronik Systemtechnik-Sensorik	http://www.w-r-e.de

Foren

mikrocontroller.net	http://mikrocontroller.net
roboterNETZ	http://roboternetz.de
Elektronikforum	http://forum.electronicwerkstatt.de



... denn das Potential steckt im Netzwerk

7.2. Gewinn- und Verlustrechnung

Planperiode 2005

<i>Gewinn</i>	<i>I</i>	<i>II</i>	<i>III</i>	<i>IV</i>
Umsatzerlöse (Summe)	0	0	1200	2500
elektr. Bauelemente u. Baugruppen			700	1750
Herstellung			200	400
Design/Layout			250	250
Entflechtung			50	100
Extrawünsche			0	0
<i>Verlust</i>	<i>I</i>	<i>II</i>	<i>III</i>	<i>IV</i>
Personalaufwand (Summe)	0	0	17250	17250
Löhne Gehälter			17250	17250
Sonst. betr. Aufwand(Summe)	0	0	21154,5	6789,5
Miete			720	720
Nebenkosten			480	480
Strom			67,5	67,5
Werbung			16000	5000
Telefon/Fax/Internet			507	447
Büromaterial			3380	75
Betriebsaufwand gesamt (Summe)	0	0	38404,5	24039,5
<i>Betriebsergebnis</i>	<i>I</i>	<i>II</i>	<i>III</i>	<i>IV</i>
	0	0	-37204,5	-21539,5

... denn das Potential steckt im Netzwerk

7.2. Gewinn- und Verlustrechnung

Planperiode 2006

<i>Gewinn</i>	<i>I</i>	<i>II</i>	<i>III</i>	<i>IV</i>
Umsatzerlöse (Summe)	2875	3125	3125	3875
elektrr. Bauelemente u. Baugruppen	1750	2000	2000	2500
Herstellung	500	500	500	500
Design/Layout	250	250	250	500
Entflechtung	250	250	250	250
Extrawünsche	125	125	125	125
<i>Verlust</i>	<i>I</i>	<i>II</i>	<i>III</i>	<i>IV</i>
Personalaufwand (Summe)	17250	17250	17250	17250
Löhne Gehälter	17250	17250	17250	17250
Sonst. betr. Aufwand(Summe)	4789,5	4789,5	4789,5	6789,5
Miete	720	720	720	720
Nebenkosten	480	480	480	480
Strom	67,5	67,5	67,5	67,5
Werbung	3000	3000	3000	5000
Telefon/Fax/Internet	447	447	447	447
Büromaterial	75	75	75	75
Betriebsaufwand gesamt (Summe)	-22039,5	-22039,5	-22039,5	-24039,5
<i>Betriebsergebnis</i>	<i>I</i>	<i>II</i>	<i>III</i>	<i>IV</i>
	-19164,5	-18914,5	-18914,5	-20164,5

... denn das Potential steckt im Netzwerk

7.2. Gewinn- und Verlustrechnung

Planperiode 2007

<i>Gewinn</i>	<i>I</i>	<i>II</i>	<i>III</i>	<i>IV</i>
Umsatzerlöse (Summe)	6750	17750	25250	43250
elektrr. Bauelemente u. Baugruppen	3500	14000	21000	35000
Herstellung	1000	1500	2000	6000
Design/Layout	1000	1000	1000	1000
Entflechtung	1000	1000	1000	1000
Extrawünsche	250	250	250	250
<i>Verlust</i>	<i>I</i>	<i>II</i>	<i>III</i>	<i>IV</i>
Personalaufwand (Summe)	17250	17250	17250	17250
Löhne Gehälter	17250	17250	17250	17250
Sonst. betr. Aufwand(Summe)	4789,5	4789,5	4789,5	6789,5
Miete	720	720	720	720
Nebenkosten	480	480	480	480
Strom	67,5	67,5	67,5	67,5
Werbung	3000	3000	3000	5000
Telefon/Fax/Internet	447	447	447	447
Büromaterial	75	75	75	75
Betriebsaufwand gesamt (Summe)	-22039,5	-22039,5	-22039,5	-24039,5
<i>Betriebsergebnis</i>	<i>I</i>	<i>II</i>	<i>III</i>	<i>IV</i>
	-15289,5	-4289,5	3210,5	19210,5

... denn das Potential steckt im Netzwerk

7.2. Gewinn- und Verlustrechnung

Planperiode 2008

<i>Gewinn</i>	<i>I</i>	<i>II</i>	<i>III</i>	<i>IV</i>
Umsatzerlöse (Summe)	43250	43250	51250	61325
elektrr. Bauelemente u. Baugruppen	35000	35000	42000	49000
Herstellung	6000	6000	7000	10000
Design/Layout	1000	1000	1000	1000
Entflechtung	1000	1000	1000	1000
Extrawünsche	250	250	250	325
<i>Verlust</i>	<i>I</i>	<i>II</i>	<i>III</i>	<i>IV</i>
Personalaufwand (Summe)	22500	22500	22500	22500
Löhne Gehälter	22500	22500	22500	22500
Sonst. betr. Aufwand(Summe)	4789,5	4789,5	4789,5	6789,5
Miete	720	720	720	720
Nebenkosten	480	480	480	480
Strom	67,5	67,5	67,5	67,5
Werbung	3000	3000	3000	5000
Telefon/Fax/Internet	447	447	447	447
Büromaterial	75	75	75	75
Betriebsaufwand gesamt (Summe)	-27289,5	-27289,5	-27289,5	-29289,5
<i>Betriebsergebnis</i>	<i>I</i>	<i>II</i>	<i>III</i>	<i>IV</i>
	15960,5	15960,5	23960,5	32035,5

... denn das Potential steckt im Netzwerk

7.2. Gewinn- und Verlustrechnung

Planperiode 2009

<i>Gewinn</i>	<i>I</i>	<i>II</i>	<i>III</i>	<i>IV</i>
Umsatzerlöse (Summe)	61250	61325	68325	75325
elektr. Bauelemente u. Baugruppen	49000	49000	56000	63000
Herstellung	10000	10000	10000	10000
Design/Layout	1000	1000	1000	1000
Entflechtung	1000	1000	1000	1000
Extrawünsche	250	325	325	325
<i>Verlust</i>	<i>I</i>	<i>II</i>	<i>III</i>	<i>IV</i>
Personalaufwand (Summe)	27750	29250	31500	31500
Löhne Gehälter	27750	29250	31500	31500
Sonst. betr. Aufwand(Summe)	4789,5	4789,5	4789,5	6789,5
Miete	720	720	720	720
Nebenkosten	480	480	480	480
Strom	67,5	67,5	67,5	67,5
Werbung	3000	3000	3000	5000
Telefon/Fax/Internet	447	447	447	447
Büromaterial	75	75	75	75
Betriebsaufwand gesamt (Summe)	-32539,5	-34039,5	-36289,5	-38289,5
<i>Betriebsergebnis</i>	<i>I</i>	<i>II</i>	<i>III</i>	<i>IV</i>
	28710,5	27285,5	32035,5	37035,5

... denn das Potential steckt im Netzwerk

7.2. Erklärung über die verantworteten Teile von Ausarbeitungen

Wissenschaftliches Arbeiten erfordert zwingend einen korrekten Umgang mit Arbeiten Dritter durch klare und vollständige Quellenangaben. Jede nicht vom Autor/in einer Arbeit selber geschaffene Darstellung ist durch Quellenangabe als Zitat zu kennzeichnen. Das Unterlassen dieser Kennzeichnung ist ein Plagiat. Die Verwendung von Plagiaten in Arbeiten im Rahmen eines Studiums ist der Versuch der Täuschung. Nach den Regelungen zum Umgang mit Plagiaten bei Veranstaltungen der AG NBI (<http://www.inf.fu-berlin.de/inst/ag-nbi/lehre/tipps/plagiate.html>) führt das Auftreten eines Plagiats in jedem Fall zu einer abschließenden Bewertung mit nicht bestanden 5,0.

Bei Seminararbeiten wird in Gruppen zusammengearbeitet. Dabei muss im Plagiatsfall aber die Verantwortlichkeit für den Text ermittelbar sein. Daher muss der Ausarbeitung diese Erklärung beigelegt werden, wer für welche Teile die Verantwortung übernimmt. Im besten Fall sind das alle Gruppenteilnehmer für alles, es ist aber auch möglich, bestimmte Abschnitte genau einem Teilnehmer zuzuordnen.

Bitte ausfüllen und ankreuzen

Veranstaltung:

- Seminar Geschäftsmodelle und Existenzgründung 2005

Ausarbeitungsthema:

- Businessplan zur Gründung von *elektronia.net*

... denn das Potential steckt im Netzwerk

Alle Gruppenteilnehmer sind gemeinsam für die ganze Ausarbeitung verantwortlich!

Teilnehmer:

- Brigitte Müller
- Jörg Busse

Verantwortlich für:

- alles
- alles

Unterschrift:

