

SaniFuture GmbH i. G.



Businessplan

Planungszeitraum
01.07.2005 - 31.12.2008

Accenture Campus Challenge - TU Dresden

Telefon: 0 170 / 4184105
Internet: <http://www.saniFuture.de>
E-Mail: saniFuture@mail.de
Ansprechpartner: Christoph Künne, Eric Peukert

Inhaltsverzeichnis

1	Executive Summary	5
2	Gründer	7
2.1	Vorgeschichte	7
2.2	Kurzlebensläufe der Gründer	7
3	Geschäftszweck und Unternehmensziel	9
3.1	Produktbeschreibung	9
3.2	Geschäftsidee	9
3.3	Kundenbedürfnisse / Probleme	9
3.4	Schutzrechte	9
3.5	Chancen und Visionen	9
4	Markt und Umfeld	11
4.1	Allgemeine Markttendenzen	11
4.2	Umsatzprognose	11
4.3	Wettbewerbsumfeld	12
4.4	Kooperationen	12
4.5	Abgrenzung von Wettbewerbern	12
4.6	Produkte und Dienstleistungen	13
4.6.1	Handheld PC Husky	13
4.6.2	Software SaniCheck	13
4.6.3	RFID Lesegerät SaniReader	13
4.6.4	RFID Antenne SaniTenne	14
4.6.5	UMTS GPRS Antenne SaniNet	14
4.6.6	Dokumentation, Handbuch und Schulung	14
4.6.7	Wartung und Support	14
4.6.8	AmbulanceCheck Pakete	14
4.6.9	Verpackung und Corporate Design	15
4.7	Preispolitik	16
4.8	Distributionspolitik und Werbung	17
5	Unternehmen und Organisation	18
5.1	Unternehmensdaten	18
5.2	Wahl der Rechtsform	18
5.3	Wahl des Standorts	18
5.4	Personal und Organisation	18
5.5	Meilensteine und geplante Unternehmensentwicklung	19
6	Finanzplanung	20
6.1	Absatz und Umsatzplanung	20
6.2	Personalplanung	21
6.3	Investitionsplanung	22
6.4	Kostenplanung	23
6.5	Stückkostenkalkulation	25



Inhaltsverzeichnis

6.6	Kapitalbedarf	26
6.6.1	Gewinn- und Verlustrechnung	28
6.7	Liquiditätsplanung	29
7	Risiken	30
A	Anhang	31
A.1	Lebensläufe der Gründungsmitglieder	31

Abbildungsverzeichnis

1	Pakete	16
2	Aufgabenbereiche	19
3	Absatzplanung	21
4	Absatzplanung	21
5	Personalplanung	21
6	Investitionen	22
7	Kostenplan	24
8	Vorkalkulation 2007	25
9	Kapitalbedarf	26
10	Kapitalbedarf	27
11	Erfolgsplanung	28
12	Erfolgsplanung Grafik	28
13	Liquiditätsplanung	29



1 Executive Summary

Bei der Lebensrettung kommt es auf jede Sekunde an. Der Bestand eines Krankentransportwagens muß im Notfall immer absolut vollständig sein, da fehlende Ausrüstung im schlimmsten Fall bei einem Notfallpatienten zum Tode führen kann. Es werden Mitarbeiter beauftragt, regelmäßig aufwändige Kontrollen durchzuführen. Vor jedem Einsatz ist der Bestand auf Vollständigkeit zu prüfen und monatlich muss das Haltbarkeitsdatum kontrolliert werden. All diese Bestandsprüfungen kosten viel Zeit und können Fehler verursachen.

Aufgabe des Unternehmens SaniFuture GmbH ist der Vertrieb des Systems AmbulanceCheck inklusive aller erforderlichen Dienstleistungen. AmbulanceCheck ist ein mobiles System zur Bestands- und Haltbarkeitsprüfung, entwickelt für den Einsatz im Krankentransportwagen. Es ermöglicht, auf Basis der RFID Technologie innerhalb weniger Sekunden eine Bestands- und Haltbarkeitsprüfung durchzuführen. Kern des Systems ist ein robuster, mobiler HandheldPC mit aufgestecktem RFID Lesegerät und eine speziell entwickelte Software.

Personalkosten sind auch in der Notfallrettung der größte Kostenfaktor. Unser Ziel ist eine Effizienzsteigerung in der Bestandsüberprüfung und eine damit verbundene Senkung der Personalkosten.

Wir legen großen Wert auf eine benutzerfreundliche Soft- und Hardwarebedienung. Orientiert haben wir uns an dem HandheldPC "Husky" der Firma ITRONICS, da dieser bereits erfolgreich in Krankentransportwagen einiger deutscher Städte als Notfallprotokollsystem eingesetzt wird. Geringere Kosten in der Übernahme des Systems AmbulanceCheck und die bereits vorhandene Nutzererfahrung mit dem HandheldPC Husky wird die Akzeptanz von AmbulanceCheck durch unsere Kunden und Nutzer positiv beeinflussen.

Das Gründerteam besteht aus Katharina Sauer, Christoph Künne, Tobias Hänke und Eric Peukert. Alle Gründer stehen kurz vor der Beendigung des Studiums an der Technischen Universität Dresden.

Im Jahre 2004 waren ca. 16.500 Krankentransportwagen in Deutschland gemeldet. Ein Drittel ist im Besitz von öffentlichen Rettungsdiensten und Feuerwehren, ein Drittel im Besitz der öffentlichen Verteidigung und ein Drittel wird durch private Rettungsdienste und Gesellschaften genutzt. Bei einem Paketpreis von ca. 7000 Euro ergibt das einen potenziellen Markt von 115 Mio Euro allein in Deutschland durch Verkauf des Paketes.

Bisher ist kein vergleichbares Konkurrenzprodukt auf dem Markt. Es arbeitet aber eine Vielzahl von Firmen an RFID-Lösungen für den Handel. Möglich ist der Nachbau unserer Lösung durch Firmen wie Aventis und BASF, Siemens AG, Sun Microsystems und SAP.

Wir haben einen Vorteil durch einen sehr zeitigen Markteintritt, der zeitgleich mit der Einführung von RFID Tags auf Medikamenten stattfindet. Unser Fokus liegt von Anfang an auf Kundennähe und dem damit verbundenen Support. Eine Abgrenzung von Wettbewerbern wird auch durch umfangreiche und gute Serviceleistungen möglich.

Der Preis für das System AmbulanceCheck in der umfangreichsten Paketvariante AmbulanceCheck Pro wird bei ca. 7000 Euro pro eingebautes System liegen. Dabei



1 EXECUTIVE SUMMARY

sind Wartung und Support für ein Jahr inbegriffen. Das System kann sich durch Einsparungen von Personalkosten schon nach sechs Monaten Nutzung amortisieren, was den vorgestellten Preis für unsere Kunden akzeptabel macht.

Der Zeitpunkt der Gründung ist der 01.10.2005 in Dresden. Die Markteinführung des Systems Ambulancecheck wird nach einer ausführlichen Entwicklungszeit für Mitte 2007 geplant. Die dafür wichtigste Voraussetzung ist die angekündigte Einführung von RFID Tags auf Medikamenten in Deutschland. Zunächst werden Pilot- und Referenzkunden gewonnen, die eine Marktdurchdringung beschleunigen sollen.

Mitte des dritten Jahres ist zu erwarten, dass durch Einnahmen aus dem Verkauf von AmbulanceCheck Paketen und Dienstleistungen das Unternehmen den Break Even erreichen wird. Drei Jahre nach der Markteinführung plant das Unternehmen bereits 13 % der Krankenwagen umgerüstet zu haben.



2 Gründer

Das Unternehmen SaniFuture GmbH soll durch folgende vier Personen gegründet werden:

- Katharina Sauer (Studentin der Medieninformatik, derzeit 8. Semester)
- Christoph Kuenne (Student der Wirtschaftsinformatik, derzeit 8. Semester)
- Tobias Hänke (Student der Medieninformatik, derzeit 8. Semester)
- Eric Peukert (Student der Medieninformatik, derzeit 7. Semester)

2.1 Vorgeschichte

Die vier Gründer kennen sich durch das gemeinsame Studium an der Technischen Universität Dresden. Bereits im Studium haben sie sich im Rahmen verschiedener Seminare mit der RFID-Technologie auseinander gesetzt. Im Rahmen der Accenture Campus Challenge wurde in Teamarbeit eine innovative RFID - Lösung im Bereich der Pharmaindustrie und ein Businessplan erarbeitet. Gemeinsam entstand die aktuelle Gründungsidee und der hier vorliegende Businessplan.

2.2 Kurzlebensläufe der Gründer

Alle Gründer stehen kurz vor der Beendigung ihres Studiums an der Technischen Universität Dresden und haben weitreichende Kenntnisse in der Informatik. Sie haben alle parallel zum Studium bereits praktische Erfahrung bei großen Softwarehäusern in Deutschland sammeln können. Durch Christoph Künne wird das Team auch mit betriebswirtschaftlichem Knowhow bereichert.

Katharina Sauer

- Schwerpunkte im Studium: Datenschutz und Datensicherheit, Datenbanken, Mobile Computing und mobile Kommunikation
- Fähigkeiten: Windows & MS Office; Java (JSP), C++, HTML, CSS, ActionScript, Lingo, Prolog, Turbo Pascal; Adobe Photoshop; Macromedia Flash und Director; SAP

Christoph Künne

- Schwerpunkte im Studium: Systementwicklung, Finanzmanagement, Technologie- und Innovationsmanagement, Entrepreneurship
- Fähigkeiten: Windows, Linux & MS Office; Java, Pascal, Visual Basic, HTML, PHP, XQuery; Corel Draw, Adobe Photoshop und GoLive; Macromedia Freehand und Dreamweaver; SAP

Tobias Hänke



2 GRÜNDER

- Schwerpunkte im Studium: Datenbanken, Groupware, Multimediatechnik, Mediengestaltung
- Fähigkeiten: Windows, Linux & MS Office; Java (Servlets, Jsp, J2EE, EJB, JUnit, J2ME), HTML, PHP, CSS, XML, JavaScript, C++, ActionScript, Lingo; Corel Draw, Adobe Photoshop und Premiere, Maya 3D; Macromedia Dreamweaver; SQL, MySQL, Oracle, MS SQL Server

Eric Peukert

- Schwerpunkte im Studium: Datenbanken, Softwaretechnologie, Psychologie, E-Learning
- Fähigkeiten: Windows, Linux & MS Office; Java (Mobile, Servlet, JSP, SWT, EJB, J2EE), Visual Basic, HTML, PHP, CSS, XML JavaScript, Matlab, C++, Prolog, Turbo Pascal; SQL, RAQUEL, MySQL, MS SQL Server, PostgreSQL; Corel Draw, Adobe InDesign, Premiere und Photoshop, Eclipse, Maya 3D



3 Geschäftszweck und Unternehmensziel

3.1 Produktbeschreibung

3.2 Geschäftsidee

Das Unternehmen SaniFuture GmbH entwickelt und vertreibt das System AmbulanceCheck und bietet dazu umfangreiche Dienstleistungen an. Voraussetzung für die mobile Erfassung ist, dass Medikamente schon von der Produktion an mit RFID Tags ausgerüstet sind. Ab Juni 2007¹ soll dies der Fall sein. Personalkosten sind auch in der Notfallrettung der größte Kostenfaktor. Ziel des Unternehmens ist eine Effizienzsteigerung in der Bestandsprüfung von Krankenwagen. Die Fehlerquote des Überprüfens soll minimiert werden und Dauer des Überprüfens soll um bis zu 80 Prozent verringert werden. Damit verbunden ist eine nicht weniger hohe Senkung der Personalkosten. Qualitätsverbesserungen in der Notfallrettung werden durch unser Unternehmen unter Ausnutzung neuester fortschrittlicher Technologien erreicht. Wir haben das Ziel, uns unter anderem durch starke Orientierung am Kunden und am Markt zu etablieren.

3.3 Kundenbedürfnisse / Probleme

Ein Sanitäter muss nach jedem Einsatz den Bestand des Krankenwagens prüfen und gegebenenfalls auffüllen. Einmalig vor Dienstantritt werden eine zusätzliche Bestandsprüfung durchgeführt. Nach Angaben von Mitarbeitern des Arbeiter Samariter Bunds (ASB) dauert eine durchschnittliche Bestandsprüfung bis zu 30 Minuten. Da ein Krankenwagen durchschnittlich 5 Einsätze pro Tag fährt, summieren sich diese Bestandsprüfungen auf mehr als 2 Stunden Arbeitszeit. Ein Mal pro Monat müssen zusätzlich alle Medikamente nach dem Verfallsdatum überprüft werden. Eine ausführliche Haltbarkeitsprüfung nimmt 1,5 Stunden in Anspruch. Durch das System AmbulanceCheck wird jeden Tag mehr als 2 Stunden Arbeitszeit pro Krankenwagen eingespart. Hinzu kommt die Einsparung von 1,5 Stunden pro Monat für die Haltbarkeitsprüfung.

Unser System AmbulanceCheck ist nicht nur schneller, sondern auch weniger fehleranfällig als die manuelle Kontrolle. Falls RFID Tags nicht gelesen werden können, muß für diese Einzelfälle von Hand nachgeprüft werden.

3.4 Schutzrechte

3.5 Chancen und Visionen

Das System AmbulanceCheck lässt sich extrem vielseitig einsetzen. Für die Gründung des Unternehmens erscheint zunächst die Fokussierung auf den abgegrenzten Bereich Notfallrettung (Landrettung) als sinnvoll. Der nächste Schritt nach erfolgreicher Einführung des Systems liegt in der Ausweitung des Einsatzgebietes auf die Luft- und Seerettung, da das System sehr schnell angepasst werden kann.

¹Der US-Dachverband der Pharmazeutischen Industrie, Food and Drug Administration (FDA) hatte erklärt, RFID-Tags auf Medikamenten binnen der nächsten drei Jahre einführen zu wollen. Quelle: www.fda.gov



3 GESCHÄFTSZWECK UND UNTERNEHMENSZIEL

Der Anwendungsbereich der vorgestellten Lösung ließe sich in Zukunft beliebig erweitern. Vor allem in Bereichen, in denen die Vollständigkeit eines sich verändernden Bestands gewährleistet werden muss, liegen die möglichen Märkte des Unternehmens. Je nach Preisverfall der Hardware wäre auch ein Einsatz in PKWs denkbar. Der Fahrzeugführer wird dann im Cockpit bei fehlendem Warndreieck oder SaniKasten benachrichtigt. Bisher wurde ein Verkauf unseres Systems in andere Länder nicht betrachtet, könnte aber durchaus eine Option darstellen.



4 Markt und Umfeld

4.1 Allgemeine Markttendenzen

Die Pharmabranche weist seit Jahren ein stabiles Wachstum aus.² Wachstumserwartungen im zweistelligen Prozentbereich und auch der Einsatz von Radio Frequency Identification steigt rasant. Die Radio Frequency Identification befindet sich derzeit in einem Entwicklungsstadium, das kurz vor dem massenhaften Einsatz steht. Der Markt der Transponder wird von einem Umsatz von einer Milliarde US-Dollar in 2003 auf mehr als sechs Milliarden US-Dollar jährlich wachsen. Dies beruht auf dem durch die Massenproduktion erwarteten starken Preisverfall für alle Transponder im Jahr 2005 – für Smart Labels auf weniger als 10 Cent. Es besteht noch eine entscheidene Markteintrittsbarriere: RFID muss eingeführt werden, d.h. jedes Medikament und Utensil muss getaggt sein bis unser System es lesen kann (vorraussichtliche Einführung im Jahre 2007) Die folgende Auflistung zeigt die aktuelle Entwicklung am Markt und den für uns vorraussichtlich möglichen Markteintritt.

- RFID ist bereits auf Paletten seit Oktober 2004 bei Metro Group³ (Wachstumserwartungen im zweistelligen Prozentbereich) und
- RFID wird auf Paletten getaggt von PPC ab August 2005
- RFIF Tags auf Medikamenten wird ab 2007 auf dem US Markt eingeführt (US-Dachverband der Pharmazeutischen Industrie, Food and Drug Administration (FDA))⁴
- in Deutschland werden RFID Tags vorraussichtlich auf Medikamenten im Jahr 2007 eingeführt.⁵ Vor allem Aventis und BASF stehen ganz vorn in der Entwicklung in Deutschland.

4.2 Umsatzprognose

Laut Statistischem Bundesamt⁶ sind in Deutschland ca. 16.500 Krankenwagen im Einsatz. Diese fahren pro Jahr ca. 11.000.000 Einsätze mit steigender Tendenz. Bei 2000 bestückten Krankenwagen wäre bereits ein Umsatz von bis zu 10 Millionen Euro zu erwarten. Diese Zahl ist nicht unrealistisch, da nur drei große Städte oder Berlin als Kunden gewonnen werden müssen, um diesen Umsatz zu erzielen. Wie das Beispiel der Firma ITRONICS zeigt, sind unsere Eintritts- und Wachstumsziele realistisch, denn ITRONICS entwickelt ein Protokollsystem (elektronisches Rettungsprotokoll) für Krankenwagen auf Basis des Husky Fex 21 und konnte dies bereits erfolgreich in drei deutschen Städten etablieren. Preislich liegen die Systeme von ITRONICS auf einem ähnlichen Niveau wie unser System AmbulanceCheck. Mitarbeiter der Feuerwehr Dresden (Entscheidungspersonen über Technikeinsatz in der Notfallrettung - Organisation des ITRONICS Husky Einsatz) bestätigen zudem,

²Stabiles Wachstum

³bereits auf Paletten

⁴FDA

⁵Quelle für Deutschland

⁶Statistisches Bundesamt



4 MARKT UND UMFELD

dass sich die Zahl der beteiligten Städte weiter erhöhen wird. Da unser System im Gegensatz zu Systemen von ITRONICS nicht nur die Qualität verbessert, sondern auch Kosten senkt, kann mit

Zu allen Produktpakten werden Wartungsverträge angeboten, die entscheidend zum Gesamtumsatz beitragen.

4.3 Wettbewerbsumfeld

Der Handel im angepeilten Marktsegment findet zumeist klassisch stationär statt. Dazu kommen seit längerem auch Online- und Versandhandel. Die Anzahl der Kunden ist relativ überschaubar. Trotzdem lassen sich diese in drei Hauptkategorien segmentieren.

- Öffentliche Rettung (Städte und Landkreise sind Träger)
- ca. 100 Private Rettungsdienste in Deutschland, Tendenz steigend
- Verteidigungswesen und Katastrophenschutz (Bund und Länder)

Es gibt schon eine tatsächliche Nachfrage für das vorgestellte System. Der Arbeiter Samariter Bund Dresden (ASB) ist Teil des Pilotprojektes für die Verwendung vom HandheldPC Itronics Husky Fex 21. Nach Rücksprache mit den Mitarbeitern des ASB würde dort nachhaltiges Interesse für unser System bestehen.

4.4 Kooperationen

Eventuell könnte eine Kooperation mit MICROSENSYS GmbH zustande kommen, erste Kontakte sind bereits hergestellt.

4.5 Abgrenzung von Wettbewerbern

Es gibt derzeit kein Konkurrenzprodukt auf dem Markt. Es ist möglich, ein einfaches Lagerhaltungssystem zur Bestandskontrolle umzuschreiben und es als Branchenlösung anzubieten. Mögliche Konkurrenten könnten sein:

- Schreiner MediPharm – Produktion WärmeSensor RFID Technik
- Safeguard AG
- Siemens AG
- Sun Microsystems, Inc.
- SAP Deutschland
- Aventis, BASF aktuell im Test mit RFID

Wir grenzen uns durch den Vertrieb eines Branchenprodukts von unseren Wettbewerbern ab. Das System AmbulanceCheck wird für die Notfallrettung entwickelt und ist nur dafür sinnvoll einsetzbar. Durch einen frühen Markteinstieg ist eine befristete Monopolstellung zu erwarten. Diese Monopolstellung wird durch Anmeldung von Gebrauchsmustern zumindest kurzfristig geschützt. Zusätzlich werden wir uns



im Bereich der Kundenbetreuung dadurch abheben, dass wir einen klaren Fokus auf guten Support und Dokumentation legen. Des Weiteren ist die Orientierung auf den bereits genutzten Husky als ein absoluter Wettbewerbsvorteil zu bewerten.

4.6 Produkte und Dienstleistungen

4.6.1 Handheld PC Husky

Im Krankenwagen der Zukunft werden mobile Endgeräte zur Protokollierung von Notfallpatientendaten genutzt. Bereits in der Praxis eingesetzt wird der ITRONICS Husky fex21 in 3 deutschen Städten, darunter auch Dresden. Das System ermöglicht es, OnBoard Protokolle von Notfalleinsätzen zu drucken oder zu versenden. Die aktuellen Versionen dieser Geräte sind sehr robust gebaute kleine Handheld PCs, besonders gebaut für den Einsatz im Feld. Für die mobile Bestandsaufnahme SaniFuture soll der "Husky" als Endgerät genutzt werden. Er verfügt über eine serielle Schnittstelle, über die der "SaniReader" angeschlossen werden kann. Die Vorteile, dieses bereits vorhandene Endgerät nutzen zu können, sind offensichtlich: Geringere Kosten in der Übernahme von AmbulanceCheck und vorhandene Nutzererfahrungen im Umgang mit dem Husky steigert von Beginn an die Akzeptanz unserer Lösung. Zum Husky gehört auch eine OnBoard Dockingstation, die zum Laden und zum Ausdruck von Einsatzprotokollen des Gerätes verwendet wird.

4.6.2 Software SaniCheck

Die Software "SaniCheck" ist als Windows CE Applikation konzipiert. Sie soll den Nutzer bei der Bestandsüberprüfung sowie bei der Bestandseingabe und Bestandsbearbeitung vollständig unterstützen. Eine intuitiv gestaltete Benutzerführung ist dabei selbstverständlich. Der Fokus liegt auf einer umfangreichen Hilfe. Bisherige Benutzer des Protokollsystems klagten über Softwareprobleme und eine unzureichende Dokumentation. Von Anfang an legen wir hohen Wert auf die Akzeptanz durch die Nutzer, das überzeugte Kunde positive Netzwerkeffekte generieren.

Wir wollen von Anfang an die Akzeptanz durch unsere Nutzer fördern, da diese anderen potentiellen Kunden unser System weiterempfehlen werden.

4.6.3 RFID Lesegerät SaniReader

Bezüglich der Zeit des Lesevorgangs soll unser System flexibel gestaltet sein. Als Richtwert sehen wir einen Bestandscheck innerhalb einer Minute als ausreichend. Bis zu 1000 Tags müssen von einem Lesegerät gelesen werden können. Dazu benötigt das Lesegerät ein leistungsstarkes Antikollisionsverfahren. Darunter versteht man ein konfliktfreies zeitgleiches Lesen mehrerer Tags.

In Zukunft ist davon auszugehen, dass fast alle Medikamente schon von der Produktion an mit RFID Tags ausgerüstet sind. Der Standard ist der Electronic Product Code (EPC). Um mit dem Standard zu gehen, planen wir für unsere Lösung den RFID Reader der MetroGroup zu verwenden. Dieser arbeitet zur Zeit noch im HF midrange Bereich bei 13,25 Mhz. Aventis und BASF planen Produkte für die Pharmabranche im midrange Bereich. Eine Orientierung darauf erscheint uns als sinnvoll. Bis 2007 wird aber auch der UHF Bereich an Bedeutung gewinnen und als erstes im



Bereich Pharma zum Einsatz kommen. UHF Tags lassen sich schon jetzt preiswerter fertigen, was letztendlich ein entscheidender Erfolgsfaktor sein wird. Es werden aktuell auch Reader angeboten, die beide Frequenzbereiche abdecken und somit abwärtskompatibel sind. Eine endgültige Entscheidung über den zu verwendenden Reader wird erst nach unserer Testphase Ende 2006 erfolgen.

4.6.4 RFID Antenne SaniTenne

Transponder müssen unabhängig von ihrer Lage gelesen werden. Als technische Lösung bieten wir zirkulär polarisierende Antennen. Auch ein Überbrücken von Entfernungen von bis zu 1,20 Metern auch durch Zentimeter dicken Kunststoff ist problemlos realisierbar selbst durch mehrere Zentimeter dicken Kunststoff.

4.6.5 UMTS GPRS Antenne SaniNet

Um den Kontakt mit dem Object Name Service (ONS) herzustellen muss der Husky zusätzlich mit GPRS oder UMTS ausgerüstet werden. Wir bieten dazu ein Modul an, welches über den SD-Karten Slot angeschlossen werden kann. Ein Vertragspartner zur Anbindung an das Netz muß noch gefunden werden.

4.6.6 Dokumentation, Handbuch und Schulung

Wichtig für die Akzeptanz unserer Lösung ist eine nutzerfreundlich gestaltete und fehlertolerante Software. Ein ausführliches Handbuch wird zu unseren Produkten angeboten. Zu diesem Zweck planen wir auch die Anstellung einer Fachkraft, um maximale Qualität für die Dokumentation und das Handbuch zu gewährleisten. Diese Fachkraft kümmert sich auch um Schulungen der Nutzer, die wir unseren Kunden im ersten Jahr kostenfrei anbieten.

4.6.7 Wartung und Support

Fehler in einem System, welches derart technologieintensiv ist, sind nie auszuschließen. Geplant ist eine ausführliche Testphase des Systems vor der Einführung. Im laufenden Betrieb werden bei Bedarf regelmäßige Wartungsarbeiten und Softwareupdates durchgeführt. Für Käufer unserer Lösung ist dieser Support im ersten Jahr kostenfrei.

4.6.8 AmbulanceCheck Pakete

AmbulanceCheck wird in drei Paketen Pro, Net und Basic angeboten. Ausgehend von der Situation, dass im Krankenwagen bisher kein Handheld PC oder Husky genutzt wird, bieten wir das Komplettpaket SaniFuture Standard an. Es enthält alle Hard- und Software die zum Betrieb unseres System benötigt werden. Alle Pakete enthalten die Installation, Wartung und Schulung, die den Einstieg in die neue Technologie erleichtern soll.



AmbulanceCheck Pro Das umfangreichste Paket enthält folgende Komponenten:

- Handheld ITRONIX Husky fex21 H/PC inklusive Software SaniCheck
- GPRS UMTS Antenne
- Lesegerät SaniReader+ RFID Antenne SaniTenne
- Dockingstation für Husky
- Installation + Schulungspaket
- Wartung (1 Jahr)
- Dokumentation + Handbuch

AmbulanceCheck Net In einigen deutschen Städten sind Krankenwagen bereits mit einem Handheld PC ausgestattet. Diesen bieten wir ein Basispaket SaniFuture Basic Net, welches bis auf den Handheld PC und Dockingstation das gleiche Leistungsvolumen enthält. Die Netzerweiterung ist für die Betrieb notwendig.

- Software SaniCheck + Dokumentation
- GPRS UMTS Antenne
- Lesegerät SaniReader + RFID Antenne SaniTenne
- Installation + Schulungspaket
- Wartung (1 Jahr)

AmbulanceCheck Basic Falls zusätzlich zu einem Handheld PC bereits ein mobiler Zugang zum Internet besteht, bieten wir das Paket SaniFuture Basic an welches keine GPRS UMTS Antenne enthält. Die Kompatibilität mit der vorhandenen Hardware muß Fallspezifisch geprüft werden.

- Software SaniCheck + Dokumentations
- Lesegerät SaniReader
- RFID Antenne SaniTenne
- Installation + Schulungspaket
- Wartung (1 Jahr)

4.6.9 Verpackung und Corporate Design

Um das kompetente Auftreten der AmbulanceCheck GmbH zu gewährleisten, orientieren wir uns an einem Corporate Design. Jede Dokumentation, Internetauftritt und Verpackung wird nach diesem Design entwickelt.

Wenn möglich, soll auch die Hardware unseres Systems an das Design angepasst werden, was mit den Zulieferern vereinbart wird.



4.7 Preispolitik

Die Preisuntergrenze für das komplette AmbulanceCheck Pro Paket liegt bei ca. 7000 Euro, womit alle anfallenden Kosten gedeckt werden. Der vorgestellte Kundennutzen erlaubt einen durchaus höheren Preis für das System AmbulanceCheck. Bei dem Produkt ist eine Monopolstellung zu erwarten, die durch die Anmeldung eines Gebrauchsmusterschutzes abgesichert wird. Nach Gesprächen mit potentiellen Kunden ist ein Paketpreis von bis zu 10.000 Euro realistisch.

Komponente	Paket	Pro	Net	Basic
Husky fex 21		<input checked="" type="checkbox"/>	-	-
Dockingstation für "Husky"		<input checked="" type="checkbox"/>	-	-
Software "SaniCheck" inkl. Dokumentation		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
UMTS/GPRS-Antenne		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-
Lesegerät "SaniReader"		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
RFID-Antenne "SaniTenne"		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
KontaMedBox		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Installation		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Schulung		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Wartung (für 1 Jahr)		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Abbildung 1: Pakete

Preisdifferenzierung Wir verfolgen eine Abschöpfungsstrategie, gerechtfertigt durch die befristete Monopolstellung. Ein höherer Preis wirkt gerade im Bereich der Notfallrettung als Qualitätsindikator für unser Produkt. Die relativ lange Entwicklungszeit und damit verbundene Kosten müssen schnell refinanziert werden. Die Dynamik des Marktes erfordert auch nach 2007 umfangreiche Investitionen in den Bereichen Forschung und Entwicklung. Ein hoher Einstiegspreis ermöglicht die weitere Finanzierung aus eigenen Mitteln.

Die Installation und Bearbeitung unseres Produktes wird eine hohe Priorität in unserem Unternehmen haben. Zu diesem Zweck erfolgt die Einstellung eines spezialisierten Vertriebsmitarbeiters. Da es sich bei unseren Kunden überwiegend um öffentliche Auftraggeber handelt und diese in den letzten Jahren leider eine eher schlechte Zahlungsmoral zeigten, wollen wir versuchen, schon bei Vertragsabschluß eine Teilzahlung zu vereinbaren. Nach Installation und Übergabe der jeweiligen Hardware erfolgt die Rechnungsstellung. Der Zeitraum, der bis zum Zahlungseingang verstreichen darf, soll ab Rechnungsstellung nicht mehr als 6 Wochen betragen. Schulungen der Mitarbeiter nach einer ersten Teilzahlung durch unsere Schulungsleiter durchgeführt. Das Risiko von Zahlungsausfällen soll damit minimiert werden.



4.8 Distributionspolitik und Werbung

Die Anzahl unserer Kunden in Deutschland ist überschaubar. Ansprechpartner werden Vertreter der Landkreise oder die Feuerwehren sein. Wir entscheiden uns für einen direkten Vertrieb, da ein hoher Beratungsaufwand besteht und der angesrtebte Kundenkontakt nur schwer über Vertriebsintermediäre aufgebaut werden kann. Dies erfordert persönliche Kundenbesuche eines Mitarbeiters mit guten Produktkenntnissen. Auch aus diesem Grund ist die Einstellung eines Vertriebsmitarbeiters geplant. Desweiteren versuchen wir auf Fachtagungen und Messen unser Produkt vorzustellen und anzubieten. Die wichtigste Messe und Fachtagung wird die MEDICA in Düsseldorf vom 16. - 19. November 2005 sein. Ende Januar 2006 werden wir dann auf der Messe MEDIZIN 2006 vertreten sein und unser Produkt als Prototyp vorstellen. Im Magazin "Krankenhaus Technik und Management" planen wir das regelmäßige Schalten von Anzeigen ab dem Winter 2006.

Ein weiterer entscheidender Präsentationsweg ist für uns das Internet. Wir erstellen eine ausführliche Vorstellung unseres Unternehmens und unserer Produkte. Zu Teilen wird der Vertrieb unserer Produktpalette über das Internet möglich sein. Den Artikelversand wickeln wir über den Hermes Versand ab. Ein Verkauf unserer Komplettpakete wird ohne persönlichen Kontakt nicht funktionieren, da in jedem Fall Installation und Test beim Kunden erforderlich ist. Zusätzlich können Kunden Handbücher, Wir setzen entscheidend auf Nutzerzufriedenheit und die daraus resultierende Werbewirkung. Wir werden deshalb mit der Installation bei ein bis zwei Referenzkunden beginnen. Für die Testphase unseres System werden wir einen Krankenwagen inklusive Inhalt mieten, um ausgiebige Hardwaretests durchführen zu können. Diesen Krankenwagen werden wir dann bei Messen und Tagungen präsentieren um eine effektvolle Werbewirkung zu erzielen.



5 Unternehmen und Organisation

5.1 Unternehmensdaten

Firmenname:	SaniFuture GmbH
Standort:	Dresden
Gründung:	01.10.2005
Rechtsform:	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
Gründer:	Katarina Sauer, Tobias Hänke, Eric Peukert, Christoph Künne
Gesellschafterverhältnisse:	je 25 Prozent pro Gründer
Geschäftsführer:	Christoph Künne
Einlage:	25.000 Euro wird durch die Gründer erbracht

5.2 Wahl der Rechtsform

Das Unternehmen wird als Kapitalgesellschaft in Form einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung gegründet. Die Firma wird den Namen SaniFuture tragen. Entscheidungskriterien bei der Wahl dieser Gesellschaftsform waren geringe Gründungskosten mit einem Mindeststammkapital von 25.000Euro, die beschränkte Haftung der Gesellschaft, sowie die einfache Verwaltung durch die Geschäftsführer und Gesellschaftsversammlung. Das Unternehmen wird mit dieser Rechtsform eine eigene Rechtspersönlichkeit besitzen und die Gesellschafter erhalten entsprechend ihrer Kapitalbeteiligung Stimmberechtigung. Zukünftig kann durch diese Rechtsform die Einlage der Gründer leicht erhöht werden und es können auch leicht neue Gesellschafter eingebunden werden. Außerdem kann das Unternehmen jederzeit ohne Probleme in eine Aktiengesellschaft umgewandelt werden, um einen einfacheren Weg zur umfassenden Eigenkapitalbeschaffung zu ermöglichen. Auch durch die geringere Besteuerung und Verlustvortragsfähigkeit von Kapitalgesellschaften ergeben sich Vorteile für SaniFuture GmbH.

Im Hinblick auf die eingangs beschriebenen Unternehmensziele der SaniFuture GmbH konnte die Gründung einer Personengesellschaft durch Kriterien wie unbeschränkte Haftung der Gesellschafter und erschwerte Kapitalbeschaffung gegenüber den Kapitalgesellschaften ausgeschlossen werden.

5.3 Wahl des Standorts

Als Standort der Firma SaniFuture GmbH wird Dresden gewählt. Das Produkt wird durch uns Gründer während des Studiums an der Technischen Universität Dresden entwickelt und zur Marktreife gebracht. Deswegen besteht derzeit kein Grund für einen Standortwechsel, da wir kostengünstig Räume an der wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät nutzen können. Ab dem Zeitpunkt der Markteinführung werden Büroflächen im Zentrum Dresdens gemietet.

5.4 Personal und Organisation

Katharina Sauer bringt bereits mehrjährige Erfahrung im Bereich Vertrieb und Support in der IT Branche mit. Sie wird im Bereich Vertrieb und Marketing tätig sein.



Christoph Künne hat schon zahlreiche Praktika im Bereich Informationsmanagement und Systementwicklung absolviert. Er wird die Geschäftsführung übernehmen und spezialisiert sich im Bereich Finanzen & Controlling. Tobias Hänke bringt bereits eine mehrjährige Erfahrung im Bereich Entwicklung & Programmierung in der IT Branche mit. Er wird im Bereich Customer Service & Support, Weiterentwicklung und Installation tätig sein. Auch Eric Peukert sammelte schon zahlreiche praktische Erfahrungen in der Programmierung und Konzeption von Datenbanken und Datenbanksystemen. Er wird im Bereich Qualitätsmanagement und Weiterentwicklung arbeiten.

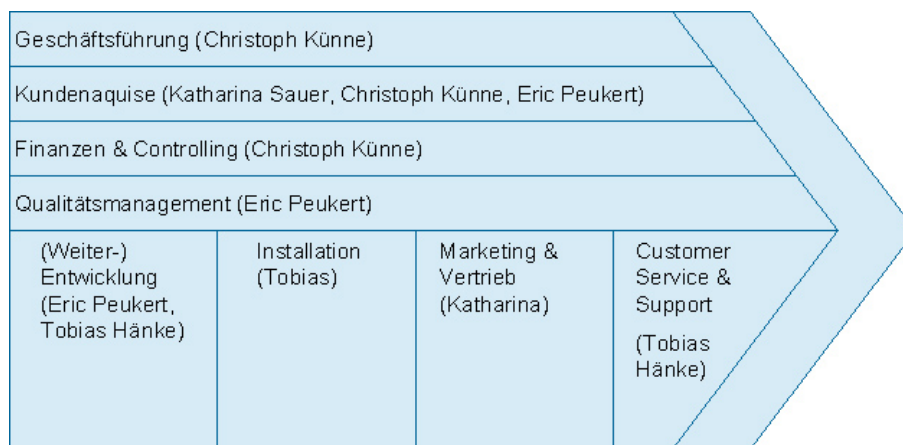


Abbildung 2: Aufgabenbereiche

5.5 Meilensteine und geplante Unternehmensentwicklung

Unternehmensplanung

- Phase 1: Produktentwicklung (bis Ende 2006)
- Phase 2: Markteintritt (ab Anfang 2007)
- Phase 3: Marktdurchdringung (ab Anfang 2008)

Unternehmensentwicklung

- Gründung der SaniFuture GmbH 10/2005
- Produktfertigstellung 12/2006
- Gewinnung eines Referenzkunden 01/2007
- Einstellung Mitarbeiter Vertrieb 01/2007
- Start Pilotprojekte 06/2007



6 Finanzplanung

In den folgenden Abschnitten wird die Finanzplanung des Unternehmens SaniFuture GmbH i.G. genauer vorgestellt. SaniFuture arbeitet bis Mitte 2007 an der Entwicklung des Produkts AmbulanceCheck bis zur Marktreife. Im Jahr 2007 steht die Gewinnung von ersten Pilot- und Referenzkunden an. Da im Jahr 2006 bereits am vollständigen Fahrzeug getestet wird, rechnen wir mit der Einführung einer produktiven Version unseres Systems im zweiten Quartal 2007, berechnen also schon Installations- und Paketgebühren. Ende des zweiten Quartals 2007 werden nach erfolgreicher Testphase vor allem die Vertriebsbemühungen intensiviert.

6.1 Absatz und Umsatzplanung

Die Planung der Absätze ist maßgeblich von der Gewinnung der großen, etablierten Sanitätsdienste wie ASB, DRK, Johanniter abhängig. Andere Institutionen, die auch eine hohe Restzahl an Krankenwagen betreiben (wie Militär, private Einrichtungen) liegen vorerst nicht im Absatzfokus. Der SaniFuture GmbH kommt zu Gute, dass wir nach aktuellen Marktdaten keine Wettbewerber mit äquivalentem Profil erwarten und das Produkt „AmbulanceCheck“ eine Monopolstellung einnehmen wird. Laut dem Statistisches Bundesamt gab es im Jahr 2004 in Deutschland 16523 betriebene Krankenwagen – dies bildet die Grundlage für unsere Berechnung. Außerdem zeigt diese Zahl, dass für das Produkt AmbulanceCheck ein großes Marktpotential existiert. Wir gehen jedoch davon aus, dass vor allem das Vertrauen in die neue Technologie nur langsam gewonnen wird.

Zu beachten ist, dass nicht für jeden einzelnen Krankenwagen ein einzelnes SaniFuture-Paket bestellt werden muss. Es ist anzunehmen, dass die Kunden ihre Ausgaben dahingehend optimieren werden, dass für beispielsweise fünf Krankenwagen des gleichen Depots nur ca. zwei Huskys mit samt der Ausstattung benötigt werden. Ein Gerät ist für den mobilen Einsatz zwischen mehreren Krankenwagen notwendig und ein Gerät sollte aus Sicherheitsgründen zu Wechselzwecken verfügbar sein. Dadurch senken sich die Absatzzahlen auf 2/5 der Gesamtanzahl der Krankenwagen, die von „AmbulanceCheck“ profitieren werden.

Vorerst wird im Jahr 2007 eine sanfte Markteinführung angestrebt. Dies beruht auf dem Termin der Einführung der RFID-Tags auf allen Verpackungen in der Pharmabranche. In Deutschland wird erst ab der zweiten Jahreshälfte mit der Einführung gerechnet und die darauf folgende Pilotprojektphase wird nicht sofort immense Umsätze generieren. Somit wird frühestens in der zweiten Jahreshälfte ein moderater Absatz erwartet. Folglich rechnet das Unternehmen für das Jahr 2007, 1 Prozent der vorhandenen Krankenwagen in Deutschland ausgerüstet zu haben. Es muss lediglich ein Großkunde geworben werden, um die in Abbildung 3 dargestellten Zahlen für 2007 zu erreichen. In Deutschland wird bereits in drei Städten der Handheld „Husky“ eingesetzt. Wir rechnen damit, diese Kunden mit den leichtgewichtigen Paketversionen „Net“ und „Basic“ überzeugen zu können. Daraus ergibt sich die prozentuale Verteilung der Stückzahlen auf die drei verschiedenen Pakete.

Unsere Kunden agieren Deutschlandweit, d.h. wenn für eine Stadt das System „AmbulanceCheck“ erfolgreich genutzt wird, ist eine Ausweitung auf andere Städte sehr wahrscheinlich. Nach einem erfolgreichen „Prove of Concept“ erwarten wir da-



Absatzplan	Anteil	2007	2008	2009
Krankenwagen gesamt (2004)	16523			
erwartete Stückzahlen		1%	4%	8%
Paket Pro	50%	83	330	661
Paket Net	40%	66	264	529
Paket Basic	10%	17	66	132
Summe Absatzzahlen		165	661	1322

Abbildung 3: Absatzplanung

her für das Jahr 2008 und 2009 eine deutliche Absatzsteigerung. Prinzipiell lässt sich auch eine internationale Vermarktung von AmbulanceCheck anstreben. Um den Markt schrittweise zu durchdringen, beschränkt sich SaniFuture vorerst auf den Vertrieb in Deutschland. Die aktuelle Absatzplanung ist in 3 dargestellt. Der vorgestellte Absatz führt zu der in Abbildung 4 dargestellten Umsatzplanung.

Umsatzplan		2007	2008	2009
Umsatzerlöse				
Paket Pro		593.377 €	2.373.506 €	4.747.013 €
Paket Net		382.172 €	1.528.690 €	3.057.380 €
Paket Basic		92.239 €	368.954 €	737.908 €
Wartung (für 100 Geräte, ab der	12.000 €	- €	15.862 €	63.448 €
Schulung (für 20 MA, bei Bedarf	5.000 €	- €	16.523 €	66.092 €
Summe Umsatz		1.067.788 €	4.303.535 €	8.671.841 €

Abbildung 4: Absatzplanung

6.2 Personalplanung

In Abbildung 5 wird die Personalplanung für das Unternehmen vorgestellt. Aus

Personalplanung	Phase	2005 nur Q4	2006 F&E	2007 ME	2008 MD	2009 MD
Mitarbeiterzahl						
Geschäftsführer		1	1	1	1	1
Qualitätsmanager		1	1	1	1	1
Entwickler		2	4	4	2	2
Marketing		0	0	1	1	1
Studenten		0	2	2	3	3
Techniker (von externer Firma)		0	0	2	6	8
Dozent		0	0	1	1	1
Summe		4	8	12	15	17
Personalkosten						
Geschäftsführer		1.500 €	10.000 €	60.000 €	70.000 €	70.000 €
Qualitätsmanager		1.500 €	10.000 €	60.000 €	70.000 €	70.000 €
Entwickler		1.500 €	210.000 €	260.000 €	70.000 €	70.000 €
Marketing		1.500 €	10.000 €	60.000 €	70.000 €	70.000 €
Studenten		- €	10.000 €	10.000 €	15.000 €	15.000 €
Techniker (von ext. Firma)		- €	- €	40.000 €	120.000 €	160.000 €
Dozent		- €	- €	20.000 €	40.000 €	40.000 €
Personalkosten, gesamt		6.000 €	250.000 €	510.000 €	455.000 €	495.000 €

Abbildung 5: Personalplanung



Kostengründen werden die vier Gründer im ersten Jahr 2006 vorerst einen Lohn in Höhe des Bafoeg beziehen. Zusätzlich werden zwei spezialisierte Entwickler eingestellt, die aus dem RFID und Windows CE Gebiet Erfahrungen in die Firma einbringen können. Ab 2007 wird zusätzlich ein Vertriebs und Marketingmitarbeiter eingestellt welcher in der Kundengewinnung und Betreuung eingesetzt wird.

Für zusätzlich anfallende Arbeiten wird ab 2007 auf Studenten zurückgegriffen. Um den Support und die Wartung zu organisieren werden von extern Techniker beauftragt, die dezentral in der Nähe unserer Kunden schnell agieren können. Wir berechnen zwei Techniker je Kunden, die bei Problemen nur diesen Kunden zugeordnet werden.

6.3 Investitionsplanung

Die Anlageinvestitionen der SaniFuture GmbH i.G. bleiben in allen Phasen seiner Entwicklung in Grenzen. Investitionsschwerpunkt bildet die Entwicklungs- und Testumgebung für die AmbulanceCheck Produktpakete. Da es sich nicht um ein reines Software-Unternehmen handelt, ist der Hardwareaufwand ebenfalls hoch. Die Anschaffung der erforderlichen Hardware für Entwicklung und Test bilden den größten Anteil an den Anfangsinvestitionen, die im vierten Quartal 2005 stattfinden. Nach zwei Jahren ist zu erwarten, dass vorhandene Entwicklungssoftware veraltet ist oder neue Tools benötigt werden.

Investitionsplan	2005	2006	2007	2008	2009
Phase	nur Q4	F&E	ME	MD	MD
Entwicklungsanlagen					
Testgerät Husky	3.000 €	- €	- €	- €	- €
Reader (EvalKit) Transponder	2.000 €	- €	- €	- €	- €
GPRS PC Karten	500 €	- €	- €	- €	- €
IT Hardware	5.000 €	4.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €
Software	15.000 €	5.000 €	10.000 €	2.000 €	10.000 €
Betriebs- und Geschäftsausstattung					
Büromöbel	250 €	1.000 €	30.000 €	5.000 €	1.000 €
Büromaterial	100 €	400 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €
Anlageinvestitionen, gesamt	25.850 €	10.900 €	43.500 €	10.500 €	14.500 €
Umlaufvermögen					
Husky fex 21	- €	- €	107.400 €	429.598 €	859.196 €
Dockingstation für "Husky"	- €	- €	8.262 €	33.046 €	66.092 €
UMTS/GPRS-Antenne	- €	- €	29.741 €	118.966 €	237.931 €
Lesegerät "SaniReader"	- €	- €	82.615 €	330.460 €	660.920 €
RFID-Antenne "SaniTenne"	- €	- €	16.523 €	66.092 €	132.184 €
KontaMedBox	- €	- €	8.262 €	33.046 €	66.092 €
Umlaufvermögen, gesamt	- €	- €	252.802 €	1.011.208 €	2.022.415 €
Investitionen, gesamt	25.850 €	10.900 €	296.302 €	1.021.708 €	2.036.915 €

Abbildung 6: Investitionen

Für die Zusammenstellung der Produktpakete werden zahlreiche fremdbezogene Komponenten wie Husky, SaniReader etc. benötigt. Diese Komponenten werden im



Umfang der jährlich geplanten Absätze eingekauft und gehen ins Umlaufvermögen ein.

6.4 Kostenplanung

Die in Abbildung 7 werden die laufenden Kosten dargestellt. Die Zahlen beruhen auf folgenden dargestellten Annahmen. Das Unternehmen wird im ersten Jahr Räumlichkeiten an der Technischen Universität Dresden mieten und hält damit die anfallenden Kosten niedrig. Mit einer Förderung „Dresden Exists Seed“ würden Büromieten im ersten Jahr komplett entfallen. Mit der wachsenden Anzahl von Mitarbeitern und mit der Markteinführung ist das Anmieten eines zentral gelegenen Büros ab 2007 geplant. Im Durchschnitt werden für ein repräsentatives Büro in Dresdens Zentrum ca. 900 Euro fällig (Quelle: immoscout24.de) Ein eigener Standort soll auch zur Präsentation vor dem Kunden aufgebaut werden, da dies ein Indikator für Qualität sein kann. Im Bereich der Buchhaltung, Steuerberatung und des Rechtsbeistandes werden externe Leistungen in Anspruch genommen, da die SaniFuture GmbH auf diesem Gebiet nicht über genügend eigenes Know-How verfügt. Weiterhin wird ab 2007 ein Betriebsfahrzeug benötigt, das auf Leasing-Basis genutzt wird. Es ist vor allem für die deutschlandweite Mobilität des Vertriebsmitarbeiters vorgesehen. Hinzu werden auch weitere Reisekosten für Bahn- und Flugverkehr anfallen, die wiederum durch den Vertriebsverantwortlichen und den Schulungsleiter genutzt werden. Wir planen an mindestens drei Fachmessen pro Jahr teilzunehmen. Des Weiteren werden Kosten für Anzeigen in größeren Tages oder Wochenzeitungen eingeplant. Als preisliche Orientierung sei hier die FAZ-Anzeigenwerbung zitiert: eine $\frac{1}{4}$ große, farbige Anzeigenseite kostet ca. 20.000 Euro. Unter der Position Verwaltungskosten gehen vor allem Telefon- und Faxgebühren ein. Um die Folgen und Kosten einer potentiellen Produkthaftung zu begrenzen, ist es absolut notwendig eine diesbezügliche Versicherung abzuschließen. Nach einem Gespräch mit einem Berater der MLP AG sind dafür 30.000 Euro kalkuliert.

Die Abschreibung der Anfangsinvestitionen im Anlagevermögen erfolgt linear über drei Jahre. Drei Jahre sind als betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer relativ kurz gewählt, jedoch gehen wir von einer raschen Entwicklung auf dem Hardware und Softwaresektor aus, so dass die AmbulanceCheck Produktpakete an die Neurungen angepasst werden, um sich in diesem innovativen Markt als Pionier zu behaupten.

Kostenplan	Phase	2005 nur Q4	2006 F&E	2007 ME	2008 MD	2009 MD
Material- und Wareneinsatz		- €	- €	252.802 €	1.011.208 €	2.022.415 €
Personalkosten, gesamt		6.000 €	250.000 €	510.000 €	455.000 €	495.000 €
Fremde Dienstleistungen		1.000 €	2.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €
Raumkosten		900 €	3.600 €	10.800 €	10.800 €	10.800 €
Fahrzeug Leasing		- €	- €	6.000 €	6.000 €	6.000 €
Fahrzeug Unterhalt		- €	- €	5.000 €	5.000 €	5.000 €
Website		250 €	1.000 €	2.000 €	1.500 €	1.500 €
Messen		- €	- €	60.000 €	60.000 €	60.000 €
Kundenkontakte		- €	500 €	1.000 €	2.000 €	2.000 €
Anzeigenschaltung		- €	- €	150.000 €	100.000 €	100.000 €
Reisekosten		- €	- €	40.000 €	50.000 €	50.000 €
Vertriebskosten, gesamt		250 €	1.500 €	253.000 €	213.500 €	213.500 €
Verwaltungskosten		200 €	200 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €
Versicherungen		200 €	800 €	20.000 €	30.000 €	30.000 €
Steuern		- €	- €	- €	- €	- €
Zinsen / Kreditbeschaffung		- €	- €	300 €	300 €	300 €
Lizenzkosten		- €	- €	- €	- €	- €
Abschreibungen		8.617 €	12.250 €	26.750 €	21.633 €	22.833 €
laufende Kosten, gesamt		17.167 €	270.350 €	1.091.152 €	1.759.941 €	2.812.349 €

Abbildung 7: Kostenplan



6.5 Stückkostenkalkulation

Alle anfallenden laufenden Kosten des jeweiligen Jahres wurden durch die zu erwartenden Absatzzahlen dividiert. Zudem haben wir die angefallenen Kosten aus 2005-2006 auf die ersten drei Umsatzjahre (2007, 08, 09) aufgeteilt. Fertigungskosten sind indirekt in den Personalkosten enthalten.

Stückkostenkalkulation		
Zeile	Position	Vollkosten
Materialeinzelkosten		
<i>1. Fremdbezogene Komponenten</i>		
1	1.1 Husky fex 21	1.300 €
2	1.2 Dockingstation	100 €
3	1.3 UMTS/GPRS-Antenne	200 €
4	1.4 Lesegerät "SaniReader"	500 €
5	1.5 RFID-Antenne "SaniTenne"	100 €
6	1.6 Entsorgungsbox	50 €
Materialgemeinkosten		
7	Transaktionskosten - von Zeile 1-6: 10%	225 €
8	Summe Materialkosten (Zeile 1-7)	2.475 €
9	Büromiete	74,44 €
11	Pkw	66,57 €
14	Werbung	445,34 €
15	Sonstige Kosten	363,18 €
17	Personalkosten	2.501,56 €
18	Selbstkosten (Zeile 9-17)	5.926 €
19	Gewinnzuschlag - von Zeile 18: 20 %	1.185 €
20	Mindestverkaufspreis (Zeile 18-19)	7.111 €
21	Rabatt-, Skontozuschlag - von Zeile 20: 1%	71 €
22	Verkaufspreis Paket "Pro" (Zeile 20-21)	7.182 €
23	Verkaufspreis Paket "Net" (Zeile 22 abzgl. Zeile 1-2)	5.782 €
24	Verkaufspreis Paket "Basic" (Zeile 22 abzgl. Zeile 1-2)	5.582 €

Abbildung 8: Vorkalkulation 2007

6.6 Kapitalbedarf

In Abbildung 10 wird der ausführliche Kapitalbedarfsplan, der sich vor allem aus dem Investitionsplan und Kostenplan ergibt, vorgestellt und in Abbildung 9 veranschaulicht.

Es zeigt sich, daß das Unternehmen erst ab 2007 Umsätze generiert. Damit rechnet die SaniFuture GmbH von einem Kapitalbedarf für die ersten drei Jahre von ca. 670000 Euro. Im ersten Quartal 2008 steht das Unternehmen SaniFuture kurz vor dem Break Even.

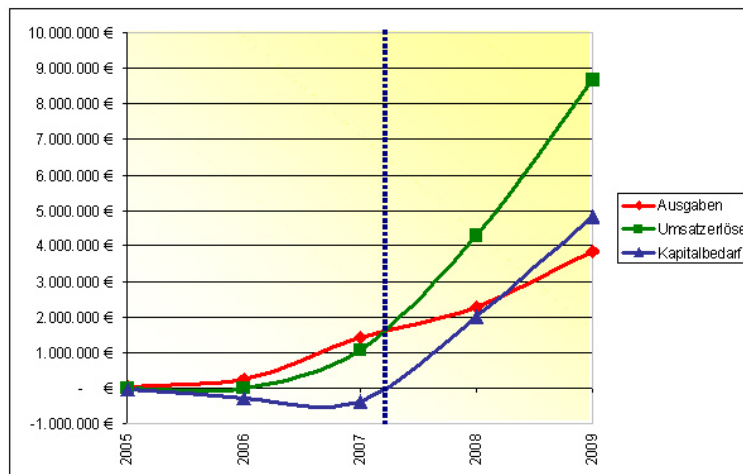


Abbildung 9: Kapitalbedarf

Kapitalbedarfsplan	2005	2006	2007	2008	2009
Phase	nur Q4	F&E	ME	MD	MD
Betrieblicher Aufwand					
Personalkosten	6.000,00 €	250.000,00 €	510.000,00 €	455.000,00 €	495.000,00 €
Fremde Dienstleistungen	1.000,00 €	2.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €
Raumkosten	900,00 €	3.600,00 €	10.800,00 €	10.800,00 €	10.800,00 €
Fahrzeug Leasing	- €	- €	6.000,00 €	6.000,00 €	6.000,00 €
Fahrzeug Unterhalt	- €	- €	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €
Vertriebskosten	250,00 €	1.500,00 €	253.000,00 €	213.500,00 €	213.500,00 €
Verwaltungskosten	200,00 €	200,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €
Versicherungen	200,00 €	800,00 €	20.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €
Steuern	- €	- €	- €	- €	- €
Zinsen / Kreditbeschaffung	- €	- €	300,00 €	300,00 €	300,00 €
Lizenzkosten	- €	- €	- €	- €	- €
Gründungskosten	3.500 €	- €	- €	- €	- €
Gesamt	12.050,00 €	258.100,00 €	811.600,00 €	727.100,00 €	767.100,00 €
Anlagevermögen					
Entwicklungsanlagen					
Testgerät Husky	3.000 €	- €	- €	- €	- €
Reader (EvalKit) Transponder	2.000 €	- €	- €	- €	- €
GPRS PC Karten	500 €	- €	- €	- €	- €
IT Hardware	5.000 €	4.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €
Software	15.000 €	5.000 €	10.000 €	2.000 €	10.000 €
Betriebs- und Geschäftsausstattung					
Büromöbel	250 €	1.000 €	30.000 €	5.000 €	1.000 €
Büromaterial	100 €	400 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €
Gesamt	25.850 €	10.900 €	43.500 €	10.500 €	14.500 €
Umlaufvermögen					
Husky fex 21	- €	- €	107.400 €	429.598 €	859.196 €
Dockingstation für "Husky"	- €	- €	8.262 €	33.046 €	66.092 €
UMTS/GPRS-Antenne	- €	- €	29.741 €	118.966 €	237.931 €
Lesegerät "SaniReader"	- €	- €	82.615 €	330.460 €	660.920 €
RFID-Antenne "SaniTenne"	- €	- €	16.523 €	66.092 €	132.184 €
KontaMedBox	- €	- €	8.262 €	33.046 €	66.092 €
Forderungen aus LuL	- €	- €	320.336 €	516.424 €	1.040.621 €
Gesamt	- €	- €	573.138 €	1.527.632 €	3.063.036 €
Umsatzerlöse	- €	- €	1.067.788 €	4.303.535 €	8.671.841 €
Kapitalbedarf	37.900 €	269.000 €	360.451 €	2.038.303 €	4.827.204 €
Eigenkapital					
liquide Mittel	- €	- €	- €	- €	- €
Bankguthaben	25.000 €	25.000 €	25.000 €	25.000 €	25.000 €
VC-Geld	750.000 €	- €	- €	- €	- €
Gesamt	775.000 €	25.000 €	25.000 €	25.000 €	25.000 €
Fremdkapital					
Gesamt	- €	- €	- €	- €	- €
Finanzierungsmittel	775.000 €	25.000 €	25.000 €	25.000 €	25.000 €

Abbildung 10: Kapitalbedarf



6.6.1 Gewinn- und Verlustrechnung

Erfolgsplan	Phase	2005	2006	2007	2008	2009
		nur Q4	F&E	ME	MD	MD
Umsatz		- €	- €	1.067.788 €	4.303.535 €	8.671.841 €
- Material/- Wareneinsatz		- €	- €	252.802 €	1.011.208 €	2.022.415 €
= Rohgewinn I		- €	- €	814.986 €	3.292.328 €	6.649.425 €
- Personalkosten		6.000 €	250.000 €	510.000 €	455.000 €	495.000 €
= Rohgewinn II		6.000 €	250.000 €	304.986 €	2.837.328 €	6.154.425 €
- Sachgemeinkosten		2.550 €	8.100 €	301.600 €	272.100 €	272.100 €
- Zinsen		- €	- €	- €	- €	- €
= Cash-Flow		8.550 €	258.100 €	3.386 €	2.565.228 €	5.882.325 €
- Abschreibungen		8.617 €	12.250 €	26.750 €	21.633 €	22.833 €
= Jahresüberschuss / Jahresfehlbetrag (Reingewinn)		17.167 €	270.350 €	23.364 €	2.543.594 €	5.859.492 €

Abbildung 11: Erfolgsplanung

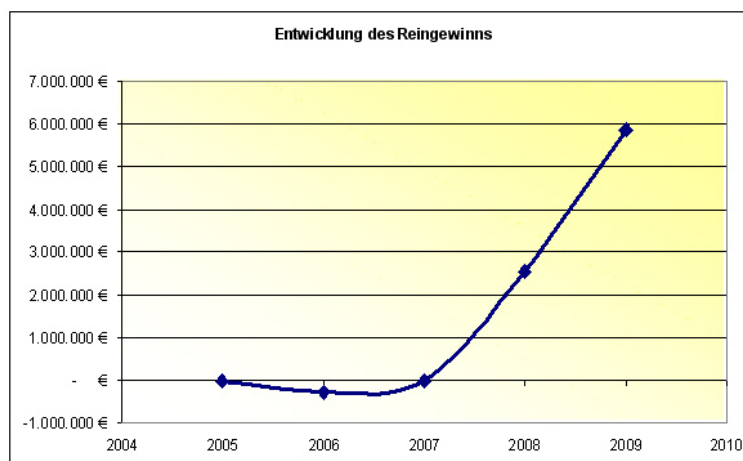


Abbildung 12: Erfolgsplanung Grafik

6.7 Liquiditätsplanung

In Abbildung 13 wird die Liquiditätsplanung des Unternehmens beschrieben

Liquiditätsplan	2005	2006	2007				2008	2009
	nur Q4	Q1-Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1-Q4	Q1-Q4
Liquide Mittel								
Kasse	- €	840.600 €	596.600 €	378.825 €	197.225 €	33.145 €	336.149 €	2.399.453 €
Bankguthaben	25.000 €	25.000 €	25.000 €	25.000 €	25.000 €	25.000 €	25.000 €	25.000 €
Summe	25.000 €	865.600 €	621.600 €	403.825 €	222.225 €	58.145 €	361.149 €	2.424.453 €
Einnahmen								
Umsatzerlöse	- €	- €	- €	- €	266.947 €	800.841 €	4.303.535 €	8.671.841 €
Privateinzahlungen (VC-Geld)	850.000 €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Summe	850.000 €	- €	- €	- €	266.947 €	800.841 €	4.303.535 €	8.671.841 €
verfügbare Mittel	875.000 €	865.600 €	621.600 €	403.825 €	489.172 €	858.986 €	4.664.685 €	11.096.293 €
Ausgaben								
Material- und Wareneinkauf	- €	- €	- €	- €	252.802 €	- €	1.011.208 €	2.022.415 €
Personalkosten	6.000 €	250.000 €	127.500 €	127.500 €	127.500 €	127.500 €	455.000 €	495.000 €
Fremde Dienstleistungen	1.000 €	2.000 €	1.000 €	1.500 €	1.500 €	1.000 €	5.000 €	5.000 €
Raumkosten	900 €	3.600 €	2.700 €	2.700 €	2.700 €	2.700 €	10.800 €	10.800 €
Fahrzeug Leasing	- €	- €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	1.500 €	6.000 €	6.000 €
Fahrzeug Unterhalt	- €	- €	500 €	1.000 €	1.750 €	1.750 €	5.000 €	5.000 €
Vertriebskosten, gesamt	250 €	1.500 €	63.250 €	63.250 €	63.250 €	63.250 €	213.500 €	213.500 €
Verwaltungskosten	200 €	200 €	150 €	375 €	600 €	375 €	1.500 €	1.500 €
Versicherungen	200 €	800 €	20.000 €	- €	- €	- €	30.000 €	30.000 €
Steuern	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Zinsen / Kreditbeschaffung	- €	- €	75 €	75 €	75 €	75 €	300 €	300 €
Lizenzkosten	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Zwischensumme	8.550 €	258.100 €	216.675 €	197.900 €	451.677 €	198.150 €	1.738.308 €	2.789.515 €
Investitionen	25.850 €	10.900 €	26.100 €	8.700 €	4.350 €	4.350 €	10.500 €	14.500 €
Forderungen	- €	- €	- €	- €	- €	320.336 €	516.424 €	1.040.621 €
Summe	34.400 €	269.000 €	242.775 €	206.600 €	456.027 €	522.836 €	2.265.232 €	3.844.636 €
Ergebnis	840.600 €	596.600 €	378.825 €	197.225 €	33.145 €	336.149 €	2.399.453 €	7.251.657 €
Ausgleich durch KK-Kredit	0	0	0	0	0	0	0	0
Liquidität	840.600 €	596.600 €	378.825 €	197.225 €	33.145 €	336.149 €	2.399.453 €	7.251.657 €

Abbildung 13: Liquiditätsplanung

7 Risiken

Während der Phase der Markteinführung, müssen neben den laufenden Fixkosten vor allem Werbebudget, Personalkosten für Krankheitsfälle und Ersatzbeschaffung mit Doppelaufwand sowie Forderungsausfälle in der Kundschaft berücksichtigt werden. Gerade kleinere Unternehmen mit guten Produkten überleben oft nicht zwei Debitorenausfälle nacheinander oder die Doppelbelastung einer kranken und einer ersatzweise beschafften Arbeitskraft.

Weiterhin besteht die Möglichkeit, dass Großunternehmen schnell in den Markt drängen und eine ersthafte Konkurrenz darstellen. Weiterhin wäre es möglich, daß solche Konkurrenten später in den Markt kommen, jedoch mit einem günstigeren Produkt einen aggressiven Preiskampf hervorrufen. Daneben könnte unser Zulieferer ITRONICS selbst ein System für RFID-Lesegeräte entwickeln.

Ein weiteres Risiko besteht darin, dass sich die allgemeine Einführung von RFID-Tags auf Medikamenten verzögert oder es zu einer langen Übergangszeit von Barcode zu RFID kommt. Dies würde einen zeitlich versetzten Markteinstieg verursachen.



A ANHANG

A Anhang

A.1 Lebensläufe der Gründungsmitglieder