

Businessplan von: **Sm@rt Glasses**

Team-ID: 42926

Zuletzt gespeichert: 31.08.2021 - 17:46 Uhr

Mitglieder:

JUGEND GRÜNDET

1 Die Namen

(1) Name & Slogan

Produktname: Sm@rt Glasses

Slogan: Wir bilden Durchblick

2 Die Idee

(2) Unser Angebot

Schulbücher enthalten viel Wissen, aber durch analoge Medien können wertvolle Hintergrundinformationen und prägende Eindrücke verloren gehen. Auch bei der Schuldigitalisierung mithilfe von Tablets werden große Potentiale verschwendet, weil Schulbücher oftmals nur als PDF oder per App abgebildet werden. Unsere Sm@rt Glasses möchten genau dieses Potential ausschöpfen, indem VR-Inhalte das Lernerlebnis unterstützen. Von virtuellen Knochenmodellen im Biologieunterricht über 3D-Ansichten von geometrischen Körpern in Mathematik bis hin zu hautnahen Erfahrungen in Geschichte – mithilfe der VR-Technologie wird ein neues Zeitalter der Bildung eingeläutet.

Ein weiteres Einsatzfeld für die Sm@rt Glasses stellen Reisen dar, sodass deutlich mehr Eindrücke vermittelt werden können als über gedruckte Reiseführer oder audiobasierte Guides. Man stelle sich nur einen Spaziergang durch das heutige Rom vor und per Knopfdruck kann das historische Treiben auf dem Forum Romanum oder im Kolosseum zeitgleich erlebt werden.

Durch ein ständiges Anwachsen der VR-Inhalte, die von uns für die Kundschaft bzw. Nutzenden zur Verfügung gestellt werden, ist den Einsatzbereichen kein Limit gesetzt. Dadurch können verschiedene Zielgruppen (siehe Feld 6-9) angesprochen werden und somit den potentiellen Markt vergrößern.

(3) So funktioniert das Angebot

VR-Brille: Ziel ist es, die Brille für einen flexiblen Einsatz zu Hause, in der Schule oder auf der Reise möglichst kompakt zu konzipieren [vgl. Quelle 1]. Dabei soll der Betrieb autark möglich sein, sprich es ist keine Kabelanbindung an einen PC oder ähnliches nötig wie zum Beispiel bei VR-Brillen, die für Gaming-Zwecke ausgelegt sind. Zur Stromversorgung kommen Lithium-Ionen-Akkus zum Einsatz, wo von einer Laufzeit von 2h ausgegangen werden kann [vgl. Quelle 4]. Bei einem festen Betrieb wie an einem Schreibtisch ist selbstverständlich auch ein USB-Netzbetrieb möglich. Wichtig zur Orientierung sowie für ein besseres VR-Erlebnis sind zudem Kamera, Kopfhörer und Beschleunigungssensor. Das Bild wird dabei durch ein im Bürgel verbautes Display generiert und auf die Netzhaut projiziert (Non-See-Through-Technologie). Durch die Kamera ist es zudem angedacht, die sog. Mixed Reality-Technologie (MR) einzusetzen. Hier werden Live-Bilder eingefangen und mit den virtuellen Inhalten kombiniert (Look-Around-Technologie). Dies kann z.B. für spezielles Flugtraining am Boden eingesetzt werden.

App: Ohne eine gute Software ist auch die beste Hardware nichts wert. Die App für Smartphone und Tablet liefert eine übersichtliche Oberfläche, die sich in verschiedene

Wissensthemen gliedert (Naturwissenschaften, Geschichte, Reisen etc.). Die Inhalte werden dabei von uns zur Verfügung gestellt und unsere Datenbank wird durch unser Softwarepersonal ständig erweitert. Die Auswahl des Themas findet dann entweder über Untermenüs oder über eine Suchfunktion in der App statt. Das ausgewählte Thema wird anschließend gestartet und an die Brille übergeben. Die Kopplung wird über eine Wi-Fi Direct-Verbindung vorgenommen, womit größere Datenmengen problemlos übertragen werden können. Wichtig ist auch eine Anbindung der digitalen App an analoge Schulbücher. So können an gewünschten Stellen im Buch QR-Codes platziert werden, die das geschriebene Wissen per Scan mit den VR-Elementen zusammenbringt.

(4) Darauf stützen wir uns

Eines der zentralen Ziele ist es, ein hybrides Lernerlebnis zu schaffen – sprich vorhandene Schulbücher mit digitalen VR-Elementen zu untermauern. Hierzu benötigt es Kooperationen mit Verlagen im Bildungsbereich (Westermann, Oldenbourg, Klett usw.), um die Inhalte abzustimmen und die oben genannten QR-Codes in den Schulbüchern zu platzieren. Für die Verlage selbst besteht dabei der Anreiz zur Umsetzung, da kein wesentlicher Mehraufwand entsteht, aber die Bildungsinhalte mehr Tiefe bekommen. Wichtig ist, dass es keine exklusive Kooperation mit einem einzigen Verlag geben soll. Da Bildung nach wie vor politische Ländersache ist, kommen zahlreiche Bücher von verschiedenen Verlagen in der Schulpraxis zum Einsatz.

In Sachen Einkauf ist ein Produktionspartner im Mikrochip-Bereich vonnöten, um an die benötigten Bauteile zu gelangen. Hier wird gezielt auf eine eigene Produktionsanlage verzichtet, da der Markt von wenigen, dafür erfahrenen und qualitativ hochwertigen Herstellern dominiert wird.

(5) Quellenangaben: Die Idee

Quellenangaben: Die Idee

Quelle	Beschreibung
https://www.4kfilme.de/panasonic-entwickelt-erste-hdr-faehige-4k-vr-brille-der-welt/ (zuletzt aufgerufen am 06.08.2021):	Kompaktes VR-Brillendesign
https://www.zeiss.de/vision-care/ueber-uns/newsroom/news-overview/hoerblicke-mit-zeiss-virtual-reality-so-funktionieren-vr-brillen.html (zuletzt aufgerufen am 06.08.2021):	Grundlegendes zur VR-Technologie
https://mixed.de/virtual-reality-starter-guide/#Was_sind_autarke_VR-Brillen (zuletzt aufgerufen am 06.08.2021):	Autarke VR-Brillen
https://www.uni-giessen.de/fbz/zentren/ggs/lehrevierpunkt/virtual-reality/vr-infoblatt (zuletzt aufgerufen am 06.08.2021):	Informationen zur Akkulaufzeit
https://www.intel.com/content/www/us/en/tech-tips-and-tricks/virtual-reality-vs-augmented-reality.html (zuletzt aufgerufen am 06.08.2021):	Grundlegendes zur MR-Technologie
https://www.fit4ref.de/bildungsverlage-in-deutschland.html (zuletzt aufgerufen am 26.08.2021):	Bildungsverlage in Deutschland
https://www.conrad.de/ratgeber/multimedia/virtual-reality/vr-fuer-einsteiger.html (zuletzt aufgerufen am 31.08.2021):	VR-Technologien im Vergleich

3 Die Zielgruppen

(6) Wer wird mit dem Angebot angesprochen und wie groß ist diese Gruppe?

1. Die öffentliche Hand in Form von Kommunen, die den Schulen Ausstattung zur Verfügung stellen. In Deutschland gibt es knapp 17.000 weiterführende Schulen [vgl. Quelle 1]. Diese sind aufgrund der Altersstruktur eher für das Thema VR geeignet als Kinder in Grundschulen. Mit knapp 11 Millionen Jugendlichen in allgemeinbildenden/beruflichen Schulen [Quelle 2] ist diese Zielgruppe sicherlich die relevanteste für den Bildungsanspruch der Smart Glasses.

2. Privatpersonen, die das Produkt auf Reisen oder zur eigenen Wissensvermehrung einsetzen möchten. Hierzu zählen vor allem technikbegeisterte Personen, die bereit sind, privat für neue Technologien zu bezahlen. Auf Männer trifft dies mehr als dreimal so häufig zu wie auf Frauen [vgl. Quelle 3]. Insbesondere die Altersgruppe 18-50 Jahre ist dabei von Interesse. Sehr technikaffine Personen gehören sicherlich auch zu den "Early Adopters", sprich ein erster, engerer Kundenkreis, der für den Unternehmensstart bedeutsam ist. Denkbar ist aber auch, dass es interessierte Städte gibt, die die Sm@rt Glasses als Touristenmagnet anbieten möchten.

3. Berufsgruppen, für die Training und Weiterbildung unabdingbar sind. Ein bekanntes Beispiel stellt die Luftfahrtbranche dar, in der Simulation und virtuelle Realität eine Rolle spielen. Die weltweit über 300.000 Piloten müssen dabei regelmäßig geschult werden, sodass dies eine interessante Zielgruppe bzw. relevanter Markt für den Verlauf der Unternehmensentwicklung sein kann [vgl. Quelle 4].

(7) Welche Bedürfnisse haben die benannten Zielgruppen?

Mit Blick auf die Schulen sind vor allem die Digitalisierungswellen interessant, die bereits in Form von Smart Boards und Tablets eingetreten sind. Hier könnten sich unsere Brillen ebenfalls einreihen. Die Notwendigkeit des Themas wird in Pandemiezeiten zusätzlich verstärkt, um Schülerinnen und Schülern im Fernunterricht ein nachhaltiges Lernerlebnis bieten zu können. Das zeigt auch das gestiegene Investitionsniveau im aktuellen Bildungsbericht [vgl. Quelle 5]. Für Kommunen und Schulen sind gut funktionierende und robuste Produkte nötig, die sowohl von den Lehrkräften als auch von den Jugendlichen problemlos und zweckdienlich bedient werden können. Das bezieht sich neben der Hardware natürlich auch auf die intuitive Software.

Für alle Nutzenden, insbesondere Reisende, muss darüber hinaus ein entsprechender Komfort und eine Kompaktheit gegeben sein. Das geht auch mit einem gewissen Style einher, damit das Tragen der Brille an sich in der Öffentlichkeit nicht zu einer Hürde wird, sondern ganz im Gegenteil zum Hingucker. Zudem ist für diese Zielgruppe wichtig, dass die Daten auch offline verfügbar und die VR-Inhalte jederzeit zum Abruf gespeichert sind. Bei Berufsgruppen wie in der Luftfahrtbranche, wo die Brille zur Weiterbildung eingesetzt werden kann, ist eine Schnittstelle zu Flugsimulatoren von besonderer Bedeutung. So ist es Airlines möglich, dass ihre Pilot:innen ein gezieltes Training erfahren, das durch unsere Technologie realitätsnaher durchgeführt werden kann.

(8) Wer bezahlt für das Angebot?

Bei den oben genannten Punkten ist es besonders wichtig, zwischen Nutzer:innen (z.B. Jugendliche in der Schule oder Pilot:innen) und Kunden, die das Produkt erwerben, zu unterscheiden. Im Falle der Sm@rt Glasses bezahlen nämlich häufig nicht die Nutzer:innen selbst für das Produkt. Das trifft lediglich auf technikaffine Konsumenten zu, die sich die VR-Brille für den privaten Gebrauch oder zu Reisezwecken zulegen möchten. Für den Bildungsbereich bezahlen Schulen in Form von Kommunen, Universitäten, Arbeitgeber (z.B. Airlines) oder Ausbildungsbetriebe für das Produkt.

Insgesamt wird großes Wachstum im VR-Markt erwartet mit einer Verdopplung des Marktvolumens innerhalb der nächsten fünf Jahren [vgl. Quelle 6].

(9) Quellen Zielgruppen

Quellen Zielgruppen

Quelle	Beschreibung
https://de.statista.com/statistik/daten/studie/235954/umfrage/allgemeinbildende-schulen-in-deutschland-nach-schulart/ (zuletzt aufgerufen am 06.08.2021)	Anzahl der Schulen in Deutschland
https://de.statista.com/statistik/daten/studie/981823/umfrage/anzahl-der-schueler-an-allgemeinbildenden-schulen/ (zuletzt aufgerufen am 06.08.2021):	Statistik zur Anzahl der Schüler:innen in Deutschland
https://de.statista.com/statistik/daten/studie/828002/umfrage/umfrage-in-deutschland-zum-ausprobieren-von-neuen-technischen-geraeten/ (zuletzt aufgerufen am 06.08.2021):	Statistik zu neuen Technologien im Geschlechtervergleich
https://www.statista.com/statistics/740147/active-pilots-airline-industry/ (zuletzt aufgerufen am 06.08.2021):	Statistik zur Luftfahrtbranche
https://www.bundesregierung.de/breg-de/suche/bildungsbericht-1815898 (zuletzt aufgerufen am 06.08.2021):	Öffentliche Investitionen in digitale Bildung
https://mobility.com/blog/how-much-does-vr-development-cost/ (zuletzt aufgerufen am 27.08.2021):	Prognose Marktwachstum

4 Die Konkurrenz

(10) Konkurrenz benennen

Hardware:

VR-Brillen für den kabelgebundenen Einsatz am PC (Beispiele: Oculus Rift oder HTC VIVE Pro)

VR-Brillen für den autarken Einsatz (Beispiele: Lenovo Mirage Solo oder Panasonic VR Glasses)

VR-Brillen mit Einschub für ein Smartphone (Beispiele: Samsung Gear VR oder Google Daydream)

Software:

Softwaretreiber entsprechender VR-Brillen-Hersteller für PCs (mögliche Einsatzzwecke: Gaming oder Filme)

Einzelne VR-Software für den Bildungsbereich (Beispiele: T-Rex Skeleton Crew oder Mona Lisa Beyond the Glass)

VR in der Reisebranche (Beispiel: YouVisit)

Mixed Reality im Flugtraining (Beispiel: Bohemia Interactive Simulations)

Komplettlösungen:

Modulare Konzepte für Klassenzimmer (Beispiel: VIL, virtuelles interaktives Lernen)

Einsatz für Bildung und Industrie (Beispiel: Vuzix Blade)

(11) Stärken und Schwächen der Konkurrenz

Der Virtual Reality-Markt ist insgesamt stark auf Entertainment ausgelegt – sei es für Gaming am PC, an der Konsole oder für Filminhalte. In diesen Bereichen liegen die besonderen Stärken von Marktführern wie Oculus und HTC. Dabei liefern diese Hersteller konkurrenzfähige Preise ab ca. 350-400 Euro für den Consumer-Markt.

Im Bildungssegment hingegen ergeben sich immer mehr neue Möglichkeiten, um die VR-Technik abseits von Freizeitbeschäftigungen einzusetzen. Da die allermeisten Konkurrenten jedoch aus dem reinen Entertainment stammen, ist es eher unwahrscheinlich, dass diese in den Bildungsbereich vordringen. Genau hier besteht die Stärke der Sm@rt Glasses, das Marktpotential einer wachsenden digitalen Bildung auszunutzen. Bisher gibt es dafür

Angebote, mithilfe von VR-Wägen eine Schulklasse auszustatten [vgl. Quelle 5]. Hier fehlt jedoch unser hybrider Bildungsansatz (siehe Feld 4) und die Möglichkeit für weitere Zielgruppen wie Reisende oder zu beruflichen Zwecken.

(12) Quellen: Die Konkurrenz

Quellenangaben: Die Konkurrenz

Quelle	Beschreibung
https://www.aniwaa.com/guide/vr-ar/types-of-vr-headsets/ (zuletzt aufgerufen am 06.08.2021):	Unterschiedliche VR-Brillen und -Einsatzbereiche
https://www.immersivelearning.news/2019/12/24/top-10-vr-education-apps-of-2019/ (zuletzt aufgerufen am 06.08.2021):	Beispiele für bestehende VR-Software im Bildungsbereich
https://frontrowsociety.net/reisen_vr_virtual_reality/ (zuletzt aufgerufen am 06.08.2021):	VR in der Reisebranche
https://bisimulations.com/company/customer-showcase/mixed-reality-flight-training (zuletzt aufgerufen am 06.08.2021):	Flugtraining per MR-Technologie
https://www.vil.schule/ (zuletzt aufgerufen am 26.08.2021):	Modulares Konzept für Klassenräume
https://www.caseking.de/htc-vive-cosmos-virtual-reality-headset-gavr-076.html (zuletzt aufgerufen am 26.08.2021):	Gaming-VR-Brille für 399 Euro im Verkauf
https://www.vuzix.com/products/blade-smart-glasses-upgraded (zuletzt aufgerufen am 31.08.2021):	Komplettlösung Vuzix Blade

5 Das Marketing

(13) USP - Das Alleinstellungsmerkmal

Der USP unseres Angebots liegt in dem klaren Fokus auf das Einsatzgebiet Bildung. Wir schaffen mit unserer Brille und Software ein Angebot, das auf den Einsatz in Schulen im deutschsprachigen Raum maßgeschneidert ist, indem wir eine altersgerechte, technisch einfache Bedienung ermöglichen, Lerninhalte ansprechend digitalisieren und in Kooperation mit Verlagen treten. Durch diese kann eine Verknüpfung mit bestehenden Lehrmethoden geschaffen werden, wie durch die angesprochene Integration unserer QR-Codes in die Schulbücher.

Im Vergleich zu bisherigen Lerninstrumenten bietet unser Angebot eine weit eindrücklichere Erfahrung, da die Sm@rt Glasses Lehrinhalte erlebbar machen. Dies hat sowohl einen größeren Lerneffekt als auch mehr Freude am Lernen zur Folge.

Die Erfahrungen, die wir hier im Bildungsbereich sammeln, nutzen wir, um auch im Segment 'Weiterbildung' Arbeitgebern passende Lösungen anzubieten.

Im Markt der Reiseführer hat bisher keine andere smarte Brille eine marktbeherrschende Position erlangt. Mit unserer leistungsstarken und dennoch optisch unauffälligen Brille sowie modern aufb

(14) Werbemaßnahmen

Bildung: Wir präsentieren die Sm@rt Glasses auf fachspezifischen Veranstaltungen, vor allem Messen zu den Themen Bildung und New Learning. Beispiele sind die Didacta oder die LearnTec.

Wir gestalten außerdem eine Info-Broschüre, in der wir unser Angebot vorstellen. Diese senden wir per Post an Ministerien, Stadtverwaltungen und weiterführende Schulen (Bildung) sowie IHKs und Verbände (Ausbildung).

Als digitalen Anlaufpunkt bieten wir eine Website, auf der wir unser Angebot vorstellen. Zudem bieten wir kostenlose Web-Seminare an, in der wir die Nutzung erläutern, sowie Schulungsvideos auf YouTube.

Die Zielgruppe der Reisenden versuchen wir mit passenden Inhalten abzuholen, wie Travel-Videos auf Youtube oder Reisebilder auf Social Media-Kanälen. Wir möchten gezielt mit Travel-Bloggern zusammenarbeiten, denen wir unsere Brille zur Verfügung stellen, damit sie auf ihren Kanälen über sie berichten.

Als weitere Kontaktpunkte haben wir Buchungsportale und Messen zum Thema Reisen ausgemacht.

(15) Vertriebsmaßnahmen

Die Brille kann über unsere Website online bestellt werden. Für Endkund:innen ist dies ein klassischer Online-Shop, für Institutionen und Schulen gibt es einen separaten Bereich, über den Interessierte eine Anfrage an uns stellen können und wir ein entsprechendes Angebot unterbreiten, mit Berücksichtigung von Staffelpreisen bei größeren Bestellmengen.

Zusätzlich zum reinen Produktpreis bieten wir eine Jahreslizenz an, die User-Schulungen, Beratung, regelmäßige Software-Updates und Wartungen beinhaltet.

6 Die Finanzierung

(16) Ausgaben durch einmalige Investitionen zum Start des Unternehmens

Bezeichnung	Betrag (Euro)	Beschreibung
Angebotsentwicklung	1.000.000,00 EUR	Die marktreife Entwicklung ist der zentrale Kern unseres Produkts. Diese besteht aus konstruktions- und und softwarerelevanten Elementen. Letzterer Anteil entspricht dabei bis zu 30% [vgl. Quelle 1].
Materielle Betriebsmittel	60.000,00 EUR	2.500 Euro pro Arbeitsplatz (Schreibtisch, PC etc.) bei 20 Mitarbeitenden sowie 10.000 Euro sonstige Ausstattung (Küche, Sozialraum etc.).
Materielle Betriebsmittel	200.000,00 EUR	Erstausstattung für spezielle Arbeitsplätze wie die Elektrotechnik und die Versandabteilung.
Immaterielle Betriebsmittel	850,00 EUR	Anmeldung einer europäischen Handelsmarke.
Gründungskosten	26.000,00 EUR	Gründung einer GmbH (1.000 Euro administrative Kosten) mit 25.000 Euro Mindest-Stammkapital.
Sonstiges	25.000,00 EUR	Aufbau eines Online-Shops.
Summe	1.311.850,00 EUR	

(17) Quellenangaben: Startinvestitionen

Quellenangaben: Startinvestitionen

Quelle	Beschreibung
https://medium.com/@virtualrealityoncloud/virtual-reality-application-development-cost-2019-7a203ba56230 (zuletzt aufgerufen am 27.08.2021):	Entwicklungskosten einer VR-Software
https://www.t4.ai/industry/semiconductor-market-share (zuletzt aufgerufen am 26.08.2021):	Verteilung von Herstellern im Chip-Markt
https://www.breuerlehmann.de/kosten-markenanmeldung/ (zuletzt aufgerufen am 27.08.2021):	Kosten einer Markeneintragung
https://va-ra.com/gruendungskosten-bei-gmbh-und-ug-wer-zahlt-was/ (zuletzt aufgerufen am 27.08.2021):	Gründungskosten
https://resources.altium.com/p/kitting-out-electronics-lab-scratch (zuletzt aufgerufen am 30.08.2021):	Grundausrüstung eines elektrotechnischen Labors
https://www.eikoon.de/was-kostet-ein-onlineshop/ (zuletzt aufgerufen am 30.08.2021):	Aufbau eines Online-Shops

(18) Finanzierung der Gründungskosten

- Eigenkapital/Ersparnisse
- Crowdfunding
- Investor:in
- Bank
- Förderkredit

Begründet warum ihr diese Finanzierungsmethode(n) nutzen möchtet:

Wie in Feld 16 aufgeführt, sind für die Sm@rt Glasses zunächst höhere Produktentwicklungskosten nötig. Diese sollen durch eine Kombination aus Investor und Förderkredit abgedeckt werden. Von ersterem erhoffen wir uns neben der Startfinanzierung gute Connections in die internationale Technologie-Branche, sodass z.B. durch Erfahrungen in der Produktion ein weiterer Mehrwert entsteht und Fehler vermieden werden können. Darüber hinaus sind Förderkredite für uns insofern interessant, da durch unseren digitalen Bildungsanspruch eine öffentliche Förderung wahrscheinlicher ist als bei einem Produkt, das ausschließlich für den Consumer-Markt bestimmt ist. Ein Beispiel ist "Digital Jetzt" vom Bundesministerium für Wirtschaft, womit Firmen angeregt werden sollen, mehr in digitale Technologien zu investieren.

(19) Laufende Kosten im Geschäftsbetrieb

Bezeichnung	Betrag (Euro)	Beschreibung
Arbeit- und Produktionsstätten	30.000,00 EUR	500 Quadratmeter Fläche (5 Euro je Quadratmeter) zur Lagerung, Verpackung sowie Büro inkl. Produktentwicklung und elektrotechnischer Werkstatt.
Personal	250.000,00 EUR	5 Softwareentwickler:innen für die VR-Inhalte (je 50.000 Euro Jahresgehalt)
Personal	225.000,00 EUR	5 Elektrotechniker:innen (je 45.000 Euro Jahresgehalt)
Personal	200.000,00 EUR	5 Mitarbeiter:innen für Marketing, Vertrieb Öffentlichkeitsarbeit (je 40.000 Euro Jahresgehalt)
Personal	80.000,00 EUR	2 Mitarbeiter:innen für Buchhaltung, Personal und Organisation (je 40.000 Euro Jahresgehalt)
Personal	90.000,00 EUR	3 Mitarbeiter:innen für Lager und Logistik (je 30.000 Euro Jahresgehalt)
Personal	55.000,00 EUR	1 Geschäftsführender (55.000 Euro Jahresgehalt)
Rohstoffe und Bauteile	1.912.500,00 EUR	Die Teilekosten basieren auf Konkurrenzprodukten [siehe Quelle 5]. Hier wird von 200 Euro pro VR-Brille ausgegangen. Wir setzen hierfür 250 Euro an aufgrund kleinerer Mengen in der Produktion.
Aufträge und Dienstleistungen	210.000,00 EUR	Lizenzierungskosten für den Patentinhaber Oculus. Marktüblich sind etwa 5% des Umsatzes [vgl. Quelle 3]. Als Orientierung dienen die Umsätze aus Feld 21.
Forschung und Entwicklung	330.000,00 EUR	Jährlich wird die Hardware weiterentwickelt und neue Software-Inhalte erstellt. Als Richtwert dient ein Drittel der ursprünglichen Produktentwicklungskosten.

Bezeichnung	Betrag (Euro)	Beschreibung
Logistik	38.250,00 EUR	Für Verpackung, Versand etc. wird pro Produkt von 5 Euro ausgegangen. Tendenziell ist dieser Betrag niedriger, da an Schulen nicht stückweise verkauft wird, sondern per größerer Lieferung.
Vertrieb	7.500,00 EUR	Administration des Online-Vertriebs. Hierfür werden jährlich 30% der ursprünglichen Kosten angesetzt (siehe Feld 17).
Werbung	425.000,00 EUR	Es werden ca. 10% des Umsatzes angesetzt.
Verwaltungskosten	23.000,00 EUR	Zahlungsdienstleistungen im Online-Shop. Beispiel PayPal anhand der externen, nicht-schulischen Verkäufe (siehe Feld 21).
Sonstiges	210.000,00 EUR	Beteiligung des Investors. Es werden ca. 5% des Umsatzes angesetzt.
Sonstiges	27.600,00 EUR	Ausgaben für Mitarbeiter:innen-Verpflegung (Obstkisten, Getränke etc.). 5 Euro pro beschäftigter Person für hochgerechnet 23 Arbeitstage im Monat bei 20 Beschäftigten.
Summe	4.113.850,00 EUR	

(20) Quellenangaben: Laufende Kosten

Quellenangaben: Laufende Kosten

Quelle	Beschreibung
https://www.logistik-watchblog.de/heute/1430-industrieimmobilien-index-miete-logistikhallen-hoch.html (zuletzt aufgerufen am 27.08.2021)	Mietpreise für Hallen
https://www.haufe.de/finance/haufe-finance-office-premium/patent-und-lizenzkosten-5-wodurch-entstehen-lizenzkosten_idesk_P120354_H1727631.html#:~:text=Die%20H%C3%B6he%20des%20Prozentsatzes%20H%C3%A4ng	Laufende Lizenzkosten
https://patents.google.com/patent/USD7012065/en (zuletzt aufgerufen am 27.08.2021)	
https://tinyurl.com/4rzv9sn3 (zuletzt aufgerufen am 27.08.2021)	Laufende Lizenzkosten
https://www.merkur.de/leben/karriere/gehalt-nach-beruf-beliebte-jobs-vergleich-zr-9908515.html (zuletzt aufgerufen am 30.08.2021)	Gehälter nach Beruf
https://patents.google.com/patent/USD7012065/en (zuletzt aufgerufen am 27.08.2021)	Patent für gängige VR-Brillen
https://www.roadtovr.com/oculus-ift-components-cost-around-200-new-teardown-suggests/ (zuletzt aufgerufen am 30.08.2021)	Produktionskosten einzelner Bauteile einer VR-Brille
https://www.paketda.de/paketdienste-vergleich.php (zuletzt aufgerufen am 30.08.2021)	Versandkosten
https://www.fuer-gruender.de/wissen/existenzgruendung-planen/marketingmix/marketingbudget/ (zuletzt aufgerufen am 30.08.2021)	Marketing-Budget
https://www.pcwelt.de/la/diese-gebuehren-werden-bei-der-paypal-nutzung-faellig.3387410 (zuletzt aufgerufen am 30.08.2021)	Zahlungsdienstleistungen am Beispiel PayPal

(21) Einnahmen und Umsatz im dritten Geschäftsjahr

Einnahmequelle	Beschreibung	Absatz	Preis pro Einheit	Umsatz
Verkauf von Sm@rt Glasses	Staffelpreis durch Abnahmemengen in größeren Sets an Schulen	5100	549	2799900
Verkauf von Sm@rt Glasses	Verkäufe an private Personen oder für Schulungszwecke an Unternehmen zum regulären Preis	2550	579	1476450
Gebühren	Lizenzen für Support, Wartung etc.	765	149	113985

Beschreibung Preis und Absatz:

Die Berechnung der Einnahmen im dritten Geschäftsjahr basieren auf der Grundlage, dass 1% aller weiterführenden Schulen in Deutschland (170) lediglich einen Satz in typischer Klassenstärke (30 Stück) zu einem vergünstigten Staffelpreis von 549 Euro abnehmen. Das ist eine sehr konservative Rechnung die zeigt, dass ein Marktpotential im Bildungsbereich groß ist. Ein weiteres Ziel ist es, die Hälfte der Verkäufe, die an Schulen gehen, mit der sekundären Zielgruppen (private Personen und Unternehmen zu Schulungszwecken) zu erreichen. Hier kommt der reguläre Verkaufspreis von 579 Euro zum Einsatz, weil die bei diesen Kundenkreis deutlich mehr Einzelkäufe zu erwarten sind. Bei den Lizenzgebühren wird davon ausgegangen, dass 15% aller Kunden diesen Service in Höhe von 199 Euro pro Jahr in Anspruch nehmen. Auch dies ist eine konservative Rechnung, da mit Blick auf einen reibungslosen Einsatz insbesondere in Schulen und bei Firmen von einer hohen Supportbereitschaft auszugehen ist im Vergleich zu privaten Kund:innen.

7 Die Zukunftsziele

(22) Ökologische Nachhaltigkeit

Beim Material unserer Brille (Gestell) setzen wir zum Teil auf biologisch abbaubare Kunststoffe aus Polymeren, die durch Mikroorganismen zersetzt werden können. In Sachen Lebensdauer unserer Produkte ist unser Motto: „Care and Repair“. Das bedeutet, durch qualitativ hochwertige Materialien und Verarbeitungsprozesse möchten wir eine möglichst lange Produktlebensdauer erreichen. Für weniger gravierende Störungen und Fehler legen wir unseren Produkten ausführliche Reparaturanleitungen bei.

(23) Ökonomische Nachhaltigkeit

Wir wollen den Fortbestand unseres Unternehmens sichern, indem wir Gewinne in seine Weiterentwicklung reinvestieren.

Dies betrifft einerseits die Technologie der Mixed Reality, die noch viel Entwicklungspotential enthält. Um immer die aktuellsten Trends der Branche auf dem Schirm zu haben, führen wir ein strategisches Trend-Monitoring ein, das regelmäßig öffentliche Quellen - wie Fachpublikationen, Patentanmeldungen, Branchen-News - sondiert und aufbauende Analysen ermöglicht. Aufbauend möchten wir inhouse sowie in Kooperation mit Forschungspartnern an aussichtsreichen Trends forschen und technologische

Entwicklungen bei Marktreife in unsere Produkte integrieren.
Aber auch unsere Mitarbeiter:innen wollen wir weiterentwickeln, in dem wir ihnen ein internes Schulungsprogramm anbieten.

(24) Soziale Nachhaltigkeit

Auch wenn das neue Lieferkettengesetz (geltend ab 2023) zunächst nur für sehr große Firmen mit mehr als 3.000 Beschäftigten gilt, möchten wir uns mit den Sm@rt Glasses freiwillig zu sozialer Verantwortung verpflichten. Ein zentrales Ziel ist dabei einen Direkthandel mit den Produzenten durchzusetzen. Dadurch kann, anders als bei einer sehr langen Liste an Produzenten und Zwischenhändlern, einfacher kontrolliert und ausgeschlossen werden, dass es entlang der Lieferkette zu sozialen Verletzungen kommt. Darüber hinaus soll unternehmensintern ein flexibles Arbeitsmodell für Mitarbeitende entstehen. Dazu gehören beispielsweise individuelle Arbeitszeiten, Möglichkeiten zum Home Office und eine betriebliche Gesundheitsvorsorge wie Ernährungsangebote.

(25) Die Vision

Mit den Sm@rt Glasses möchten wir die Bildung ins digitale Zeitalter bringen, um Schüler:innen ein modernes Lernerlebnis zu verschaffen.