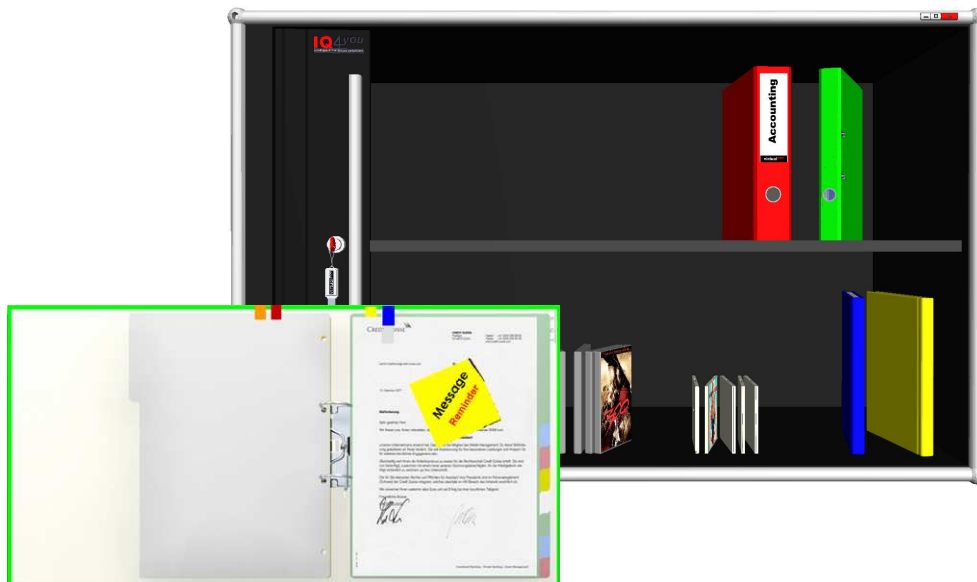


Businessplan

Planjahre 2010-2015

Version: 1.2.2 Final
Datum: 01.11.2010
Autor: Marc Maurer

Projekt: virtualDMAS
(virtuelles Dokumenten Management- und Archivierungs-System)



Innovatives Dokumenten Management- und Archivierungs-System mit neuartiger, intuitiver Bedienung für Privatpersonen, Auszubildende, Klein- und Mittlere Unternehmen.

Empfänger:
Raiffeisenbank
z.H. Hr. Gabriel Wey
Kundenberater
Geschäftsstelle Root
☎ 041 226 20 00
✉ gabriel.vey@raiffeisen.ch

Inhaltsverzeichnis

Management Summary	4
1. Unternehmung	6
1.1. Unternehmensziele	6
1.2. Vision	6
1.3. Strategie	6
1.4. Rechtsform	6
1.5. Unternehmensleitbild.....	6
1.6. Unternehmensorganisation	7
1.7. Personalentwicklung	7
1.8. Ergebnisse und Aufwände per Oktober 2010	7
1.8.1. Ergebnisse	7
1.8.2. Aufwand geleistet	7
2. Produktidee / Marktleistung	8
2.1. Produktidee	8
2.2. Marktleistung	8
2.2.1. myDataStorage Basis Applikation:	9
2.2.2. myDataStorage USB-Stick Applikation.....	9
2.2.3. Internet Access.....	9
2.2.4. Mobile Access	10
2.3. Produkte-Portfolio.....	10
2.4. Zusatz-Services.....	10
2.5. Produkteschutz.....	10
2.6. Patentschutz.....	10
2.7. Entwicklung	11
2.7.1. Produktentwicklung myDataStorage	11
2.7.2. High Level Meilensteine Produkt-Entwicklung.....	12
2.7.3. Entwicklungskosten in CHF	12
2.8. Umweltfaktor	12
2.9. Partner Software Entwicklung	12
3. Märkte	13
3.1. Analyse Kundenbedürfnisse.....	13
3.2. Marktbeurteilung.....	13
3.3. Wettbewerbsvorteil	13
3.4. Zielmärkte/Markteintritt	13
3.5. Zielgruppen	14
3.5.1. Privatpersonen, Familien.....	14
3.5.2. Schüler, Studenten und Auszubildende.....	14
3.5.3. KMU	14
3.6. Stückzahlen in den nächsten 5 Jahren	14
3.6.1. Geplante Stückzahlen „realistic case“	14
3.6.2. Geplante Stückzahlen „optimistic case“.....	15
3.6.3. Geplante Stückzahlen „pessimistic case“.....	15
3.7. Erfolgsfaktoren von myDataStorage	15
3.8. Stärken/Schwächen und Chancen/Gefahren Analyse.....	16
4. Konkurrenz.....	17
4.1. Die 6 engsten Konkurrenten im Bezug auf Funktionalität, Preis und Leistung	17
4.2. Die 6 grössten Marktdominatoren im High End Bereich	17
5. Marketing/Umsetzung im Markt	18
5.1. Marktsegmentierung.....	18
5.2. Marktleistung (Product)	18
5.3. Leistungsgestaltung (Price).....	18
5.3.1. Return on Investment	19
5.4. Verkauf (Place).....	20
5.4.1. Distribution	20
5.5. Werbung (Promotion)	20
5.6. Marketingkosten in CHF	20
5.7. Markteinführung	20
5.8. Pilot.....	21
5.9. Partner Marketing.....	21
6. Standort/Logistik/Administration.....	22

6.1.	Domizil.....	22
6.2.	Logistik/Administration	22
6.2.1.	Administration.....	22
6.2.2.	Informatikstrategie.....	22
6.2.3.	Steuern.....	22
7.	Organisation/Management	23
7.1.	Management/Geschäftsleitung	23
7.2.	Externe Berater	23
7.2.1.	Finanzplanung.....	23
7.2.2.	Patentanwalt.....	23
7.2.3.	Partner 3D Modellierung.....	23
8.	Risikoanalyse.....	24
8.1.	Übersicht Risiken	24
8.2.	Top 3 Risiken	24
8.2.1.	Massnahmen zu den Top 3 Risiken	25
8.2.2.	Massnahmen zu den weiteren Risiken	25
9.	Finanzplanung	26
9.1.	Analyse Kapitalbedarf in CHF	26
9.1.1.	Auswirkung bei Verzögerung bei der Produkteinführung Juni 2011	26
9.2.	Finanzplan „realistic case“	26
9.2.1.	Plan-Bilanz	27
9.2.2.	Plan-Erfolgsrechnung.....	28
9.2.3.	Plan-Kapitalflussrechnung.....	29
9.2.4.	Liquiditätsplan	30
9.3.	optimistic case.....	31
9.4.	pessimistic case	31
10.	Finanzierung	32
10.1.	Kapitalbedarf	32
10.2.	Rückzahlung des Darlehens/Kredit.....	32
Appendix I - Vorstellung Geschäftsführer		34
Appendix II - Handelsregistrauszug IQ4you GmbH		35

Copyright und Urheberrechte an der Idee, dessen Umsetzung sowie des daraus entstehenden Produkte sind bei:

IQ4you GmbH
Technopark® Luzern
D4 Platz 4
6039 Root Längenbold
Schweiz



Patentierungsverfahren für das myDataStorage System in Vorbereitung.

"Es kommt nicht darauf an, die richtigen Dinge zu tun, es kommt vor allem darauf an, die Dinge richtig zu tun...!"

Prof. Dr. Klaus Landfried
dt. Politikwissenschaftler, geb. 1941

Projektname:	virtualDMAS
Produktname:	myDataStorage (Arbeitstitel)
Produktsegment:	Software - Dokumenten Management- und Archivierungssysteme
Herausragende Eigenschaften:	Verblüffend einfache und intuitive Nutzung des Produktes im täglichen Leben. Virtuelle Darstellung der realen Welt auf dem Bildschirm mittels 3D Objekten. Grosses Potenzial für Erweiterungen und zusätzlichen Funktionen.
Markteinführung:	3. Quartal 2011

Sinn und Zweck des Dokuments: Dieses Dokument dient dazu, alle relevanten Informationen welche zur reibungslosen Projektabwicklung und erfolgreichen Markteinführung des Produkt **myDataStorage** nötig sind, aufzuzeigen.

Finanzierungsantrag: Aufgrund der detaillierten Finanzanalyse wird ein Darlehen von CHF **295'000** benötigt um das Produkt gemäss Projekt- und Finanzplan zu realisieren. Ziel ist es, das Darlehen innerhalb von 4-6 Jahren zurückzuzahlen. Die Erreichung des Ziels ist anhand der fundierten Informationen aus dem Finanzplan realistisch.

Annahmen: Der Businessplan basiert auf drei unterschiedlichen Szenarien: realistic-, optimistic- und pessimistic case. Falls nicht explizit erwähnt, beziehen sich die Angaben im Businessplan immer auf den „realistic case“.

Partner:

- QA-Power, Ukraine, Software Entwicklung
- BDO AG, Zürich, Finanzplanung
- marconex AG, Zürich, Marketing
- Felber&Partner, Zürich, Patentanwalt
- Loccoz GmbH, Seengen, 3D Modelle

IQ4you GmbH: Die Firma wurde am 25. Oktober 2010 gegründet und im Handelsregister des Kanton Luzern eingetragen. Gründer und Geschäftsführer ist Marc Maurer. Die bis Heute erbrachten Leistungen wie Konzeption, Erstellung der 3D Modelle, Spezifikation der Funktionalität sowie die Erstellung der Prototypen belaufen sich auf CHF. 33'500. Die Absicht ist, bis 2015 vier weitere Mitarbeiter in den Bereichen Software Entwicklung, Marketing und Verkauf zu rekrutieren. Ist der Erfolg durchschlagender als geplant, werden entsprechend weitere Mitarbeiter eingestellt. Das Domizil des Unternehmens befindet sich im Technopark® Luzern.

Ausgangslage: Die treibende Kraft für das Produkt ist die wachsende Flut an Informationen. Verschiedenartige Informationen in Papierform per Post aber auch digital via E-Mail müssen täglich verarbeitet, geordnet, abgelegt und archiviert werden. In diese Kategorie gehören auch Daten wie Musik (mp3), Videos, Fotos, Kalendereinträge, eBooks und selber erstellte Dokumente und Tabellen. Die Herausforderung dabei ist, die Daten nicht nur zuverlässig zu speichern oder in Papierform in diversen Ordner abzulegen, sondern diese auch jederzeit bei Bedarf rasch wieder zu finden. Weiter ist es in der heutigen Zeit auch oft nötig z.B. im Büro, im Zug oder auf Reisen in fernen Länder, via Mobile Phone oder Internet unkompliziert auf die Daten zugreifen zu können. Ideal wäre auch von unterwegs Fotos, Dokumente oder Notizen auf den Computer zuhause zu übertragen. Auf dem Markt gibt es bereits seit vielen Jahren Systeme zur Dokumentenverwaltung, diese sind meist sehr teuer, eher für Mittlere bis Grossfirmen konzipiert und ohne Schulung nur sehr schwer nutzbar.

Produktidee: Ein virtuelles Dokumenten Management- und Archivierungssystem (DMAS) zu entwickeln welches vom Schüler bis zum Rentner, Anwälte, Ärzte aber auch Kleinunternehmen bis ca. 50 Angestellte, mit minimaler Einarbeitungszeit genutzt werden kann. Die Idee ist es, gewohnte und bekannte Abläufe, mittels der heutigen, modernen Informations- Technologie, virtuell in ein Software Produkt zu transferieren. Für die Benutzung der Software werden nur rudimentäre Computer Kenntnisse vorausgesetzt. Die ganze Bedienung durch den Anwender muss pragmatisch, intuitiv und ohne grosse Einarbeitungszeit möglich sein. Um das Produkt **myDataStorage** zu schützen, wird das Verfahren zur Patentierung weiterverfolgt.

myDataStorage setzt sich aus 4 Komponenten zusammen.

- **Basis Applikation** - Software welche auf einem stationären Computer oder Laptop installiert wird.
- **USB-Stick Applikation** - Ermöglicht mobile Nutzung der Ordner, Notiz- und Fotobücher via USB-Stick
- **Internet Access** - Zugriff und speichern von Daten via Internet Browser
- **Mobile Access** - Datenzugriff von einem iPhone/iPad oder Personal Digital Assistent (PDA)

Unique Selling Proposition (USP): Das Produkt **myDataStorage** differenziert sich unverkennbar durch folgende Merkmale. Neuartige, einfache und intuitive Bedienung des Software Produkts. Alle nötigen Funktionen wie Backup, Verschlüsselung, Versionierung der Dokumente und Aktualisierung des Produktes, welche zur sicheren Benutzung des Produktes beitragen, werden im Hintergrund durch das Produkt, ohne Eingriff des Benutzers, sichergestellt. Das Produkt zeichnet sich durch unkomplizierte, schnelle und selbsterklärende Abläufe aus, wie man es aus dem täglichen Leben gewohnt ist. Daraus resultiert eine vernachlässigbare Einarbeitungszeit oder Studium der Bedienungsanleitung. Der Transport und die mobile Verfügbarkeit der Daten ist durch eine innovative Lösung via USB-Stick, Internet oder z.B. iPhone in das Produkt integriert. Die Synchronisation zwischen den verschiedenen Medien erfolgt automatisch und lückenlos. Die Verwaltung und Organisation von digitalen Daten oder eingescannten Dokumente wird durch das Produkt verblüffend einfach. Durch die Verwendung von Zertifikaten (z.B. SwissID) können PDF-A Dokumente erzeugt werden, welche durch einen digitalen Fingerabdruck unveränderbar werden. Weiter wird das Produkt die Anforderungen an die Aufbewahrungsfristen von Geschäftsdokumenten gem. Art. 957- 963 OR abdecken, welche für KMUs relevant sind. Das Produkt kann unter verschiedenen Betriebssystemen eingesetzt werden. Zum Start wird das Produkt für Windows und Mac verfügbar sein. Es gibt zurzeit kein vergleichbares Produkt auf dem Markt.

Absatzmärkte: Bei der Lancierung des Produktes **myDataStorage** steht primär der private Benutzer im Zentrum, welcher seine Daten strukturiert, sicher und wieder auffindbar organisieren will. Der sekundäre Markt umfasst Klein- und Mittlere Unternehmen mit einer Mitarbeiterzahl zwischen 1 bis 50.

Ein weiteres Ziel ist es, eine öffentliche Organisation wie z.B. eine Schule als Pilot Projekt zu gewinnen.

In der Einführungsphase wird das Produkt in der Schweiz, Deutschland und Österreich angeboten. Zu Beginn des Markteintritts konzentrieren sich die Werbeaktivitäten hauptsächlich auf die Schweiz. Das Produkt wird nach der Konsolidierungsphase weltweit vertrieben. Die Stückzahlen sind im ersten Jahr mit 390 Stück festgelegt, mit denen einen Umsatz von CHF 70'000 erreicht wird. Im fünften Jahr wird die Stückzahl auf 6000 Einheiten geschätzt. Der Umsatz erhöht sich am Ende der Planungsperiode auf CHF 1'350'000.

Marketing: Um **myDataStorage** im Markt bekannt zu machen werden Aktivitäten im Bereich Anwenderstory (Presstext), Fachberichte in Zeitschriften, Inserate in den Tageszeitungen und Google AdWords eingeleitet. Da der Kunde das Produkt hauptsächlich über die visuellen Attribute wahrnimmt, wird ein TV-Spot in den lokalen Fernseh-Stationen als vorbehaltener Entschluss definiert. In das Marketing werden CHF 145'000 investiert.

Umsetzung: Anhand eines einfachen Prototyps konnten bereits wichtige Erkenntnisse gewonnen werden. Der Prototyp wurde „Nearshore“ in der Ukraine entwickelt, dies aus dem Grund der doch markant tieferen Stundenansätze. Durch den Prototyp konnten die technischen Anforderungen an das Produkt schon sehr genau definiert werden. Das Produkt wird in C++ entwickelt. Als Datenbank wird eine Open Source Produkt eingesetzt, dadurch entfallen mögliche Lizenzkosten gegenüber Dritten. Mit dem Prototyp konnte auch bereits ein Eindruck über das „Look an Feel“ des zukünftigen Produkts vermittelt werden. Das Produkt wird im dritten Quartal 2011 eingeführt. Die Software Entwicklungskosten belaufen sich auf CHF 125'000.

Verkauf/Distribution: Das Produkt **myDataStorage** wird über Software Distributoren in den Fachmärkten angeboten. Über einen eigenen Web-Shop kann das Produkt nach Bezahlung, online heruntergeladen werden. Um eine rasch eine grosse Verbreitung zu erreichen, wird ein Bundling mit grossen Drucker und Scanner Hersteller angestrebt.

Weiterentwicklung: In diversen Brainstormings wurden eine Vielzahl von neuen Funktionen gesammelt, die in zukünftige Versionen einfließen werden. Das Produkt wird laufend weiterentwickelt um eine konstante, nachhaltige Marktleistung anbieten zu können.

Erfolgsfaktoren:

- Effiziente und schlanke Organisation von IQ4you GmbH
- Produkt **myDataStorage** differenziert sich klar von der Konkurrenz
- Innovatives Produkt mit grossem Potenzial für weitere Versionen/Funktionen
- Intuitive und pragmatische Bedienung
- Es gibt kein vergleichbares Produkt auf dem Markt
- Die Resultate der Befragungen zeigen ein sehr positives Feedback

1. Unternehmung

1.1. Unternehmensziele

- Ziel des Unternehmens ist es, die innovative Geschäftsidee im Bereich Dokumenten Management- und Archivierungssystem in ein marktfähiges Produkt zu transferieren. Dies unter Berücksichtigung der Kundenbedürfnisse, Marktpotenziale, Kosten und Risiken.
- Sämtliche Darlehen in vier bis sechs Jahren zurückzuzahlen.
- Bis 2015 mindestens vier zusätzliche Mitarbeiter einstellen.

1.2. Vision

Vision des Unternehmen ist es, ein Dokumentenverwaltungs- und Archivierungs- System für jedermann zu entwickeln. Das Produkt muss viele nützliche Funktionen haben, jedoch einfach, sicher und intuitiv bedienbar sein, sodass ein unerfahrener Anwender es problemlos bedienen kann. Beim Anwender muss ein „Wow“-Erlebnis entstehen und er wird Spass haben, mit dem Produkt zu arbeiten.

1.3. Strategie

Die Strategie des Unternehmens ist, Wissen von externen Dienstleistern einzukaufen um zeitnah (Time to market) ein Produkt am Markt anbieten zu können. In einem Zeithorizont von drei Jahren wird das gesamte Know-how auf Unternehmenseigene Mitarbeiter übertragen.

Die strategische Ausrichtung des Unternehmens ist, das Produkt laufend weiter zu entwickeln, zusätzliche Services anzubieten, mit dem Ziel, langfristige Kundenbindungen aufzubauen und eine nachhaltige, dauerhafte Marktleistung zu erbringen.

1.4. Rechtsform

Rechtsform	Gründungsdatum	Status
Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)	25.10.2010	gegründet (Handelsregisterauszug im Appendix II)
Geschäftsführer: Marc Maurer (Lebenslauf mit Referenzen im Appendix I)		

Tabelle 1: Rechtsform

1.5. Unternehmensleitbild

Motivierte Mitarbeiter, Innovation, Flexibilität und Effizienz bilden die vier Säulen des Unternehmens.

Das Unternehmen wird sich durch eine flache Hierarchie, schlanke Organisation und kurze Kommunikationswege auszeichnen.

Jeder Mitarbeiter hat die Möglichkeit, entsprechend seinen Leistungen, am Erfolg des Unternehmens direkt zu partizipieren.

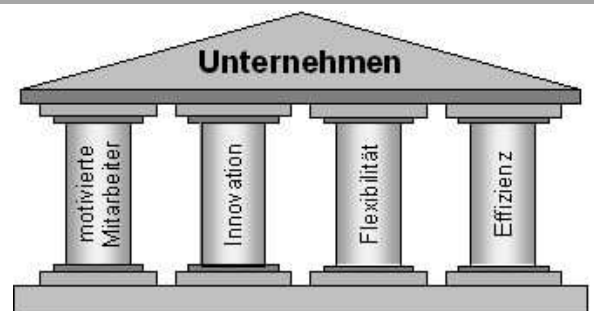


Abbildung 1: Die Säulen des Unternehmens

1.6. Unternehmensorganisation

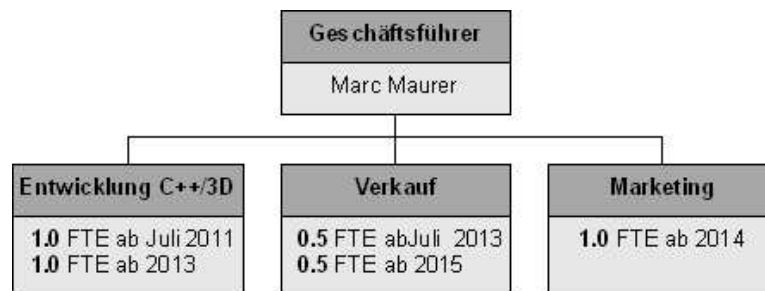


Abbildung 2: Organigramm

1.7. Personalentwicklung

Juli 2011:	Einstellung eines C++ Software Entwicklers (100%)
Januar 2013:	Einstellung eines C++ Software Entwicklers (100%)
Juli 2013:	Einstellung Mitarbeiter/in Aussendienst Verkauf (50%)
Januar 2014:	Einstellung eines Marketingmitarbeiters (100%)
Januar 2015:	Erhöhung Mitarbeiter/in Aussendienst Verkauf auf 100%

1.8. Ergebnisse und Aufwände per Oktober 2010

1.8.1. Ergebnisse

- 3D Modelle sind erstellt.
- Prototype Basis-Applikation erstellt
- Prototype USB-Stick Applikation erstellt
- Projektplan (Appendix III)
- Entwicklungsvorgehen (Meilensteine, Quality Gates, Deliveries, Business- Iterationen, Tests und Abnahmen)
- Spezifikation Business Iteration BI-01-2010, Phase 1
- Spezifikation Business Iteration BI-02-2010, Phase 2
- Grobkonzept/Storrybook
- Erste Lieferung Business Iteration 1 (Software Entwicklung USB-Stick Applikation)

1.8.2. Aufwand geleistet

Zeitaufwand:

- Konzepte, Projektplanung, Spezifikationen, Prototypen, 3D Modelle, Businessplan

Total Zeitaufwand: 320 h

Finanzaufwand:

- Kosten Entwicklung Prototyp: CHF 6000 (QA-Power, Ukraine)
- Kosten Patentabklärungen: CHF 500
- Gründungskosten GmbH/Domizil: CHF 2'000
- Stammkapitel GmbH: CHF 20'000
- Business Iteration 1: CHF 5'000

Total Finanzaufwand: CHF 33'500



Der Start zur Entwicklung des Produktes wurde am 1. Oktober 2010 durch die Geschäftsleitung eingeleitet.

2. Produktidee / Marktleistung

2.1. Produktidee

"Nichts ist so mächtig wie eine Idee, deren Zeit gekommen ist."

Victor-Marie Hugo
franz. Schriftsteller 1802-1885

Auslöser zur **Produktidee** war die mittlerweile unüberschaubare Papier-, Daten- und Mailflut im privaten Bereich. Die Lösung wäre ein einfach zu bedienendes Software Produkt, welches ohne grosse Computerkenntnisse nutzbar ist. Aus dieser Problemstellung entstand die Idee eines Aktenschanks mit entsprechenden Ordner/Notizbuch und Fotobücher, übernommen aus dem täglichen Gebrauch - transferiert in die digitale Welt. Zusätzlich zu der virtuellen Abbildung stehen in der digitalen Welt viele zusätzliche Möglichkeiten offen um den Benutzer der Applikation aktiv zu unterstützen, wie Dokumenten suchen, Erinnerungen anzeigen, Dokumente archivieren und viele weitere. Die Idee lässt sich vom privaten Benutzerkreis auf weitere Benutzergruppen wie Schüler und Kleinunternehmen skalieren. Nützlich wäre natürlich einen Zugriff via Mobile Device (iPhone/iPad) und Internet für versierte Benutzer.

Vision: Das Produkt auf einem berührungsempfindlichen 3D Grossbildschirm mit einfachen Fingergesten bedienen.

2.2. Marktleistung

Im Vordergrund der Produktidee steht der Mensch, sprich Benutzer und nicht nur die zahlreichen Möglichkeiten der heutigen Informatik-Technologien.

Die **Marktleistung** umfasst ein Softwarepaket im Bereich Dokumenten und Daten Management System. Das Produkt **myDataStorage** zeichnet sich durch eine aussergewöhnlich einfache Bedienung aus sowie einem neuartigen Ansatz, welcher von der bekannten zwei dimensional Fenstertechnik von Windows oder Mac abweicht und den aktuellen 3D Trend aufnimmt. Somit ist ein Arbeiten wie in der Realität möglich, was sich natürlich sehr vorteilhaft auf die Bedienung und die Verständlichkeit des Produkts auswirkt. Wenn es die technischen Möglichkeiten des Benutzers erlauben, kann **myDataStorage** in 3D erlebt werden, da alle visuellen Komponenten als 3D Objekte realisiert werden. Dazu kommen die unterstützenden Funktionalitäten der Informatik-Technologie wie Backup und Wiederherstellung, Sicherheit z.B. Verschlüsselung, Workflow für Benachrichtigungen und Versionierung von Dokumenten. Um den heutigen Ansprüchen an die Mobilität gerecht zu werden können Datenobjekte wie Ordner, Fotobücher oder Notizbücher auf einfache Weise auf ein USB-Stick transferiert werden. Diese könne im Büro oder auf Reisen bearbeitet, ergänzt oder gelöscht werden. Nach erneuter Verbindung des USB-Sticks mit dem Computer werden alle Daten automatisch synchronisiert.

Selbstverständlich können Dokumente, Fotos oder Multimedia Daten, welche auf dem Computer Zuhause gespeichert sind, über ein Mobiledevice wie iPhone oder iPad von überall auf der Welt abgerufen werden.

Die Basis von **myDataStorage** bilden die beiden Hauptkomponenten:

- **Basis Applikation**
- **USB-Stick Applikation**

Zusätzlich zu den Hauptkomponenten kommen die zwei mobilen Anwendungen hinzu:

- **Internet Access**
- **Mobile Access**

In die folgenden vier Unterkapitel werden die Komponenten von **myDataStorage** kurz beschrieben. Eine detaillierte Beschreibung ist im Appendix VI ersichtlich

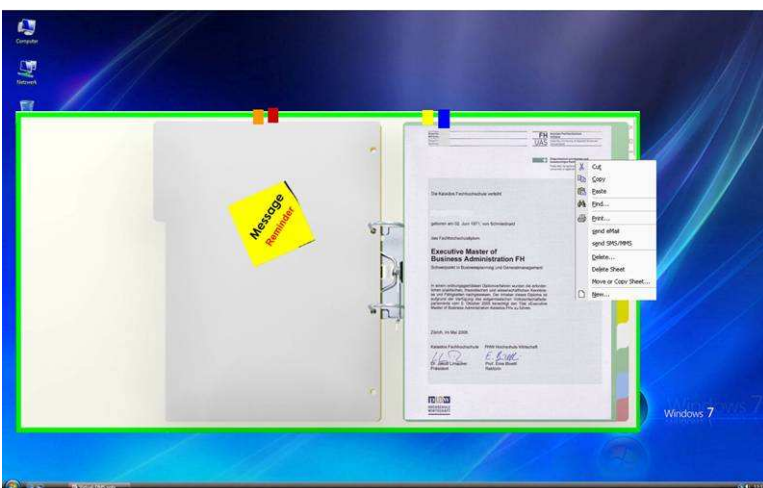
2.2.1. myDataStorage Basis Applikation:



Nach dem Start der Basis Applikation und erfolgreichem Login hat der Benutzer auf alle seine Dokumente Zugriff. Die Dokumente sind wie „gewöhnlich“ in Ordnern abgelegt. Dokumente werden auf dem Clipboard (rechts) zwischengespeichert (z.B. nach dem Scannen) und können durch Ziehen des Dokuments in den Ordner (links) abgelegt werden. Es kann nach jedem Dokument gesucht werden. Es ist auch möglich gelbe Post-it Zettel anzubringen, welche mit einem Datum versehen werden können. Ist ein Termin oder Datum erreicht, erscheint der gelbe Zettel beim Starten der Applikation mit einem Hinweis.

Abbildung 3: Basis Applikation

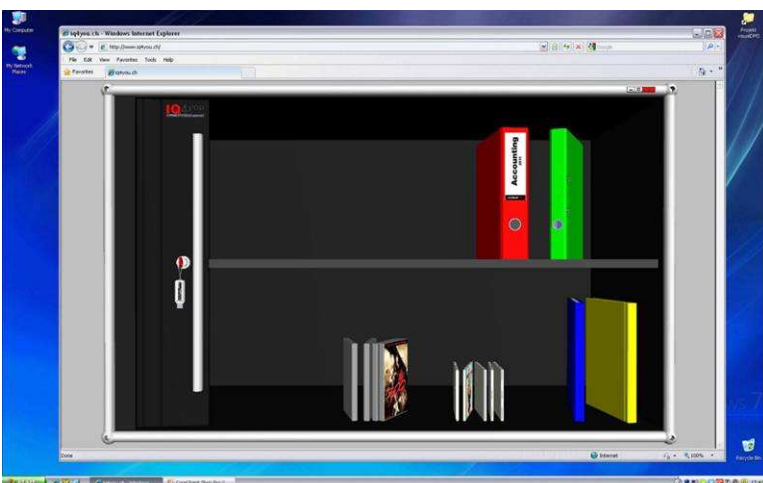
2.2.2. myDataStorage USB-Stick Applikation



Ordner, Notizbücher oder Fotobücher können auf einen USB-Stick kopiert werden und ins Büro oder auf Reisen mitgenommen werden. Die Daten auf dem USB-Stick sind natürlich verschlüsselt. Durch einfaches Drag&Drop können Dokumente aus dem Windows Explorer in den Ordner verschoben werden. Auch kann ein Dokument in wenigen Schritten aus dem Ordner gelöscht oder ausgedruckt werden. Wird der USB-Stick mit der Basis Applikation verbunden, startet automatisch die Synchronisation der Dokumente. Diese Applikation ist für Personen gedacht, welche wichtige Dokumente aus Sicherheitsgründen nicht über das Internet schicken wollen.

Abbildung 4: USB-Stick Applikation

2.2.3. Internet Access



Dies ist ein Zusatz Service, da die Daten zugreifbar auf einem Server gespeichert werden müssen. Die Daten sind auf dem Server aus Datenschutzgründen verschlüsselt gespeichert. Über den Internet Access hat der Benutzer jederzeit Zugriff auf alle seine Dokumente. Es können Dokumente gesucht, hinzugefügt oder ausgedruckt werden.

Abbildung 5: Internet Access

2.2.4. Mobile Access



Dokumente/Daten können mit dem iPhone/iPad oder Personal Digital Assistent (PDA) aus der Basis-Applikation abgerufen werden. Aus Performance Gründen können nur einzelne Ordner dargestellt werden.

In einer späteren Version ist vorgesehen, Dokumente mit dem iPhone oder PDA zu fotografieren (scannen) und direkt an die Basis Applikation zu schicken.

Abbildung 6: Mobile Access

2.3. Produkte-Portfolio

Das Produkte-Portfolio umfasst vier Versionen.

- Trial-Version, 30 Tage Demo Version (für Bundling bei Scannern, Drucker oder Multifunktionsgeräten)
- Student Edition
- Professional Edition
- Business Edition

Die Versionen unterscheiden sich nur durch den Funktionsumfang und Multiuserfähigkeit.

2.4. Zusatz-Services

Zum Produkt können folgende Zusatzservices angeboten werden:

- Online Backup
- Standard Informationen vom Server abrufbar (ZGB, OR, Kataloge...)
- Ordner mit Benutzern sharen
- Web Access für persönliche Dokumente
- Community (Austausch von Informationen unter den Benutzern)

2.5. Produkteschutz

Um Raubkopien zu verhindern ist es nur möglich, die Basis-Applikation zu starten wenn der USB-Stick am Desktop/Laptop angeschlossen ist. Auf dem USB-Stick befindet sich eine eindeutige ID welche von der Basis-Applikation bei der Benutzerautorisierung abgefragt wird. Pro Lizenz wird ein USB-Stick mitgeliefert.

2.6. Patentschutz

Gem. Patentanwalt Josef Felber ist es nicht möglich in der Schweiz ein Patent zu einem Software Produkt einzureichen.

Es wird geprüft ob es möglich ist das gesamte System

- Basis-Applikation
- USB-Stick Applikation
- Synchronisation zwischen Basis Applikation und USB-Stick
- Automatisches Backup auf den Server der Firma IQ4you GmbH
- Zusatz Services

zu patentieren. Als Resultat der letzten Besprechung vom 29.10.2010 geht hervor, dass der Patentierungsprozess weiterverfolgt wird. Gem. Patentanwalt Josef Felber könnte eine Patentierung des Gesamtsystems erfolgreich sein. Herr Felber weist auf ein Patent mit ähnlicher Sachlage hin, welches in der Schweiz als Patent zugelassen wurde.

2.7. Entwicklung¹

- Die Entwicklung erfolgt durch die Firma QA-Power in Kiew, Ukraine.
- Die 3D Modelle werden durch die Firma Loccoz in Seengen, Schweiz erstellt.

2.7.1. Produktentwicklung myDataStorage

Die Entwicklung des Produkts wird in 2 Entwicklungs-Phasen und 1 Test-Phase aufgeteilt:

Phasen:

- Phase 1: Entwicklung USB-Stick Applikation
- Phase 2: Entwicklung Basis Application
- Phase 3: Friends & Family Tests -> **Acceptance Test**

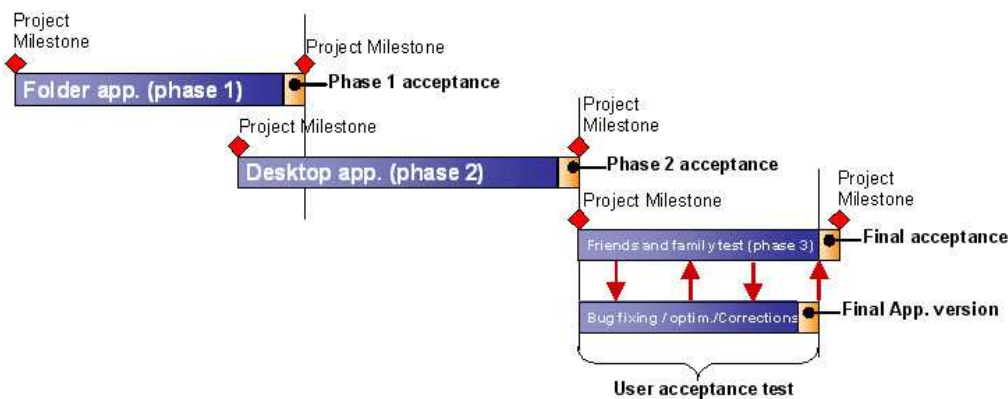


Abbildung 7: Entwicklungsphasen

Iterationen:

Die einzelnen Entwicklungs-Phasen werden wiederum in definierte Business-Iterationen aufgeteilt.

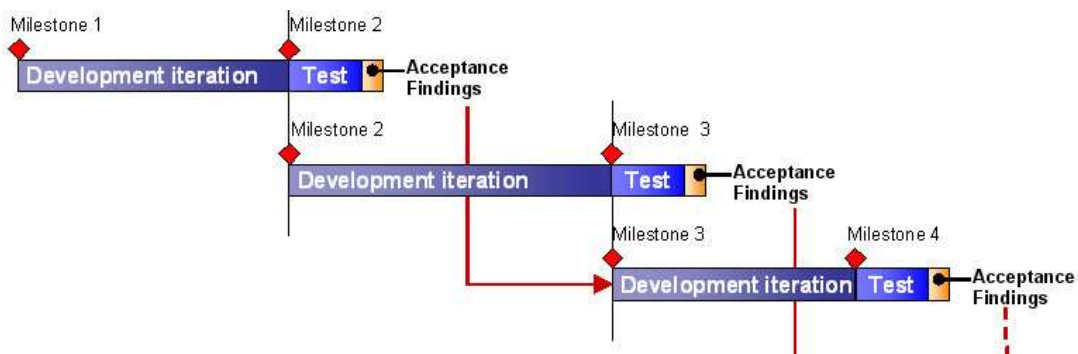


Abbildung 8: Development Iterationen

Vorteile:

- Jede Iteration ist klar durch ein Start und ein Ende begrenzt (Meilensteine)
- Am Ende einer Iteration gibt es eine klar definierte Lieferung (Deliveries) und eine Abnahme (Quality Gate)
- Fehler aus dem Testen fließen in die nächste komplette Iteration (Findings, Bugs)
- Jede Iteration ist messbar (Key Performance Index)
- Jede Iteration hat klare Vorgaben (Requirements)



Dieses Vorgehen hat sich bei meiner Tätigkeit als Abteilungsleiter Bereich „Offshore Software Entwicklung Datawarehouse“ bei der Credit Suisse sehr bewährt.

¹ Detaillierte Beschreibung des Prozess im Dokument: IQ4you Masterdocument development 2010-2011 v0.3.doc

2.7.2. High Level Meilensteine Produkt-Entwicklung

■ Start Phase 1	01. Oktober 2010
■ Lieferung USB-Stick Applikation	17. Januar 2011
■ Abnahme Phase 1	24. Januar 2011
■ Start Phase 2	17. Dezember 2010
■ Lieferung Basis Applikation	25. April 2011
■ Abnahme Phase 2	02. Mai 2011
■ Start Friends&Family Testphase	03. Mai 2011
■ Freigabe zur Produktion	23. Mai 2011
■ Markteinführung	01. Juni 2011

2.7.3. Entwicklungskosten in CHF

Produktentwicklung²

Entwicklungskosten für USB-Stick Applikation (Phase 1):	28'000
Entwicklungskosten für Basis Applikation (Phase 2):	42'000
Total Entwicklung	70'000
+ Reserven (33%)	23'000
Total Softwareentwicklung	93'000

Zusätzliche Entwicklungskosten

Entwicklung Web-Shop	8'000
Optimierung und Erweiterung 3D Modelle	10'000
Design, Grafik: Verpackung, DVD Cover, Bedienungsanleitung, Icons	14'000

Total Produkt-Entwicklungskosten in CHF 125'000

In der Softwareentwicklung wird eine Reserve von 33% eingeplant.



Diese Annahme bezüglich Reserve ist absolut realistisch und basiert auf meiner langjährigen Erfahrung als Projektleiter in der Softwareentwicklungs-Branche.

2.8. Umweltfaktor

Mit dem Produkt kann aktiv Papier eingespart werden.

Ein Beispiel: Der Benutzer fordert die Belege von der Krankenkasse, Bank, Post, Versicherung als elektronische Belege/Dokumente an und speichert diese dann in den virtuellen Ordner ab.

2.9. Partner Software Entwicklung

Software Entwicklung und Datenbank Integration.

QA-Power

Kiev, Ukraine

Ansprechperson: Nataliya Andreychuk, CEO

Mail: natalya.andreychuk@qa-power.ua

Internet: www.qa-power.com/

² Gemäss Offerte QA-Power

3. Märkte

3.1. Analyse Kundenbedürfnisse

- Einfache Verwaltung von digitalen Daten (Dokumente, Fotos, Multimedia, E-Mails)
- Reduzierung der Papierdokumente
- Einfache und sichere Archivierung von wichtigen Papierdokumenten.
- Rasches wiederfinden von gespeicherten Dokumenten, E-Mails und Multimedia Daten
- Ausdrucken oder versenden von Dokumenten bei Bedarf (eGovernance)
- Einfache Speicherung von erstellten Dokumenten oder Tabellen auf dem Computer
- Mobiler Zugriff auf persönliche Dokumente

Nach intensiven Recherchen und Gesprächen mit verschiedensten Personen ist es nicht gelungen ein Produkt zu finden welches genau die oben beschriebenen Kundenbedürfnisse abdeckt. Es gibt unzählige Produkte im Bereich „Dokumenten Management Systeme“ jedoch setzen alle grundlegende Fähigkeiten Umgang mit dem Computer voraus. Die Benutzeroberflächen unterscheiden sich nur minimal. Die Produkte welche sich auf dem Markt befinden differenzieren sich primär durch den Funktionsumfang.

3.2. Marktbeurteilung

Das Produkt **myDataStorage** auf welchem der Business Plan basiert verfolgt einen anderen Ansatz. Differenzierung durch innovatives und intuitives Benutzerinterface. Die Funktionalität umfasst das, was der durchschnittliche Benutzer erwartet. Die fehlende Funktionalität wird in zukünftigen Versionen/Updates zu Verfügung gestellt. Da es sich vorwiegend um Spezialfunktionalität handeln wird, müssen diese kostenpflichtig erworben werden. Dies hat der Vorteil, dass Benutzer mit geringeren Anforderungen an das Produkt, nicht Funktionalitäten bezahlen müssen, die sie nicht benötigen.

Durch Gespräche mit verschiedenen Personen aus unterschiedlichen Fach- und Interessensgruppen resultierte ein durchwegs positives Feedback³ zum Produkt. Von 14 befragten Personen waren 8 bereit das Produkt sofort zu kaufen. 4 beurteilten das Produkt als sehr gute Idee. 2 Personen würdigten das Produkt als gute Idee, würde es aber nicht kaufen.

3.3. Wettbewerbsvorteil

Die Wettbewerbsvorteile liegen in den folgenden 5 Punkten.

- Geringe Computer Kenntnisse notwendig um das Produkt zu bedienen
- Visuelles Erscheinungsbild grenzt sich klar von der Konkurrenz ab
- Es wird eine Gesamtlösung angeboten (autom. Backup, Zusatz Services, Community, Mobiler Zugriff)
- Einfache durchgängige Möglichkeit, Daten via USB-Stick mitzunehmen und anschliessend wieder zu synchronisieren
- Integration des aktuellen 3D Trends in das Produkt

3.4. Zielmärkte/Markteintritt

Die Markteinführung (Fachhandel) des Produktes beschränkt sich im ersten Jahr auf die Schweiz. Das Produkt kann aber im Web-Shop auch aus Deutschland und Österreich bestellt oder heruntergeladen werden. Ab 2013 wird das Produkt weltweit vertrieben.

	Jahr				
	2011	2012	2013	2014	2015
Phase 1		Schweiz			
Phase 2		□□□	Europa (multilanguage)		
Phase 3		□□□□□	Weltweit (multilanguage)		

Tabelle 2: Markteinführung

Die Stückzahlen für die restlichen EU- Länder im zweitem Jahr und weltweit ab dem 3 Jahr, wurden aus den schweizerischen Zahlen abgeleitet mittels eines Faktors **kleiner 1**.

³ Personenbefragung Appendix VIII

3.5. Zielgruppen

Mit der Marktleistung **myDataStorage** werden folgende Zielgruppen (Segmente) im Markt angesprochen.

#	Zielgruppe	Priorität	Potenzial
1	Privatpersonen, Familien	hoch	hoch
2	Schüler, Studenten, Auszubildende	mittel	hoch
3	KMUs (Ärzte, Anwälte ,Vereine, Gemeindeverwaltungen, Landwirte)	tief	mittel

Tabelle 3:Zielgruppen (Marktsegmente)

Resultierend aus der Tabelle oben ist die Hauptzielgruppe „Privatpersonen und Familien“. Daraus folgt, dass die geplanten Werbeaktivitäten sich primär auf diese Gruppe konzentrieren.

3.5.1. Privatpersonen, Familien

Dies ist mit Abstand das grösste Marktsegment.

Als Basis zur Bestimmung des Marktvolumens dient die Anzahl Personen zwischen 20 und 64 Jahre in der Schweiz.

Laut Bundesamt für Statistik gibt es in der Schweiz 4.7 Mio. Personen in dieser Altersgruppe.

Als Annahme wurden 0.1‰ im ersten Jahr bis 0.3 ‰ im fünften Jahr angenommen.

3.5.2. Schüler, Studenten und Auszubildende

Grundlage zur Bestimmung des Marktvolumens dient die Anzahl Jugendlicher ab der 4. Mittelstufe bis zur Hochschule/Uni in der Schweiz.

Als Annahme wurden 0.1% im ersten Jahr bis 0.5% im fünften Jahr angenommen.

3.5.3. KMU

Grundlage zur Bestimmung des Marktvolumens dient die Anzahl der Unternehmen von 1-49 Mitarbeiter in der Schweiz.

Als Annahme wurden 0.1% im ersten Jahr bis 0.4% im fünften Jahr angenommen.

3.6. Stückzahlen in den nächsten 5 Jahren⁴

Die nachfolgenden Zahlen wurden durch ein Marketing Experte verifiziert und als eher konservativ bewertet.

3.6.1. Geplante Stückzahlen „realistic case“

	2011	2012	2013	2014	2015
Student Edition	100	299	970	1533	1811
Standard Edition	260	584	2064	2868	3389
Business Edition	30	74	353	708	870
realistic case	390	956	3387	5109	6069

Tabelle 4: Stückzahlen "realistic case"



Ziel ist es, in den nächsten 5 Jahren **16'000** Stück zu verkaufen.

⁴ Die Herleitung der Stückzahlen ist unter Appendix V ersichtlich.

3.6.2. Geplante Stückzahlen „optimistic case“

	2011	2012	2013	2014	2015
optimistic case	702	1721	6096	9195	10924

Tabelle 5: Stückzahlen “optimistic case”

Gesamtstückzahlen: **28'500**

3.6.3. Geplante Stückzahlen „pessimistic case“

	2011	2012	2013	2014	2015
pessimistic case	176	430	1524	2299	2731

Tabelle 6: Stückzahlen “pessimistic case”

Gesamtstückzahlen: **7'200**

In der Grafik sind die 3 unterschiedlichen Annahmen „cases“ dargestellt.

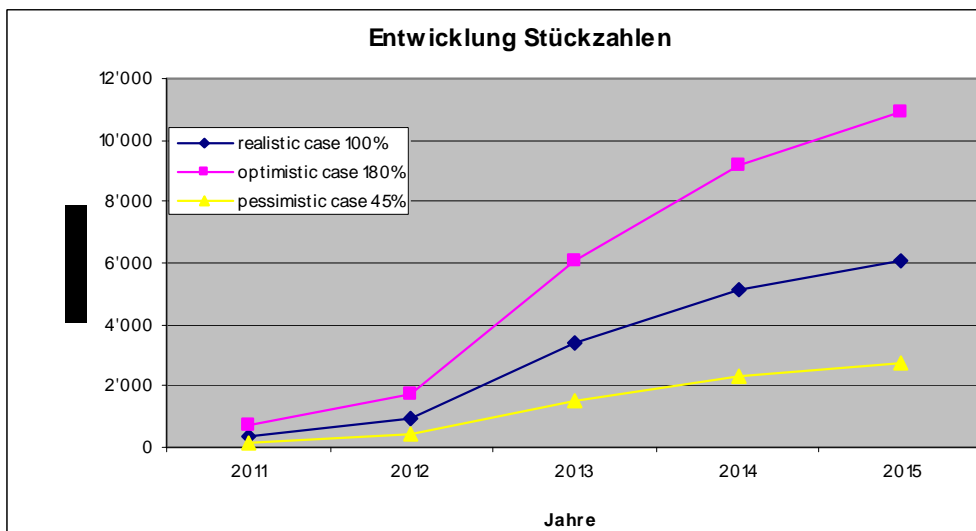


Tabelle 7: Entwicklung der Stückzahlen über 5 Jahre (realistic-, optimistic- und pessimistic case)

3.7. Erfolgsfaktoren von myDataStorage

- Effiziente und schlanke Organisation von IQ4you GmbH
- Produkt **myDataStorage** differenziert sich klar von der Konkurrenz
- Innovatives Produkt mit grossem Potenzial für weitere Versionen/Funktionen
- Intuitive und pragmatische Bedienung
- Es gibt kein vergleichbares Produkt auf dem Markt
- Das Resultat von Befragungen zeigt ein sehr positives Feedback

3.8. Stärken/Schwächen und Chancen/Gefahren Analyse

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ■ Geringe Fixkosten ■ Gute Ausbildung der Mitarbeiter ■ Hohe Offshore/Nearshore Entwicklungskompetenz ■ Produkt kann mit neuen Funktionen erweitert werden (weitere Releases) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Wenig Eigenkapital ■ Kundenakquirierung 100% durch Werbung ■ Abhängigkeit zu Nearshore Entwicklungspartner ■ Wenig Know-How in 3D Modellierung
Chancen	Gefahren
<ul style="list-style-type: none"> ■ Innovatives Produkt ■ Keine Konkurrenz mit ähnlichem Benutzerinterface ■ Es gibt immer mehr Informationen zu verwalten ■ Trend geht zu einfacher und intuitiver Bedienung (iPhone) ■ Hohes Potenzial, wenn das Produkt vom Markt angenommen wird (Schulen, Private, KMUs) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Produktidee könnte kopiert werden. ■ Grosse Unternehmen übernehmen Idee. ■ Kein Vertrauen in das Produkt (digitale Ablage von Dokumenten) ■ Grosse Software Firmen forschen auch in Richtung 3D Oberflächen

Tabelle 8: SWOT-Analyse

Fazit:

- Trend geht in Richtung neuartigen, intuitiven Benutzeroberflächen.
- Wenig Eigenkapital, dadurch Abhängigkeit zu Kapitalgeber
- Um zu verhindern, dass das Produkt schnell von Nachahmern eingeholt wird, muss eine umfassende und durchschlagende Marketingstrategie geplant werden.

4. Konkurrenz

4.1. Die 6 engsten Konkurrenten im Bezug auf Funktionalität, Preis und Leistung

- CANON
- ELO DIGITAL OFFICE
- INSIGN
- DMS-LIGHT
- DOKMEE
- DR.DOC

#	Hersteller	Produkt	Preis CHF	Priorität	Link
1	CANON	Therefore	ab 1500.-	2	www.canon.com
2	ELO DIGITAL OFFICE	ELO Professional	an 800.- pro User	2	www.elo.com
3	INSIGN	icms E-Business-Plattform	ab 16'000	3	www.insign.ch
4	DMS-LIGHT	DMS-Light	Vollversion 348.-	1	www.dms-light.com
5	DOKMEE Dokumentenmanagement- software	Dokmee Home Dokmee Professional Dokmee Enterprise	Home Edition 207.- Professional Edition 514.-	1	www.dokmee.net/
6	DR.DOC Information Management	Dr.DOC	Einzelplatz 399.-	2	www.drdoc.de/

Priorität: Konkurrenz eher hoch = 1, Konkurrenz eher tief = 3



Das Produkt unterscheidet sich gegenüber allen Konkurrenten in der visuellen Erscheinung. Kein Anbieter/Produkt auf dem Markt bietet nur annähernd eine ähnliche Benutzerführung an.

4.2. Die 6 grössten Marktdominatoren im High End Bereich

- EMC
- DOCUPORTAL
- HABEL
- INFORMATIQUE MTF
- WINDREAM

Eckdaten:

#	Hersteller	Produkt	Preis CHF	Link
1	EMC	EMC Documentum	Auf Anfrage	www.emc.com
2	DOCUPORTAL	DocuPortal ECM Suite	2450.- pro 5 User	www.docuportal.de
3	HABEL	Habel Documentenmanagement	10'000.- bis 100'000	www.habel.ch
4	INFORMATIQUE MTF	HYPERSUITE/5	ab 15'000.-	www.imtf.com
5	UPTIME SERVICE	ARTS	50'000.- bis 500'000	www.uptime.ch
6	WINDREAM	windream SBE/SBX/BE	Auf Anfrage	www.windream.com

Diese Produkte sind keine direkten Konkurrenten, da sie andere Kundensegmente ansprechen.

- Höhere Preiskategorie
- Grösserer Funktionsumfang

5. Marketing/Umsetzung im Markt⁵

5.1. Marktsegmentierung

Der Markt wird in 3 potenzielle Marktsegmente aufgeteilt

- Schüler/Studenten/Auszubildende
- Private Anwender, Familien
- Kleine- und Mittlere Unternehmen, Landwirtschaftliche Betriebe, Ärzte, Notar, Anwälte, ...

5.2. Marktleistung (Product)

Das Produkt **myDataStorage** umfasst folgende Marktleistungen:

- **myDataStorage** enthält die Software auf einer DVD, verpackt in ein Super Jewel Case
 - 12-seitige **Installations- und Bedienungsanleitung** für die ersten Schritte.
 - Fachhandel: **USB-Stick** bereits vorinstalliert.
- oder
- Web-Shop: **Installationsroutine** um ein USB-Stick nutzen zu können.

Zusatzleistungen:

- Online Backup auf Servern der Firma IQ4you GmbH
- Web Access via Server der Firma IQ4you GmbH
- Nutzung von standard Informationen (OR, ZGB, eBooks, Kataloge u.v.w)
- Community (Austausch von eBooks und anderen Informationen)
- Möglichkeit Ordner im Team zu nutzen.

Die Zusatzleistungen können gegen eine monatliche Gebühr bezogen werden.

5.3. Leistungsgestaltung (Price)

Geplante Stückzahlen (alle Zielgruppen)

Vertrieb über Fachhandel (75%):	12'000 Stück
Vertrieb über eigenen Web-Shop (25%):	4'000 Stück

Stückzahlen über 5 Jahre „realistic case“: 16'000 Stück

Aufwände in CHF (inkl. Reserven)

Entwicklungsaufwand	125'000
Verpackungskosten (nur Fachhandel)	42'000
USB-Stick 4GB (nur Fachhandel)	149'000
Verwaltungs- und Logistikkosten	96'000
Marketingaufwand (1. Jahr)	145'000
Marketingaufwand (2. - 5.Jahr)	155'000

Total Produktaufwand über 5 Jahre in CHF: 711'000

Verpackungskosten⁶

Annahme: $\frac{1}{4}$ der Produkte werden online verkauft
 $\frac{3}{4}$ der Produkte werden im Fachhandel verkauft

⁵ Das detaillierte Marketingkonzept ist im Appendix IV ersichtlich.

⁶ Detaillierte Aufstellung Verpackungskosten ist im Appendix IX ersichtlich

Verpackung:

DVD5 /12cm 5-farbig Sieb oder Offsetdruck
 Super-Jewel-Case kingsize mit Tray transparent
 SJC-DVD-Booklet 12-seitig, 4/4-farbig
 SJC-Inlay 4/4-farbig
 Cellophanieren mit Abreissfaden

Verpackungskosten pro Stück: 3.50 CHF

Preisbildung pro Stück

Entwicklungskosten	8 CHF
+ Verpackung (nur Fachhandel)	3.50 CHF
+ USB-Stick (nur Fachhandel)	9.50 CHF
<u>Herstellungskosten</u>	<u>21 CHF</u>
+ Verwaltungs- und Logistikaufwand (25%):	6 CHF
<u>Selbstkosten:</u>	<u>27 CHF</u>
+ Marketingaufwand:	19 CHF
Produktaufwand	46 CHF
Produktaufwand Web-Shop (./. USB-Stick und ./. Verpackung)	33 CHF

Verkaufspreis Fachhandel (Webshop)

 Student Edition	59 CHF	(44 CHF)
Professional Edition	219 CHF	(204 CHF)
Business Edition	489 CHF	(474 CHF)


Gewinn pro Stück in CHF:

Student Edition	13
Professional Edition	173
Business Edition	443
Durchschnittlicher Gewinn pro Stück: (Gewichtet nach Stückzahlen pro Edition)	158 CHF

5.3.1. Return on Investment

Mindeststückzahl

Return on Investment bei: **4500 Stück**

 Der „pessimistic case“ basiert auf einer Gesamtstückzahl innerhalb 5 Jahren von 7200 Stück.

5.4. Verkauf (Place)

- Das Produkt wird in erster Linie via Fachhandel vertrieben.
- Über den eigenen Web-Shop kann das Produkt bestellt oder heruntergeladen werden. Es werden verschiedene Zahlungsmittel akzeptiert. (Service Angebot Postfinance)

Eine fachliche Beratung ist nicht nötig.

5.4.1. Distribution

- Es ist vorgesehen eine Allianz mit einem Software-Distributor einzugehen, wie z.B. ABC Software GmbH.
- Angestrebt wird auch ein Bundeling mit verschiedenen Drucker und Scanner Hersteller. Diese sollen das Produkt als Demoversion Ihren Geräten beilegen. Hersteller von Drucker und Scanner: HP, Epson, Fujitsu, Kodak, Brother, Lexmark, Oki, Samsung, Xerox. Canon hat ein eigenes Dokumenten Management-System

5.5. Werbung (Promotion)

Hauptziel der Vermarktung ist es, die Initialkosten möglichst gering zu halten, aber trotzdem die Reichweite zu maximieren, um das Zielsegment zu erreichen. Gerade in der Startphase ist es besonders wichtig, die Differenzierung zu anderen Produkten herauszuheben, um damit eine proaktive Verkaufsförderung zu erreichen.

Werbemassnahmen:

- Affiliate- und Partnerprogramme
- Google AdWords
- PR (Pressemappe)
- Produktflyer
- Anzeigen in Tageszeitung, Fachmedien, Zeitschriften
- E-Mailing
- Anwenderstory
- Buchung fremder Newsletter
- TV Spot⁷

5.6. Marketingkosten in CHF

Marketingkosten aus Marketingkonzept:	106'000
Laufende Kosten im 1 Jahr:	
+ Google AdWords	2'400
+ Produkte Flyer	2'600
Marketingkosten:	111'000
+ Reserve 20%	22'000
+ Zustatzbudget TV Spot Produktion:	12'000
Total Marketingkosten:	145'000

5.7. Markteinführung

Das Produkt wird in einer finalen Version ausgeliefert. Die Software-Architektur ist so designed, dass das Produkt via Internet erweitert werden kann. Sollten sich, trotz akribischem Testen, Fehler eingeschlichen haben, können auch diese elegant via Internet Update gelöst werden.

⁷Aufgrund der starken visuellen Orientierung des Produktes wäre ein Medium welches die Erfolgsfaktoren hervorhebt eine Chance. Der TV Spot ist ein vorbehaltener Entscheid. Er kann bei der Umsetzung des Konzeptes nochmals überdacht werden. Beim Wegfall des TV Spots würden die Mittel in die Printmedien investiert.

5.8. Pilot

Denkbar ist einen Pilotversuch mit einer Schulklasse. Jeder Schüler und Lehrer erhält das Produkt kostenlos. Als Gegenleistung müssen die Schüler einen kurzen Aufsatz verfassen in welchem sie die Vorteile und Nachteile beschreiben.

5.9. Partner Marketing

Verifizierung der Marketingstrategie und Kosten durch:

marconex AG

Langgrütstrasse 172

8047 Zürich

Ansprechperson: Michel Binder

E-Mail: michael.binder@marconex.ch

Tel: +41 (0)44 500 11 50

Internet: www.marconex.ch/

6. Standort/Logistik/Administration

6.1. Domizil

TECHNOPARK® Luzern

D4 Platz 4
6039 Root Längenbold

www.technopark-luzern.ch/
www.d4center.ch/

Tel.: +41 (0)41 455 21 21

Kontaktperson: Charles Keusch



Abbildung 9: Standort Technopark Luzern

- Beim Start des Unternehmens ist ein Büroraum mit einer Grundfläche von 20-30m² für 2 Arbeitsplätze geplant.
- Kostenziel pro/Monat max. 850.- inkl. Nebenkosten.

6.2. Logistik/Administration

6.2.1. Administration

Der Technopark Luzern und das Business Center D4 bieten eine Vielfalt an Services an:

- Schulungs- und Meetingräume
- Telefon-Service
- Post Service
- Übersetzungs-Service
- Sekretariats-Service
- ...

6.2.2. Informatikstrategie

Die zukünftige Informatik-Infrastruktur beschränkt sich auf ein einfaches Büronetzwerk. Auf einem zentralen Server werden alle wichtigen Daten abgelegt. Dieser Server wird nach einem festgelegten Zeitplan gesichert.

Den Mitarbeitern wird die Möglichkeit geboten remote (z.B. von Zuhause aus) zu arbeiten. Generell werden die Mitarbeiter mit Laptops ausgerüstet auf welchen Windows 7 als Betriebssystem installiert ist.

6.2.3. Steuern

Der Kanton Luzern wird auf 2012 die Steuern für juristische Personen nochmals senken.

7. Organisation/Management

7.1. Management/Geschäftsleitung⁸

Geschäftsführer IQ4you GmbH:

Marc Maurer

Executive Master of Business Administration FH

E-Mail: marc.maurer@iq4you.ch

Phone: +41 (0)79 / 312 00 52

aktueller Arbeitgeber: Avaloq Evolutions AG

Funktion: Project Manager

Um die Fixkosten im Projekt virtualDMAS möglichst gering zu halten, wird die Anstellung bei der Avaloq Evolution AG beibehalten. Nach der Sicherstellung des Finanzierungsbedarfs durch ein Darlehen oder Kredit wird das Arbeitspensum bei der Avaloq entsprechend reduziert.

Referenzen:

Hugo Gerber, Head Solution Factory, Avaloq

Oskar Herbst, Vorgesetzter, Avaloq

Walter Ackermann, Implementationspartner Monex

Stephan Schmidle, Gesamtprojektleiter, Liechtensteinische Landesbank AG

Peter Berlinger, Leiter IT, Bank Linth

7.2. Externe Berater

7.2.1. Finanzplanung

Beratung und Verifizierung Finanzplanung.

BDO AG Zürich

Fabrikstrasse 50

8031 Zürich

Ansprechperson: Monia Kennerley

E-Mail: monia.kennerley@bdo.ch

Tel: +41 (0)44 444 36 05

7.2.2. Patentanwalt

Für Patent-, Marken- und Designabklärungen.

Felber & Partner AG

Dufourstrasse 116

CH-8034 Zürich

Ansprechperson: Josef Felber

E-Mail: felber@felberundpartner.ch

Tel: +41 (0)44 383 69 68

Internet: <http://www.felberundpartner.ch/>

7.2.3. Partner 3D Modellierung

Entwicklung, Beratung und Erstellung der 3D Modelle.

Loccoz GmbH

5707 Seengen (Schweiz)

Ansprechperson: Vittore Simotti

E-Mail: vittore.simotti@locco.ch

Internet: www.locco.ch/

⁸ Lebenslauf Geschäftsführer im Appendix I

8. Risikoanalyse

8.1. Übersicht Risiken

#	Risiko	Eintrittswahrscheinlichkeit	Auswirkung
1	Qualität der Software-Entwicklung nicht genügend	4	4
2	Probleme bei der tech. Umsetzung von Anforderungen	3	3
3	Eingesetzte Technologie nicht geeignet	2	4
4	Mehrkosten bei der Entwicklung	4	3
5	Mangelnde Benutzerakzeptanz am Markt	1	4
6	Verzögerung der Markteinführung	3	2
7	Absatzzahlen tiefer als erwartet	2	3
8	Produkt wird von der Konkurrenz kopiert	4	4
9	Stark steigende Zinsen auf dem Kapitalmarkt	1	2
10	Kunden zahlen nicht (Debitorenverlust)	2	2
11	Produkt ist erfolgreicher als geplant	2	3
12	Produkt wird kopiert (Softwarepiraterie)	3	3

Tabelle 9: Risiken

Eintrittswahrscheinlichkeit: 1 tief, 4 hoch

Auswirkung: 1 tief, 4 hoch

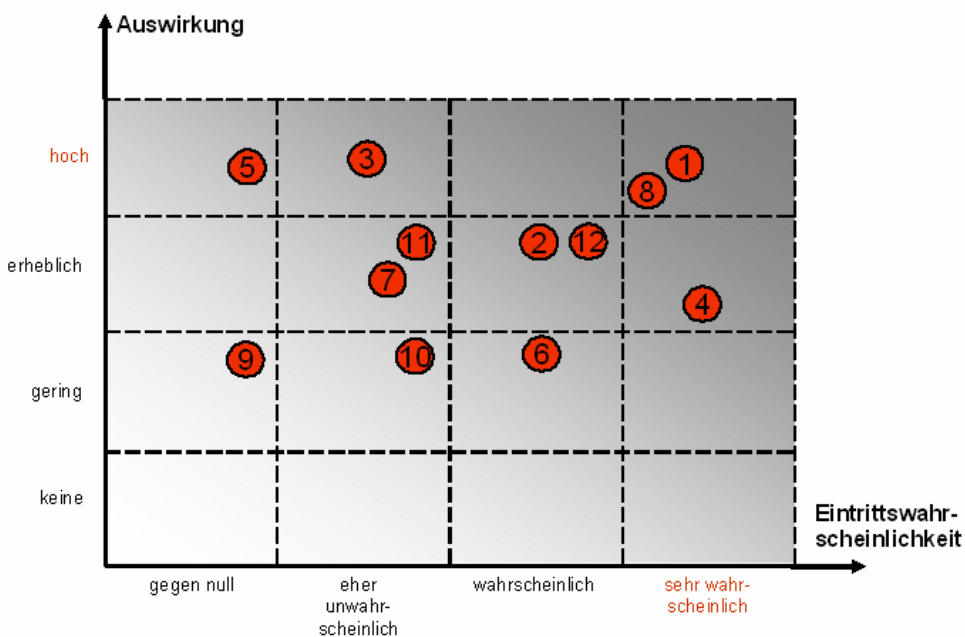


Abbildung 10: Risikomatrix

8.2. Top 3 Risiken

Risiken mit hoher Eintrittswahrscheinlichkeit und grosser Auswirkung:



- Qualität der Software-Entwicklung zu tief (4/4)
- Mehrkosten bei der Entwicklung (4/3)
- Produkt wird von der Konkurrenz kopiert (4/4)

8.2.1. Massnahmen zu den Top 3 Risiken

#	Risiko	Massnahme
1	Qualität der Software-Entwicklung zu tief	<ul style="list-style-type: none"> ■ Einführung und durchsetzen von Quality-Gates. ■ Vereinbaren von Teillieferungen um Qualität und Funktionalität zu beurteilen (Business-Iterationen). ■ Durchführung von regelmässigen Code-Reviews. ■ Evaluation von alternativen Entwicklungs-Unternehmen
3	Mehrkosten bei der Entwicklung	<ul style="list-style-type: none"> ■ Exakte Kostenkontrolle. ■ Fix-Preis Agreements vertraglich vereinbaren. ■ 33% Reserve einplanen bei der Kalkulation aufgrund eigener Erfahrungen.
7	Produkt wird von der Konkurrenz kopiert	<ul style="list-style-type: none"> ■ Produktvorteil ausnutzen und Produkt im Markt rasch etablieren. „Brand“ schaffen.

Tabelle 10: Massnahmen zu den Top 3 Risiken

8.2.2. Massnahmen zu den weiteren Risiken

#	Risiko	Massnahme
2	Eingesetzte Technologie nicht geeignet	Erstellen eines Prototyps. Erkenntnisse aus dem Prototyp auswerten und in Spezifikation einfliessen lassen.
4	Mangelnde Benutzerakzeptanz am Markt	Interview und Umfragen in der Konzeptphase durchführen.
5	Verzögerung der Markteinführung	Aufzeigen der auflaufenden Fixkosten/Monat bei einer Verzögerung.
6	Absatzzahlen tiefer als erwartet	3 Szenarien definieren.
8	Stark steigende Zinsen auf dem Kapitalmarkt	Rasche Rückzahlung des Fremdkapitals in 4-6 Jahren. Reserve einplanen im Finanzplan.
9	Kunden zahlen nicht (Debitorenverlust)	Auslieferung des Produktes erst bei Zahlungseingang. Zusätzliche Services müssen p.a. im Voraus bezahlt werden.
10	Produkt ist erfolgreicher als geplant	Überarbeitung des Business-Plans. Einstellung neuer Mitarbeiter früher als geplant.
11	Produkt wird kopiert (Softwarepiraterie)	Lizenzkey pro ausgeliefertes Produkt generieren. USB-Stick als Dongle einsetzen.

Tabelle 11: Massnahmen zu den weiteren Risiken

Fazit:

Das Risiko 1 und 3 wurden aufgrund meiner Erfahrung in der Software-Entwicklung entsprechend hoch eingestuft.

Die Massnahme, um das Risiko (1) der mangelhaften Qualität bei der Software-Entwicklung zu reduzieren, wurde die Evaluation von 2 alternativen Software-Entwicklung Unternehmen bereits eingeleitet.

- CONCEPTIS Development & Consulting, Deutschland
- mindfire solutions, Software Development, India

9. Finanzplanung⁹

Der Planungszeitraum erstreckt sich über 5 Jahre von 2011 bis 2015.

Es wurden 3 Szenarien angenommen:

- realistic case (100%)
- optimistic case (180%)
- pessimistic case (45%)

(Bezogen auf die geplanten Stückzahlen)

Eckdaten:



- Kapitalbedarf (Darlehen) **CHF 295'000**
- Finanzbedarf hauptsächlich im 1. und 2. Jahr
- Rückzahlung bis 2015
- Ab dem 3. Jahr, Finanzierung der Weiterentwicklung, Marketing und Verkauf durch Eigenmittel
- Erweitertes Geschäftsjahr 2010/2011
- Kapitalzinsen berechnet mit 8%

9.1. Analyse Kapitalbedarf in CHF

Software Entwicklung (inkl. Reserve)	125'000
+ Marketing und Verkauf (inkl. Reserve)	145'000
+ Operationelle Kosten (Jan. bis Juli 2011)	40'000
+ Reserve Projektverschiebung 3 Mt.	15'000

Kapitalbedarf inkl. Reserven: 325'000

./. Stammkapital	20'000
./. Darlehen Geschäftsführer	10'000



Fehlendes Kapital: 295'000

9.1.1. Auswirkung bei Verzögerung bei der Produkteinführung Juni 2011

Zeitlicher Aspekt: Bei einer Verzögerung der Produkteinführung verschiebt sich die gesamte Planung entsprechend der Verzögerungsdauer in die Zukunft.

Finanzieller Aspekt: Durch die Verzögerung entsteht ein finanzieller Mehraufwand. Die entstehenden Kosten können wie folgt berechnet werden: „Anzahl Monate Verzögerung * Fixkosten pro Monat“.
Fixkosten pro Monat: CHF **4'000**



Das es sich im Bereich der Software Entwicklung um ein Fixpreis Agreement handelt, haben diese Aufbände keinen Einfluss auf die Kosten bei verspäteter Einführung des Produkts.

9.2. Finanzplan „realistic case“

Eckdaten der Planung „realistic case“:

- Rückzahlung Darlehen bis 2015
- Bis 2015 wird das Unternehmen 5 Mitarbeiter beschäftigen.
- Erweiterung der Büroräume im Technopark Luzern
- Geplante Absatz **16'000 Stück**

Amortisation Darlehen:

Variante	1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr	4. Jahr	5. Jahr	6. Jahr
realistic case	0	0	100'000	100'000	95'000	0

⁹ Die detaillierten Grundlagen zur Finanzplanung sind im Appendix VII ersichtlich.

9.2.1. Plan-Bilanz

AKTIVEN (realistic case)						
	01.10.2010	31.12.2011	31.12.2012	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015
	Eröffnungsbilanz	1. Plan Jahr	2. Plan Jahr	3. Plan Jahr	4. Plan Jahr	5. Plan Jahr
Umlaufvermögen						
Flüssige Mittel und Wertschriften (Kasse, Post, Bank, kurzfristig realisierbare Wertschriften)	20'000	63'284	27'061	187'513	517'702	860'904
Forderungen (Debitoren)	0	0	0	0	0	0
Aktive Rechnungsabgrenzung (Transitorische Aktiven)	0	0	0	0	0	0
Total Umlaufvermögen	20'000	63'284	27'061	187'513	517'702	860'904
Anlagevermögen						
Büromobiliar	0	1'500	1'125	844	2'883	2'162
IT-Infrastruktur, Kommunikationssysteme	0	3'000	3'300	5'580	6'948	4'169
Fahrzeuge	0	0	0	0	0	0
Immaterielle Anlagen (Patente, Lizenzen, Goodwill)	0	0	0	0	0	0
Total Anlagevermögen	0	4'500	4'425	6'424	9'831	6'331
Total Aktiven	20'000	67'784	31'486	193'936	527'533	867'235
PASSIVEN (realistic case)						
	01.10.2010	31.12.2011	31.12.2012	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015
	Eröffnungsbilanz	1. Plan Jahr	2. Plan Jahr	3. Plan Jahr	4. Plan Jahr	5. Plan Jahr
Fremdkapital kurzfristig						
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (Lieferanten- und andere Kreditoren)	0	0	0	0	0	0
Kurzfristige Verbindlichkeiten Gesellschafter						
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten (Bankschulden usw.)	0	295'000	295'000	195'000	95'000	0
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten (z. B. Mehrwertsteuer, fällige Dividenden, Kontokorrent)	0	0	0	0	0	0
Passive Rechnungsabgrenzung (Transitorische Passiven) und kurzfristige Rückstellungen	0	0	0	0	0	0
Total Fremdkapital kurzfristig	0	295'000	295'000	195'000	95'000	0
Fremdkapital langfristig						
Langfristige Finanzverbindlichkeiten (langfristige Bankschulden, Leasingverpflichtungen, Hypothekarschulden)	0	0	0	0	0	0
Andere langfristige Verbindlichkeiten	0	0	0	0	0	0
Rückstellungen langfristig	0	0	0	0	0	0
Total Fremdkapital langfristig	0	0	0	0	0	0
Eigenkapital						
Stammkapital	20'000	20'000	20'000	20'000	20'000	20'000
Reserven	0	0	0	0	0	0
Gewinn/Verlust Vortrag	0	-35'517	-247'216	-283'514	-21'064	412'533
Jahreserfolg	0	-211'699	-36'298	262'450	433'597	434'702
Total Eigenkapital	20'000	-227'216	-263'514	-1'064	432'533	867'235
Total Passiven	20'000	67'784	31'486	193'936	527'533	867'235

Tabelle 12: Plan-Bilanz

9.2.2. Plan-Erfolgsrechnung

realistic case	2010 ab 19.10.2010	in %	2011 Plan	in %	2012 Plan	in %	2013 Plan	in %	2014 Plan	in %	2015 Plan	in %
Verkaufserlös Produkt	0		69'480	100.0%	164'637	100.0%	617'563	100.0%	960'359	100.0%	1'149'225	100.0%
- Entwicklungsaufwand (Entwicklungsteam Ukraine)	20'000		50'000	72.0%	7'000	4.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
- 3D Modellierung	2'000		8'000	11.5%	1'000	0.6%	1'000	0.2%	0	0.0%	0	0.0%
- Grafik/Design/Corporate Desing/Visitenkarten	5'000		9'000	13.0%	1'000	0.6%	1'000	0.2%	0	0.0%	0	0.0%
- Webdesign/Webshop	0		8'000	11.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
- Kommissionen Kreditkarten (25% Produkte via Webshop)	0		261	0.4%	617	0.4%	2'316	0.4%	3'601	0.4%	4'310	0.4%
- Produktion & Verpackung (75% via Handel)	0		3'668	5.3%	8'992	5.5%	31'857	5.2%	51'936	5.4%	61'702	5.4%
= Bruttoergebnis (Bruttogewinn I)	27'000		-9'449	-13.6%	146'027	88.7%	581'390	94.1%	904'821	94.2%	1'083'214	94.3%
- Personalaufwand	0		30'000	43.2%	72'000	43.7%	180'000	29.1%	240'000	25.0%	300'000	26.1%
- übriger Personalaufwand (Inserate, Rekrutierung)	0		5'000	7.2%	0	0.0%	10'000	1.6%	5'000	0.5%	0	0.0%
- Personalversicherung/AHV/BVG	0		4'500	6.5%	10'800	6.6%	27'000	4.4%	36'000	3.7%	45'000	3.9%
- Marketing und Werbung	5'000		106'000	152.6%	50'000	30.4%	35'000	5.7%	35'000	3.6%	35'000	3.0%
- Informatikaufwand (Lizenzen, Laptop, Backup, Software)	0		7'300	10.5%	3'150	1.9%	8'100	1.3%	6'650	0.7%	700	0.1%
- Unterhalt, Reparaturen (IT Infrastruktur)	0		2'000	2.9%	2'000	1.2%	2'500	0.4%	3'000	0.3%	3'000	0.3%
- Raumaufwand ¹⁾	0		12'000	17.3%	12'000	7.3%	20'000	3.2%	20'000	2.1%	20'000	1.7%
- Energieaufwand	0		400	0.6%	700	0.4%	800	0.1%	800	0.1%	800	0.1%
- Fahrzeug- und Reisekosten	0		4'500	6.5%	0	0.0%	8'000	1.3%	8'000	0.8%	16'000	1.4%
- Sachversicherungen	550		550	0.8%	1'000	0.6%	939	0.2%	939	0.1%	939	0.1%
- Übriger Betriebsaufwand (Büromaterial, Kommunikation)	0		1'400	2.0%	2'000	1.2%	2'000	0.3%	4'000	0.4%	5'000	0.4%
- Verwaltungsaufwand (Revision, Treuhänder, Rechtsberat.)	1'000		2'500	3.6%	2'500	1.5%	5'000	0.8%	5'000	0.5%	5'000	0.4%
= Betriebsergebnis (EBITDA)	-33'550		-185'599	-267.1%	-10'123	-6.1%	282'051	45.7%	540'432	56.3%	651'775	56.7%
- Abschreibungen	0		2'500	3.6%	2'575	1.6%	4'001	0.6%	5'593	0.6%	3'500	0.3%
= Betriebsergebnis (EBIT)	-33'550		-188'099	-270.7%	-12'698	-7.7%	278'050	45.0%	534'839	55.7%	648'275	56.4%
- Zinsaufwand (8%)	1'967		23'600	34.0%	23'600	14.3%	15'600	2.5%	7'600	0.8%	0	0.0%
+ Zinsertrag (0.5)	0		0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Gewinn vor Steuern (EBT)	-35'517		-211'699	-304.7%	-36'298	-22.0%	262'450	42.5%	527'239	54.9%	648'275	56.4%
- Steueraufwand	0		0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	93'642	9.8%	213'573	18.6%
= Unternehmensgewinn/-verlust	-35'517		-211'699	-304.7%	-36'298	-22.0%	262'450	42.5%	433'597	45.1%	434'702	37.8%
Fixkosten	1'550		65'650		106'150		256'339		321'389		380'439	
Fixkosten pro Monat	129		5'471		8'846		21'362		26'782		31'703	

Tabelle 13: Plan-Erfolgsrechnung

9.2.3. Plan-Kapitalflussrechnung

realistic case	ab 01.10.2010	2011 Plan	2012 Plan	2013 Plan	2014 Plan	2015 Plan
Untermehmungserfolg (EBIT)	-35'517	-211'699	-36'298	262'450	433'597	434'702
- Nicht liquiditätswirksame Erträge	0	0	0	0	0	0
+ Nicht liquiditätswirksame Aufwände	0	2'500	2'575	4'001	5'593	3'500
+/- Veränderungen Nettoumlaufvermögen (ohne flüssige Mittel, Wertschriften)	0	0	0	0	0	0
= Operativer Cash Flow (CFO)	-35'517	-209'199	-33'723	266'451	439'190	438'202
+/- +/- Veränderungen Anlagevermögen	0	-7'000	-2'500	-6'000	-9'000	0
= Cash Flow aus Investitionstätigkeit (CFI)	0	-7'000	-2'500	-6'000	-9'000	0
Finanzierungslücke	-35'517	-216'199	-36'223	260'451	430'190	438'202
Veränderung langfristiges Fremdkapital						
+/- Erhöhung/Rückzahlung(-) Bankdarlehen	0	295'000	0	-100'000	-100'000	-95'000
- Fremdkapital-Zinsen**	0	0	0	0	0	0
Veränderung Eigenkapital						
+/- Erhöhung Aktienkapital	0	0	0	0	0	0
- Ausschüttungen / Dividenden	0	0	0	0	0	0
= Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit (CFF)	0	295'000	0	-100'000	-100'000	-95'000
Veränderung liquide Mittel	-35'517	78'801	-36'223	160'451	330'190	343'202
Nettogeldzu/-abfluss aus B, I und F						
+ Anfangsbestand der flüssigen Mittel	20'000	-15'517	63'284	27'061	187'513	517'702
= Endbestand der flüssigen Mittel	-15'517	63'284	27'061	187'513	517'702	860'904

Tabelle 14: Plan-Kapitalflussrechnung

9.2.4. Liquiditätsplan

realistic case	Geschäftsjahr 2010/2011	2010			2011											
		Oktober	November	Dezember	Januar	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember
Banverkäufe:	69'480	0	0	0	0	0	0	0	0	2'000	2'600	3'400	5'400	13'500	18'000	24'580
+ Debitorenzahlungen:	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
+ Übrige Bareingänge:	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Einzahlungen total	69'480	0	0	0	0	0	0	0	0	2'000	2'600	3'400	5'400	13'500	18'000	24'580
+ Löhne, Gehälter, Sozialleistungen (Ab Juni 2011, 1 Entw. 50% für Wissenstransfer)	34'500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5'750	5'750	5'750	5'750	5'750	5'750
+ übriger Personalaufwand (Inserate, Rekrutierung)	5'000	0	0	0	0	2'500	2'500	0	0	0	0	0	0	0	0	0
+ Entwicklungskosten (inkl. 3D Modelle und Grafik/Design)	102'000	5'000	5'000	10'000	20'000	20'000	18'000	15'000	6'000	0	3'000	0	0	0	0	0
+ Marketing	111'000	1'000	2'000	2'000	0	0	0	0	20'000	15'000	0	10'000	10'000	15'000	15'000	21'000
+ Informatikaufwand	7'300	0	0	0	2'150	1'000	0	0	0	4'150	0	0	0	0	0	0
+ Büromiete	12'000	0	0	0	1'000	1'000	1'000	1'000	1'000	1'000	1'000	1'000	1'000	1'000	1'000	1'000
+ Versicherungen	1'100	550	0	0	550	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
+ Sonstige Auszahlungen (Energie, Kommunikation, Büromaterial, Unterhalt usw.)	3'800	0	0	0	450	250	250	250	250	250	600	300	300	300	300	300
+ Verwaltungsaufwand	3'500	1'000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2'500
+ Steuern, Kapitalzinsen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
+ Mehrwertsteuer	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Auszahlungen Total	280'200	7'550	7'000	12'000	24'150	24'750	21'750	16'250	27'250	20'400	10'350	17'050	17'050	22'050	22'050	30'550
= Brutto-Geldzufluss/-Geldabfluss (Ein-/Auszahlungen)	-210'720	-7'550	-7'000	-12'000	-24'150	-24'750	-21'750	-16'250	-27'250	-18'400	-7'750	-13'650	-11'650	-8'550	-4'050	-5'970
+ Übrige Einzahlungen aus Anlagenverkauf	0															
+ Übrige Einzahlungen (z.B. Kreditaufnahme bei Dritten)	0															
+ Übrige Einzahlungen aus Anzahlungen von Kunden	0															
+ Privateinlagen/Kapitalerhöhung	0															
- Übrige Auszahlungen für Investitionen	0															
- Übrige Auszahlungen (z.B. Kreditauszahlung an Dritte)	0															
- Übrige Auszahlungen für Akontozahlungen an Lieferanten	0															
- Privatentnahmen	0															
= Netto-Geldzufluss/Netto-Geldabfluss	-210'720	-7'550	-7'000	-12'000	-24'150	-24'750	-21'750	-16'250	-27'250	-18'400	-7'750	-13'650	-11'650	-8'550	-4'050	-5'970
+ Bestand Kasse, Post, Bank	0	0	-7'550	-14'550	-26'550	-50'700	-75'450	-97'200	-113'450	-140'700	-159'100	-166'850	-180'500	-192'150	-200'700	-204'750
= Geldüberschuss/Geldbedarf	-210'720	-7'550	-14'550	-26'550	-50'700	-75'450	-97'200	-113'450	-140'700	-159'100	-166'850	-180'500	-192'150	-200'700	-204'750	-210'720

Tabelle 15: Liquiditätsplan

9.3. optimistic case

Eckdaten der Planung „optimistic case“:

- Rückzahlung Darlehen bis 2015
- Bis 2015 wird das Unternehmen mehr als 5 Mitarbeiter beschäftigen.
- Es werden eigene Büroräume gesucht.
- Geplante Absatz **28'500 Stück**

Variante	1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr	4. Jahr	5. Jahr	6. Jahr
optimistic case	0	25'000	70'000	100'000	100'000	0

Tabelle 16: Stückzahlen „optimistic case“

Der erwirtschaftete Gewinn wird in andere Projekte reinvestiert.

9.4. pessimistic case

Eckdaten der Planung „pessimistic case“:

- Rückzahlung Darlehen bis 2016
- Bis 2015 wird das Unternehmen weniger als 5 Mitarbeiter beschäftigen.
- Reduzierung und Optimierung der Fixkosten.
- Geplante Absatz **7'200 Stück**

Variante	1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr	4. Jahr	5. Jahr	6. Jahr
pessimistic case	0		50'000	50'000	95'000	100'000

Tabelle 17: Stückzahlen „pessimistic case“

10. Finanzierung

10.1. Kapitalbedarf

Kapitalbedarf: **295'000**

Angestrebte Finanzierungsform: Bank Darlehen oder Kredit

Sicherheit: Ostschweizer Bürgschaftsgenossenschaft (in Vorbereitung)

Unmittelbare Schritte nach der Sicherstellung der Finanzierung:

- Auftrag an Patentanwalt zur Einreichung des Patentantrages
- Erweiterung des Software-Entwicklungsteam bei QA-Power (Ukraine)
- Miete Büroräumlichkeiten im Technopark® Luzern
- Auftrag zur Gestaltung der Installations- und Bedienungsanleitung
- Auftrag zur Verpackungsgestaltung
- Brainstorming für definitiven Produktnamen
- Professionelles Logo „Brand“ für Produkt in Auftrag geben.

10.2. Rückzahlung des Darlehens/Kredit

Case	2011	2012	2013	2014	2015	2016
realistic			100'000	100'000	95'000	
optimistic		25'000	70'000	100'000	100'000	
pessimistic			50'000	50'000	95'000	100'000

Tabelle 18: Rückzahlungsplan Darlehen/Kredit

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Die Säulen des Unternehmens.....	6
Abbildung 2: Organigramm.....	7
Abbildung 3: Basis Applikation	9
Abbildung 4: USB-Stick Applikation.....	9
Abbildung 5: Internet Access	9
Abbildung 6: Mobile Access	10
Abbildung 7: Entwicklungsphasen.....	11
Abbildung 8: Development Iterationen	11
Abbildung 9: Standort Technopark Luzern	22
Abbildung 10: Risikomatrix	24

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Rechtsform.....	6
Tabelle 2: Markteinführung.....	13
Tabelle 3: Zielgruppen (Marktsegmente).....	14
Tabelle 4: Stückzahlen „realistic case“	14
Tabelle 5: Stückzahlen „optimistic case“	15
Tabelle 6: Stückzahlen „pessimistic case“.....	15
Tabelle 7: Entwicklung der Stückzahlen über 5 Jahre (realistic-, optimistic- und pessimistic case).....	15
Tabelle 8: SWOT-Analyse	16
Tabelle 9: Risiken	24
Tabelle 10: Massnahmen zu den Top 3 Risiken	25
Tabelle 11: Massnahmen zu den weiteren Risiken	25
Tabelle 12: Plan-Bilanz.....	27
Tabelle 13: Plan-Erfolgsrechnung	28
Tabelle 14: Plan-Kapitalflussrechnung	29
Tabelle 15: Liquiditätsplan	30
Tabelle 16: Stückzahlen „optimistic case“	31
Tabelle 17: Stückzahlen „pessimistic case“	31
Tabelle 18: Rückzahlungsplan Darlehen/Kredit	32

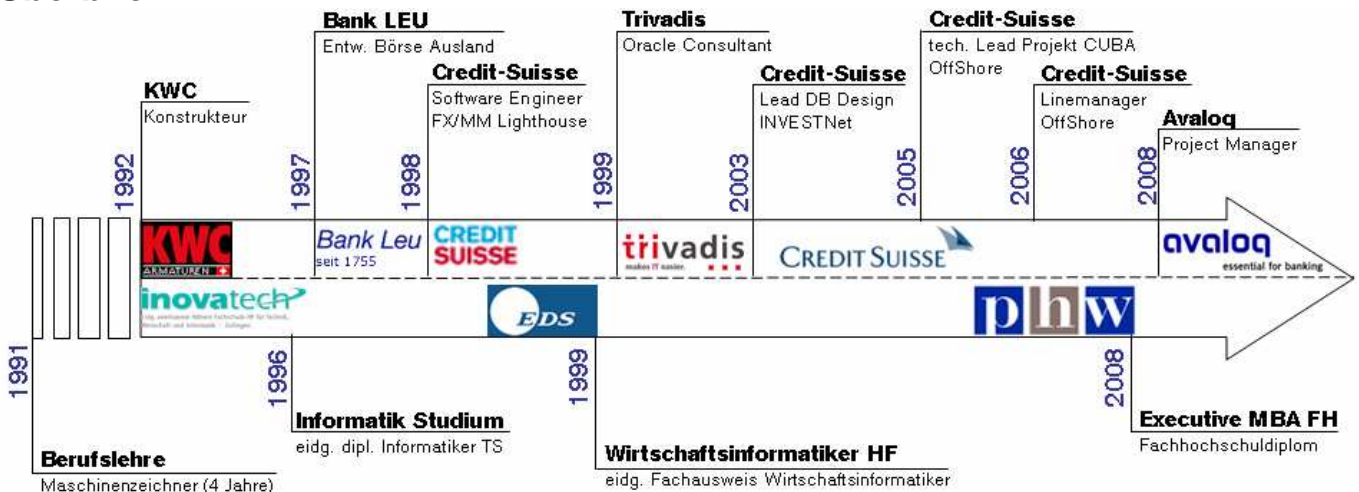


Marc Maurer
Schützenweg 6
5734 Reinach AG

☎ +41 79 643 27 89
✉ marc.maurer@iq4you.ch

Ausbildung: executive MBA FH (eMBA)
Funktion: Geschäftsführer IQ4you GmbH
Alter: 39
Zivilstand: ledig
Freizeit: Pilot PPL, Sport, Segeln, Reisen, Literatur

Überblick



Erfolge

- **Masterdiplom** - executive Master of Business Administration (eMBA FH)
- **Masterarbeit:** Offshore Test Center (OTC) - Ausarbeitung eines Zusammenarbeitsmodells zwischen der Credit Suisse und den Offshore Providern, um Software zu testen.
- **Zertifizierung** zum Certified Avaloq Professional. Übernahme Einführungsprojekt (Avaloq Banking System) bei der Bank Linth und der Liechtensteinischen Landesbank in Vaduz als **Projekt Manager**. **Erfolgreiche Einführung** Bank Linth 2010.
- **Beförderung** zum Assistant Vice President. (Credit Suisse)
- Sehr **erfolgreiche Durchführung** des Offshore DWH-Pilotprojekts mit mehr als 25% Kosteneinsparung.
- **Übernahme und Aufbau** der neuen Abteilung Sourcing im Bereich Datawarehouse als Abteilungsleiter.
- Ausarbeitung und Präsentation **der Strategie** und Software-Entwicklungsprozesse für das Offshoring in Datawarehouse Umfeld.
- **Aufbau des Entwicklungsteam** und der DWH-Infrastruktur in Kolkata Indien. (Credit Suisse)
- Durch mein organisatorisches Talent sowie flexibles und selbständiges Arbeiten als **tech. Projektleiter** konnte ich **massgeblich zum Erfolg** im Offshore Projekt „CUBA“ (Credit Suisse) beitragen.
- Erfolgreicher Abschluss der berufsbegleitenden Weiterbildung zum **Informatiktechniker TS** und **Wirtschaftsinformatiker HF**.

Appendix II - Handelsregisterauszug IQ4you GmbH



Handelsregister des Kantons Luzern - Hauptregister

Firmennummer	Rechtsnatur	Eintragung	Löschung	Übertrag von:	1
CN-100.4.792.008-5	Gesellschaft mit beschränkter Haftung	19.10.2010		auf:	

Alle Eintragungen

Ei	Lö	Firma	Ref	Sitz
1		IQ4you GmbH	1	Root
1		(IQ4you Ltd liab. Co)		

Ref	Stammkap.(CHF)	Ei	Ae	Lö	Stammanteile(CHF)	Gesellschafter(s. Personalangaben)	Ref	Adresse der Firma
1	20'000.--	1			200x100.--	Maurer, Marc	1	c/o Technopark Luzern D4 Platz 4 6039 Root Längenbold

Ei	Lö	Zweck	Ref
1		Erbringung von Dienstleistungen im EDV-Bereich, insbesondere Entwicklung und Beratung sowie Verkauf von und Handel mit Hard- und Software, Erwerb, Halten und Verwertung von Immaterialgüterrechten und Immobilien; Beteiligungen.	

Ei	Lö	Bemerkungen	Ref	Statutendatum
1		Mitteilungen erfolgen schriftlich oder per E-Mail.	1	04.10.2010
1		Gesäss Erklärung der Geschäftsführung vom 04.10.2010 untersteht die Gesellschaft keiner ordentlichen Revision und verzichtet auf eine eingeschränkte Revision.		

Ei	Lö	Besondere Tatbestände	Ref	Publikationsorgan
			1	SHAB

Ei	Lö	Zweigniederlassung	Ei	Lö	Zweigniederlassung	Ei	Lö	Zweigniederlassung	Ei	Lö	Zweigniederlassung

Zei	Ref	TR-Nr	TR-Datum	SHAB	SHAB-Datum	Seite	Zei	Ref	TR-Nr	TR-Datum	SHAB	SHAB-Datum	Seite
MR	1	7674	19.10.2010	207	25.10.2010	9							

Ei	Ae	Lö	Personalangaben	Funktion	Beichnungsart
1			Maurer, Marc, von Schmiedrued, in Reinach AG	Gesellschafter und Geschäftsführer	Einzelunterschrift

Luzern, 25.10.2010 07:03

Dieser Auszug hat ohne die nebenstehende Originalbeglaubigung keine Gültigkeit. Auf besonderes Verlangen kann auch ein Auszug erstellt werden, der lediglich alle gegenwärtig gültigen Eintragungen enthält.

BEGLAUBIGT
25. Okt. 2010
HANDELSREGISTERAMT
DES KANTONS LUZERN