



Genius Marble Run

„Welches zentrale Kundenproblem löst dein Unternehmen? bezahlbares Mitbringsel, das was hermacht, preiswertes Edukationsgeschenk für die eigenen Kinder, als Serie, von 10-16 Jahre Was dein wichtigstes, für den Kunden relevantes, Alleinstellungsmerkmal? lehrspielzeug, das man bezahlen kann Was machst du besser als deine Mitbewerber? lean, preiswertere Herstellung, flexibleres Produkt, geht in der Edukation wesentlich weiter als jeder andere Anbieter, inkl. Lego und Fischer Technik. Wo siehst du dein Unternehmen in 10 Jahren? verkauft an Hasbro/Mattel/etc. und nicht erst in 10 Jahren. Welche Marktposition wirst du langfristig haben? 25-50% aller Marble Run für Kinder 10-16 Jahre! das ist das Ziel, erreichbar nur durch Discounter. Wie würdest du dein visionäres Ziel beschreiben? Discounter bieten immer mehr non Food- Themen an, Discounter Kunden tragen die Gesellschaft, sie haben die meisten Kinder und das geringste Einkommen, sie benötigen Mitbringsel und wenn's geht sinnvolle, auf jeden Fall keine teuren. mein Produkt macht was her, erfreut das Kind, lehrt es, bringt es weiter in den Bereichen Mechanik, Elektronik, Programmierung, in 3 Levels, gemäß den Kapazitäten des Kindes. Welches zentrale Kundenproblem löst dein Unternehmen? keiner hat je ein

kugelbahnspiel für den Niedrigpreissektor designt mit Margen, die den Verkauf über Discounter ermöglichen. Was ist dein wichtigstes, für den Kunden relevantes, Alleinstellungsmerkmal? Kombination von sinnvollem Geschenk und preis Was machst du besser als deine Mitbewerber? geringere Herstellungskosten, viel leaner, geringe einstiegskosten, geringes Risiko, hohe Rendite, bereit, Marge an Discounter zu geben um richtig Masse zu schieben. das Produkt ist inhaltlich wesentlich besser aufgestellt als JEDES andere kugelbahnspiel, weil es in Bereiche hineinführt, die andere bestenfalls antasten, aber nicht in der tiefe bieten. Wo siehst du dein Unternehmen in 10 Jahren? verkauft an hasbro/mattel etc., und nicht erst in 10 Jahren Welche Marktposition wirst du langfristig haben? größter Kugelbahnhersteller der Welt, größter Umsatz durch Verkauf über Discounter. evtl. kann man dann andere Produkte nachschieben... Wie würdest du dein visionäres Ziel beschreiben? größter Kugelbahnhersteller der Welt, größter Umsatz durch Verkauf über Discounter. evtl. kann man dann andere Produkte nachschieben..."

1. Gründer

1.1 Gründer/-Team

Markus Ulrich, 52, zeit Lebens selbständig, als Broker, Trader, Trustee, wahrer Maschinenbauer, Gründer/gf einer it-datenbank-gmbh (12 Jahre), Erfinder vieler 3d druck-Technologien, sehr gut im sourcen (China), Vater dreier Kinder, was für dieses Projekt wichtig ist.

1.2 Ziele

ich war nie unselbständig, genauer: immer selbständig, daher ist dieser Schritt nicht neu für mich. ziel ist, das Produkt in drei Levels über vornehmlich Discounter zu verkaufen. daher muss der vk relativ zur Verpackung (Erwartungshaltung) niedrig sein, zb 9.95, der verkäuferaufschlag 100% betragen können, und daher das hauptprodukt (level1) für ca. 2-3\$ erstellbar sein.

ein kaum vorstellbar niedriger herstellungspreis ermöglicht daher große Zufriedenheit beim Verkäufer wie auch beim Konsumenten, der für zb 9.95 "richtig was in der Hand" hat, ein Geschenk, mit dem man sich nicht blamieren kann, das nach viel mehr aussieht.

dabei macht dieses geiz ist geil Produkt noch wirklich Sinn, kein dummer legobausatz, der, einmal mit all seinen spezialteilen zusammengebaut, ins Regal gestellt wird, sondern der Marble run ist für jeden interessant zu beobachten, läuft automatisch (level2&3), kann ständig variiert werden, kommt ggfls. ohne foodprint aus (mobile=Deckenaufhängung), ist preiswert erweiterbar und wächst mit dem reifenden Kind mit (level2=Elektronik, level3=Programmierung), ein durchaus anspruchsvolles "spiel" also, für das ein Kind von 10 bis 16 Jahre begeistert werden soll.

das totale Outsourcing, von der Spritzgussformerstellung über die plastikteile, die Verpackung, den Versand, ermöglicht am Anfang auf jeden Fall eine ein-Mann UG ohne weitere personelle Ressourcen und ausgaben.

ich habe alleine auf der cebit 2000 ausgestellt und kann die Firma auch auf der Nürnberger spielzeugmesse repräsentieren.

das höchste Ziel ist, nach genügend basisarbeit (verkauf über eBay/Amazon/paar kleinere Läden bis Conrad Elektronik) die Qualität (geringe Rückläuferquote/alle Bestimmungen wie

EN71&rohs) des Produktes bewiesen zu haben und an die ganz großen ranzutreten: sonderanktionen bei lidl und Aldi, Angebot als White Label Produkt für (um mal ein paar zu nennen: Conrad, imc, piatnik, asmodee, aldi, amazon, zimba, noris, carletto, lidl, botti, heros, disney, metro/saturn, ebay, tomy, klein, halloween, carrefour, ravensburger, amigo, jumbo, hcm, auchan, hasbro, game factory, clementoni, heidelberger spieleverlag, costco, schmidt, goliath, kdgames, hutter, tesco, kosmos, eichhorn, spinmaster, splas htoys, kaufland, mytoys, goula, pegasus, stadlbauer, kroger, haba, hape, pavilion, tiptoi, target, m attel, buiten speel, toysrus, zoch, kmart). und dann kommt der Gang zum weltgrössten Verkäufer: Wal-Mart! das Produkt ist auf Discounter zugeschnitten, parallel dazu ist eine zweite Reihe angedacht: das Discount Produkt wird zum Starter Set, das bei höherem Preis von Markenanbietern verkaufte wird ein Basis+ Produkt, mit entsprechend mehr Motoren, Stäben, plastikteilen, etc., es ermöglicht einfach von vornherein ein noch interessanteres spielen durch erweiterte Optionen.



Markus Ulrich

2. Zielkunden

2.1 Zielkunden

Wer genau sind deine Kunden?

Bei Privatpersonen: Wie würdest du deine Zielgruppe beschreiben (Wohnort, Alter sowie weitere demographische Faktoren)? Welche Sinus Milieus sprichst du an?

Wie sieht das Kaufverhalten der Zielgruppe aus, wie häufig wird konsumiert?

Wie groß ist deine Zielgruppe?

der Endkunde ist der preisbewusste Discounter Kunde, der in unserer Gesellschaft zum Kauf von mitbringeln bis hin zu Weihnachtsgeschenken genötigt ist, eigentlich kein Geld dafür hat, und auch nicht ewig chinaplastikschrott verschenken will. also du und ich, wir machen ca. 80% der

westlichen Gesellschaften aus. kindergeschenkkauferi ist meist mütterarbeit, sie surfen dafür nicht im Internet und sind froh, wenn der Discounter nun zunehmend nonfood Produkte anbietet, evtl. ist heute mal was Sinnvolles dabei? sie haben nicht viel zeit, sehen einen Karton, der was hermacht, mit lachenden Kindern drauf, die etwas bauen, das die Mutter noch nie gesehen hat, sich aber vom footprint vorstellen kann, dass das Produkt platzmässig auch noch ins Kinderzimmer geht. der Preis stimmt, also in den Wagen damit. gefällt s dem einen Kind, noch ein paar kästen nachladen für andere Kinder, die nächste kindergeburtstageeinladung kommt bestimmt. bei dem preis kann man einfach nichts falsch machen. ein Geschenk ist normalerweise kaum unter dem doppelten Preis zu kriegen, das hier scheint was ganz neues zu sein, und der Karton sieht auch nach dem doppelten Preis aus. ein Schnäppchen also.

Bei Unternehmen: Wer sind die Entscheidungsträger? Wer sind Beeinflusser?
die Discounter Einkäufer sind auch Familienleute, sie kennen das Problem und mögen die Lösung. sie checken die Qualität über Amazon Rezensionen, erhalten die gewünschte Marge, probieren in wenigen Läden aus und bauen die Position dann aus.

2.2 Probleme & Bedürfnisse

Welche Probleme / Bedürfnisse haben deine Zielkunden, die für dein Geschäftsmodell relevant sind?

Spielzeug muss billig sein, aber auch interessant, und sicher, muss was hermachen für den schenkenden

Wie wichtig ist der Preis für deine Zielkunden?

für den Discounter ist das nach Sicherheit schon ein sehr weit oben stehendes Ziel. das erfülle ich auch voll.

Welche Kaufkraft (wie viel Geld verdient dein typischer Kunde pro Monat) hat dein Zielkunde?

Discounter Kunden suchen preiswertes, das das Ziel eben auch erfüllt: das Kind soll Spaß damit haben, und man will sich mit dem Geschenk nicht blamieren.

Welche Rolle spielen Qualität und Service bei der Kaufentscheidung?

die Mindeststandards müssen erfüllt sein: EN71&rohs.

das Spiel ist einfach und selbsterklärend, der Karton zeigt einige Optionen, die YouTube Videos geben weitere Hilfestellungen und Ideen.

Was stört deine Zielkunden an bestehenden Angeboten?

spacerail hat einen gigantischen footprint und ist mit 130€ in der größten Version (level9) dann auch ganz schön teuer. manche verzweifeln am Spiel (zu kompliziert), und eine technische Weiterentwicklung (es gibt nur einen batteriegetriebenen Aufzugsmotor) fehlt, was soll man davon lernen können? ist fast wie ein Puzzlespiel: du brauchst Ruhe und musst dich durchbeißen, wenn´s fertig ist, kann man diesen Trum aber leider weder an die Wand hängen noch in den

Schrank drücken. und alles wieder abbauen? so spannend wie eine carrerabahn ist so eine kugelbahn nun auch wieder nicht...

3. Geschäftsidee

3.1 Produkt / Dienstleistung

Welches Produkt bzw. welche Dienstleistung bietest du an?

kugelbahn=roller coaster=Marble run

3 Level: Mechanik, Elektronik, Programmierung

Wie sieht dein Angebot im Detail genau aus?

ABS spritzgegossene teile: Bahnhalter mit Kugel, die ins Gelenk des Halters gepresst wird, der in ein Acrylrohr eingeklickt wird, das den vertikalen träger darstellt, der in den standfuss gepresst wird, der verknüpfbar mit weiteren Standfüßen weiterer vertikaler Träger ist, sodass das System offen endlos ausbaubar ist. pinkes Plastik für die Mädels, blau für die Jungs. als "Bahngleise" dient 2mm aludraht, der in den Bahnhalter eingeklickt wird.

und nachts mit Beleuchtung: glow in the Dark kugeln leuchten fluoreszierend während ihrer abfahrt, ein hingucker.

Level 2 bietet Elektrotriebemotoren zwecks Aufbaus eines Aufzuges, dazu Hubmagnete für "gleisweichen".

level3 bietet ein arduino board zur Ansteuerung der Anlage über eine app per pc/Tablett/Smartphone.

erweiterbar bis hin zu Beleuchtung/Sprachausgabe, Hubmagnete, die die Kugeln springen lassen, da ist sehr viel denkbar, arduino ist das weltbekannteste entwicklerboard mit jeder Menge Erweiterungen

Was ist der Kern deiner Geschäftsidee, womit willst du Geld verdienen?

kern des Produktes: den Kindern was schlaues an die Hand zu geben, das Spaß macht, aber auch lehrt, von Mechanik über Elektronik bis zur Programmierung, ein Spielzeug, mit dem und an dem das Kind wachsen kann.

kern des Geschäfts: keine Menschen! keine ausgaben! alles lean! alles outsourcen! völlig flexibel bleiben! die Zeit zeigt dann, wohin ich die Produkte entwickeln kann: mehr Elektronik, oder immer nur billig, nur Discounter oder geht's auch über Ravensburger &co?

die Chinesen können eine Million Kartons/Jahr erstellen, ich kann aber auch nur 1000 bestellen, totale Flexibilität ist vereinbart.

der Gewinn liegt zwischen 10€ (zb level2 & gehobene Version) mal ein paar tausend Kartons(?) und ca. 2€ mal ein paar hunderttausend Kartons (??)

Was zeichnet dein Angebot bzw. deine Geschäftsidee aus?

tolles lerntool, macht Spaß, billig für den schenkenden

Was unterscheidet dein Angebot von Konkurrenzangeboten, was machst du besser?

ich gehe gleich auf die discounterschiene. der Karton ist ansprechend, das Produkt billiger, ausbaufähiger, man lernt viel mehr, das Produkt ist flexibler (footprint), kann als mobile verwendet werden, zb 120cm hoch, sowas gibt's noch gar nicht, ist ein riesenhingucker für die Freunde der Kinder.

Wie willst du dein Angebot schützen (z.B. Patent oder Marke)?

ich besitze Marke und patent (in anderen Bereichen) und weiß wie das geht, mache ich zum gegebenen Zeitpunkt

4. Markt & Wettbewerb

4.1 Markt

In welcher Branche bist du tätig?

Kinderspielzeug>Bausätze>kugelbahn

Wie viel Umsatz wird in der Branche insgesamt erwirtschaftet?

90mia\$

Wie würdest du deinen Markt beschreiben?

Nische, lernspielzeug

Wie groß ist dein Zielmarkt (in Euro, Anzahl Kunden, Stückzahl etc.)?

1mia\$, 100mio Kunden, 100 Mio. stk

Wie hat sich der Zielmarkt in den letzten Jahren entwickelt?

da kam nichts Neues raus meines Wissens

Welches Marktpotenzial kann noch ausgeschöpft werden?

verknüpfen von spielen und lernen, hin zur Elektronik und Programmierung, außerdem: niedrigerer preis, verkauf über Discounter. der Markt wird von Klons aus China beherrscht, deren Produkt ist aber zu kompliziert für Discounter, auch Marge zu gering für alle.

Welche Trends sind zu erkennen, wie sieht die Zukunft aus?

Lego: macht immer dümmer, immer spezieller, kein nachdenken mehr nötig, spielspass nach Anleitung und animiertem Film, Motive von Disney filmen, alles nur noch für die Vitrine, und der nächste Kasten bitte.

Welche Markteintrittsbarrieren existieren? Wie gehst du mit diesen um?

EN71&rohs, und das ist gut so! finde ich super wichtig.

4.2 Mitbewerber

Wie viele Anbieter gibt es insgesamt?

Wer sind deine 3 bis 5 wichtigsten direkten Mitbewerber?
im gleichen Alterssegment: Fischer Technik: super teuer.
spacerail und andere klone (war mal aus Japan gekommen)

Welche Marktanteile haben deine direkten Mitbewerber?
kein Ahnung, aber ich möchte spacerail (und wiederum alle klone davon) jetzt mal als einzigen ernstzunehmenden Mitbewerber darstellen, da die auch billig können. Fischer Technik wird immer im Fachgeschäft gekauft, eine ganz andere Käuferschicht.

Welche Faktoren zeichnen deine direkten Mitbewerber aus?
billig, schon für 12€. aber keinerlei Flexibilität in der Grundplatte, daraus ergibt sich der footprint. Pfosten drauf, klemmen dran, ptfeschlauch ist ein wenig ungünstig. erstens teuer, zweitens nicht ewig biegsam, weshalb die Halterungen was aushalten müssen, das Halterdesign gefällt mir nicht. doch reichlich plastikteile, sodass die Produktion nicht ganz billig sein kann, die Marge ist also klein, und Verkauf über Discounter geht dann kaum.

Wie werden die Mitbewerber auf deinen Markteintritt reagieren?
Chinesen? klauen, was sonst?!
aber ich bin eine ein Mann Show und produziere/verpacke auch in China, was können die noch rausholen, wenn das Produkt nur 2\$ kostet und der Verkäufer die Marge erhält um für massenverkauf zu sorgen?

4.3 Konkurrenzanalyse

Welche Angebote stehen in direkter Konkurrenz mit deiner Leistung?
spacerail

Was sind deiner Meinung nach die Vor- und Nachteile der bestehenden Angebote?
s4.2
außerdem: da ich mich nur mit spacerail vergleichen kann: die benötigen 50 verschiedene Teile, ich nur 5! alleine dadurch müssen deren kosten schon höher sein.

Welche 3 bis 7 Faktoren sind für deine Zielkunden besonders wichtig?
hab ich auch schon weiter oben beschrieben

Wie gut oder schlecht schneiden deine Mitbewerber in Bezug auf diese Faktoren ab?
Fischer Technik kann gut, spacerail kann billig.
mit fischertechnik kann man lernen, aber nicht der Discounter Kunde.
mit spacerail gibt s nur den Aufbau, und nach 5 Minuten laufen wird's dann fad.

Womit könnten deine Zielkunden bei bestehenden Angeboten unglücklich sein?
Fischer Technik kann man nicht mal eben verschenken. das ist kein Mitbringsel-preis.

spacerail ist fast lernfrei, oder in hohen Levels mechanisch extrem kompliziert. die haben m.e. den falschen Fokus gesetzt. naja, sie haben ja auch nur geklaut... die chinesische Mentalität ist mit unserer (noch) nicht vergleichbar. ich habe in Asien gelebt und weiß wovon ich spreche. ich möchte diesen Punkt aber noch weiter beleuchten, weil er u.u extrem wichtig wird, wenn mein Konzept nicht besser ist als spacerail´s: der kluge lernt aus anderleuts Fehlern, und da muss man nur die negativen spacerail-Rezensionen bei Amazon lesen, hier ein paar Kostproben:

-Absolute Enttäuschung. Mehr als die Hälfte der Teile fehle, super traurige Gesichter beim Auspacken zu Weihnachten, obwohl die Vorfreude so groß war.
Etliche Teile der Schienenbefestigung sowie der komplette Aufzug fehlen im Karton.

-Auf keinen Fall verschenke. Wenn man zu viel Zeit hat, könnte man als technisch begabter Erwachsene dies aufbauen. Ansonsten bleibt das Plastikschröck halbaufgebaut stehen und die Kinder haben kein Spaß damit... Die Beschreibung ist nicht hilfreich und hat auch einige Fehler. Also, nur für sich kaufen, als Geschenk macht man damit keinem eine Freude.

-Extrem schwieriger Aufbau! Diese Bahn ist nach der mitgelieferten Anleitung nicht aufbaubar. Strecken sind falsch markiert und die Abbildungen in der Anleitung die einem helfen könnten sind viel zu klein (Briefmarkengröße) und nur in schwarzweiß. Man kann nur selber Bahnen bauen, was aber ebenfalls viel Geduld und Mühe kostet. Die Grundidee ist gut, die Umsetzung ist mehr als mangelhaft! Leider sind schon mehrere Teile zerbrochen, ohne besondere Kraftaufwand. Alles ist sehr instabil.

Die Hersteller sollten sich an den teilweise hochkomplexen Lego-Technik-Kästen ein Beispiel nehmen. Hier sind die Anleitungen eindeutig alles passt und alles ist stabil.
Ich kann von einem Kauf dieser Kugelbahn nur abraten.

-schlechter geht's nimma. ein richtiger Dreck bei dem scheiss auf den stützten ist die Hälfte ohne loch. von der Verarbeitung ganz zu schweigen bitte Finger weg wenn sie nicht ein Kind zum Weinen bringen wollen.

das amerikanische Amazon System zeigt noch viel mehr Kritiken, aber die Richtung ist ja hier schon mal erkennbar. das sind natürlich nur die schlechten. wer s hingekriegt hat, fühlt sich wie ein Meister und schreibt dementsprechend: schwierig, aber am Ende ein heidenspass, nichts für ungeübte ohne nerven etc.

Wie stark sind deine Zielkunden an deine Mitbewerber gebunden?

gar nicht. Fischer Technik/Lego et al mag man natürlich, kennt sie aus der Kindheit. aber das hat alles seinen Preis, den man kaum mehr bezahlen kann. da will ich mich ja gar nicht hinentwickeln! ich kann millionen Kartons als ein mann Firma so lean produzieren, mich interessiert kein Lego/Fischer Technik Ansatz. und dieser Kunde wird mein Produkt kaum sehen, weil er nicht zum Discounter muss. da sind einfach Welten dazwischen

5. Strategie

5.1 Alleinstellungsmerkmal

Wo siehst du die Vorteile von deinem Angebot?

preis, verkauf über Discounter (nonfood-trend bei Aldi/lidl&co)

ausbaufähig, lehrfähig, was spacerail nicht ist

Was macht dein Angebot gegenüber deinen Konkurrenten einzigartig?

ausbaufähig, lehrfähig, footprint, Flexibilität. preis (abgesehen von spacerail).

ich trete aber als europäische Firma auf, spacerail verkauft bspw. über invento an Conrad (ich weiß nicht, woher invento in China bezieht), aber da geht Marge verloren.

Wie wichtig ist der Vorteil für deine Zielkunden?

das Preisargument ist für die Zielgruppe extrem wichtig.

Wo hast du womöglich ein für den Kunden relevantes Alleinstellungsmerkmal?

ausbaufähig, lehrfähig, footprint. pries (außer spacerail)

5.2 Positionierungen

Wie wichtig ist der Preis für deine Zielkunden?

extrem. gerade im mitbringselmarkt (zb für kindergeburtstag, familientreffen, etc.).

Welchen Preis willst du verlangen?

lass das mal die Discounter entscheiden, kann ja fast nicht wehtun. wäre jetzt eine extreme Antwort. aber es gibt ja auch kaum was zu verlieren! wenn der Discounter mir erklären kann (Wal-Mart scheint da sehr professionell drin zu sein) wie hoch der vk sein muss, welche Menge die bei welchem ek abnehmen, dann will ich das mal ausprobieren, die müssen verkaufen, die sind die Profis.

Wie wichtig ist Qualität und Service für deine Zielkunden?

nicht wirklich, ist ein Spiel, erfüllt die Bestimmungen, hat CE zeichen, benötigt keinen Service.

Welche Qualität kannst du im Vergleich zum Wettbewerb bieten?

CE und ANSYS simulierte Zerstörungen. das Material ist gut, sogar Food grade!

wenn Chinesen da sparen wollen, gibt's irgendwann ärger. mach ich dann auch gerne, denn es geht hier um kindergesundheitsgefährdung.

Wie willst du dich in Bezug auf Preis / Leistung positionieren?

dieses Spielzeug kann man nicht preiswerter herstellen, das Design ist optimiert.

ich will lieber mehr Leistung als Preis anbieten und richtig Masse schieben. mit den Chinesen geht, was hier kaum möglich wäre: totales scaling, das will ich ausnutzen

Siehst du dich als Preisführer (günstiger als der Wettbewerb), als Qualitätsführer (höhere Qualität als der Wettbewerb) oder möchtest du dich als Nischenanbieter vom Markt abheben?

Preisführer sowieso. aber die Lehrfähigkeit geht dem direkten Mitbewerber sowieso ab, und das Produkt ist mechanisch einfacher, trotzdem flexibler.

es ist einfach ein besseres Produkt. arduino gibt s in all seiner Vielfalt erst seit ein paar Jahren, die japanische spacerailversion ist Jahrzehnte als 70er Jahre glaube ich. der Markt wurde nicht ausgebaut, nur geklaut und im gleichen design weiterproduziert.

damals gab s Elektronik lehrkartons von Philips und Kosmos, was gibt s heute? unsere Kinder sollen doch nicht dümmer werden!

günstig lehren erlaubt auch den Verkauf in ärmeren Ländern. sogar in China! vielleicht wird das sogar der größte Markt, denn die Chinesen wissen, worauf es in der Bildung ankommt

6. Marketing

6.1 Kundengewinnung

Wie kannst du deine Zielkunden am besten erreichen (online, vor Ort, im Büro)?
das sind ja nur wenige, keine 50. ich möchte sie besuchen.

Wo bzw. über welche Kanäle sollte dein Angebot ggf. erhältlich sein?

eigener Verkauf über Amazon fba. das fulfillment Center erhält die Palette und versendet selbständig, kostet Marge (ca. 20%), aber kaum Arbeit.

Code an Kunden (Discounter) mailen, schon können die bequem kostenlos das Produkt erhalten, keinerlei Arbeit für mich.

dann gibt es noch Amazon-unabhängige fulfillment Center, die den Container in bspw. Hamburg erhalten und die Paletten an die Discounter weiterleiten, kaum Aufwand für mich.

Welche 2 bis 3 Marketingkanäle bieten die geringsten Streuverluste?

Kinder! geringe Rücklaufquoten, gute Rezensionen zb bei Amazon

Wie viel musst du investieren, um einen neuen Kunden zu gewinnen?

einen anfahrtstag nach email/Telefonat in dem ich um Vorstellungstermin bitte

Welche Preisstrategien (Rabatte, Abo, kostenfrei Monate etc.) hast du geplant?

an die installationsvideos kommt nur der registrierte (double opt in). er erhält gelegentlich Angebote (zb amazon-kunden und die, die beim Discounter das basispaket gekauft haben. warum Wal-Mart die Marge lassen, wenn ich s selbst versuchen kann, den Wal-Mart Kunden über die Registrierung anzumailen und das level2 Paket mit Rabatt anzubieten? der Gewinn wäre immer noch mehrfach höher als der über Wal-Mart).

Wie viel möchtest du in Marketing und PR pro Monat investieren?

zeit: fast alles, nachdem die Produkte fertig sind. Geld: die besuche kosten nicht wirklich viel.

6.2 Kundenbindung

Wie häufig kauft ein Zielkunde voraussichtlich bei dir ein (1 Mal pro Tag / Woche / Monat / Jahr)?

80% kaufen wahrscheinlich nur das Basis Paket. traurige Wahrheit, aber technikinteressierte Kinder sind rare ware. somit ergibt sich ein Einmaleffekt. damit kalkuliere ich zumindest und lasse mich gerne positiv überraschen und würde dann zu steuern versuchen.

Welche Gründe gibt es für den Kunden, wiederholt dein Angebot zu kaufen? ausbau (Größe). weitere Levels um mehr zu lernen.

Mit welchen 2 bis 3 Maßnahmen möchtest du den Kunden an dein Unternehmen binden (z.B. Bonuskarte, Bester Preis-Garantie, Abomodell etc.)?

das geht nicht, ich plane auch nicht das fünfte Produkt, wenn ich das erste noch nicht mal produziert habe. prinzipiell lässt sich auf Erfolg aufbauen, ja.

Wie möchtest du die Kundenkommunikation gestalten (z.B. über Newsletter)?

ja, Newsletter mit Video links stolzer Kinder, die unglaubliches erstellt haben, das wird s geben.

Welche Software möchtest du dafür einsetzen (z.B. CRM System, E-Mail-Marketing etc.)? chimpmail oä.

7. Unternehmen

7.1 Unternehmen

Welche Rechtsform wird dein Unternehmen haben und warum hast du dich für diese Rechtsform entschieden?

deutsche UG im Elternhaus um s einfach zu starten, später, je nachdem wie international das wird, evtl. andere Jurisdiktion (wenn Wal-Mart eine US Firma besser findet, mache ich das natürlich)

Welchen Firmennamen soll das Unternehmen haben und wann soll es gegründet werden? wahrscheinlich englisch von vornherein. Geld ist wichtiger als der Gründungstermin.

Bei Kapitalgesellschaften: Wie viel Stammkapital wird dein Unternehmen haben?

UG 1€, das ist unwichtig für Amazon. der Discounter schaut auf Rückläufer und Rezensionen.

Bei Teamgründungen: Wie sehen die Beteiligungsverhältnisse aus?

ich muss den Euro nicht teilen

Welche Genehmigungen, Lizenzen sind vorhanden bzw. müssen beantragt werden?

keinerlei, und die Chinese bringen die Zertifikate für die Rohstoffe. im schlimmsten Fall muss ich die EN71 beantragen, das muss der Inspektor (AI-Asya) noch sehen.

Welche Schutzrechte möchtest du ggf. anmelden (Patent, Markenschutz etc.)?

nicht nötig

Wurde schon ein Standort gefunden?
brauche ich nicht

Was zeichnet den Standort aus?
Europa für die Europäer, evtl. USA für die amis

7.2 Team/ Mitarbeiter

Wer kümmert sich um welche Aufgaben (z.B. Management, Finanzen, Vertrieb, Administration etc.)?
ich, alles

Willst du Personal einstellen?
nein, wenn s geht nicht

Wann soll wer zu welchem Lohn eingestellt werden?
keiner zu keinem

Welchen Lohn wirst du jeweils bezahlen? Wie ist der Anteil zwischen fixer und variabler Vergütung?
nichts

Wie findest du neue Mitarbeiter?
keine

Wie möchtest du sicherstellen, dass gute Mitarbeiter dem Unternehmen treu bleiben?
gar nicht

Wie viele Mitarbeiter wirst du ggf. in 3 Jahren haben?
krieg, liebe und Geschäft sind dynamische Organe, das sehe ich dann

7.3 Kritische Erfolgsfaktoren

Welche Faktoren sind für den Erfolg deines Unternehmens entscheidend?
Rückläufer, Rezensionen, Zoll, ehrliche Produzenten, bisschen Glück wie immer

Welche Geschäftspartner sind für dich wichtig? Warum sollten diese mit dir zusammenarbeiten?
Wal-Mart und andere Discounter. Lidl bietet jetzt Spiele an. Neues Spiel, preiswert, großer Kasten kleiner Preis, kaum Risiko, sollten die mal ausprobieren.

Welche Genehmigungen bzw. Lizenzen sind zwingend erforderlich?
EN71 & RoHS, CE

Welche wichtige Markteintrittsbarrieren musst du überwinden (z.B. technische Standards oder starke Kundenbindung)?

kundenbindung existiert hier bei Discountern für spiele nicht, Standards s.o.

Wie gehst du mit diesen kritischen Erfolgsfaktoren um?

kein Verkauf ohne Einhaltung der Standards!

der Discounter will nicht, wenn das Risiko zu hoch ist und /oder die Marge zu gering. ich gehe nicht zu ihm ohne Erfolg bei Amazon, und lasse ihm Marge.

8. Finanzen

8.1 Umsatz

Welche wesentlichen Umsatzträger hat das Unternehmen?

level1 über Amazon, dann Discounter

Wie sieht dein Ertragsmodell aus, wie verdienst du Geld?

ek des Discounters minus Herstellungskosten, minus steuern

Wie berechnest du den Monatsumsatz?

5€/Karton x 100 Kartons? 1000? 10000??

Wie entwickelt sich dein Kundenstamm, wie häufig kaufen deine Kunden bspw. pro Monat bei dir?

sie (die Discounter) sollten und werden vorsichtig sein, mal antesten in ein paar Läden, dann in weitere Läden aufnehmen.

Gibt es saisonale Schwankungen, die du berücksichtigen solltest (z.B. Sommerferien, Weihnachtszeit etc.)?

klar, weihnachten

Mit wie vielen Monaten Anlaufphase rechnest du?

6-12 im Amazon, dann an Conrad, White Label, kleine Discounter, mittlere...

Bestehen womöglich Grenzen bei der Kapazität?

nein! es sei denn der Erfolg kommt zu schnell. ich will das steuern

Welchen Nettoumsatz erzielst du pro Monat?

500? 5k? 5mio?

8.2 Kosten & Investitionen

Welche Kosten hängen direkt vom Umsatz bzw. dem Verkauf deines Angebots ab (Wareneinkauf, Produktionskosten etc.)?

ca. 2\$/spiel fob (Hafen)

Wie sieht deine Personalplanung aus? Welchen Lohn möchtest du beziehen?
wenig, soll lieber die Firma investieren.

Wie viele Kunden möchtest du gewinnen, wie viel wirst du pro Monat in Marketing investieren?
ich möchte über 1 Mio. spiele verkaufen. Wal-Mart haben 12000 "Läden", dazu
Aldi/lidl/auchan/carrefour/Target/Lotus/usw.
bei 50000 Läden sind das 20 Spiele in einem laden zu Weihnachten verkaufen. durchaus denkbar.

Sind die Gehälter für die Geschäftsführer bzw. der Unternehmerlohn berücksichtigt?
jaja

Mit welchen weiteren monatlichen Betriebskosten rechnest du?
werde ich dann sehen, bin gut buchhalten

Wie hoch fallen deine Gründungskosten (z.B. für Notar, Design etc.) aus?
keine 1000

Welche Investitionen sind für den Unternehmensstart geplant und wie sieht es mit weiteren
Investitionen aus?
locker 30000€ für Spritzguss und Material für die ersten 10000 Kartons (das ist nicht mal ein 40ft
Container)

Wie werden die Investitionen jeweils abgeschrieben (AfA Tabelle)?
im gleichen Jahr (die form hält nicht lange)

8.3 Liquidität & Finanzierung

Wie sieht deine monatliche Liquiditätsplanung für die ersten 3 bis 5 Jahre aus?
ich muss organisch wachsen, also kann ich keine großen Orders am Start gebrauchen, stehen ja
auch nicht an, weil die großen Verkäufer Sicherheit benötigen (Rückläuferquote).
die Marge muss also die neue Produktionsorder bezahlen können.

Hast du auch an unterschiedliche Zahlungsfristen, Zahlungsausfälle und anfallende Steuern
gedacht?
ja, muss man vereinbaren, die Chinesen erwarten 100% bei Anlieferung im Hafen, die Verkäufer
(egal ob Amazon oder Discounter) zahlen Monate später, daher muss ich die ersten 10000
Kartons schon mal finanzieren.

Wie viel Kapital wird für deine Gründung wann genau benötigt?
wenn ich die spritzgussform bestelle will ich auch 10000 Kartons ordern, macht sonst keinen
Sinn, also benötige ich 30000 vor der ersten order.

Wie viel Eigenkapital bringen du und ggf. deine Mitgründer ins Unternehmen ein?
ich habe bislang jegliche Kosten selbst getragen, die 30000 müssen fremdfinanziert werden, und ich kann durch meine persönlichen Verhältnisse nichts einzahlen, nehme aber auch nicht raus!

Wie viel zusätzliches Kapital wird benötigt und wie soll dieses aufgebracht werden?
Existenzgründungsdarlehen? 30000€

Mit welcher Anlaufzeit rechnest du (normalerweise dauert es 6 bis 9 Monate, bis ein Unternehmen 100% betriebsbereit ist)?
wenn ich die Formen gezahlt habe, ist die Ware 2-3 Monate später in Hamburg, bei Amazon FBA, und der Verkauf ging dann bereit ein paar Wochen vorher los, sodass das erste Geld nach 3-4 Monaten reintröpfeln könnte.

Welchen Puffer hast du eingerechnet (z.B. was passiert, wenn der Umsatz in den ersten 12 Monaten 30% geringer ausfällt als geplant)?
ich persönlich würde überleben ohne einen Cent zu entnehmen, die Bank sollte auch bei 30% geringerem Umsatz bezahlbar sein.

8.4 Rentabilitätsrechnung

Wie entwickelt sich dein jährlicher Umsatz?
60-80% Weihnachtsgeschäft, schätze ich, Amazon als vertrauensbildende Maßnahme bringt evtl. 1000-10000 Kartons/Jahr, allerdings ist die Marge hier durch Wegfall des Verkäufers wesentlich höher: VK net 10€, also 80k€ bei 10k Spielen, genug um eine 50k Kartons-order problemlos anzunehmen.

Was sind die jeweils größten Kostenblöcke?
vor Produktion: Spritzgussform
nach Order: Material, ca. 2€/Spiel
vor Verkauf an Endkunden: z.B. bei Amazon FBA: Lagerkosten, aber auch Zoll, Transport, Versicherung, Inspektion, Fehlhandlungen (falsche Farben/Abpackmengen/etc.)

Ab wann wirst du profitabel arbeiten (in welchem Monat wird die Gewinnschwelle erreicht; der sogenannte Break-Even)?
wenn die Ware bezahlt ist keine größeren Aufträge als vorherige kommen, im Grunde also unerwünscht, solange ich nicht an den größten Discounter verkaufen konnte.

Wie wird sich deine Bruttomarge entwickeln?
sie wird durch Zwischenverkäufer schrumpfen, von ca. 10€ (EVP12) auf evtl. 3€ (EVP10)?
da ich aber Masse schieben will, sind mir 1 Mio. x 3 lieber als 50k x 10€.

Wie sieht dein Ergebnis vor Steuern, Zinsen & Abschreibungen aus?
nicht viel anders, denn ich benötige auch keine Hochsteuerjurisdiktion, Bulgarien wäre genauso ok, die Schulden sollten schnell abgebaut sein, und Abschreibungen wird's kaum geben.

Wie viel Gewinn bleibt nach Abzug der Steuern pro Jahr?

während der Amazon geschäfts-phase: $12 - \text{ust} = 10 - \text{amazon} 20\% = 8 - \text{pk} 3 = 5\text{€} = 50\%$ vom vknet- ca. 25% Durchschnitts-steuern, also 30-40% des Nettoumsatzes

Bei doppelter Buchführung: Wie entwickelt sich deine Bilanz?

Richtung steigendes vermögen hoffe ich

Welche Rentabilitätskennzahlen sind für dein Unternehmen relevant und wie sehen diese aus?
ebitda ist für Leute, die lange erklären müssen, das das noch was wird, ich präferiere hier das neu einzuführende eaitda, oder auch kurz: eaa: earnings after all. und das soll bei $>1/3$ liegen.
roi: mein ek (1€) und Fremdmittel Gründungsdarlehen 30k€ und beim 100k€ Umsatz über Amazon im ersten Jahr mit 50% umsatzrendite in dieser Sparte=50k€ vorsteuergewinn-20k€ vorlaufkosten=30k€ auf 30k€ bankinvestment, also Ziel soll sein: roi auf bankinvestment=100%, Bank nach erstem Jahr ausbezahlt.

9. SWOT Analyse

9.1 SWOT Analyse

Welche Stärken hast du im Vergleich zum Wettbewerb?

absolut lean, total flexibel, wenig teile (5 vergl. mit 10 spacerail), keiner kann billiger produzieren, besseres design, lehrreicherer Produkt, edukativ vgl. mit spacerail, wählbarer footprint, leichter aufbaubar=schneller zum Erfolg=sehr wichtig für kindermotivation, verschiedene Farben (jungen/Mädchen), wählbare Bauhöhe, mitbringsel-produkt vgl. mit allen ausser spacerail, europäisch vgl mit spacerail.

Welche Schwächen weist dein Unternehmen im Vergleich zum Wettbewerb auf?

unbekannt vgl. mit Fischer Technik/Lego, aber das ist auch nicht wirklich der Mitbewerber gemäß meiner Strategie.

Welche wichtigen Trends, die für deine Branche relevant sind, hast du identifiziert (z.B. Digitalisierung, Preisdruck etc.)?

Digitalisierung, unglaublicher Preisdruck durch spacerail, marktzerstörerisch, daher gibt's keine anderen Anbieter. spacerail glaubt sicher nicht, dass jemand unter deren preis kommt. sie beherrschen zwischen 15-50€.

Welche Chancen könnten sich aufgrund dieser Trends und deiner Stärken für dein Unternehmen ergeben?

ich kann allein wegen des intelligenteren Designs noch preiswerter anbieten und habe noch geringere firmenkosten. ich kann Discountern noch Marge geben, spacerail kann das wohl nicht mehr. es wird ja auch einen Grund haben, warum Invento das Produkt anbietet, aber damit ist auch noch ein Mitesser am Tisch, der Kuchen wird nicht grösser (warum hat spacerail nicht

selbst bei Conrad angeboten? benötigt europäisches unternehmen?), aber die Marge stark vermindert.

Mit welchen Maßnahmen möchtest du welche dieser Chancen nutzen?

Amazon Rezensionen sollen den Discountern die produktzuverlässigkeit geben, damit richtig Masse geschoben werden kann.

Welche relevanten Risiken hast du auf Basis deiner Schwächen und der Trends identifiziert?
produktzuverlässigkeit=Rezensionen=beweise von Kunden, nicht nur CE/EN71&rohs, und arduino ist unschlagbar vielfältig, das Produkt könnte 10 mal so viel Features bieten wie jede Lego/Fischer Technik, totale Vielfalt, totale Unabhängigkeit, geprüfte Ware, weil es eben auch Rezensionen zu arduino Produkten gibt, keine Risiken für mich also.

9.2 Risikominimierung

Was sind deiner Einschätzung nach die 3 bis 5 größten Risiken für dein Unternehmen?

Rückläufer durch Produktfehler, bzw. zu uninteressantes/kompliziertes Produkt, daher schlechte Rezensionen.

Wie würden sich diese Risiken auf dein Unternehmen auswirken, sofern sie eintreffen?
sollte mein Produkt nicht am Markt angenommen werden, liege ich falsch und werde das Produkt beenden. dieser fehler wäre einfach zu groß. Komplexität kann man reduzieren, vieles ist steuerbar, aber ich muss wenigstens mit der Basis richtig liegen: dass dieses Produkt von der Idee her gefällt.

Welche dieser Risiken kannst du über eine Versicherung absichern, welche nicht?

Verschiffung. Meilensteinzahlungsmethoden reduzieren Risiken erheblich, und die Chinesen kennen diesen weg, sind Standard dort.

Wie viel würde eine Absicherung kosten?

im containerpreis enthalten.

Welche Risiken möchtest du durch welche Maßnahmen wie minimieren?

so viele Kinder damit spielen lassen und beobachten, bis ich sehe, dass das Design ok ist, sonst nachbessern.

Welche Risiken möchtest du bewusst in Kauf nehmen?

dass die Discounter nicht sofort kaufen, ich werde sie nicht ansprechen. das bedeutet: ich verzögere den Erfolg und riskiere Nachahmer. aber ich fühle mich im herstellungspreis sicher und weiß, dass dies kein Markt ist, in dem ein großer einen Preiskampf führen will um mich zu verdrängen, das macht einfach für niemanden Sinn, ich kann aufgrund meiner Struktur (super lean) nicht zerstört werden.

Businessplan-Vorlage fu x | Unternehmerheld: Deine x

Sicher | https://app.unternehmerheld.de/idee/businessplan/8859/meilensteine

UNTERNEHMERHELD Team PDF erstellen Businessplan schließen

Start der Planung

Februar 2018

Realisierungsfahrplan

	Feb. 18	März 18	Apr. 18	Mai 18	Juni 18	Juli 18	Aug. 18	Sep. 18	Okt. 18	Nov. 18	Dez. 18	Jan. 19
Finanzierung beantragen	X											
Formalitäten erledigen	X											
Prototyp erstellen	X											
Webauftritt erstellen	X											
Proof of Concept Phase				X								
Erstes Kundenfeedback einholen						X						
beauftragung spritzgussform				X								
beauftragung herstellung 10000 spiele								X				
verschiffung>fba amazon									X			

Maßnahme erfassen

- 01 Gründer
- 02 Zielkunden
- 03 Geschäftsidee
- 04 Markt & Wettbewerb
- 05 Strategie
- 06 Marketing
- 07 Unternehmen
- 08 Finanzen
- 09 SWOT Analyse
- 10 **Meilensteine**
- 11 Executive Summary
- Dein Businessplan

Businessplan-Vorlage fu x | Unternehmerheld: Deine x

Sicher | https://app.unternehmerheld.de/idee/businessplan/8859/meilensteine

UNTERNEHMERHELD Team PDF erstellen Businessplan schließen

beauftragung herstellung 10000 spiele

verschiffung>fba amazon

Maßnahme erfassen

Meilensteine

	Feb. 18	März 18	Apr. 18	Mai 18	Juni 18	Juli 18	Aug. 18	Sep. 18	Okt. 18	Nov. 18	Dez. 18	Jan. 19
Markteintritt									X			
Erste Umsätze										X		
Break Even erzielt/schuldenfrei											X	
erstkontakt discounter/ verhandlungen												X

Meilenstein erfassen

Weiter

Über uns Impressum Datenschutz AGB

© 2018 Unternehmerheld

Curriculum Vitae

Personal information

First name(s) / Surname(s) **Ulrich Markus**
Address 1873 Rte de l Abadie, 06730 St André de la Roche (France)
Telephone(s) 0033954458634
E-mail(s) markusulrichfrance@gmail.com
Nationality German
Date of birth 30 November 1965



Occupational field **Financial Industry**

Work experience

Dates	07 November 1990 - 16 August 1994
Occupation or position held	Stock Broker
Main activities and responsibilities	Consulting UHNW clients. Researching buy opportunities. Analysing US companies. Trading for clients. Compliance for Frankfurt branch.
Name and address of employer	US Securities Agency GmbH Eschersheimer Landstr. 186, 60431 Frankfurt (Germany)
Type of business or sector	Financial Industry
Dates	17 August 1994 - 04 October 1997
Occupation or position held	Branch Manager for Freiburg Branch of US Securities Agency GmbH
Main activities and responsibilities	Consulting UHNW clients. Researching buy opportunities. Analysing US companies. Trading for clients. Compliance for Freiburg branch clients. Private Placements Reg S. Compliance for securities. Marketing for branch. Teaching the brokers. Preparing them for Series S Licence. Buying stock information systems and data. Teaching all brokers in all German associated branches on how to use trading systems. Writing articles for newspapers and magazines, i.e. Börse Online.
Name and address of employer	US Securities Agency GmbH Grünwälderstr.22, 79098 Freiburg (Germany)
Type of business or sector	Financial Industry
Dates	10 July 1992 - 16 May 2005
Occupation or position held	Founder and CEO of News Net Börseninformationssysteme GmbH (www.news-net.de)
Main activities and responsibilities	Feature planning of all applications, presentation to key customers (banks, stock exchanges, large portals, i.e. Düsseldorfer Börse; Bayerische Börse, Bremer Börse, Web.de, Bluewin (largest Swiss portal), SAP, MAN, Mannesmann and many more), teaching the staff, compliance with exchanges. 1996 exclusively producing for Microsoft MSN to build a stock information system for the German market. Working with compliance departments of the banks to create appropriate applications and interfaces. Support to key clients for their client's portfolios. Aggregating more data feeds. Preparing contracts and SLAs for clients and subcontractors. Planning support tools for staff. Training internal and external support personnel. Negotiating SLAs and chargebacks with data providers and clients. Writing articles for newspapers. Demonstrating our software during competitions (Test winner at

	Handelsblatt 1996). Negotiation and sale of the business to a daughter of Handelsblatt. Consulting new owner until 2008.
Name and address of employer	News Net Börseninformationssysteme GmbH Am Prediger Tor 1, 79098 Freiburg (Germany)
Type of business or sector	Financial Industry
Dates	13 November 2003 - 08 September 2008
Occupation or position held	Trustee for Family Office in Basle (Switzerland)
Main activities and responsibilities	Analysing international stock markets, investments/trading in stocks, later also commodities. Compliance for Family Office. Trading volume around 20-50 mio USD per day, more than 1.500.000.000 USD within 5 months.
Name and address of employer	Hedamax AG (later privately for Family Office) Lilienweg 20, 3007 Bern (Switzerland)
Type of business or sector	Financial Industry
Dates	24 November 2008 - 02 January 2010
Occupation or position held	Property Developer in Thailand
Main activities and responsibilities	Buying land, creating architectural plans.
Name and address of employer	Markus Ulrich Sanam Luang road 54, 23170 Koh Chang (Thailand)
Type of business or sector	Land Development
Dates	October 2012 - today
Occupation or position held	Company Advisor, Real Estate Agent
Main activities and responsibilities	Consulting companies to receive an exchange listing (i.e. Applied Engineering Products, USA, mine detecting robots), Compliance, preparation of documents, exposée. Consulting Coup4me.com to build a social media and crowdfunding platform, analysing the market and inventing a Groupon 2.0 system. Building a 3D laser galvo resin printer, inventor of several patent pending 3D printing technologies.
Name and address of employer	Markus Ulrich 1873 Rte de l'Abadie, 06730 St. André de la Roche, France
Type of business or sector	Company Advisor and Real Estate Agent for international clients looking for houses around Nice (Cap Ferrat – La Turbie- Nice Ouest)
Education and training	
	Elementary School Albert Schweitzer
Title of qualification awarded	
Name and type of organisation providing education and training	41564 Kaarst (Germany)
Dates	17 July 1976 - 30 June 1986
Title of qualification awarded	Secondary School Albert Einstein Gymnasium
Name and type of organisation providing education and training	41564 Kaarst (Germany)

Dates 26 July 1986 - 22 April 1987
 Title of qualification awarded English and Mechanics
 Principal subjects / occupational skills covered Maintenance of CNC machines at Cam Gears, daughter of TRW Inc., USA
 Name and type of organisation providing education and training Cam Gears Ltd. (Automotive Parts)
 Clevedon (England)

Dates 06 July 1987 - 26 April 1988
 Title of qualification awarded French and Laboratory (Mechanics)
 Principal subjects / occupational skills covered Science of Materials, Mechanics, Laboratory tests at TRW France, daughter of TRW Inc., USA
 Name and type of organisation providing education and training TRW France Ramonchamp
 Ramonchamp (France)

Dates 26 June 1988 - 17 July 1989
 Title of qualification awarded Military Service and Chef du Casino
 Principal subjects / occupational skills covered 6 months military training, then running the officer's casino.
 Name and type of organisation providing education and training Hamburg and Rheine (Germany)

Dates 06 September 1989 - 23 October 1992
 Title of qualification awarded Mechanical engineering at Dortmund University
 Principal subjects / occupational skills covered Preparatory studies and advanced studies, partly broker job parallel.
 Name and type of organisation providing education and training Dortmund University
 Dortmund (Germany)

Dates 25 July 1984 - 23 May 1985
 Title of qualification awarded Exchange year at Tufts University, Boston
 Principal subjects / occupational skills covered English and Business Sciences in exchange with TRW student
 Name and type of organisation providing education and training Tufts University
 Boston (USA)

Personal skills and competences

Mother tongue(s) **German**

Other language(s)

Self-assessment
 European level (*)

English

French

Understanding				Speaking				Writing	
Listening		Reading		Spoken interaction		Spoken production			
C2	Proficient user	C2	Proficient user	C2	Proficient user	C2	Proficient user	C1	Proficient user
C1	Proficient user	C1	Proficient user	C1	Proficient user	C1	Proficient user	B2	Proficient user

Social skills and competences	3 Kids;-) As a founder of an 11 head enterprise I must have some social skills.
Organisational skills and competences	As CEO of my company I had to prepare two room changes and the moving of the then outsourced hosting centre. And we changed data providers. Upgrading software (internal and for clients) was also quite demanding. Preparing stock exchange listing with investor 3i.
Technical skills and competences	Studied Mechanical Engineering, apt in that direction
Computer skills and competences	Office, CAD, stock data/trading software, internal support/compliance software on MS basis.
Artistic skills and competences	architectural knowledge, also 3d software and printing
Other skills and competences	Flying/Sailing/Skiing/Tennis.
Driving licence(s)	A1, C1, B, B1, BE



