

Businessplan PShop

26.09.2012

Vorbemerkung

Bisher gibt es zwei Aspekte der Beziehung der Piratenpartei zum Merchandising. Zum einen investieren viele Piraten viel Zeit, um mit anderen Piraten die Bestellung von Kugelschreibern und Feuerzeugen zu besprechen und zu koordinieren, um für die geplanten Infostände Give-Aways preiswert und in ausreichender Menge zu bestellen. Zum anderen rennen massig Piraten mit massig Piraten-T-Shirts und Piratenfahnen durch die Welt, ohne dass die Piratenpartei daran finanziell partizipiert.

Zur Optimierung der ersten Situation wurde ein Zentraleinkauf geplant, zur Verbesserung der zweiten ein Onlineshop mit Merchandisingartikeln, der sogenannte Fanshop oder Webshop. Dabei sollte der Zentraleinkauf grob gesagt wie die Einkaufsabteilung eines Unternehmens funktionieren, der Fanshop sollte als gewinnorientierter Teil eines wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs eröffnet werden.

Zur Bewertung und Absicherung der Vorhaben wurde ein Gutachten seitens eines Wirtschaftsprüfers beauftragt. In diesem steht dieser entscheidende Satz: „Angesichts dieser Äußerungen des BFH und der Finanzverwaltung gehen wir deshalb vorliegend davon aus, dass es sich bei Einnahmen aus dem Zentraleinkauf von Werbematerial und anderen Gegenständen für die Piratenpartei gegen Umlage bzw. Entgelt um einen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb handelt.“ (ESC, Zeichen 55893/2012/3340 S09 RS/JR/Schm, Seite 3). Damit war klar, dass der Zentraleinkauf im Gegensatz zum ursprünglichen Ansatz als Teil des wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs (wGB) zu planen ist. Es gab plötzlich zwei Segmente innerhalb des wGB, deren Funktion prinzipiell identisch ist: der Ein- und Verkauf von Artikeln für die Piratenpartei Deutschland.

Die erste Konsequenz war, aus zwei Shops einen zu machen. Ein spezielles Angebot dieses Shops ist es, als Service für Gliederungen der Piratenpartei Sammelbestellungen von Werbematerialien zu sehr besonderen Rabatten durchzuführen. Dies entspricht einer Funktionalität des geplanten Zentraleinkaufs.

Der hier vorgelegte Businessplan (BP) war ursprünglich als Darstellung der Geschäftsentwicklung des ehemaligen „Fanshops“ geplant. Durch das Zusammenwachsen mit Teilen des Zentraleinkaufs ergeben sich neue Konstellationen, die eine Überarbeitung des ursprünglichen BP erforderten. Das Ergebnis der Überarbeitung wird im Folgenden dargestellt, als Businessplan eines Shops innerhalb des wGB der Piratenpartei Deutschland.

Strategie

Der PShop arbeitet in einem von Freiwilligkeit geprägten Umfeld und muss sich der Herausforderung stellen, in der Außenwirkung als wirtschaftliche Betätigung der Piratenpartei Deutschland wahrgenommen zu werden. Die Berücksichtigung dieser Punkte wird bei der Gründungsstrategie mindestens genauso wichtig – wenn nicht wichtiger – als der reine wirtschaftliche Erfolg bewertet.

Das freiwillige Umfeld ist Grund dafür, dass normale Kostenpositionen wie Fotografie, Grafiker oder Texter mit hoher Wahrscheinlichkeit nicht oder kaum anfallen. Trotzdem wird der Shop nicht so viel Profit aus seinen Geschäften generieren, wie es durch diese Einbettung in die „Piratengemeinde“ vielleicht möglich ist. Es ist nicht vorgesehen, kostenfreie freiwillige Arbeit zur Gewinnerhöhung zu benutzen. Vielmehr soll die Kostenersparnis an die Kunden – Piraten und ihre Sympathisanten – weitergegeben werden.

Unabdingbar für den Erfolg des Shops sind das verlässliche Funktionieren der Logistik, sowie eine stetige und professionelle Kundenbetreuung. Deswegen wird professionelle Logistikdienstleistung zugekauft und es werden auf Dauer Mitarbeiter im Bereich Kundensupport eingestellt.

Logistik

Der Aufbau einer eigenen Logistik ist aktuell zu zeitaufwändig, teuer und risikoreich. Der PShop wird seine Logistik bis auf Ausnahmefälle daher nicht selber betreiben, sondern zukaufen.

Standardpartner für die Logistik wird Stern & Schatz GmbH, Wellseedamm 18, 24145 Kiel werden, besser bekannt als Betreiber des Webshops „getDigital.de“. Sollte es an dieser Stelle Probleme geben, steht als zweiter Logistikanbieter [REDACTED] bereit.

Lieferanten

Insgesamt wurde mit mehr als 20 Lieferanten gesprochen. Hauptlieferant für diverse Streuartikel wird nach derzeitigem Stand [REDACTED] werden. [REDACTED] hat sich diese Position durch hohe Geschwindigkeit bei der Bearbeitung von Anfragen, durch Zuverlässigkeit bei der Produktion kostenloser Muster und das Aufbereiten eines passenden Rahmenvertrags erarbeitet.

Lieferant für den Bereich T-Shirts, Flaggen, Buttons und Aufkleber wird die Stern & Schatz GmbH, Wellseedamm 18, 24145 Kiel (getDigital) werden

Es gibt zusätzliche Lieferanten, falls einzelne Artikel bei den beiden Hauptlieferanten nicht erhältlich oder zu teuer sind.

Alle Lieferanten sind in Deutschland ansässig, so dass die Piratenpartei nicht als Importeur auftritt. Dies ist relevant für den Ausschluss von Haftungsrisiken. Ferner müssen alle Lieferanten belegen, dass ihre Produkte unter humanen Arbeitsbedingungen gefertigt werden.

Verträge und Abmachungen

Mit ■■■ gibt es einen Rahmenvertrag, der diese Punkte enthält:

- 1) Der PShop definiert ein Standardsortiment.
- 2) Für alle Artikel außerhalb des Sortiments erhält der PShop 10% Rabatt.
- 3) Der Vertrag gilt ab dem 01.01.2013 und läuft 1 Jahr.
- 4) Es gibt seitens ■■■ Angebote für Sortimentsartikel inkl. und exkl. Lagerkosten. Bei Kugelschreibern betragen Lagerkosten bspw. 0,01€ /Kugelschreiber.
- 5) Eine Sendung von ■■■ zu einer beliebigen Lieferadresse kostet 10€ inkl. Versicherung.
- 6) ■■■ gewährt Skonto von 3% bei Zahlung innerhalb 14 Tagen.
- 7) Bei einem Nettoumsatz von $\geq 100t$ € / Jahr erhält der PShop eine Rückvergütung von 1,5%. Je 10t€ weiterem Nettoumsatz steigt die Rückvergütung um 0,1%.

Der Rahmenvertrag inkl. AGB wurde von der Rechtsabteilung geprüft und freigegeben. Er ist noch nicht unterschrieben. Die entsprechenden Dokumente werden dem Antrag angehängt.

Mit **getDigital** gibt es schriftliche Absprachen (analog eines LOI). Die Vereinbarungen lauten:

- 1) Der PShop ist das Gesicht zum Kunden, alle Mails und sonstigen Kundenkontakte erfolgen ausschließlich über den PShop.
- 2) getDigital (gD) wird seinen Bereich „Piratenpartei“ an dem Tag schließen, an dem der PShop öffnet.
- 3) Der PShop wird den Warenbestand von gD übernehmen, der als marktfähig eingeschätzt wird. Der verbleibende Warenbestand wird vernichtet.
- 4) Auf der Sidebar der PShop-Webseite wird unter der Rubrik „Lieferung & Versand“ ein Logo von gD platziert. Ein Klick auf das Logo führt zu einer Seite, auf der die exakte Abgrenzung zwischen dem PShop und der Logistik getDigital beschrieben wird, inkl. Retourenverfahren, Reklamationstelefonnummer usw. Von dieser Seite führt ein Link zum getDigital-Shop.
- 5) Wird innerhalb des getDigital-Shops ein Artikel des jetzigen getDigital-Piraten assortiments aufgerufen bzw. nach „Piraten“ oder „Piratenpartei“ gesucht, erscheint ein Link, der zum PShop führt.
- 6) Besteller beim PShop bekommen einen Code, mit dem sie getDigital-Artikel zur betreffenden PShop-Lieferung versandkostenfrei hinzufügen können.
- 7) Eine Sendung innerhalb Deutschlands von bis zu 5 Artikeln wird von gD für 5€ kommissioniert und versendet. Jeder weitere Artikel kostet 0,20€.
- 8) gD stellt kostenfreien Lagerplatz von 1 Palette und 1 Lagerregal. Darüber hinaus benötigter Lagerplatz wird zum Selbstkostenpreis gemietet.
- 9) PShop kann auf Textil- und Textildruckereirabatte von gD zurückgreifen.
- 10) PShop kann auf Textil- und Textildruckereiprozesse von gD zurückgreifen.
- 11) Nach 6 Monaten werden Preise nachkalkuliert und ggfs. angepasst.

Sonstige Verträge oder Abmachungen mit anderen Lieferanten gibt es nicht, abgesehen von normalen Angeboten für die vom PShop nachgefragten Artikel.

Sortiment

Der Bereich „Sammelbestellung“ (SB) wird eine bestimmte Anzahl von Artikeln für Sammelbestellungen anbieten. Das Sortiment richtet sich nach der Jahreszeit und dem, was die Gliederungen der Piratenpartei an Werbematerial, Infostandausrüstung o.ä. benötigen.

Der Bereich „Fanshop“ wird ein eigenes Sortiment mit typischen Merchandisingartikeln anbieten. Dazu zählen T-Shirts, Kappen, Tassen, spezielle Kugelschreiber, Pins usw. Restbestände einer SB werden in kleineren Mengengrößen angeboten und verkauft.

Daneben wird im „Fanshop“ ein Bereich aufgebaut, der Politik und Kultur der Piraten abbildet. Beispiele sind ein „Hörbuch Grundsatzprogramm“, „Urheberrechtskonforme Musik-CD“, Kalender mit Piratenkunst usw.

Kalkulation von Produktkategorien

In die Planung fließen für einige Produktgruppen Kennzahlen ein, die auf den Verkaufszahlen von getDigital in den letzten 12 Monaten basieren. Die Planung erfolgt linear, vernachlässigt also Spitzen zu Weihnachten und Tiefs im Januar.

Gruppe 1: T-Shirts mit Piratenlogo

Wir gehen nach vorliegenden Kennzahlen von 200 Stk. Verkauf / Monat aus. Der EK beträgt 4€ bei Ankauf von 1000 Stk., der geplante Netto-VK beträgt 6,90 €. Das entspricht einem Aufschlag von 45% auf den Netto-EK.

Gruppe 2: Textildruck

Wir gehen nach vorliegenden Kennzahlen von 100 Stk. Verkauf / Monat aus. Hier werden für kalkulatorische 5€/Stk. Druckfolien eingelagert, die erst nach Bestellung auf T-Shirts, Kapuzenshirts, Taschen usw. gedruckt werden. Die Abnahmemenge für ein Folienmotiv beträgt 100 Stück. Für die Textilien entstehen keine Lagerkosten. Der geplante Netto-VK für ein bedrucktes T-Shirt beträgt 12,25€. Andere bedruckte Textilien werden mit einem durchschnittlichen Netto-VK von 18,38€ geplant. Das entspricht einem Aufschlag von 75% auf den Netto-EK.

Restliche Produktgruppen

Hierzu existieren keine validen Planzahlen, die Planung beruht auf Annahmen. Die Strategie ist, diverse Merchandising-Artikel in kleinen Stückzahlen zu testen und je nach Erfolg auf größere Stückzahlen zu gehen.

Kalkulation der Sammelbestellung

Aus der Bedarfsplanung ergibt sich ein Umsatz je Quartal von ca. 20t€. In dieser defensiv aufgebauten Planung wird ein Netto-Umsatz von 16t€ angenommen, bei einem Wareneinsatz von 15t€. Dies entspricht einem anfänglichen linearen Aufschlag von 7%. Die einzelnen Artikel werden mit einem Aufschlag von 5% (z.B. Luftballons) bis 20% (z.B. große Flaggen) versehen.

Damit trägt der PShop dem Sinn der Sammelbestellung als Dienstleistung für Gliederungen der Piratenpartei Rechnung. Der rechnerische Überschuss von 1.000€/Sammelbestellung dient dem Abpuffern von Nebenkosten, die aus Retouren, Versandkosten von Lieferanten, Ersatzsendungen u.Ä. entstehen.

Kalkulation von Sonderaktionen

Es ist vorgesehen, neben dem oben beschriebenen Standardsortiment regelmäßig Sonderaktionen durch den PShop anzubieten. Geplant sind: November 2012: „Survivalpaket“ BPT 2012.2; Dezember 2012: „Weihnachten“; Frühjahr 2013: „Infostand“ (Pavillons, Sonnenschirme, Beachflags usw.) 3 weitere Aktionen ohne bisher konkretisierten Inhalt sind im Juni 2013 – August 2013 für die BTW 2013 geplant.

Jede Aktion wird im Plan mit 3.000€ Waren-EK und 5.250€ Waren-VK ausgewiesen. Auch hier wird der Standardaufschlag von 75% kalkuliert.

Liquidität

Um die Liquidität gerade am Anfang zu gewährleisten, wird der Bereich Fanshop Ware nur gegen Vorkasse versenden. Für Sammelbestellungen ist dies nicht möglich. Allerdings werden Gliederungen, deren Zahlung aus einer Sammelbestellung überfällig ist, bis zum Zahlungseingang für weitere Sammelbestellungen gesperrt.

Aus diesem Grund werden Rechnungsstellung und Rechnungseingang im gleichen Monat kalkuliert.

Cashflow Ware

Aus den oben ausgeführten Details resultiert dieser Warencashflow.

Netto	Umsatz	Einkauf	CF	
			Monat	kumuliert
2012				
27.10.2012				0
Nov. 12	23.507	26.063	-2.556	-2.556
Dez. 12	9.875	3.305	6.570	4.015
	33.383	29.368		
2013				
Jan. 13	3.257	305	2.952	6.967
Feb. 13	3.257	1.805	1.452	8.419
Mrz. 13	24.507	18.305	6.202	14.621
Apr. 13	3.257	4.855	-1.598	13.024
Mai. 13	3.257	2.785	472	13.496
Jun. 13	24.507	18.305	6.202	19.698
Jul. 13	8.507	3.305	5.202	24.900
Aug. 13	8.507	4.805	3.702	28.603
Sep. 13	19.257	19.855	-598	28.005
Okt. 13	3.257	305	2.952	30.957
Nov. 13	3.257	3.285	-28	30.929
Dez. 13	26.235	18.305	7.930	38.860
	131.065	96.220		

Personalplanung

Im Januar 2013 wird eine 400-€-Kraft eingestellt, die einen Platz inkl. Equipment in der LGS des LV BaWü erhält. Bei positiver Umsatzentwicklung wird im April 2013 eine zweite 400-€-Kraft eingestellt, die einen Platz in einer LGS im Norden erhält. Dies wird hier auf Grund des defensiven Ansatzes nicht eingeplant.

Raumkosten

Die Plätze in den LGS werden anteilig ($10\text{m}^2 \times 7\text{€/m}^2$) gemietet. Bei Bedarf wird zusätzlicher Lagerraum in der LGS angemietet, um z.B. Verteilungslager für die BTW 2013 einzurichten.

Steuern und Abgaben

Körperschafts- und Gewerbesteuer sowie sonstige Abgaben werden mit linear 35% veranschlagt.

Finanzierung & Tilgung

Der PShop wird eine Anschubfinanzierung von 20t€ benötigen, um die Spitzenbelastung der Liquidität am Anfang und bei der Bezahlung von Sammelbestellungen decken zu können. Zur Abdeckung von Entwicklungskosten wurden bereits 1.500€ überwiesen. Die Finanzierung ist zum Oktober 2012 eingeplant. Damit würde der PShop zum 01.10.2012 insgesamt 18.500€ vom Bundesverband der Piratenpartei Deutschland überwiesen bekommen.

Die Rückzahlung erfolgt ab dem 01.01.2013 zinslos mit je 400€/Monat. Dieser Ansatz entspricht dem insgesamt defensiven Charakter dieser Planung. Bei einem optimistischeren Ansatz ergibt sich eine Rücküberweisung der 20.000€ innerhalb von 12-18 Monaten.

Reisekosten

Es werden linear 150€/Monat Reisekosten angesetzt.

Büromaterial

Es werden linear 75€/Monat für Büromaterial angesetzt.

Logistikkosten

Es werden linear 50€/Monat Mietkosten für Lagerplatz angesetzt. Sonstige Kosten werden auf die Kunden umgelegt.

Sonstige Kosten

Wie bereits oben erwähnt, ist der PShop in das von ehrenamtlicher Leistungserbringung geprägte Umfeld der Piratenpartei eingebettet. Deshalb werden in der Planung lediglich linear 300€/Monat für Buchhaltung, 185€ für eine Haftpflichtversicherung im Januar und 30€ für eine Handyflatrate je Angestelltem angesetzt. Normale Kostenfaktoren eines Shops wie Webspace, Traffic, Grafiker, Texter, Fotografen usw. fallen nicht an.

GuV

Auf Basis der obigen Annahmen ergibt sich diese GuV.

	Aufschlag auf EK Fanshop											
		75%										
	Aufschlag auf EK Sammelbestellung											
		7%										
2012	Umsatz	Materialaufwand	Rohrertrag	Personal	Raumkosten	sonst. Kosten	operat. Erg.	Abschreibungen	Zinsen	Erg. vor Steuern	Steuern	Nettogewinn
				inkl Buchhltg		inkl Reisekosten					& Abgaben	
						inkl Büromat.					35%	
Nov. 12	23.507,25 €	19.243,13 €	4.264,12 €				4.264,12 €	235,07 €	0,00 €	4.029,05 €	1.410,17 €	2.618,88 €
Dez. 12	9.875,25 €	5.643,00 €	4.232,25 €				4.232,25 €	546,94 €	0,00 €	3.685,31 €	1.289,86 €	2.395,45 €
	33.382,50 €	24.886,13 €	8.496,37 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	8.496,37 €	782,01 €	0,00 €	7.714,36 €	2.700,03 €	5.014,33 €
2013												
Jan. 13	3.257,25 €	1.861,29 €	1.395,96 €	800,00 €	120,00 €	465,00 €	10,96 €	32,57 €	0,00 €	-21,61 €	-7,56 €	-14,05 €
Feb. 13	3.257,25 €	1.861,29 €	1.395,96 €	800,00 €	120,00 €	305,00 €	170,96 €	32,57 €	0,00 €	138,39 €	48,44 €	89,95 €
Mrz. 13	24.507,25 €	19.814,56 €	4.692,69 €	800,00 €	120,00 €	305,00 €	3.467,69 €	245,07 €	0,00 €	3.222,62 €	1.127,92 €	2.094,70 €
Apr. 13	3.257,25 €	1.861,29 €	1.395,96 €	800,00 €	120,00 €	305,00 €	170,96 €	32,57 €	0,00 €	138,39 €	48,44 €	89,95 €
Mai. 13	3.257,25 €	1.861,29 €	1.395,96 €	800,00 €	120,00 €	305,00 €	170,96 €	32,57 €	0,00 €	138,39 €	48,44 €	89,95 €
Jun. 13	24.507,25 €	19.814,56 €	4.692,69 €	800,00 €	120,00 €	305,00 €	3.467,69 €	245,07 €	0,00 €	3.222,62 €	1.127,92 €	2.094,70 €
Jul. 13	8.507,25 €	4.861,29 €	3.645,96 €	800,00 €	120,00 €	305,00 €	2.420,96 €	85,07 €	0,00 €	2.335,89 €	817,56 €	1.518,33 €
Aug. 13	8.507,25 €	4.861,29 €	3.645,96 €	800,00 €	120,00 €	305,00 €	2.420,96 €	85,07 €	0,00 €	2.335,89 €	817,56 €	1.518,33 €
Sep. 13	19.257,25 €	16.814,56 €	2.442,69 €	800,00 €	120,00 €	305,00 €	1.217,69 €	192,57 €	0,00 €	1.025,12 €	358,79 €	666,33 €
Okt. 13	3.257,25 €	1.861,29 €	1.395,96 €	800,00 €	120,00 €	305,00 €	170,96 €	32,57 €	0,00 €	138,39 €	48,44 €	89,95 €
Nov. 13	3.257,25 €	1.861,29 €	1.395,96 €	800,00 €	120,00 €	305,00 €	170,96 €	32,57 €	0,00 €	138,39 €	48,44 €	89,95 €
Dez. 13	26.235,25 €	20.801,99 €	5.433,26 €	800,00 €	120,00 €	305,00 €	4.208,26 €	70,76 €	0,00 €	4.137,51 €	1.448,13 €	2.689,38 €
	131.065,00 €	98.135,94 €	32.929,06 €	9.600,00 €	1.440,00 €	3.820,00 €	18.069,06 €	1.119,06 €	0,00 €	16.950,00 €	5.932,50 €	11.017,50 €

Cashflow insgesamt

Auf Basis der obigen Annahmen ergibt sich dieser Cashflow. Hier ist allerdings nicht sichtbar, dass es Anforderungspeaks an die Liquidität geben kann, wenn Forderungen aus einer Sammelbestellung eine Zeitlang aus- und Materialausgaben anfallen.

2012	Konto	Lagerauf/-abbau	operative Kosten	Steuern	UmsatzSt Zahlung	Zinsen	Tilgung
Start	20.000 €						
Nov. 12	16.034 €	-2.556	0	1.410			
Dez. 12	21.800 €	6.570	0	1.290	-485,59 €		
2013							
Jan. 13	20.309 €	2.952	1.385	-8	1.248,35 €		400,00 €
Feb. 13	19.527 €	1.452	1.225	48	560,93 €		400,00 €
Mrz. 13	22.700 €	6.202	1.225	1.128	275,93 €		400,00 €
Apr. 13	18.250 €	-1.598	1.225	48	1.178,43 €		400,00 €
Mai. 13	17.353 €	472	1.225	48	-303,57 €		400,00 €
Jun. 13	20.712 €	6.202	1.225	1.128	89,73 €		400,00 €
Jul. 13	22.294 €	5.202	1.225	818	1.178,43 €		400,00 €
Aug. 13	22.565 €	3.702	1.225	818	988,43 €		400,00 €
Sep. 13	19.280 €	-598	1.225	359	703,43 €		400,00 €
Okt. 13	20.672 €	2.952	1.225	48	-113,57 €		400,00 €
Nov. 13	18.410 €	-28	1.225	48	560,93 €		400,00 €
Dez. 13	23.273 €	7.930	1.225	1.448	-5,27 €		400,00 €

Möglichkeiten

Natürlich liegen im PShop enorme Chancen. Hier eine Darstellung über den Geschäftsverlauf, wenn die obigen defensiven Annahmen ein wenig optimistischer getroffen werden. Den folgenden Tabellen liegen diese Annahmen zu Grunde: Eine Sammelbestellung ergibt 20t€ Bestellvolumen, der Aufschlag dafür beträgt 10%, der Aufschlag auf die Fanshop-Artikel beträgt 100%, und es gibt im Fanshop ab Dez. 2012 ein um 10% größeres Umsatzvolumen. Auf der Kostenseite wird eine zweite Person angestellt und die Lagerkosten steigen auf 100€/Monat.

Die veränderten Stellschrauben in diesem Beispiel dienen dazu, aufzuzeigen, welche Optionen im Geschäftsverlauf stecken. Ob diese optimistischere Planungsvariante über erhöhte Aufschläge oder ein vergrößertes und von den Kunden akzeptiertes Sortiment erreicht wird, ist für die Darstellung nicht erheblich. Die veränderten Parameter werden so gewählt, weil sie leicht nachvollziehbar sind.

Cashflow Ware 2.0

Netto	Umsatz	Einkauf	CF	
			Monat	kumuliert
2012				
27.10.2012				0
Nov. 12	30.966	31.063	-97	-97
Dez. 12	12.467	3.636	8.832	8.735
	42.300	34.368		
2013				
Jan. 13	4.363	336	4.027	12.762
Feb. 13	4.363	1.986	2.377	15.139
Mrz. 13	35.163	25.636	9.527	24.666
Apr. 13	4.363	5.341	-978	23.688
Mai. 13	4.363	3.064	1.299	24.987
Jun. 13	35.163	25.636	9.527	34.515
Jul. 13	10.963	3.636	7.327	41.842
Aug. 13	10.963	5.286	5.677	47.519
Sep. 13	28.563	27.341	1.222	48.741
Okt. 13	4.363	336	4.027	52.768
Nov. 13	4.363	3.614	749	53.517
Dez. 13	37.063	25.636	11.428	64.945
	162.965	127.842		

GuV 2.0

	Aufschlag auf EK Fanshop											
		100%										
	Aufschlag auf EK Sammelbestellung											
		10%										
2012	Umsatz	Materialaufwand	Rohrertrag	Personal	Raumkosten	sonst. Kosten	operat. Erg.	Abschreibungen	Zinsen	Erg. vor Steuern	Steuern	Nettogewinn
				inkl Buchhltg		inkl. Reisekosten					& Abgaben	
						inkl. Büromat.					35%	
Nov. 12	30.966,00 €	24.483,00 €	6.483,00 €				6.483,00 €	309,66 €	0,00 €	6.173,34 €	2.160,67 €	4.012,67 €
Dez. 12	12.467,40 €	6.233,70 €	6.233,70 €				6.233,70 €	489,80 €	0,00 €	5.743,90 €	2.010,36 €	3.733,53 €
	43.433,40 €	30.716,70 €	12.716,70 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	12.716,70 €	799,46 €	0,00 €	11.917,24 €	4.171,03 €	7.746,20 €
2013												
Jan. 13	4.362,60 €	2.181,30 €	2.181,30 €	800,00 €	120,00 €	515,00 €	746,30 €	43,63 €	0,00 €	702,67 €	245,94 €	456,74 €
Feb. 13	4.362,60 €	2.181,30 €	2.181,30 €	800,00 €	120,00 €	355,00 €	906,30 €	43,63 €	0,00 €	862,67 €	301,94 €	560,74 €
Mrz. 13	35.162,60 €	26.581,30 €	8.581,30 €	800,00 €	120,00 €	355,00 €	7.306,30 €	351,63 €	0,00 €	6.954,67 €	2.434,14 €	4.520,54 €
Apr. 13	4.362,60 €	2.181,30 €	2.181,30 €	1.300,00 €	240,00 €	385,00 €	256,30 €	43,63 €	0,00 €	212,67 €	74,44 €	138,24 €
Mai. 13	4.362,60 €	2.181,30 €	2.181,30 €	1.300,00 €	240,00 €	385,00 €	256,30 €	43,63 €	0,00 €	212,67 €	74,44 €	138,24 €
Jun. 13	35.162,60 €	26.581,30 €	8.581,30 €	1.300,00 €	240,00 €	385,00 €	6.656,30 €	351,63 €	0,00 €	6.304,67 €	2.206,64 €	4.098,04 €
Jul. 13	10.962,60 €	5.481,30 €	5.481,30 €	1.300,00 €	240,00 €	385,00 €	3.556,30 €	109,63 €	0,00 €	3.446,67 €	1.206,34 €	2.240,34 €
Aug. 13	10.962,60 €	5.481,30 €	5.481,30 €	1.300,00 €	240,00 €	385,00 €	3.556,30 €	109,63 €	0,00 €	3.446,67 €	1.206,34 €	2.240,34 €
Sep. 13	28.562,60 €	23.281,30 €	5.281,30 €	1.300,00 €	240,00 €	385,00 €	3.356,30 €	285,63 €	0,00 €	3.070,67 €	1.074,74 €	1.995,94 €
Okt. 13	4.362,60 €	2.181,30 €	2.181,30 €	1.300,00 €	240,00 €	385,00 €	256,30 €	43,63 €	0,00 €	212,67 €	74,44 €	138,24 €
Nov. 13	4.362,60 €	2.181,30 €	2.181,30 €	1.300,00 €	240,00 €	385,00 €	256,30 €	43,63 €	0,00 €	212,67 €	74,44 €	138,24 €
Dez. 13	37.063,40 €	27.531,70 €	9.531,70 €	1.300,00 €	240,00 €	385,00 €	7.606,70 €	352,23 €	0,00 €	7.254,47 €	2.539,06 €	4.715,40 €
	184.052,00 €	128.026,00 €	56.026,00 €	14.100,00 €	2.520,00 €	4.690,00 €	34.716,00 €	1.822,12 €	0,00 €	32.893,88 €	11.512,86 €	21.381,02 €

Cashflow insgesamt – 2.0

2012	Konto	Lagerauf/-abbau	operative Kosten	Steuern	UmsatzSt Zahlung	Zinsen	Tilgung
Start	20.000 €						
Nov. 12	17.742 €	-97	0	2.161			
Dez. 12	24.582 €	8.832	0	2.010	-18,43 €		
2013							
Jan. 13	22.936 €	4.027	1.435	246	1.678,06 €		400,00 €
Feb. 13	22.571 €	2.377	1.275	302	765,15 €		400,00 €
Mrz. 13	27.537 €	9.527	1.275	2.434	451,65 €		400,00 €
Apr. 13	22.350 €	-978	1.925	74	1.810,15 €		400,00 €
Mai. 13	21.435 €	1.299	1.925	74	-185,80 €		400,00 €
Jun. 13	26.184 €	9.527	1.925	2.207	246,83 €		400,00 €
Jul. 13	28.169 €	7.327	1.925	1.206	1.810,15 €		400,00 €
Aug. 13	28.923 €	5.677	1.925	1.206	1.392,15 €		400,00 €
Sep. 13	25.667 €	1.222	1.925	1.075	1.078,65 €		400,00 €
Okt. 13	27.062 €	4.027	1.925	74	232,20 €		400,00 €
Nov. 13	24.647 €	749	1.925	74	765,15 €		400,00 €
Dez. 13	31.068 €	11.428	1.925	2.539	142,33 €		400,00 €

Risiken

Während sich die oben beschriebenen kostendämpfenden Faktoren des freiwilligen Umfelds positiv in den finanziellen Planungen niederschlagen, ergeben sich daraus auch etliche Risiken.

Die Mitarbeit von Freiwilligen ist mittelfristig weder planbar noch sichergestellt. Das ist keine Frage von bösem Willen, sondern eine von Sachzwängen. Den größten Schaden / die größte Projektverzögerung würde derzeit der Ausfall der Programmiererin und des Projektleiters darstellen. Dem wird in der mittelfristigen Planung dadurch begegnet, dass das Wissen auf andere Personen übertragen wird, sowie durch ausführliche Dokumentation.

Weiterhin ist die Frage der Nutzung der Softwarelizenz juristisch noch nicht geklärt. Dies sollte noch in diesem Jahr abgeschlossen werden. Es besteht zwar die mündliche Zusage, dass die Software der Piratenpartei zur Verfügung gestellt wird, aber für z.B. den Todesfall der Eigentümer gibt es keine Vorkehrungen.

Ein weiteres Risiko ist die Zuverlässigkeit in der täglichen Arbeit mit den Kunden. Es ist unerlässlich, verlässliche Zeiten anzubieten, zu denen der PShop für seine Kunden erreichbar ist. Es ist weiterhin unerlässlich, dass der alltägliche Ablauf von Rechnungsprüfung, Bestandsbeobachtung, Reklamationshandling mit der Logistik usw. auf sicheren Füßen steht. Für diese Aufgaben wird daher mit Priorität Personal eingestellt. So ist auch bei Ausfall anderer Personen der tägliche Ablauf gesichert.

Abschließende Bemerkungen

Die vorgelegte Planung gilt für den Bereich „Webshop“ des wGB der Piratenpartei Deutschland. Sie gilt nicht für wirtschaftliche Tätigkeiten von Untergliederungen, wie sie derzeit via Formular beantragt werden können. Sie gilt weiterhin nicht für Umsätze und Erlöse, die sich aus einem zentralen Einkauf von Plakaten, Flyern und anderen Wahlkampfmitteln dieser Kategorie ergeben.

Bei der Bewertung der Planung sollte berücksichtigt werden, dass hier bewusst defensiv geplant wird, um einen zu hohen wirtschaftlichen Druck auf den Webshop zu vermeiden. Aus Sicht dieser Planung ist es im vorgelegten Planungszeitraum 2012/2013 wichtiger, einen hohen Bekanntheitsgrad und hohe Akzeptanz des Shops bei den Piraten zu erreichen und die Piraten stark in die Entwicklung des Shops zu integrieren, als einen deutlich höheren Umsatz/Gewinn zu erzielen. Das wird den Shop nicht daran hindern, höhere Umsätze anzustreben.

Thomas Jongmanns
26.09.2012