

I2B → MAKAvA ← B2I

Inhaltsverzeichnis

INHALTSVERZEICHNIS.....	1
1. EXECUTIVE SUMMARY.....	2
2. UNTERNEHMEN.....	2
3. PRODUKTE & DIENSTLEISTUNGEN.....	3
4. BRANCHE UND MARKT.....	5
5. MARKETING.....	7
6. Management und Schlüsselpersonen.....	7

Executive Summary

Produkt

Der Mate Tee ist bereits ein beliebtes Getränk von zig-tausenden Menschen weltweit. Das Unternehmen möchte ihn nun auch in Österreich, Deutschland, etc. verbreiten. In der **Phase 1** des Unternehmens konzentrieren wir uns auf die Produktentwicklung eines franchise-fähigen **Mate Getränks**.

Wettbewerbsvorteil

Es gibt derzeit kein echtes Mate Getränk am Österreichischen Markt.

Investitionsbedarf

Investitionen bedarf es zu Beginn für die Produktentwicklung des **Mate Getränks** (Laborkosten, Marketingkosten, Patentkosten, Benchmarking-Kosten). Aufwand ca. 50.000 € (sehr grobe Schätzung). Danach sind für die Phase 1 des Unternehmens keine weiteren großen Investitionen nötig.

Der Markt – der Kundennutzen

Verglichen mit Produkten am Markt (Energy Drinks, Wellness Drinks) birgt unser Mate Tee viele Vorteile für den Kunden: er wirkt wie Red Bull - ist jedoch natürlich, er enthält alle lebensnotwendigen Vitamine (gilt als Nahrungsmittelergänzung) und unser **Mate Getränk** schmeckt besser als die bisherigen Mate Produkte, die diesen Markt deswegen nicht für sich gewinnen konnten.

Das Team

Das Team arbeitet bereits zwei Jahre an diesem Projekt. Es bestehen Kontakte zu Exporteuren, Distributoren und Importeuren und es ist ein gefächertes Basiswissen in Bezug auf unser Vorhaben gegeben.

Umsatzschätzung

Die meisten Testpersonen unseres **Mate Getränks** würden es anderen Energy Getränken vorziehen. Bei einem weitreichenden Vertrieb könnten wir so Marktanteil an uns nehmen (6-10%).

Stand des Unternehmens

Das Unternehmen wird vor Jahresende gegründet werden. Zunächst wird es sich nur auf die Phase 1 konzentrieren.

1. Das Unternehmen

2.1. Unternehmensprofil

Leitbild

Schon die Inkas wussten von den positiven Wirkungen des Mate Tees; es wird Zeit, dieses Wissen wirtschaftlich bekannt zu machen!

Vision

Die Vision ist Mate Tee als allgemein bekanntes und beliebtes Getränk zu etablieren und stark mit unserer Marke zu verbinden.

3.1. Unternehmensaufbau

Phase 1) Das Unternehmen als Franchise-Geber

In der Phase 1 richtet sich die gesamte Aufmerksamkeit des Unternehmens auf die Produktentwicklung unseres **MATE Getränksⁱ**. Das Unternehmen stellt nach Abschluss dieser Phase das Getränk als Franchise-Geber zumindest einem Getränkehersteller zur Verfügung.

Phase 2) Das Handelsunternehmen

Wir treiben Handel mit **südamerikanischen Mate Produktenⁱⁱ** und weiteren hochwertigen Naturprodukten. Für diese Aufgaben wird ein ausgereiftes E-Business System verwendet werden.

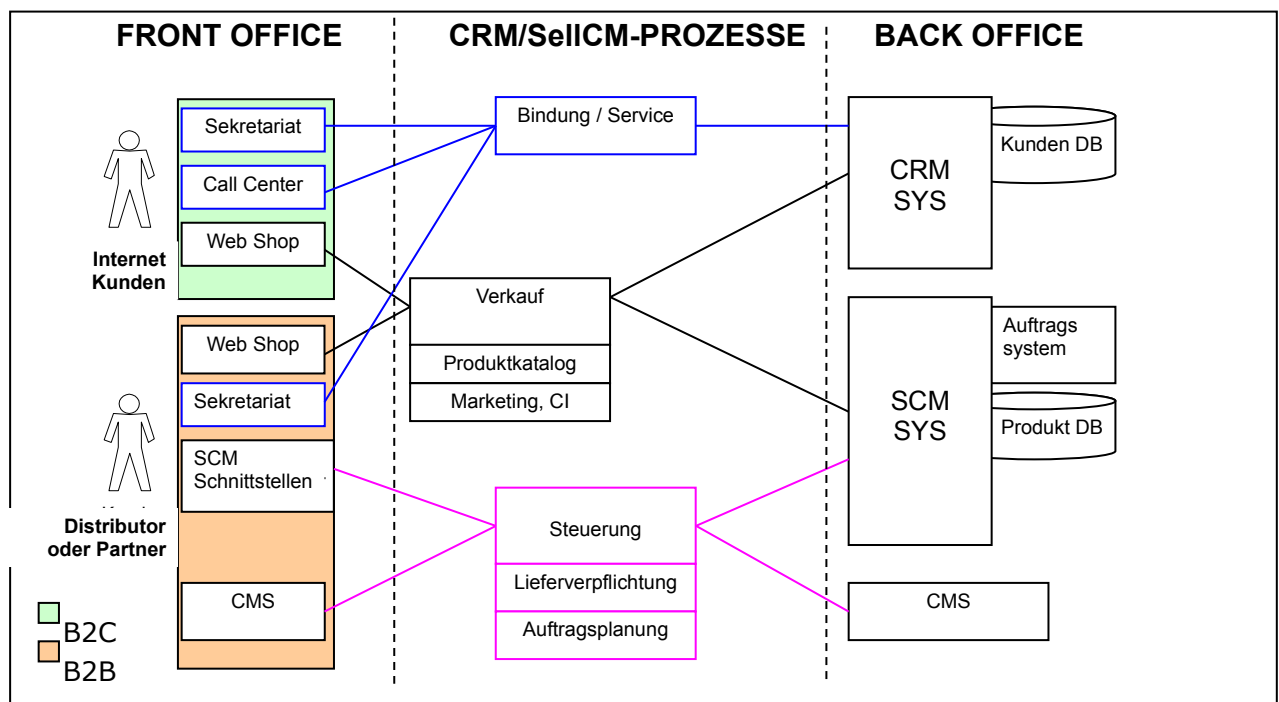


Abbildung 1: Unternehmensarchitektur des zum Großteils virtuellen Handelsunternehmens

3.2. Unternehmensziele

Markenetablierung als Ziel

Das Hauptziel ist, **Mate Tee** immer mehr bekannt zu machen und mit unserer Marke für die Kunden gleichzusetzen.



Expansion des MATE Getränks als Ziel

Durch die Rolle eines Franchise-Gebers kann unser **MATE Getränk** relativ einfach in den Energy- und Wellness-Markt anderer Länder kommen.

Verkauf auf weitere Naturprodukte ausweiten (langfristig)

Das Kernprodukt des Handelsunternehmens ist der Mate Tee. Die Produktpalette soll hier langfristig auf weitere Naturprodukte erweitert werden.

2. Produkte & Dienstleistungen

3.1. Produkte

Das MATE Getränk (Kernprodukt)

Das **Mate Getränk** wird in einer handlichen Glasflasche (ca. 0,33L) abgefüllt.

Südamerikanische Mate Produkte

Bei den **südamerikanischen Mate Produkten** handelt es sich um verschiedene 500g und 1Kg Mate Packungen zuzüglich der Mate Accessoires, die zum Trinken auf die traditionelle Weise benötigt werden.

Weitere Naturprodukte (langfristig)

z.B. Ling Zhi, Gelee Royal, Met (Honigwein), Perlingers Bioprodukte oder die Bio King Produkte. Diese zuzüglich aller „related products“ wie z.B. Bücher darüber.

3.2. Zielkunden & Kundennutzen – Mate Tee

Zielkunden des MATE Getränks

- Für **Studenten und Schüler**: Durch die geistig belebenden Inhaltsstoffe des **MATE Getränks** ergibt sich eine optimale Basis für geistreiche und fruchtbare Kommunikation. Die Steigerung der Konzentrationsfähigkeit ist sicherlich eine willkommene Unterstützung.

Diese jüngere Zielgruppe könnte in unserem **MATE Getränk** ein Pausengetränk finden, welches über Stunden hinweg das Arbeiten erleichtert.

- In Südamerika wird Maté Tee von vielen Jugendlichen am Abend getrunken, um sich für eine lange Nacht fit zu halten. Unser **MATE Getränk** spricht somit auch alle an, die sich am Abend ein bisschen aufpuschen möchten.

Weiters gibt es viele verschiedene Rezepte, wo Maté Tee mit Alkohol gemischt wird. Somit besteht eine gute Möglichkeit, dass das **MATE Getränk** in die Getränkeliste der **Abendlokale, Clubs und Lokalitäten** aufgenommen werden.

- **Gesundheitsbewusste Getränkekäufer:** Im Vergleich zu anderen Energy- und Wellness Getränken ist unser **MATE Getränk** eine Alternative bezogen auf den zu hohen Zuckergehalt. Dieser stellt ein gesundheitliches Problem für die Konsumenten dar. Es gibt hierzu z.B. Berichte der AK Wien (Konsumentenschutz) oder auch internationale: in den USA ergab z.B. eine Studie, dass 80% des gesamten Kalorienzuwachses nur auf Getränke zurückzuführen sind.

Zielkunden der südamerikanischen Maté Produkte

- **Maté Liebhaber** können in Österreich entweder die Produkte in Deutschland bestellen, die 28mal teureren 30g Packungen im 3. Welt Laden kaufen oder auch nach Argentinien fliegen, und sie dort erwerben. Dies obwohl sogar jetzt schon erfahrungsgemäß ein gewisser Bedarf in Österreich vorhanden ist, und Mate Tee zunehmend bekannter wird.

Internet Kunden können nun erstmals die **südamerikanischen Mate Produkte** bei uns online kaufen.

- **Distributoren** (wie z.B. Teeläden oder Alternativ-Shops) können über uns erstmals ihre Produktpalette um die **südamerikanischen Mate Produkte** erweitern. Wir tätigen Sammelbestellungen bei argentinischen Mate Exporteuren und können dadurch die Produkte wirtschaftlich weitergeben.

Übergreifende Zielgruppen

- **Gesundheitsbewusste Personen**, die von den positiven gesundheitlichen Mate Tee Eigenschaften profitieren wollen.
- Ein weiterer Effekt von Maté Tee erweitert zusätzlich unsere Zielgruppen um ein sehr kaufstarkes Segment. Es geht hier um die Diäteigenschaften.

Forscher prognostizieren kritische Prozentzahlen **übergewichtiger Personen** in der westlichen Welt. Hier könnte der Mate Tee eine effektive Hilfe für viele Betroffene werden. Maté Tee ist zwar schon als Diätgetränk bekannt, konnte aber bisweilen nur zu sehr geringen Mengen, in Teebeutel- oder Kapselform , gekauft werden (eher wirkungslos).

- Für **ältere Leute**, die aus gesundheitlichen Gründen Kaffee nicht mehr vertragen, könnte Mate Tee eine aufmunternde Alternative darstellen.
- **Kaffeetrinker:** Mate Tee ist ein perfekter Ersatz für Kaffee. Er enthält alle Vitamine zum Überleben, gibt viel Flüssigkeit (wirkt nicht dehydrierend) und gibt länger anhaltende Energie als Kaffee. Er ist zudem allgemein verträglicher. (Wissenschaftliche Studien sind vorhanden)

3.2. Dienstleistungen des Handelsunternehmens

Produktforschung & Informationsbereitstellung

Als Dienstleistung werden umfassende wissenschaftliche Informationen über die Produkte von uns bereitgestellt und erforscht (R&D). Wir stellen diese den Kunden dann über verschiedene Medien zur Verfügung (Internet, Informationsfolder, Verpackung).

Durch diese Dienstleistung geben wir den Produkten auch einen zusätzlichen Mehrwert.

3.1. Welche Partnerschaften sind Notwendig?

Für unsere Rolle als Handelsunternehmen

- Die Logistik (mit Verpackung, Versand etc.) wird ausgelagert, ein Logistikpartner muss so in die Unternehmensprozesse stark einbezogen werden.
- Die Produktion der Werbematerialien (Informationsfolder) wird auf eine Druckerei ausgelagert.

Für unsere Rolle als Franchise-Geber

- Getränkefirmen, welche unser **Mate Getränk** als Franchise-Nehmer produzieren möchten.

3.2. Stand der Entwicklung

Entwicklungsstand MATE Getränk

- Das **MATE Getränk** ist geschmacklich fertig. Es fehlt noch die Verfeinerung und Inhaltsstoffanalyse etc. im Labor.
- Pfanner hatte bereits ein wirksames Getränk mit Mate Tee (0,75L Tetra Packung) auf dem Markt. Dieses wurde jedoch wieder abgesetzt. Relevante Informationen für den Markteintritt könnten von Pfanner abgekauft werden. Fehler von Pfanner (Geschmack, Verpackung) werden in Produktentwicklung miteinbezogen.
- Ein Mate Großhändler (ca. 600 Distributoren) in GB ist am **MATE Getränk** und an einer Zusammenarbeit interessiert.

Südamerikanischen Mate Produkte

- Es bestehen Beziehungen zu einigen Mate Exporteuren in Argentinien.
- Vor Inverkehrbringen der **südamerikanischen Mate Produkte** ist ein Verkehrsfähigkeitsgutachten bei einem Institut der Österreichischen Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit (oder einer nach §50 LMG autorisierten Stelle) einzuholen.
- MAKAvA™ ist als Wort-Bildmarke Patentiert.

3. Branche und Markt

3.3. Branche

Franchise-Geber

Als Vorbild dient für uns Coca Cola. Branchenanalysen sind noch notwendig.

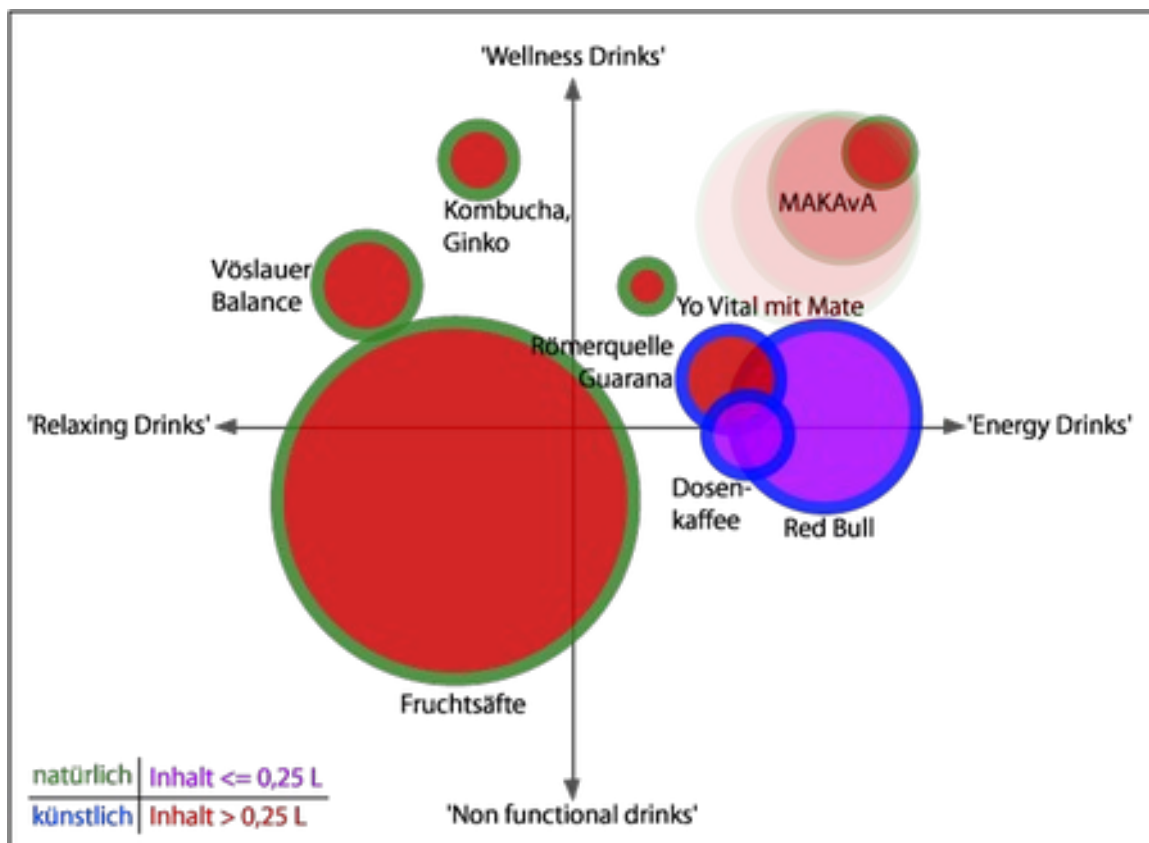
Handelsunternehmen (B2B und B2C)

Es gibt ein wachsendes Kundensegment, welches auf die nachgewiesene Qualität der Produkte starken Wert legt. Dies wollen wir für diese Kunden als Handelsunternehmen gewährleisten.

3.4. Marktsegment

Marktsegment des Mate Getränks

Der Energy- und Wellness-Drink Markt ist stark umstritten. Der von uns verwendete Mate Tee hat jedoch von Natur aus die perfekten Produkteigenschaften für BEIDE Märkte (und Zielgruppen der Märkte): er ist ein Energy- und Wellness Getränk! Die Wirkung kann mit der von Red Bull verglichen werden, unser **MATE Getränk** ist jedoch 100% natürlich und gesund.



Marktsegment der südamerikanischen Mate Produkte

Die **südamerikanischen Yerba Maté Produkte** würden, bezogen auf die Produktplatzierung, einen erfrischend neuen Platz in der Reihe der Wirksamen Aufgussgetränke, wie Kaffee, grüner- und schwarzer Tee, einnehmen.

Weiters differenzieren sie sich sehr gut von den üblichen Tee Getränken und Gefäßen. Die neue Form der ½ - 1 kg Maté Packungen ist bei uns noch weitaus unbekannt, und das meist

schlichte und noble südamerikanische Design sticht sofort ins Auge. Weiters weckt die traditionelle Trinkweise sicherlich bei vielen die Neugierde.

3.5. Wettbewerb

Wettbewerb für unser MATE Getränk

Wettbewerb in Österreich:

- YO Vital Kirsche Schlehe mit Mate Tee (1L): Dieses Getränk enthält Maté Extrakt, jedoch bleibt die typische Maté Wirkung nach dem trinken aus. Offensichtlich gelang es Yo nicht, den bitteren Maté Tee stark zu lassen, aber trotzdem einen guten Geschmack zu kreieren. Das YO Getränk ist in „wirklichkeit“ kein Mate Getränk (Basiert auf einem Testbericht der AK Wien).

Wettbewerb in Deutschland:

- Club-Mate in einer 0,5L Glasflasche.

Wettbewerb bei den südamerikanischen Mate Produkten

Es ist fast verwunderlich, dass noch niemand die verschiedenen und originalen Mate Packungen in den österreichischen Markt einbringt. Hier sollte so schnell wie möglich gehandelt werden, um erstens zu verhindern, dass es jemand Anderes macht, und zweitens, dass der heimische Maté Markt von Beginn an hauptsächlich mit unserer Marke verbunden wird.

Indirekter Wettbewerb in Österreich:

- 30g Mate-Päckchen aus dem Eza 3. Welt Laden (*nur eigenes Produkt*)
- 100g, 250g Mate-Päckchen von teeschnabel.at (*nur eigenes Produkt*)
- 100g Mate-Päckchen von bioladen.at (*nur eigenes Produkt*)
- 100g Mate-Päckchen von vitalernaehrung.at (*nur eigenes Produkt*)

Wettbewerb in Deutschland:

- Mate-Tee.de ist die **einzig** uns bekannte Möglichkeit für Kunden, die **südamerikanischen Mate Produkte** in unseren Breitengraden (AT, DE) zu erwerben.

4. Marketing

3.6. Absatzkonzept

Südamerikanische Mate Produkte

Die Endverbraucherpreise können sich nach den Preisen des Marktes in Deutschland richten. Eine normale 500g Packung Mate Tee würde für unsere Internet Kunden folglich ca. € 4.30 kosten (ca. 2 € Gewinn), für die Distributoren ca. 3 € (ca. 0,7 € Gewinn) → Schätzung.

Angestrebter Absatz in Österreich im 1.Jahr: 31000 € (der Internet Shop verkauft 180 Packungen/Monat. 15 Distributor Shops verkaufen je 40 Packungen/Monat. Gesamtgewinn ca. 15120 €.)

MATE Getränk

Der Absatz hängt von den Franchise-Nehmern ab. Wir streben einen Marktanteil von 2% bei Wellness & Energy Getränken an.

Wir streben einen Endverbraucherpreis von 1,10 € an (für eine 0,5 L Glasflasche)

5. Management und Schlüsselpersonen

Kernkompetenz

Die Kompetenz des Teams liegt primär in der Ausbildung an der Fachhochschule Joanneum. Die Teammitglieder studieren an folgenden Studiengängen: Industriewirtschaft, Infrastrukturwirtschaft und Internettechnik & Management.

Erfahrung

Der Teamleiter beschäftigte sich die letzten zwei Jahre hauptsächlich mit diesem Projekt. Dadurch stehen weitreichende Informationen über den Mate Tee zur Verfügung, es bestehen Kontakte zu Exporteuren, Distributoren und Importeuren und so ist bereits ein gefächertes Basiswissen in Bezug auf unser Vorhaben gegeben.

ⁱ Bei unserem **MATE Getränk** handelt es sich um ein für Europäer schmackhaftes Getränk auf Mate Tee Basis. Unser Unternehmen stellt für Getränkehersteller den franchise-Geber dar.

ⁱⁱ Unter die **südamerikanischen Maté Produkte** fallen ca. 300 Mate Marken von verschiedensten Herstellern in Südamerika; hauptsächlich Argentinische Exporteure. Weiters auch die nötigen Accessoires, die das traditionelle Trinken des Tees benötigt werden (hauptsächlich Bombilla und Mate Behälter).