

Businessplan der

**HORSE – OASIS GmbH**

(Eigentümer Gesellschaft)

**Elixier Ltd**

(Betreibergesellschaft)



# Inhaltsverzeichnis

1. Summary	4
Geschäftsidee,	4
Vorhaben,	4
Umsatz- und Gewinnaussichten,	5
Finanzbedarf mit Fristen,	6
Risiken	6
Unternehmung	6
Der Weg bis heute	7
Situation heute	7
2. Produkte, Dienstleistung	8
Beschreibung der Produkte, Dienstleistung	8
Marktleistung	8
Produktelebenszyklus	9
Produktschutz	9
Kunden, Kundenbestand	9
3. Der Absatzmarkt	10
Marktübersicht	10
Eigene Marktstellung	10
Marktbeurteilung	10
4. Konkurrenzsituation	11
Konkurrenten	11
Konkurrenzprodukte	11
Marktstrategie der Konkurrenz	11
5. Marketing	12
Marktsegmentierung	12
Markteinführungsstrategie	12
Preispolitik	12
Verkauf / Vertrieb	12
Werbung / PR	13
Zentraler Standort	13
Umsatzziel	13
6. Logistik	14
Standort	14
Logistik / Administration	14
7. Produktion	15
Produktionsmittel	15
Technologie	15
Kapazitäten	15
Wichtigste Lieferanten	16
8. Unternehmensführung und Berater	17
Management	17

9. Risiken	18
Intern	18
Extern	18
Absicherung	18
10. Betriebswirtschaftliche Entwicklung / Finanzen	19
- Anlagen -	

# 1. Summary

## **Geschäftsidee,**

Seit Jahren verfolge ich die Entwicklung im Springsport-Bereich für ambitionierte Springreiter im Amateur und Profilage.

Hierbei ist mir immer wieder aufgefallen, dass es bei dem bestehenden System der Sponsorschaften nur wenigen Talenten gelingt ins Profilage zu gelangen. Bei den herrschenden Regeln gibt es nur zwei Einstiegsmöglichkeiten:

1. Von Haus aus wohlhabend zu sein.
2. Einen Sponsor zu finden, der die immensen Kosten dauerhaft übernimmt.

Hier nun setzt unser Konzept an. In unserer Horse-Oasis Anlage werden wir talentierten Springreiter Amateuren die Möglichkeit bieten, auf einer professionellen ausgestatteten Anlage den Sprung auch ohne Sponsor ins Profilage zu schaffen.

Dabei wird sowohl den Reitern als auch den Pferden ein Maximum an Unterstützung gegeben und dies immer nach den neuesten Erkenntnissen und unter dem Gesichtspunkt des ökologischen Fortschritts.

Gleichzeitig habe ich die Entwicklung der Fotovoltaik Technik durch Begleitung einiger Feldanlagen in der EU (Italien, Griechenland, Deutschland) erfahren können.

Die Verbindung, Erträge aus Fotovoltaik zu generieren und in den Pferde Sektor zu investieren ist unser

## **„UMWELT SPONSORING“**

## **Vorhaben,**

Es wird eine Reitanlage mit idealen Trainingsbedingungen und optimaler Pferdehaltung entstehen. Dabei ist im Konzept die Nähe zu den eigenen Pferden ein wesentliches Kriterium. Die Eckpfeiler der Anlage sind:

1. Wohnen und trainieren am gleichen Standort durch Miteigentum (1/10) an der Gesamt Anlage (Inklusive einer definierten 4 Zimmer Wohnung sowie separaten Stalltrakt mit 6 Pferdeboxen). Daher spielt die tatsächliche Finanzierungshöhe auch nur eine untergeordnete Rolle.

## 2. Großzügige Trainingsmöglichkeiten

- Halle 60 x 90 Meter
- Halle 20 x 60 Meter
- Außenplatz 100 x 100 Meter
- 2 Führmaschinen
- 1 Laufband
- 1 Unterwasserlaufband
- Honorartrainer aus den Top 20 der Weltrangliste
- Unterrichtung und Beobachtung vom Pferde Management

## 3. Optimale Pferdehaltung

- 4 x 4 m Pferdeboxen
- Luftsäuberungsanlage
- Saugentmistung
- Staubarme Einstreuvorrichtung
- Klimatisierte Hallen
- Klimatisierter Pferdestallbereich
- 2 Pferdesolareinrichtungen
- Waschboxen
- Klinikbereich
- Halbautomatische Fütterung und Einstreuvorrichtung
- Ausreichend Koppelgang

## 4. Ökologische Fortschritt

- Fotovoltaik – Feldanlage doppelachsig nachgeführt
- Dachfotovoltaik (ca. 9.000 qm)
- Pferdemitbrikettierung (Keine Mistlagerung mehr)
- Regenwasserlagerung und -versorgung (Zisternen)
- Alle Fahrzeuge sind elektronisch getrieben
- Eigene Elektroladestationen

## **Umsatz- und Gewinnaussichten,**

Im Jahr 2010 werden noch keine Umsätze und Gewinne erwirtschaftet (Genehmigungs- und Bauphase). Ab Januar 2011 werden monatlich steigende Umsätze generiert. Bis November 2011 wird das Umsatzziel mit 100 Prozent erreicht. (Genaue Berechnung als Anlage).

Umsatz und Gewinne werden getragen aus den fünf Produkten:

- Stromverkauf (keine Anlaufzeit: 100 % ab Eröffnung)

- Service
- Brikettierung mit Verkauf (auch mit Fremd- Pferdemit)
- Verpachtung Fitnessanlage
- Verpachtung Restauration

## **Finanzbedarf mit Fristen,**

Eine Bereitstellungs-Finanzierung ist nur für 22 Monate notwendig. Dabei verringert sich das Finanzierungsvolumen um € 932.000,00 pro Monat:

- Januar – Juli 2010	€ 150.000,00
(Planungs-+ Genehmigungsphase)	
- Juli – Dezember 2010	€ 9.320.000,00 (Bauphase)
- Januar 2011	€ 8.388.000,00
- Februar 2011	€ 7.456.000,00
- März 2011	€ 6.425.000,00
- April 2011	€ 5.592.000,00
- Mai 2011	€ 4.466.000,00
- Juni 2011	€ 3.728.000,00
- Juli 2011	€ 2.796.000,00
- August 2011	€ 1.864.000,00
- September 2011	€ 932.000,00
- Oktober 2011	€ 0,00

## **Risiken**

Die Risiken sind als sehr gering einzuschätzen, denn:

1. Alleiniger Anbieter solch eines Modells
2. Es sind je Anlage nur 10 Kunden involviert
3. Lage: Frankreich/Schweiz/Deutschland/Österreich
4. Top Kosten Leistungsverhältnis für den Kunden (Miteigentümer)
5. Verantwortung der Kunden durch Miteigentum

## **Unternehmung**

Als Hintergrund der Unternehmung steht die Horse–Oasis GmbH als Eigentümergesellschaft. Jeder Miteigentümer ist entsprechend seinem Anteil stimm- und gewinnberechtigt.

Der Betrieb wird geleitet und geführt durch die Elixier Ltd als Betreiber Gesellschaft, die gleichzeitig Geschäftsführer der Horse–Oasis GmbH ist. Geschäftsführer der Elixier Ltd ist Peter Jensen.

## **Der Weg bis heute**

Peter Jensen (siehe Anlage, Lebenslauf)  
Juli 2009,  
Neues Konzept,

## **Situation ab 01.01.2011**

Organisation der Betreiber Gesellschaft und ersten Anlage:

- Geschäftsführer Peter Jensen
- 1 Büroangestellte/r
- 1 Techniker Reitanlage
- 1 Techniker Fotovoltaik
- 4 Stallhelfer
- 1-2 Bereiter (Honorar)
- Wechselnde Honorar Trainer aus den Top zwanzig der Weltrangliste jeweils 1 Woche pro Quartal

## 2. Produkte, Dienstleistung

### Beschreibung der Produkte, Dienstleistung

1. Fotovoltaik Strom  
dieser wird erzeugt auf einer mehr als 9.500 qm Dachfläche. Es wird ein Jahresertrag von 1.000.000 Kilowattstunden produziert, der mit **62 Cent** abgerechnet wird (Dach-Integriert, Frankreich). Auch ist Frankreich (oder Italien) als Standort der Feldanlage vorgesehen.
2. Pferde - Mist – Brikettierung  
Der gesamte Pferdemist wird brikettiert und als Brennstoff über Garten – Center verkauft (Preis nach Brennstoffwert).
3. Service
  - a) Boxen Service Komplett ( € 250,00 / Monat / Pferdebox)
  - b) Stallservice Spezial (€ 150,00 / Monat / Box = nur Fütterung)
  - c) Pferdepflege (€ 300,00 / Monat / Pferd = Putzen, pflegen, Koppelgang durchführen, Führmaschine- und Laufbandarbeit durchführen und beaufsichtigen)
  - d) Qualifizierter Beritt ( € 5 Tage pro Woche, 30 Minuten pro Tag = € 300,00 / Monat)
4. Verpachtung
  - a) Restauration mit Staffelpreis
    1. Jahr = € 36.000,00 / Jahr
    2. Jahr = € 48.400,00 / Jahr
    3. Jahr = € 60.000,00 / Jahr
  - b) Fitnessanlage mit Staffelpreis
    1. Jahr = € 36.000,00 / Jahr
    2. Jahr = € 48.400,00 / Jahr
    3. Jahr = € 60.000,00 / Jahr

### Marktleistung

Die Einzigartigkeit dieser Anlage ist die eigentliche Leistung. Es muss jetzt und auch in der Zukunft streng darauf geachtet werden, dass diese Marktleistung erhalten und wenn möglich ausgebaut wird. Insbesondere sind bei allen

anfallenden Veränderungen diese immer wieder auf ökologische Verträglichkeit (besser noch Innovation) zu überprüfen.

Gleichzeitig soll die Sonderstellung durch weitere Anlagen im Münchner-Züricher- und Wiener Raum unterstützt werden. Hierdurch soll das Markenzeichen Horse – Oasis auch eine internationale Absicherung erfahren und die einzelnen Anlagen sollen durch eigene Innovationsschübe profitieren.

## **Produktelebenszyklus**

20 Jahre

## **Produktschutz**

Namens- und Konzeptschutz wird beantragt.

## **Kunden, Kundenbestand**

Durch die absolut kleine Anzahl an Kunden pro Anlage (10), sowie durch Einbindung der Kunden als Miteigentümer kommt es zu wenig Kundenwanderungen.

Andererseits entstehen auch keine Abhängigkeiten durch Großkunden.

## **3. Der Absatzmarkt**

### **Marktübersicht**

Dieses Konzept beinhaltet ein absolutes Alleinkriterium in einer Marktnische, die von anderen noch nicht wirklich erkannt wurde. Es ist durch Vervielfältigung und Innovationen an uns, dieses Alleinmerkmal zu erhalten, zu stabilisieren und auszubauen.

### **Eigene Marktstellung**

Durch konsequente Marktbearbeitung (Zielgruppen) vor allem durch das Internet wird eine Abgrenzung zu anderen Marktteilnehmern immer weiter ausgebaut.

Dabei kommen alle heute möglichen marketingmaßnahmen zum Einsatz:

1. Erfassung aller in Frage kommenden Interessenten
2. Newsletter
3. Follow Up Mailings
4. Website
5. Flyer (Digital + Druck)
6. Prospekte (Digital + Druck)

Hierfür wird ein kompetentes Marketinginstitut aus dem süddeutschen Raum eingesetzt. Dies sorgt auch für eine hohe Auslastung der verpachteten Einrichtungen (Sterne Restaurant / Sterne Fitness Anlage).

### **Marktbeurteilung**

Der heute eindeutige Trend vom Springsport Amateur zum Springsport Profi wird auch in der überschaubaren Zukunft immer weiter zunehmen. Allerdings werden sich diesen Sprung nur wenige Reitsportler leisten können (auch wenn sie noch so talentiert sind).

Hier nun greift unser Konzept zu hundert Prozent und schafft Abhilfe. Wir werden auch in der überschaubaren Zukunft (20 Jahre) mit unseren ökologischen Innovationen so viel Geld erwirtschaften, dass diese Nachfrager von uns abgedeckt werden können.

## **4. Konkurrenzsituation**

### **Konkurrenten**

Es gibt für unser Konzept in Süddeutschland, Schweiz und Österreich kein Konkurrenzunternehmen mit den gleichen Unternehmensinhalten und Unternehmensansprüchen.

### **Konkurrenzprodukte**

Jedes einzelne unserer Produkte ist auf dem Markt vorhanden. Allerdings nicht mit unserer Zielsetzung, unserer Kombination, unserem Innovationsanspruch und unserem Verbreitungspotential.

### **Marktstrategie der Konkurrenz**

Es steht zu erwarten, dass es Konkurrenzunternehmen mit der gleichen Zielsetzung und eventuellen Dumpingangeboten geben wird. Allerdings werden wir durch Innovationsschübe, unserem Verbund mit eigenen Anlagen, einer sorgfältigen und innovativen Marketingstrategie diesem sehr wohl entgegenhalten können und weiter ausbauen können.

## **5. Marketing**

### **Marktsegmentierung**

Unser Angebot werden wir weiter spezifizieren, ausbauen und mit Innovation vor allem in der Qualität verbessern um unseren Ansprüchen gerecht zu werden.

Hierbei dient uns die Innovationskraft des Internets mit all seinen unterschiedlichen Facetten.

### **Markteinführungsstrategie**

Teilziele und Meilensteine:

1. Bau der ersten Anlage 2010
2. Auslastung der ersten Anlage „Frankreich“ bis Ende 2011
3. Testphase der Anlage „Frankreich“ bis Ende 2012
4. Bau der zweiten Anlage „München“ bis Ende 2013
5. Auslastung der zweiten Anlage „München“ bis Ende 2014
6. Bau der Anlagen „München“ und „Wien“ bis Ende 2015
7. Auslastung der Anlagen „München“ und „Wien“ bis Ende 2016
8. Bau und Auslastung der Anlage „Zürich“ bis Ende 2018

### **Preispolitik**

Durch unseren Verbund eigener Anlagen werden wir unsere Preise in der überschaubaren Zeitspanne stabil halten können. Eintretende Kostenersparnisse werden wir immer an die Erhöhung unserer Qualität weitergeben.

Keinesfalls gehen wir die Schiene der immer kleineren Preise zu Lasten unserer Qualitäts Angebote.

### **Verkauf / Vertrieb**

Internet, Website, Internetmarketing, Telefon Marketing, Flyer und Prospekte.  
Keine Vertreter etc.

## **Werbung / PR**

Konzeption mit fachkundiger / Internet erfahrener Marketing Agentur.

## **Zentraler Standort**

„Konstanz“ (Zentrale), „Frankreich“, „München“, „Wien“, „Zürich“

## **Umsatzziel**

Im Einzugsgebiet (Frankreich, München, Wien, Zürich) wollen wir 80 Prozent der möglichen Umsätze in unserem Marksegment erreichen.

## **6. Logistik**

### **Standort**

„Konstanz“ (Zentrale, keine Anlage), „Frankreich“, „München“, „Wien“, „Zürich“. Alle diese Standorte sind verkehrstechnisch (Autobahnen, Flugplätze etc.) ideal. Auch zur Personal Rekrutierung sehr zuverlässig.

Alle Marketingmaßnahmen, Trainer- und Veranstaltungsfragen, Einkäufe werden über die Zentrale abgewickelt.

### **Logistik / Administration**

Alle Standorte sind miteinander „vernetzt“. So ist eine ständige aktuelle Kommunikation möglich. Alle Standorte arbeiten mit nur einer Steuerkanzlei, und einer Anwaltskanzlei zusammen, dieses wird durch die Zentrale überwacht.

Personal- und Trainertausch ist möglich und gewünscht.

## 7. Produktion

### Produktionsmittel / Anlage

- 1 Honorartrainer
- 1 Geschäftsführer
- 1 Techniker
- 1 Verwaltungsangestellte/r (oder 2 Kaufmännische Teilzeitkräfte)
- 5 Stall- und Hofhelfer (400 € Basis)

Ausgelagert sind:

- Steuerberatung
- Marketing
- Anwaltskanzlei
- Fachberatung „Reiten“ (FN Warendorf“)

### Technologie

Hier einmal die herausragenden Kriterien:

- \*\* Sternereitanlage
- \*\* Sterne Pferdestall
- \*\* Sterne Wohnanlage / Dorf
- \*\* Sternetrainer (aus den „Top Twenty“ der Weltrangliste)
- \*\* Sternerestaurant
- \*\* Sterne Fitness Anlage

Ökologisch verträgliche Technik ist der zweite Schwerpunkt der Anlagen:

- Alle Betriebsfahrzeuge fahren elektrisch
- Großdimensionierte Fotovoltaik Dachanlage
- Ökologische Mistaufbereitung zu Feuerungsbriketts
- Halbautomatische Entmistung
- Regenwassergewinnung und –aufbereitung durch Zisternen
- Pferdegerechtes Wassertraining

### Kapazitäten

Es gibt nur für die einzelnen Anlagen Kapazitätsbegrenzungen. Keine Begrenzungen gibt es in der Anzahl der Anlagen. Durch jede neue Anlage

steigen die Synergie Effekte und die Möglichkeit des realen Austausches (Personal, Wissen, Erfahrungen).

## **Wichtigste Lieferanten**

Stroh, Heu und Krafffutter werden zu gekauft. Lieferanten werden je nach Preis wechseln. Der Einkauf erfolgt zentral (Skonto / Rabatte !!).

## 8. Unternehmensführung und Berater

### Management

ELIXIER LTD – GF Peter Jensen  
↕                      ↕                      ↕                      ↕  
GF: Frankreich - München - Wien - Zürich

### Aus- und Weiterbildung

Gewährleistet durch FN Veranstaltungen in Niederlassungen und bei der FN in Warendorf.

Ökologische Fortbildung wird in den Niederlassungen durchgeführt. Alle Maßnahmen werden zentral organisiert.

### Berater

- FN Warendorf
- Anwaltskanzlei
- Steuerkanzlei
- Marketing Agentur (Schwerpunkt: Internet)

## **9. Risiken**

### **Intern**

Es muss schnellstens für eine adäquate Vertretung für den Geschäftsführer der Elixier LTD – Beteiligungsgesellschaft gesorgt werden

### **Extern**

Es ist derzeit eine gewisse Unsicherheit in den politisch gewollten ökologischen Rahmenbedingungen zu erkennen. Hierbei ist eine wirkliche Zuverlässigkeit nur über die EU Richtlinien und Gesetze zu erkennen.

So ist der Grundgedanke, die Feldanlage in Deutschland zu installieren, durch die neuesten Vorhaben (Absenkung der Einspeise Vergütung um bis zu 25 % in 2010) der jetzigen Bundes-Regierung zwischenzeitlich von uns verworfen worden. Die für die Umsetzung unseres Vorhabens notwendige Feld Fotovoltaik Anlage wird daher an anderer Stelle in der EU installiert.

National und Regional ist eine große Unsicherheit zu registrieren (z.T. auch bedingt durch eine sehr große finanzielle Unterdeckung der Länder und Kommunen).

### **Absicherung/en**

- Versicherungen
- Lobby Arbeit
- Verbandsarbeit (FN Warendorf)
- Lobby Arbeit in europäischen Verbänden
- Kommunale Lobby Arbeit

## **10. Betriebswirtschaftliche Entwicklung / Finanzen**

- **Siehe Anlagen – Exel Tabellen** -

