

# Affärsplan 2018-2019

## Klimatbil UF



### Skola

Uppsala Estetiska Gymnasium

### Handledare

Katarina "Tina" Wiklund

### Medlemmar

Marcus Otterström

Daniel Burt

### Rådgivare

Stefan Börjesson

Viktoria Wååg



# Innehållsförteckning

1. Organisation och personal	3
2. Nätverk	3
3. Mål och vision	4
4. Affärsidé	5
5. Produktbeskrivning och produktutveckling	5
6. Hållbart företagande	7
7. Marknad och konkurrenter	8
8. Profilerings och försäljning	9
9. Aktivitetsplan	10
10. Ekonomi	11
11. UF-företagets underskrifter	12





# 1. Organisation och personal



**Marcus Otterström**  
Verkställande direktör  
Ekonomiansvarig



**Daniel Burt**  
Operativ chef  
Webmaster

## Verkställande direktör

- Tar beslut med operativ chef.
- Kommunikatör (rådgivare, Ung Företagsamhet, samarbetspartners m.m).
- Utvecklar hemsidans funktionalitet.

## Ekonomiansvarig

- Huvudansvarig för företagets ekonomi.
- Bokför transaktioner och ser till att de går rätt till.

## Operativ chef

- Tar beslut med verkställande direktör.
- Hanterar frågor gällande marknadsföring och produktion.

## Webmaster

- Ansvarig för företagets information på nätet.
- Utvecklar hemsidans design.



## 2. Nätverk

### Handledare

**Katarina "Tina" Wiklund**

Tina kommer att svara på eventuella frågor från medlemmar i företaget angående tillvägagångssätt. Hon kommer även att undervisa om företagsamhet och entreprenörskap på lektionstid.

# Rådgivare

## Stefan Börjesson

Stefan är civilekonom och VD för Ahlford. Han har arbetat i både stora internationella bolag och mindre ägarledda bolag och startups. Han har mycket erfarenhet med att driva företag.

## Viktoria Wååg

Viktoria är biträdande jurist och arbetar i huvudsak med transaktioner och skatteprocesser.

## Företag

Ahlford advokatbyrå

**AHLFORD**  
ADVOKATBYRÅ

## Motivering

En av de största svagheterna för **Klimatbil** är att de anställda inte har någon erfarenhet med att driva företag. Stefans bakgrund är därför mycket värdefull.

Affärsidén för **Klimatbil** behandlas av Skatteverkets rättsavdelning och företaget kommer även att hantera många transaktioner. Att ha en rådgivare som Viktoria, som är kunnig inom specifikt skatteprocesser och allmän affärsjuridik är därför mycket viktigt för företaget.

## Frekvens av möten

Planen är att träffa rådgivarna ungefär en gång i månaden. Möten sker på måndagar som lunchmöten i Ahlfords lokaler. Det är upp till medlemmarna i företaget att bestämma träff.



## 3. Mål och vision

### Mål

Företagets mål är:

- Att ha totalt 2000 klimatkompensationer genomförda i slutet av UF-året.
- Att placeras i topp 3 av Uppsala läns "Årets affärsplan 2019".

### Vision

Visionen är att **Klimatbil** ska bli en lokalt etablerad tjänst där miljömedvetna bilister kan få ett gott samvete ur ett klimatperspektiv. Efter UF-året är förhoppningarna att företagets verksamhet ska betraktas som ett ambitiöst projekt som hade en positiv påverkan på miljön och på människors samvete.

## 4. Affärsidé

### Vad erbjuder **Klimatbil**?

Företaget erbjuder en hemsida där vem som helst kan klimatkompensera sina koldioxidutsläpp när de tankar sitt fordon på en bensinstation. Användaren går in på hemsidan när hen har tankat och fyller i hur mycket som har tankats och vilken typ av drivmedel det var. Hemsidan räknar sedan ut hur mycket koldioxid som kommer släppas ut och hur mycket det skulle kosta att klimatkompensera detta.

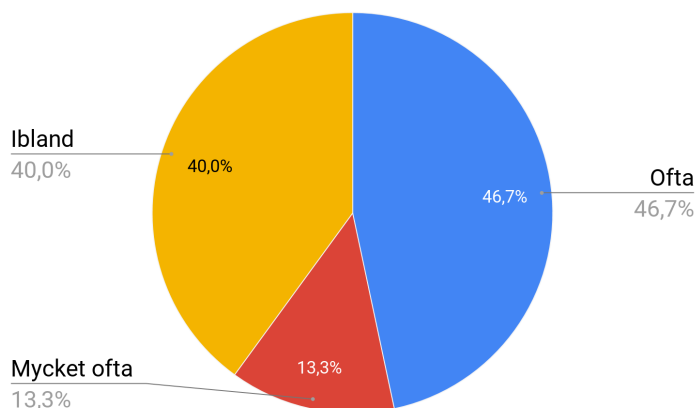
### Målgrupp

**Klimatbil** riktar sig till personer som kör fordon och vill minska sin klimatpåverkan. Mer information om dessa finns under rubriken [Kunder](#).

### Behov som tillfredsställs

Hemsidan tillfredsställer behovet av att minska sin klimatpåverkan. Enligt marknadsundersökningen tänker 60% på sin klimatpåverkan ofta eller mycket ofta. Undersökningen visar även att 96.8% köper närproducerat och/eller ekologiskt, och 64.5% försöker att äta mindre kött. Att minska sin klimatpåverkan på ett så enkelt sätt som möjligt är någonting många strävar efter, och **Klimatbil** förser användare med just detta.

Hur ofta tänker du på din klimatpåverkan?



## 5. Produktbeskrivning och produktutveckling

### Produkten

**Klimatbil** erbjuder en tjänst i form av en hemsida där man snabbt och enkelt kan klimatkompensera för koldioxidutsläppen av drivmedlet som man tankar sitt fordon med.

## Funktioner

Hemsidan förser användaren med ett formulär där de fyller i vilken typ av drivmedel de har tankat med, och hur mycket. Denna information skickas till en integrerad matematisk funktion som räknar ut hur mycket användaren ska betala för att kompensera motsvarande koldioxidutsläpp. Beräkningen görs med hjälp av en rapport från EPA (United States Environmental Protection Agency).<sup>1</sup> Efter detta lägger funktionen till några avgifter som beskrivs under rubriken [Prissättning](#). Användaren kan sedan betala med kreditkort. Ytterligare betalningsmetoder kommer att läggas till vid behov.

## Design/Utformning

Hemsidans design är uppbyggd med ett grönt och vitt färgschema, och med ett runt, "mjukt" typsnitt. Resonemanget bakom designvalen är att **Klimatbil** ska förmedla en positiv, vänlig känsla där man förstår att ett bättre klimat ligger i grunden för företaget.

## Tillverkning

Hemsidan utvecklas av samtliga i företaget med hjälp av HyperText Markup Language (HTML), Cascading Style Sheets (CSS) och JavaScript. För att undvika serverkostnader används även web tasks både för funktionen som räknar ut totalsumman av kompensationen samt för att implementera kreditkort som betalningsmetod. Koden för projektet kommer att läggas upp på GitHub för ökad transparens och tillit.

## Utvecklingspotential

Utifall företagets verksamhet fortsätter efter UF-året finns det många möjligheter att expandera hemsidan och verksamheten. Förutsatt att försäljningen går bra kan företaget:

- Implementera en server vilket gör det möjligt för användare att registrera konton, vilket gör det möjligt att ge någon slags digital belöning till ditt konto på **Klimatbil**.
- Lägga till fler betalningsalternativ.
- Göra hemsidan till en applikation på android och/eller iOS.
- Samarbeta närmre med bensinstationer.
- Lägga till möjligheten att klimatkompensera för andra fordon eller aktiviteter.
- Expandera utanför Sverige.

## Kostnad

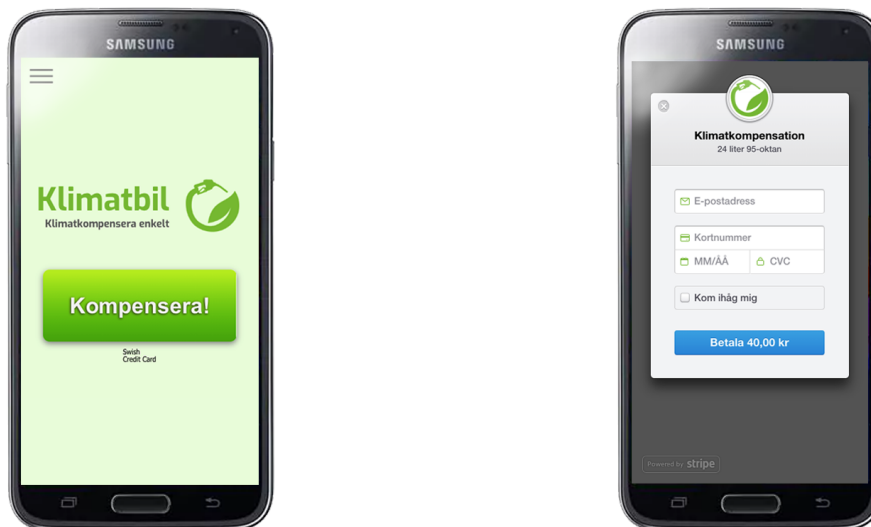
Majoriteten av företagets kostnader kommer att inträffa under uppstarten. Det behövs pengar till logotyper, domäner, registrering m.m. Efter uppstarten är verksamheten mycket billig att driva. Den fasta kostnaden som finns är en domänavgift varje år, som är ungefär 300 kronor. Om tjänsten expanderar och en server införskaffas/hyrs så kommer större kostnader att tillkomma, då man behöver betala för webbhotell och klimatkompensation av elen som servern drar.

---

<sup>1</sup> Greenhouse Gas Emissions from a Typical Passenger Vehicle, United States Environmental Protection Agency, April 2018. <https://nepis.epa.gov/Exe/ZyPDF.cgi?Dockkey=P100U8YT.pdf> Hämtad 2018-11-08.

# Produkttrötning

OBS! Designen är ej färdigställd och kommer att ändras under projektets gång.



## 6. Hållbart företagande

### Miljö

Att bedriva ett företag på ett hållbart sätt ur ett miljöperspektiv är grunden för verksamheten på **Klimatbil**. Om målet med 2000 klimatkompensationer uppnås och att varje klimatkompensation är på ungefär 50 liter bensin så kommer företagets verksamhet ha kompenserat för ~235 ton CO<sub>2</sub> från atmosfären, vilket motsvarar ungefär 52 svenskers årliga utsläpp av koldioxid enligt statistik från svenska FN-förbundet.<sup>2</sup> Då en server har undvikits drar företaget ingen energi, och det finns inga ytterligare miljöpåverkningar som kommer från företaget.

### Ekonomi

Över hälften av alla svenskar åker bil varje dag.<sup>3</sup> Marknadsundersökningen visar på mer än 80% vill ha möjligheten att klimatkompensera sitt fordons utsläpp. Det finns en mycket stor marknad och ju fler som använder hemsidan desto större spridning kommer den att få. Eftersom att hemsidan kostar väldigt lite att underhålla (mindre än 500 kr per år) så är risken minimal att företaget skulle gå i förlust under ett år.

<sup>2</sup> "CO<sub>2</sub>-utsläpp per invånare", Svenska FN-förbundet. 2016.  
<https://www.globalis.se/Statistik/CO2-utslaep-per-inv> Hämtad 2018-11-14.

<sup>3</sup> "Tokiga transporter", WWF, 2008.  
[https://www.wwf.se/naturvaktarna/spn/sid%20transport/pdf%20trp/TRANSPORTER\\_fakta.pdf](https://www.wwf.se/naturvaktarna/spn/sid%20transport/pdf%20trp/TRANSPORTER_fakta.pdf)  
Hämtad 2018-11-14.



## 7. Marknad och konkurrenter

### Marknad

**Klimatbil** kommer främst att bedriva sin verksamhet lokalt. Den digitala marknadsföringen når hela Sverige, men störst fokus kommer att ligga på Uppsala och intilliggande orter.

### Kunder

Marknadsundersökningen visar att det finns ett stort intresse för tjänsten. 22 av de 26 personer som svarade på frågan "Skulle du vilja ha möjligheten att klimatkompensera ditt fordon's utsläpp?" svarade "Ja". Detta innebär att 84.6% av de som deltog i undersökningen visade ett intresse för tjänsten.

**Klimatbil** riktar sig till miljömedvetna bilister. Åldern på dessa människor kommer främst att vara 25-54 år, som speglas i marknadsundersökningen.

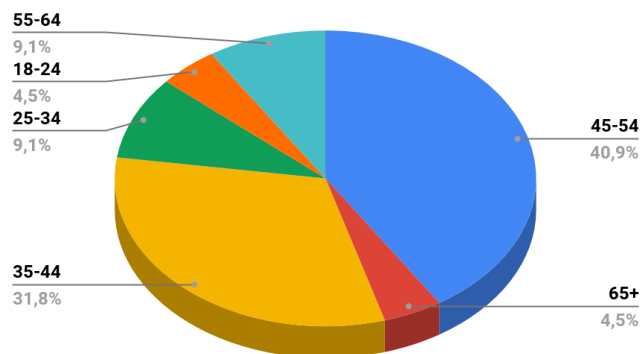
### Konkurrenter

Företagets största konkurrent är [klimatkompensera.se](https://klimatkompensera.se), som erbjuder liknande tjänster som **Klimatbil**. Denna hemsida låter användare klimatkompensera för bl.a flygresor, bilresor och elförbrukning. För att klimatkompensera för bil måste användaren fylla väldigt mycket information om vilken bil man kör, hur långt man har kört, m.m. Tjänsten är också upplagd på ett sätt där man klimatkompenserar för en sträcka man har åkt, istället för hur mycket man har tankat. Detta innebär att slutsumman att kompensera sällan är mer än några få kronor.

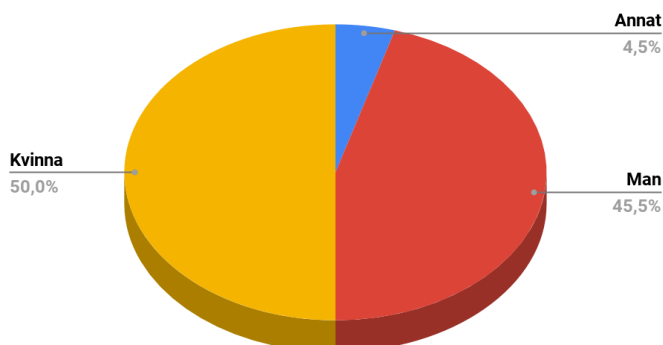
### Produkt

Den största styrkan för **Klimatbil** gentemot [klimatkompensera.se](https://klimatkompensera.se) är effektiviteten och enkelheten. Användaren behöver inte skriva in lika mycket information och det är mycket lättare att skriva in hur mycket man har tankat istället för att skriva in hur långt man har åkt. Den största svagheten för **Klimatbil** gentemot [klimatkompensera.se](https://klimatkompensera.se) är att hemsidan inte har en lika professionell design och företagets grundare har inte lika mycket erfarenhet eller pengar som finns för grundarna av [klimatkompensera.se](https://klimatkompensera.se).

Ålder



Kön





## Prissättning

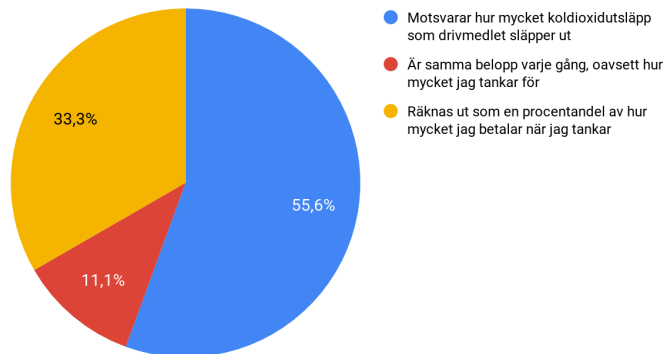
Priset av kompensationen är direkt kopplad med hur mycket koldioxid drivmedlet släpper ut, vilket fick stöd av marknadsundersökningen.

Slutsumman består alltså av tre delar:

1. Kostnaden för att klimatkompensera koldioxidutsläppen i det tankade drivmedlet.
2. En serviceavgift som går till **Klimatbil**.  
Denna kostnad är 10% av del 1.
3. Stripes serviceavgift som består av 1.8kr plus 1.4% av summan av del 1 och 2. \*

\*Denna avgift läggs endast till om användarna betalar med kreditkort.

Jag vill att summan av klimatkompensationen...



Serviceavgiften har satts på 10% med hjälp av rekommendationer av rådgivare och kan komma att ändras under året om företaget beslutar om det.



## 8. Profiler och försäljning

### Intryck

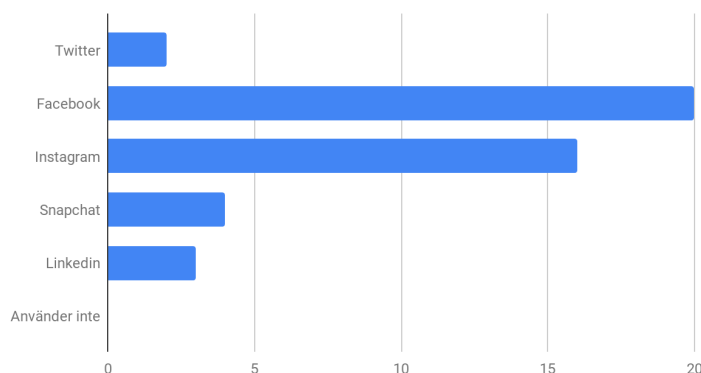
Målet är att företaget ska upplevas som nytänkande och klimatsmart. Tjänsten ska förmedla en positiv, glad känsla. Det är också mycket viktigt att tjänsten är oerhört enkel att använda.

### Var/Hur nås kunder?

Marknadsundersökningen visar att en stor majoritet av de kunder som är intresserade av projektet använder facebook och instagram. När **Klimatbil** marknadsförs på sociala medier kommer dessa två prioriteras.

Det finns även eventuella planer på att marknadsföra runt om i Uppsala på bensinstationer.

Sociala medier



### Profilprodukter

Klistermärken kan möjligtvis bli aktuellt som ett sätt att marknadsföra. Dessa skulle placeras på bakrutan av bilar så att de ofta ses av andra människor. Klistermärkena skulle säljas och ges ut gratis till de användare som använder tjänsten mest.

## Första sålda produkten

Den första klimatkompensationen planeras att säljas i början av Januari, då hemsidan lanseras.

## Uppföljning

Kunden kommer direkt att få ett kvitto på sitt köp till sin e-postadress. Företaget kommer sedan att lägga ut bevis på hemsidan när en klimatkompensation har genomförts.



## 9. Aktivitetsplan

2018/2019	Okt	Nov	Dec	Jan	Feb	Mar	Apr	Maj
Affärsplan								
Bokföring								
Budget								
Delårsrapport								
Hemsideutveckling								
Konstituerande möte								
Marknadsföring								
Marknadsundersökning								
Mässa								
Personlig försäljning								
Registrering av företag								
Riskkapitalsförsäljning								
Rådgivarmöten								
Årsredovisning								

## Uppskattade arbetstimmar

Lektionstid per person	Fritid per person
87h	100h



## 10. Ekonomi

### Startkapital

Företagets startkapital kommer från riskkapitalister. Riskkapitalet kommer att betalas tillbaka efter UF-året är slut.

### Resultatbudget

<b>Intäkter</b>	
<i>Försäljning</i>	60 000
<i>Extraordinära intäkter</i>	
<b>Kostnader</b>	
<i>Material &amp; varor</i>	54 000
Bruttointäkt	6 000
<b>Övriga externa kostnader</b>	
<i>Registrering domän</i>	388
<i>Registrering UF-Företag</i>	300
<i>Logotyp</i>	64
<i>Kommunikationskostnader</i>	
<i>Marknadsföring</i>	1 000
<i>Konsultarvoden</i>	
<i>Övriga externa kostnader</i>	0
<b>Personalkostnader</b>	
<i>Löner</i>	
<i>Sociala avgifter</i>	
<i>Pensionsförsäkring</i>	
<i>Övriga personalkostnader</i>	
<i>Summa kostnader</i>	1 752
<b>Rörelseresultat</b>	4 248

### Kommentarer

60 000 kronor motsvarar ungefär 2000 klimatkompensationer, som är målet med UF-året.

“Material & varor” är alltid 90% av försäljningen - detta är pengarna som går till organisationen som klimatkompenserar.

# Likviditetsbudget

Delar av budget	Okt	Nov	Dec	Jan	Feb	Mar	Apr	Maj
Ingående likvida medel	0	398	648	748	448	1 098	2 498	4 048
<b>Inbetalningar</b>								
Försäljning	0	0	0	3 000	7 500	15 000	16 500	18 000
Riskkapital	1 000	250	250	0	0	0	0	0
SUMMA								
INBETALNINGAR	1 000	250	250	3 000	7 500	15 000	16 500	18 000
<b>Utbetalningar</b>								
Material & varor	0	0	0	2 700	6 750	13 500	14 850	16 200
Marknadsföring	0	0	0	600	100	100	100	100
Riskkapital	0	0	0	0	0	0	0	1 500
Försäkring	0	0	0	0	0	0	0	0
Registrering	300	0	150	0	0	0	0	0
Övriga utbetalningar	302	0	0	0	0	0	0	0
SUMMA								
UTBETALNINGAR	602	0	150	3 300	6 850	13 600	14 950	17 800
Utgående likvida medel	398	648	748	448	1 098	2 498	4 048	4 248



## 11. UF-företagets underskrifter

Uppsala  
Ort

2018-11-21  
Datum

Signatur för- och efternamn

Texta för- och efternamn

*Marcus Otterström*

Marcus Otterström

*Daniel Burt*

Daniel Burt

