



# ONDERNEMINGSPLAN

Geschreven op 16 april 2023  
door Dylan de Hoog

# Inhoudsopgave

1. De ondernemer	3
2. De onderneming	3
a. Motivatie	3
b. Doelstellingen	3
i. Missie	3
ii. Visie	3
c. Activiteiten	4
i. Altum Company R&D	4
ii. Altum Fashion	4
iii. Verbreding van merken	4
3. De Rechtsvorm / bedrijfsgegevens	5
4. De markt	6
a. Marktanalyse	6
b. Doelgroep	6
5. De marketingmix	7
a. Producten en diensten	7
b. Prijzen	7
i. Consumentenprijs	7
ii. Marges	7
c. Promotie	8
i. Marketingactiviteiten	8
ii. Huisstijl	8
iii. Bekendheid	8
d. Plaats	8
e. Personeel	8
6. De SWOT-analyse	9
a. Sterktes	9
b. Zwaktes	9
c. Kansen	9
d. Bedreigingen	9
7. Nawoord	10

## De ondernemer

Voornaam:	Dylan
Achternaam:	de Hoog
Geslacht:	Man
Geboortedatum:	01 mei 2002
Woonadres:	Bruntingerbrink 88, 7812VB Emmen, Nederland
Nationaliteit:	Nederlandse
Werkervaring:	Gecombineerd 6 jaar ervaring in de retail, met name in de detailhandel, levensmiddelen, doe-het-zelf en kleding.

## De onderneming

### Motivatie

De motivatie voor het starten van deze onderneming komt voort uit een brandende passie voor de retail, ontwerpen en HR. Middels het opstarten van een eigen bedrijf worden deze drie factoren gecombineerd, en wordt de kans geboden om een onderneming te leiden naar eigen idealen.

Tevens is de combinatie van aanzienlijk te hoge marges en een zeer trage transitie naar duurzame kleding in de branche een ergernis, die middels het starten van een eigen onderneming in deze branche mogelijk direct aangepakt kan worden.

### Doelstellingen

#### Missie

De uiteindelijke missie van Altum Company is om een duurzame, verantwoorde en eerlijke organisatie te worden, met wereldwijde naamsbekendheid voor de onderliggende merken.

#### Visie

De visie voor Altum Company is een vooruitstrevende, altijd ontwikkelende organisatie die altijd aan het werken is aan innovaties, en gelijktijdig geleidelijk de wereld probeert te verbeteren.

## Activiteiten

### Altum Company R&D

Het bedrijf zelf, Altum Company, zal haar focus voornamelijk hebben liggen op het coördineren van de merken, en het inzetten van een deel van het bedrijfsresultaat om R&D (Research & Development / Onderzoek & Ontwerp) te verrichten om te kunnen blijven werken aan procesverbeteringen en innovaties binnen de organisatie.

Ook de dagelijkse zaken zoals personeelszaken, financiën, IT, marketing en relatiebeheer zullen vallen onder het beheer van Altum Company.

### Altum Fashion

De activiteiten binnen Altum Fashion zullen hoofdzakelijk bestaan uit het ontwerpen van seizoensgebonden collecties, en het faciliteren van een platform voor en het uitvoeren van klantbestellingen. Tevens valt het beheer van de sociale media onder de activiteiten van Altum Fashion, gecombineerd met de relaties met influencers in samenwerking met de afdeling marketing van Altum Company.

### Verbreding van merken

Er is ook mogelijkheid tot het diversifiëren van het scala merken onder Altum Company. Zo bestaat er al een demo voor een merk bedrijfskleding, Altum Professional, en een concept voor meubilair, verlichting en overige wooninrichtingsitems onder het merk Altum Home & Living.

Via het moeder-dochter systeem waar Altum Company als bedrijf verschillende merken overziet, bestaat dus de mogelijkheid om op organische wijze een meer diverse organisatie te creëren, en zo risico's die verbonden zijn aan specifieke sectoren een minder grote impact te doen hebben op de organisatie als geheel.

## De rechtsvorm / bedrijfsgegevens

Handelsnaam: Altum Company

Rechtsvorm: Eenmanszaak

Toelichting keuze rechtsvorm:

Een eenmanszaak is de meest toegankelijke rechtsvorm voor beginnende ondernemers. Door de extra mogelijkheden om belastingvoordeel te krijgen, en op eigen tempo kapitaal op te bouwen en personeel aan te nemen, kan het bedrijf op een overzichtelijke manier opgestart worden. Wanneer het bedrijf voldoende gegroeid is, zal het bedrijf omgezet worden naar een Besloten Vennootschap, met als doel om het bedrijf financieel los te koppelen van haar eigenaar.

KvK-nummer: Nog niet van toepassing

Inschrijvingsdatum: Nog niet van toepassing

Administrateur: Dylan de Hoog

BTW-nummer: Nog niet van toepassing

Omzetbelasting: 21% BTW (Hoog tarief)

Betalingsfrequentie: Per fiscaal kwartaal

Algemene voorwaarden: Voldoet aan alle wettelijke eisen, inclusief AVG

Vergunningen: Niet van toepassing

Subsidies: Niet van toepassing

Verzekeringen: Bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering

Bedrijfsschadeverzekering

Voorraadverzekering

Arbeidsongeschiktheidsverzekering

Inventarisverzekering

# De markt

## Marktanalyse

De fashion-markt is een van de lastigste markt om in door te breken voor nieuwe ondernemingen. Door gigantische corporaties en consortia is het nagenoeg onmogelijk om tegelijkertijd een gelijke prijs aan te bieden als de concurrentie en geld over te houden om te herinvesteren voor de groei van het bedrijf.

Echter valt ook op dat de concurrentie op verschillende manieren vastgeroest zit in haar methodes. Zo hebben bedrijven zoals Hennes & Mauritz AB en Cofra Holding AG (C&A) zich volledig op de ultra-fast fashion gezet, en zijn bedrijven zoals Nike, Inc. in een situatie beland waar ze keer op keer nagenoeg hetzelfde artikel uitbrengen.

Weinig van de grote namen in de sector zijn nog uniek, en vrijwel alle grote merken zijn hun persoonlijkheid volledig verloren. De merken die dit nog wel behouden hebben, zoals bijvoorbeeld LVMH, bekend van onder meerdere Kenzo, Emilio Pucci en Louis Vuitton, zijn vaak actief in de luxemode, met een richtpunt op klanten met een zeer hoog inkomen.

Dit gat in de markt biedt kansen om als bedrijf met een sterk eigen verhaal, unieke kledingstukken en sympathisch vermogen om een segment van de markt te winnen wat toch enigszins verlaten is door de corporaties en consortia.

## Doelgroep

Altum Fashion, het kledingmerk van Altum Company, richt zich op mogelijke klanten die:

- Wonen in de Europese Unie (met mogelijkheid tot intercontinentale uitbreiding)
- Tussen de 14 en 30 jaar oud zijn
- Een gemiddeld tot midden-hoog inkomen hebben (Beredenering: Dit zijn klanten die gemiddeld 30 tot 40 euro uitgeven aan een t-shirt, en 50 tot 70 euro aan een trui)
- Zowel in-store als online kleding kopen
- Geïnteresseerd zijn in designer kleding
- Belang hebben bij duurzame kleding

# De marketingmix

## Producten en diensten

Voor Altum Fashion geldt: Het merk levert designer kleding die intern ontworpen is, waar duurzaamheid centraal staat. Ook levert het via het merk Andromeda exclusieve designer kleding. Met enige regelmaat levert het merk ook woon- en lifestyle accessoires.

Er vallen nog verdere sub-merken onder Altum Fashion. Dit zijn de merken: Andromeda Exclusive Apparel, KONCEPT Global Wear, Narcotic, house, Kristian Norstead, ANAEROBIC, Artista en Streets of Amsterdam.

Altum Professional levert zowel producten, in de vorm van werkkleding voor kleine bedrijven, als diensten gerelateerd aan het ontwerp daarvan.

## Prijzen

### Consumentenprijs

De consumentenprijs voor producten van Altum Fashion wordt berekend middels de formule  $c = ((p + v) * 1,20) * 1,21$ , waar  $c$  = consumentenprijs,  $p$  = productieprijs en  $v$  = verscheppingskosten. De uitkomst van deze formule wordt vervolgens afgerond naar de dichtstbijzijnde waarde deelbaar door 5. Uiteraard is de consumentenprijs voor elk product anders, maar de vuistregel is als volgt:

- T-shirts tussen de 30 en 50 euro
- Sweaters tussen de 40 en 60 euro
- Hoodies tussen de 50 en 80 euro

### Marges

Met uitzondering van de producten van Andromeda, wordt bij alle producten van Altum Fashion een brutowinstmarge gehanteerd van circa 20%.

## Promotie

### Marketingactiviteiten

Altum Company is van plan om te marketen via de platforms waar de meeste potentiële klanten zich begeven. Na onderzoek bestaat dit voor het merk Altum Fashion uit Snapchat, Instagram, YouTube Shorts en TikTok, met als verlengde SEA (Search Engine Advertising) bij Google.

Het plan is om te adverteren via video's, waarin de nieuwste producten tentoongesteld kunnen worden.

Tevens gaat er met het merk Altum Fashion samengewerkt worden met influencers, die tegen compensatie hun mening over de producten delen met hun volgers.

### Huisstijl

De stijl van het merk Altum Fashion bestaat uit drie verschillende onderdelen, kleur, vorm, en lettering.

De hoofdkleuren van Altum Fashion zijn #ebb610 (Verkeersgeel), #000000 (Jet Black), #293133 (Antracietzwart), en #ffffff (Puur wit). De vorm van het logo is circulair, en alle elementen op de website en daarbuiten worden vormgegeven als rechthoeken met afgeronde hoeken.

Voor de lettering wordt exclusief gebruik gemaakt van Trebuchet MS, met voorkeuren op de dikgedrukte variant met letterafstand van 100 of 200.

De advertenties worden met een zo hoog mogelijke productiewaarde geschoten, en zijn altijd geschoten op locatie.

### Bekendheid

Door bij de aankomst van een nieuwe collectie op korte termijn op alle platforms te adverteren, zorgen we ervoor dat een klant in de eerste week van de collectie het merk en de nieuwe collectie zal onthouden.

## Plaats

Via <https://altum.fashion/> en in de toekomst hopelijk via fysieke winkels zullen alle producten die onder Altum Fashion vallen verkocht worden.

## Personeel

Bij voldoende groei, als er meer geld beschikbaar is om meer mensen aan te nemen, worden er mensen aangenomen als freelance ontwerpers, klantenservicemedewerkers, en webdesigners.

Deze nieuwe medewerkers ronden een interne opleiding af voordat ze in dienst genomen worden, om zo de kwaliteit van het werk te waarborgen.



# De SWOT-analyse

## Sterktes

De onderneming is klein en flexibel, waardoor we goed kunnen inspelen op fluctuaties in de markt. Ook zit er veel passie in het bedrijf, waarmee er een grote drive om te verbeteren bestaat.

## Zwaktes

De onderneming heeft geen kapitaal, waardoor al het budget door middel van verkoop opgebouwd moet worden.

Ook heeft het bedrijf geen merkbekendheid, waardoor het lastiger is om de fashion industrie in te komen.

## Kansen

Het streven is dat er binnen enkele jaren een kans ontstaat om uit te breiden naar zowel online als in-store verkoop. Ook is er de hoop dat er na enkele jaren genoeg ruimte is om te kijken of eigen productie ook opgestart zou kunnen worden.

## Bedreigingen

De grootste dreiging voor het succes van Altum Company is een onsuccesvolle lancering. Wanneer er niet voldoende merkbekendheid gegenereerd wordt, zullen de verkoopcijfers stagneren en bestaat het risico dat het bedrijf zijn levensvatbaarheid verliest.

Een ander noemenswaardig risico is plagiaat. Dit is dan ook veel voorkomend in de fashion industrie, en iets wat we niet kunnen voorkomen of tegengaan.


## Nawoord

In samenvatting is Altum Company een jonge organisatie met veel passie om uit te groeien tot een waar fenomeen. Door extra inzet op duurzaamheid en transparantie, creatief ontwerp en uiteraard creatieve marketing, bestaat de kans dat het kan uitgroeien tot een financieel succesvolle onderneming.

Tevens wil ik de lezer persoonlijk bedanken voor het schenken van zijn of haar aandacht aan dit document. Bij enige vragen die bij het lezen (of daarbuiten) ontstaan zijn geef ik met genoegen wat extra toelichting. Ik ben daarvoor bereikbaar op [dylan.de.hoog@altum.company](mailto:dylan.de.hoog@altum.company).

Voor diegenen die geïnteresseerd zijn in cijfertjes en veel te complexe economische termen, staat het financieel plan op dezelfde pagina als dit document, vrij in te kijken, om je over te ontfermen.

Nogmaals hartelijk bedankt voor de aandacht en interesse.

A stylized, handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Dylan de Hoog