

Wall Prints UF

Årsredovisning

WallPrints UF

2019-09-15 – 2020-05-08

VD- Alma Axelsson
Rådgivare- Irma Axelsson
Handledare- Elisabeth Mellin

Region Värmland
Torsby
Stjerneskolans
Företags ID: 187073

Innehållsförteckning

1. VD har ordet	3
2. Förvaltningsberättelse	4
2.1 <i>Om verksamheten</i>	4
2.2 <i>Målsättning</i>	4
2.3 <i>Produktion och Inköp</i>	4
2.4 <i>Marknadsföring och Försäljning</i>	5
2.5 <i>Personal och Administration</i>	5
3. Händelser under räkenskapsåret	6
3.1 <i>Rådgivarfrukost</i>	6
3.2 <i>Stjerneskolans öppet hus</i>	6
3.3 <i>Bergviks julmässan</i>	6
3.4 <i>Regionala UF mässan</i>	6
4. Lärdomar och Erfarenheter	7
5. Finansiell ställning och likviditet	7
6. Framtiden	7
7. Ekonomiska rapporter	8
7.1 <i>Resultaträkning</i>	8
7.2 <i>Balansräkning</i>	8
7.3 <i>Nyckeltal</i>	8
7.4 <i>Bokslutskommentarer</i>	8
8. Underskrifter	9
9. Företagets Produkt	9
10. Foton	10
11. Revisionsberättelse	11

1. VD har ordet

Till en början vill jag Alma Axelsson, Verkställande direktör i WallPrints UF tacka följande:

Vår handledare Elisabeth Melin som har väglett oss i utvecklingen och framtagandet av vårt företag.

Vår rådgivare Irma Axelsson som, genom hela UF-processen tipsat oss om olika sätt att hantera våra utmaningar för att kunna nå våra mål. Utan er hade vårt företag inte varit detsamma.

Under vårt verksamhetsår har vi utvecklat fram tre stycken egendesignade posters som vi först målat för hand och sedan tryckt i 170 gram Silk. Vår affärsidé har varit att med jordnära och sammanhängande färger skapa en enighet mellan printsens för att de ska kunna lämpa sig i alla hem oavsett dess inredning. Vi vill få liv på tråkiga väggar!

Under året som gått har vi uppnått både mål och utsatts för prövningar och utmaningar. Vi har fått betydligt mycket mer erfarenheter som nu kommer att följa med oss resten av livet.

Till en början var den största utmaningen av dem alla att ta fram en produkt vi var stolta över och kunde stå bakom. Vi vägde mellan ett flertal olika motiv och idéer men kom till slut fram till våra nuvarande produkter. Vi var tvungna att sätta oss in i våra potentiella kunders huvud för att kunna ta fram en produkt som vi trodde skulle uppskattas hos de flesta. Men vi var även tvungna att överväga om det var en affärsidé som skulle vara så pass bra att vi skulle kunna gå ur verksamhetsåret med en vinst.

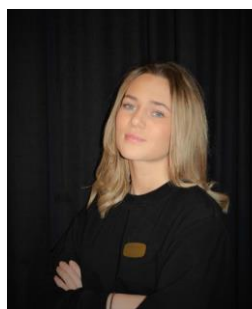
Den andra utmaningen vi stötte på var våra konkurrenter. Bland annat det största posterföretaget på den svenska marknaden, nämligen *Desenio.se*. Ett

mycket populärt företag som inte bara säljer posters men också ramar och andra tillbehör vilket vi inte hade. Vi beslutade oss då för att göra våra posters unika med det där lilla extra som skulle fånga våra potentiella kunders uppmärksamhet. Visst är *Desenio*'s utbud bredare än vårt, men deras posters finns hela tiden kvar, också med motiv som till och med finns att hitta på Google bilder. Vi valde därför att handmåla våra posters med vår egen fantasi för att få en helt egen produkt med "Limited Edition" och på det viset skapa ett intresse för det unika.

Våra lösningar och nya påfund anser jag har gynnat vårt företag mycket. Vi har kämpat genom hela året för att kunna ta fram och sälja en egenproducerad produkt som vi är stolta över att stå bakom.

Vi har nått både våra kvalitativa samt kvantitativa mål vilket även det känns som en vinst i sig. Bland annat har vi nu kunskaper om drivandet av företag och innebörden av det. Samt att vi nu nästan är uppe i försäljningssiffran som vi strävat efter under årets gång. I nuläget har vi sålt 47 posters. Vi är mer än tacksamma över erfarenheterna detta verksamhetsår givit oss.

Vi har haft en plan att betala tillbaka investerare som i början av räkenskapsåret satsade riskkapital i företaget. Det har vi nu gjort. Detta med en god marginal och med positiv likviditet.



Alma Axelsson
Verkställande Direktör
WallPrints UF
Torsby 08/05-2020

2 Förvaltningsberättelse

2.1 Verksamhet

I WallPrints UF var affärsiden följande:

"I vår verksamhet säljer vi egendesignade och handmålade posters med tre olika motiv. Vilket inte bara gör dem unika utan också Limited Edition. Vi har designat motiven så att de ska passa bra ihop samt med jordnära färger för att de lätt ska kunna lämpa sig i alla hem. De huvudsakliga färgerna vi kommer använda är vit, svart, brun och guld."

Vår huvudsakliga idé var att alla, oavsett typ av hem ska kunna sätta en touch som är både stilren och tydlig.

Vi har även paketpris 1 styck för 169 kr, 2 styck för 279 kr samt 3 styck för 389 kr

Vårt företagsnamn samt logotype speglar vår verksamhet och vad det är vi gör i vårt företag. För oss var det viktigt att detta skulle framgå så att kunderna lätt kunde förstå sig på oss.

Verksamheten startade 2019-09-15 och avvecklades 2020-05-08 i Torsby, Region Värmland, Sverige.

För att verksamheten skulle kunna starta sålde vi riskkapital till nära och kära, den siffran uppgick till 3850 kr. Med det som startkapital kunde vi i september börja vår produktion, den största kostnaden för oss blev själva tryckningen av vår produkt vid första och andra beställningen. Själva produktionen, det vill säga material till målandet och designerna blev näst intill ingen kostnad alls då vi, med tanke på hållbarhet använde oss av överblivet material som skulle slängas av Frykenskolan Torsby. Övriga kostnader som till paketering betalades även de med riskkapital.

När verksamheten väl kom igång kunde vi då använda oss av likvida medel som kom in i företaget via försäljningen. Men med god översikt över att likviditeten i företaget konstant förblev positiv och med stor kontroll så vi aldrig skulle ha obetalda kostnader.

2.2 Målsättning

Under vårt år som företagare i WallPrints UF har vi satt upp mål för att hela tiden ha någonting att sträva efter och på så sätt underlätta vårt arbete. Det främsta kvalitativa målet vi hade var att vi i slutet av året skulle ha mer kunskap och erfarenhet av företagande som vi senare skulle kunna använda utanför ung företagsamhet. Detta mål känner vi att vi definitivt har fullföljt eftersom att vi nu har mycket mer erfarenheter av fram och motgångar som kan ske i ett företag. Det har också gjort att vi har en helt annan uppfattning av andras företag i samhället också.

Vårt kvantitativa mål var att vi skulle tjäna cirka 1400 kronor var vid avvecklandet av företaget vilket vi nu i slutet av räkenskapsåret ser att vi gjort vilket vi förståts är otroligt glada för då det betyder att vårt företag givit resultat och att folk gillat det vi gjort.

Vi hade även som mål att delta i följande tävlingar vilket vi också gjorde:

- Årets logotyp
- Årets affärsplan
- Årets monter
- Årets säljare
- Årets vara
- Årets hantverk
- Årets UF kooperativ

2.3 Produktion och inköp

WallPrints UF erbjuder egendesignade och unika posters med jordnära färger producerade i materialet 170 g Silk i storleket 35x50 cm. Printsens är designade för att passa bra ihop.

Motiven är handmålade med återandvänt material som canvas samt färg. Färgen och materialet vi använde oss av fick vi av Frykenskolan Torsby. Det var viktigt för oss att värna om miljön och inte köpa in nytt material utan att använda oss av tillgångar i vår närhet. Vi fick även låna skolans bildsal

för framtagandet av produkten.

Inspirationen till motiven kommer från omgivning och samhället vilket vi ansåg var viktigt för att kunna få fram känslor och tankar kring bilderna. Vi ville ha en unik och tilltalande image till vårt företag vilket vi fick fram i vår produkt. Enligt oss är det starka och tilltalade motiv.

Tillsammans med *RM reklam*, ett lokalt och familjeägd företag i Torsby har vi tagit fram och tryckt vår produkt och fått det resultat vi strävat efter. Vi kunde inte vara mer nöjda över vår vara.

2.4 Marknadsföring och försäljning

Vår målgrupp är väldigt bred. Eftersom vår produkt passar vem som helst som har en vägg man vill piffa upp har vi haft kunder i alla åldrar från 15 år till 80 år och diverse kön vilket vi tycker är väldigt kul. Vi kan dock se att majoriteten av våra kunder varit kvinnor i åldrarna 16-45. Främst inom Regionen Värmland också.

Vår marknad har mestadels ägt rum via sociala medier som Facebook och Instagram där våra kunder har kunnat kontakta oss vid frågor och intresse. Vi anser att det har varit perfekt för oss för att hela tiden kunna vara uppkopplade och ha nära kontakt med våra kunder. Utöver de sociala medierna har vi tagit del av olika försäljningstillfällen som öppet hus på vår gymnasieskola samt olika mässor som ungdomsföretagsamhet anordnat. Det försäljningstillfälle som gynnade oss mest var öppet hus på Stjerneskolans då vi sålde 25 posers under ett tillfälle. Övrig försäljning har skett utanför skolan.

Genom god marknadsföring och gott samarbete har försäljningen gått bra och vi har nu sålt 47 stycken posters. Samt att vi har sålt originalet till ett av printsens. Det har totalt gett oss en omsättning på 8 160 kr och det är ett resultat vi är mycket nöjda med då vi nått vårt försäljningsmål.

Med facit i hand skulle vi kunnat hitta fler sätt att marknadsföra oss som att till exempel ställa ut vår produkt på fler ställen. Men i övrigt är vi super nöjda med resultatet.

2.5 Personal och administration

Alma Axelsson

Verkställande Direktör

Detta passade Alma då hon tar ansvar med ett högt tempo och mycket noggrant.



Ella Passin

Ekonomiansvarig

Snabbtänkt och ansvarsfull, precis det vi behöver för att hålla ekonomin i schack.



Johanna Axelsson

Marknadsföringsansvarig

Vi vill stå ut och vara kreativa i vår marknadsföring, det gör Johanna som bäst.



Under året som gått har vår handledare *Elisabeth Mellin* och vår rådgivare *Irma Axelsson* väglett oss i både för och motgångar samt alltid ställt upp vid frågor angående företaget. Det är tillsammans med dem som vi kunnat bygga upp detta företag och vara stolta över det.

Företaget är organiserat med VD som högsta post men som inte besitter någon särskild makt. Alla händelser i företaget bestäms gemensamt med demokratisk deltagande. Allmänna beslut tas genom demokratisk röstning.

Allt arbete inom företaget sker delvis under skoltid men också mycket på vår fritid. Det för att vi tycker att det är kul och vill få det som vi vill ha det, vilket kräver mer än lektionstid.

Disposition av resultat: Vi i WallPrints UF har en skriftlig överenskommelse gällande att vi ska dela lika på vinsten vid årets slut samt betala tillbaka samtliga riskkapitalsedlar till våra nära och kära som valde att satsa i vårt företag. Detta för ett bra och balanserat arbete under årets gång.

3. Händelser under räkenskapsåret

3.1 Rådgivarfrukost

I början av oktober 2019 var samlades UF företagen på vår skola tillsammans med lokala företagare och entreprenörer från Torsby. Detta för att vi skulle kunna få oss en rådgivare som under året skulle kunna ge oss tips och råd om hur man bland annat knyter kontakter inför framtida affärer. Vårt val av rådgivare kom dessvärre inte från det mötet utan ifrån tidigare kontakt.

3.2 Stjerneskolans öppet hus 9/11 2019

Vårt absolut största försäljningstillfälle ägde rum på öppet hus Stjerneskolans. Eftersom att det också var vårt första försäljningstillfälle blev det en stor lärdom för vår del. Vi hamnade i situationer vi tidigare inte befunnit oss i och fick anpassa oss och lära oss efter detta. Vi fick helt enkelt bygga upp oss själva som säljare vilket vi tyckte var otroligt roligt. Inför försäljningstillfället hade vi även fullt upp med att få iordning produkterna och även arbeta oss fram till en fin monter som även skulle presentera vår produkt rättvist.

Med detta försäljningsrecord som vi tog med oss efter denna dag fick vi en bra start där även motivationen drogs med upp. Vi insåg glädjen i att faktiskt få respons på att folk vill ha det vi tillverkat själv och bara det är en otrolig känsla i sig. En mycket lyckad dag helt enkelt.

3.3 Bergvik julmässa 1/12 2019

UF Värmland anordnade en julmässa på Bergviks köpcentrum i Karlstad vilket vi deltog i. Denna dag blev inte alls lika lyckad som öppet hus då vi endast sålde två exemplar, men av detta fick vi trots allt med oss ännu en erfarenhet och nya lärdomar. Vi är ändå väldigt nöjda med att så många stannade till hos oss och berömde våra produkter men det är såklart att man skulle kunna önskat att det hade gått bättre. Det kommer motgångar ibland och det är bara att ta till nya tag och försöka bättre i framtiden. Vi är glada att vi ställde upp och att vi fick den möjligheten att visa upp oss och vår produkt utanför Torsby.

3.4 Regionala UF-mässan Karlstad CCC 19/2 2020

I februari befann vi oss på Karlstad CCC inför den årliga regionala UF-mässan. Denna dag blev utan tvekan en av de mest lärofyllda och roligaste dagarna för oss under den tid vi drevit WallPrints UF. Vi hade fixat mycket inför mässan för att få en perfekt monter och en bra presentation av våra produkter. Det var en dag vi sett fram emot och varit nervösa för eftersom att tävlingsbidragen för de olika tävlingarna vi bidragit i skulle presenteras.

Under dagen fick vi samtala med och presentera vår affärsidé för en rad olika jurymedlemmar inför de olika tävlingar som bland annat årets hantverk och vara. Vi fick även pitcha vår affärsidé inför tävlingen "årets UF-kooperativ" vilket även var den tävling som vi även tog tredje plats i. Så kul.

Med all god respons vi fått under dagen stärktes vi i vårt engagemang gällande främst presentationen av vårt företag och vårt säljande. Försäljningen gick över förväntan och vi fick även sålt en av våra originaltavlor för ett mycket bra pris. Det blev en dag vi sent kommer glömma och vi är enormt tacksamma att vi fått den chansen. Tack Ung Företagsamhet Värmland!!



4. Lärdomar och erfarenheter

Att driva detta företag har under året gett oss många nya erfarenheter på flera olika plan. Bland annat inom säljningstekniker, marknadsföring, bokföring och hur olika ekonomiska strategier ska utföras. Vi har stött på olika motgångar och problem som vi sedan har kunnat lösa med de resurser och idéer vi haft själva. Vi har lärt oss att tänka utanför boxen och att inget företag kan behandlas lika och ha samma förutsättningar.

5. Finansiell ställning och likviditet

Vid prissättningen av vår produkt tog vi hänsyn till en mängd olika faktorer. Detta var bland annat vinstmarginal, marknadsundersökning, kostnader, tillverkningsprocessen och främst våra konkurrenter. Vi ville ha en unik produkt som skulle skilja sig från konkurrenternas men samtidigt ha ett rimligt pris som inte skulle överskrida konkurrenternas. Vi ville därför också ha ett paketpris som skulle göra det ännu billigare för konsumenterna att köpa fler än en vilket de flesta av våra konkurrenter inte har, detta trodde vi skulle göra det mer intressant och lönsamt för både oss och kunderna. Dessa paketpriser var 169 kr för en, 279 kr för två, samt 389 kr för tre. I våra marknadsundersökningar fick de medverkande välja mellan 3 olika pris spann av vad de ansåg mest rimligt och vad de skulle vara villiga att betala. Av de tre olika spannen var det 56,8 % som valde 140-170kr för en poster. Även denna aspekt tog vi väldigt mycket hänsyn till.

Bortsett från detta var vi också tvungen att se till att företaget skulle vara lönsamt och att vi skulle få en vinstmarginal av produktpriset, utöver kostnaden för själva printsen hade vi också kostnader för påsar, klisermärken och visitkort.

Tack vare observation av dessa faktorer samt hjälp av rådgivare och handledare fick vi fram ett rimligt pris för våra produkter.

Vidare gjorde vi en priskalkyl för att tydligt kunna se hur vår vinst per poster skulle se ut:

Priskalkyl	Kronor (kr) / styck
Försäljningspris	169
Varukostnad	64,16
Totalt Bidrag	104,84

Vi har konstant haft tillräcklig likviditet i företaget för att kunna betala av räkningar och andra kostnader. Tack vare att vi sålde riskkapital i början av räkenskapsåret har vi haft nog med kapital för att klara oss. Vi har också medvetet försökt att minimera kostnaderna så mycket som möjligt genom bland annat sponsringar.

Vid avvecklingen av företaget har vi en skriftlig överenskommelse att efter att riskkapitalen betalats tillbaka till risktagarna dela jämnt på vinsten så att var och en i företaget får en rättvis andel. Vid återbetalning av riskkapital kommer vi att kontakta risktagarna för att diskutera hur de vill gå tillväga.

6. Framtiden

Som det ser ut just för tillfället har vi inga planer med att utveckla vår affärplan vidare efter UF-året. Vi har en del posters kvar, men det får vi försöka sälja privat eller inte alls efter att vi avvecklat företaget. Vi anser att detta företag gett oss så mycket erfarenhetsmässigt och vi vill nu ta an nya utmaningar och uppgifter.

Vi är otroligt tacksamma att vi fått den här möjligheten och att vi valde just den vägen som vi tog. Vi har skapat nya kontakter och lärt oss så mycket om livet som företagare och allt vad det innebär. Vi är stolta över vad vi har åstadkommit och att vi fick det att funka så bra tillsammans. Att allt vi gjort, har varit på rättvisa och demokratiska grunder. Vi är stolta över att vi har löst de problem och utmaningar vi mött på vägen och vänt dem till någonting positivt istället.

När vi nu avvecklar företaget ska vi ta med våra erfarenheter in i ett nytt kapitel och vår framtid som eventuella företagare och entreprenörer.

7. Ekonomiska rapporter

7.1 Resultaträkning 2019-09-15 – 2020-05-08

7.2 Balansräkning 2020-05-08

Intäkter				Tillgångar	
	Budget	Utfall	Avvikelse ⁽¹⁾		Saldo
Försäljning ⁽²⁾	10 309	8 160	- 20,8 %	Bank ⁽⁵⁾	4 457
Summa intäkter	10 309	8 160	- 20,8 %	Kassa ⁽⁶⁾	0
Kostnader				Summa tillgångar	4 457
Varukostnad ⁽³⁾	1 940	2 085	- 7,4 %	Eget kapital och skulder	
Övriga kostnader ⁽⁴⁾	1 618	1 618	0 %	Riskkapital internt ⁽⁷⁾	0
Summa kostnader	3 558	3 703	- 4,07 %	Riskkapital externt ⁽⁸⁾	0
				Årets resultat ⁽⁹⁾	4 457
Resultat	6 751	4 457	- 33,9 %	Summa eget kapital och skulder	4 457

7.3 Nyckeltal

Räntabilitet

⁽¹⁰⁾
100 %

Nettomarginal

⁽¹¹⁾
54,6 %

Soliditet

⁽¹²⁾
100 %

7.4 Bokslutskommentarer

(1)- **Avvikelse:** Skillnaden mellan budget och utfall i procent eller kronor. För att räkna ut avvikelsen för kostnader i % tar man budget siffran och subtraherar utfallet för att sedan dividera med budgettalet igen. Intäkterna beräknas genom att subtrahera utfallet i kr med budget i kr för att sedan dividera med budgettalet igen.

(2)- **Försäljning:** Den summa vi sålt varor för under räkenskapsåret 2019-2020.

(3)- **Varukostnad:** Hemtagningskostnader, frakt och varuinköp.

(4)- **Övriga kostnader:** Tillverkningskostnader, övriga material, mässavgifter och diverse andra avgifter.

(5)- **Bank:** De likvida medel företaget har förvarat på banken.

(6)- **Kassa:** Kontanta likvida medel. Allt förfogande av kontanter.

(7)- **Riskkapital internt:** Riskkapital som ägarna av företaget investerat i företaget. Denna summa är återbetalad och därför kvarstår ingen skuld.

(8)- **Riskkapital externt:** Riskkapital som utomstående i företaget investerat. Denna summa är återbetalad och därför kvarstår ingen skuld.

(9)- **Årets resultat:** Företagets intäkter subtraherat med företagets kostnader. Detta visar företagets totala vinstbelopp.

(10)- **Räntabilitet:** Ett nyckeltal och lönsamhetsmått inom företaget. Beräknas genom att addera årets resultat (4 457 kr) med räntekostnader (0 kr) samt vidare dividera summan med det totala kapitalet (4 457 kr).

(11)- **Nettomarginal:** Beräknas genom att dividera nettoresultatet det vill säga årets resultat (4 457 kr) med nettoomsättningen nämligen totala intäkter (8 160 kr).

(12)- **Soliditet:** Beräknas genom att dividera årets resultat (4 457 kr), med summan av företagets totala kapital (4 457 kr)

8. Underskrifter



Ella Passin
Ekonomiansvarig

Alma Axelsson
Verkställande Direktör

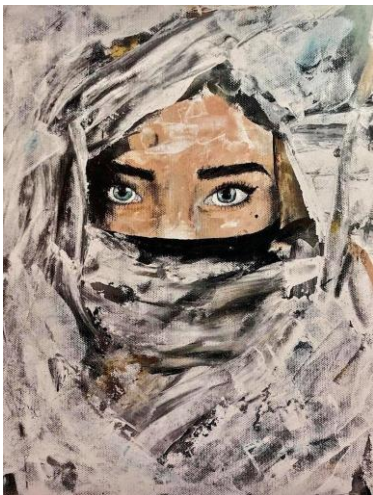
Johanna Axelsson
Marknadsföringsansvarig

Irma Axelsson, Rådgivare

Elisabeth Mellin, Handledare

Ort: Torsby Datum: 2020-05-08

9. Företagets produkt





Wall Prints UF



11. Revisionsberättelse

Jag har noggrant granskat årsredovisningen, räkenskaperna samt styrelsens och VD:s förvaltning för räkenskapsåret 2019-09-15 till 2020-05-08.

Granskningen har utförts enligt god redovisningssed.

Ort: Torsby

Datum: 2020-05-08

Elisabeth Mellin

Elisabeth Mellin, Handledare

Jag tillstyrker:

Att resultat- och balansräkning fastställts.

Att resultat fördelats enligt förslag i förvaltningsberättelsen.

Att styrelse och VD beviljas ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Wall Prints UF