

Days in Denim_{UF}

Årsredovisning 2011/2012



VD

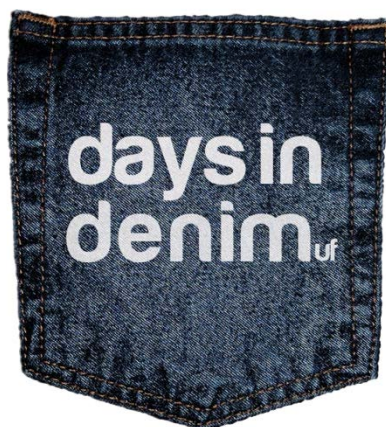
Umeå, Västerbotten

Days in Denim

AC011539

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Förvaltningsberättelse	3
VD-kommentar	3
Verksamhetsinriktning	4
Ägare och försäljning av riskkapital	4
Verksamheten under året	5
<i>Leverantörer och kundgrupper</i>	5
<i>Administration</i>	5
<i>Omsättning och försäljning</i>	6
<i>Resultat, vinst och förlust</i>	6
Händelser under räkenskapsåret	7
Personal och lönekostnader	8
Finansiell ställning och likviditet	8
Lärdomar och erfarenheter	9
Resultat- och balansräkning	10
Kommentarer	10
Vinstdisposition	10
Revisionsberättelse	11



FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

VD-kommentar

Innan vi startade vårt företag, i september 2011, gjorde vi en lista med ett stort antal olika idéer och förslag på vad man skulle kunna göra och utföra under ett år av ungt företagande. Inget kändes riktigt rätt dock, vi provade oss fram men fastnade inte för någon av idéerna.

En kväll stod jag i min garderob med ett par jeans som jag köpt på en secondhand-butik. Inga vanliga affärer erbjuder den sortens shorts jag söker. Därför bestämde jag mig för att klippa av dem, i tro om att de skulle bli dem perfekta jeansshortsen med hög midja och lagom slitning. Jag började klippa och tänkte mer och mer på det faktum att det är så oerhört många unga tjejer som letar *just* efter "dem perfekta jeansshortsen" men aldrig hittar dem, särskilt inte till ett rimligt pris. Jag pratade med mina kompisar om det här och tillsammans utformade vi det UF-företag som idag heter **Days in Denim**, där vi gör om och designar gamla jeans till, vad vi anser, är dem perfekta jeansshortsen.

Vi har lärt oss mycket under det här året. Allt från att skapa och designa en produkt till att hitta rätt målgrupp och marknadsföra vårt företag, med hjälp av bloggar och sociala nätverk. Det har varit ett pressande, tidskrävande år men även ett av de mest lärorika åren under min och vår skolgång. En bra förberedelse inför framtiden.

VD Days in Denim UF

Verksamhetsinriktning

Days in Denim är ett UF-företag som drivs av fyra målmedvetna tjejer. Med gemensamma intressen inom mode, foto och design startade vi ett företag som skulle vara roligt och lärorikt för oss.

Jeanstillverkningen är en av världens klimatbovar och genom att återanvända gamla jeans bidrar vi till klimatsmarta val. Vi garanterar att alla våra jeansshorts är tillverkade för hand, med avsikt att göra varje plagg unikt. För oss är kunderna viktiga och genom att skapa unika plagg tror vi att kunderna känner sig ännu mer speciella. Vi tycker att alla ska kunna ha råd med våra jeansshorts, därför vill vi vara det prisvärda alternativet.

Vi är mån om att alla ägare är delaktiga i tillverkning av produkten. Tanken med Days in Denim är att varje jeanspar ska vara unik, därför tillverkar vi alla med kärlek och lägger ner den tid som behövs. För att varje enskilt par skulle få sin alldeles egna stil och personlighet bestämde vi oss för att namnge dem efter sitt utseende och attityd.

Days in Denim riktar sig främst till tjejer i åldrarna 15-20 år. Vi ser dock inga begränsningar i hur mycket vår målgrupp kan utvecklas och utökas i framtiden. I och med att allt fler blir intresserade av att handla second-hand över internet tror vi att målgruppen kommer att växa, både geografiskt och åldersmässigt.

Ägare och riskkapital

Days in Denim består av fyra delägare och utifrån våra personliga egenskaper och erfarenheter har vi i företaget tilldelats våra egna roller. Även om det är viktigt för oss att vi hjälps åt och stöttar varandra i företaget, har vi alla ett personligt extra ansvar över vår egen tilldelade roll. Alla i företaget har ett gemensamt ansvar för att vårt företag utvecklas och drivs med en positiv inställning och målmedvetenhet.

Amanda valdes till vår VD och marknadsansvarig på grund av hennes förmåga att tala och fatta beslut, som VD har hon den avgörande rösten. Amanda har även ett stort kontaktnät bland bloggare, och har möjligheten att marknadsföra vårt företag på bästa sätt.

Emma valdes till vår Webbansvarige eftersom hon är flitig, duktig på att fatta egna beslut och har erfarenheter inom webbdesign. Emma har ett extra ansvar över hemsidan och att den uppdateras allt eftersom för kundens bästa. Hon ansvarar även lite extra över kundfrågor som dyker upp på någon av våra sidor på webben och även på mailen.

Cornelia är vår produktionsansvarige och ekonomiansvarige eftersom att hon är kreativ och duktig på att sy och skapa. Cornelia är även duktig på att ta ansvar och som ekonomisk ansvarig ser hon över våra intäkter och kostnader. Cornelia håller även ett extra öga på att produktionen hålls i balans.

Linnea valdes till vår sälj- och inköpsansvarige eftersom hon är ordningsam och klarar

av att hålla koll på saker. Linnea är speciellt ansvarig över beställningarna och så att vi ligger rätt till i planeringen och att anmälan sker till diverse mässor och andra event. Hon ser även till så att vi har materialet vi behöver till produktionen.

I början av året sålde vi riskkapitalsnedlar för en totalsumma på 2000 kronor. Vi la ut 250 kronor var och våra föräldrar bidrog med en summa på 250 kronor. 2000 kronor var ett tillräckligt startkapital för att komma igång med vårt företag och shortstillverkningen. De som köpt riskkapital kommer få tillbaka sin insats vid företagsårets slut.

Verksamheter under året

Leverantörer och kundgrupper

Vi köper in, i stort sett, alla våra jeans från second hand-butiker som Röda Korset och Myrorna. Vi har även bitt våra familjer och andra vi känner att lämna in sina gamla jeans till oss. På det sättet har vi skapat oss ett stort lager av jeans utan några större kostnader. Det här gör att våra inköp har låga kostnader både ekonomiskt och miljömässigt. Alla jeans vi får in är begagnade och detta känns extra viktigt för oss då vi vill uppmuntra och stötta återanvändning i vårt samhälle.

I början av företagsåret gjorde vi en marknadsundersökning för att se hur stor efterfrågan var samt vilka målgrupper som var mest intresserade av den produkt vi ville tillverka. Resultatet av marknadsundersökningen visade att tjejer på 15-20 år var mest intresserade, samt att intresset för jeansshorts i allmänhet ökar under vår- och sommarhalvåret. Under detta år har vår främsta kundgrupp varit just tjejer i tonåren, som vill ha snygga, unika jeansshorts till ett rimligt pris. Vår försäljning har gått väldigt bra, mycket tack vare valet att marknadsföra oss, främst, via internet och sociala medier. På det här sättet har våra kundgrupper hittat fram till vår webshop (<http://daysindenim.se>) och vi har numera besökare från över 40 länder runt om i världen.

Administration

Vi valde att hålla till hemma hos vår VD under tillverkning och möten. Dels för att hon bor centralt, så alla i företaget lätt kunde ta sig dit, men även för att vi hade ett bra rum där att hålla till i. Där kunde vi förvara alla våra produkter och material, utan att behöva oroa oss över att något skulle försvinna.

I vissa fall har vi haft våra möten på skolan, men enbart de gånger vi inte behövt göra någonting praktiskt. Då har vi istället planerat event och gjort det teoretiska, som t ex. bokföreläsning och hemsida.

Omsättning och försäljning

Efter vårt UF-år ligger den totala omsättningen på 8191 kronor. Enligt vår budgetmall hoppades vi på en total omsättning på drygt 19 850, men i dagsläget känns det en aning orimligt att sälja så pass mycket under de sex månader som företaget har varit aktivt. I början satsade vi på att sälja minst 10 par shorts varje månad, men när vi väl började producera och sälja insåg vi att det var mer rimligt med ungefär 3 sålda par per månad i snitt.

Det är en rätt tydlig skillnad mellan vad vi förväntade oss i början av året och den totala omsättningen. Vi tror att den främsta anledningen är att det inte fanns tillräckligt med tid för att tillverka 10 shorts i månaden. Det krävdes mer energi och arbete än vad vi trodde och därför saktade det ner produktionen. Försäljningen gick inte heller som vi förväntat eftersom säljtillfällena inte var många och det tog ett tag att komma igång med hemsidan.

Resultat, vinst och förlust

Resultaträkningen visar att vår totala summa intäkter ligger på 8191 kronor och kostnaderna på 4264 kronor. Det ger ett resultat på 3927 kronor som kommer att delas på alla fyra delägare. I budgetmallen från i början av året låg våra intäkter på 19850 kronor och kostnaderna på 7 100 kronor, vilket skulle ge en resultatsumma på 12 750 kronor.

Våra intäkter och kostnader har även skiljt sig från vad vi skrev i vår budgetmall, till vad som faktiskt hänt under året. Vi planerade t.ex. att betala 500 kronor för marknadsföring, då vi skulle samarbeta med bloggare för att få publicitet (se mer på sidan 7). I slutändan bestämde vi oss för att inte göra det. Då hade vi ingen aning om att inträdet på vår modevisning skulle dra in 1000 kronor direkt till företaget, vilket gav oss intäkter från ett annat håll.

Varför skillnaderna blev så stora, tror vi främst berodde på oförväntade vinster, som t ex. modevisningen och mässan, som vi inte hade räknat med i vår budgetmall. Som vi nämnde tidigare, så har inte försäljningen gått parallellt med planeringen. Vi fick inte den vinst vi hade förväntat oss, men vi fick inte heller några förluster under årets gång.

Händelser under räkenskapsåret

Under UF-året har en hel del evenemang stått på schemat, varav alla har varit både lärorika och viktiga för vårt företag. Vi inledde vår försäljning på julmarknaden på Hamnmagasinet. Vi trodde att det skulle bli en succé för vår del, men det visade sig vara helt fel målgrupp och försäljningen gick inte som vi trodde.

Vi valde därefter att öppna vår hemsida som legat på is. Vi fotograferade alla produkter och la upp dem på hemsidan till försäljning. Även där trodde vi att vi skulle komma igång snabbt med försäljningen, men det gick lite trögt i början. Efter ett tag började sidvisningarna stiga och några produkter såldes.

Vi försökte att sälja våra shorts på skolan, dock med kort varsel och dålig marknadsföring. Vilket också visade sig vid försäljningen, inte en enda produkt såldes. Vi försökte ännu en gång, då under skolans "öppet hus", vilket gick snäppet bättre. En hel del visitkort delades ut, många verkade intresserade, men bara ett par såldes. Vi tror dock genom att vi visat upp oss under olika tillfällen, har ökat intresset och upptäckten av våra produkter.

Innan jul började vi planera en modevisning som skulle äga rum i februari månad.

Tillsammans med några andra företag från skolan, också med inriktning mode, skulle vi arrangera och genomföra denna idé. Vi fixade modeller, planerade outfits, byggde ett podie, fixade filmer och musik som skulle visas i samband med visningen. Allt tog tid och sista dagen blev allting stressigare än stressigast. Med fullsatt aula och lite pengar i

kassan, både från inträde och försäljning blev vi muntrare och taggade på mer företagande.

Sedan blev det dags för mässan. Vi åkte dit för att få två roliga dagar och inte främst för att sälja ut vårt lager. Ingen press på försäljning, utan bara visa glatt humör och göra kunderna intresserad utav våra produkter. En hel drös med visitkort skrevs ut och till



vår förvåning tog de slut alldeles för fort. Sista dagen sålde vi även 3 par shorts vilket vi blev jättegglada över!

Vi vann även första priset för bästa webb, så stolta och tårögda klev vi upp på scenen och tog emot vårt pris och diplom.

Vid årsskiftet fick vi en hel del mail från olika bloggare som ville samarbeta med oss, självklart tyckte vi att det var jättekul att både kända och okända modebloggare hade hittat oss och faktiskt tycker om våra produkter. Vi hade i höstas bestämt att vi eventuellt skulle kontakta någon bloggare för att marknadsföra oss, men när bloggare själva började ta kontakt med oss blev vi imponerade av oss själva. Däremot tackade vi nej till alla eftersom att företaget gick bra med den marknadsföring vi redan hade.

Vi fick även en förfrågan av ett företag som ville samarbeta med oss. Företaget heter Image och i samband med starten av deras nya webshop ville de köpa in våra produkter och sälja via deras hemsida. Eftersom vi tagit beslut om att inte starta upp företaget igen tackade vi nej till erbjudandet.

Personal och lönekostnader

Vi har delat upp oss och fått olika ansvarsområden inom företaget, men samtidigt är alla ansvariga för att producera och tillverka våra produkter. Lönen skulle också vara densamma för alla, d.v.s. inga skillnader beroende på ansvarsområden. Det har självklart blivit så att vissa har lagt ner fler arbetstimmar än andra, men det tycker vi inte har gjort så mycket. Beroende på säsong och om det varit inför evenemang har arbetstiden blivit olika. Vissa veckor har vi jobbat jättemycket, och vissa veckor har vi bara skickat iväg beställda produkter eller inte jobbat alls.

I början av året bestämde vi att vi skulle betala ut lön, men eftersom att vi inte skrivit upp alla timmar vi lagt ner på företagandet skippar vi det och tar enbart ut vinst i slutet av året.

Företagets finansiella ställning och likviditet

Days in Denim har haft ett bra år rent ekonomiskt. Riskkapitalet blev vår räddning till en början, som vi lyckades hushålla med största delen av året till diverse varuinköp. När vi väl startat upp vår hemsida och marknadsfört oss på bloggar och Facebook så började beställningarna rulla in med jämna mellanrum. Eftersom en stor del av vårt jeanslager är återanvända jeans hemifrån, så har vi inte behövt lägga ut några större utgifter på nyinköpta byxor under årets gång. Istället har vi fått chansen att fokusera på hur vi kan *utsmicka* shortsens på bästa möjliga sätt. Vår framgångsrika försäljning har hållit företaget vid liv det här året. Utan så stor efterfrågan och så många kunder vi faktiskt haft, hade ekonomin inte räckt till.

I början av året gick vi en ledarutbildning på studiefrämjandet och skapade en studiecirkel. Vi har fört närvaro varje gång vi träffats och jobbat med vårt företag. På det viset har vi fått en timlön av studiefrämjandet. Genom att ha samlat ihop så många timmar som möjligt, har bidragen hjälpt oss att betala för nödvändigt material hela året. Utfallet blev en aning annorlunda när man jämför med vår likviditetsbudget. Vid årets början hade vi en tro om att vi skulle lyckas sälja kring 10 par shorts i månaden. Nu i slutändan känns det som ett rätt optimistiskt tänkande, i alla fall som det ligger till nu. I snitt har vi sålt kring 3 i månaden, om man räknar med försäljningsmånaderna december till april. Även om det inte gick som vi förväntat, i försäljningsväg, så är vi nöjda över vårt slutgiltiga utfall.

Lärdomar och erfarenheter av UF

Under UF-året har vi samlat på oss en hel del erfarenheter och lärdomar, även om vi kanske inte kan säga alla saker som vi faktiskt lärt oss. En sak vet vi säkert, och det är att vi kommer att ha alla lärdomar i åtanke om vi startar upp ett företag i framtiden, både positiva och negativa kunskaper.

Vi fick veta av tidigare UF-elever att det inte alla gånger var så smart att vara ett kompisgäng som tillsammans skulle driva företaget. Delvis för att eventuella konflikter och bråk inom företaget kan påverka vänskapsrelationerna negativt. Detta har vi fått uppleva, och självklart har det varit svårt att kunna skilja på arbetstid och de konflikter som uppstår med våra personliga relationer. Eftersom att vi var förvarnade på att det kunde hända så löste vi situationerna väldigt bra. Vi kunde med lite eftertanke, hålla konflikterna till företaget och inte hantera dem personligen. Som sagt så är det inte alltid så lätt att komma överens med varandra, men det finns både nackdelar och fördelar med att starta sitt företag med sina kompisar. För att kritisera och tipsa varandra både om bra och dåliga saker, är det oftast lättare om man känner varandra väl. Då kan man på ett bättre sätt säga vad man tycker, utan att såra varandra.

RESULTAT- OCH BALANSRÄKNING

Resultaträkning

2011-11-24 – 2012-05-10

Intäkter

Försäljning	3580
Studiefrämjandet	980
Modevisning	1000
Vinstcheck	1500

Summa **7060**

Kostnader

Varuinköp	1923
Mässa	300

Summa **2223**

Resultat **4837**

Balansräkning

Tillgång

Kassa/bank 6837

Summa **6837**

Eget kapital/skulder

Rikskapital 2000

Årets resultat 4837

Summa **6837**

Kommentarer

I balansräkningen kan vi se att vi har gått med vinst på 4837 kr. Kostnaderna ligger på 2223 kr och våra största utgifter kommer från varuinköp (1923 kr). Den resterande utgiften är en mässavgift på 300 kr, som vi sedan fick tillbaka av studiefrämjandet. Största delen av intäkterna kommer från försäljningen av våra produkter. För alla arbetstimmar under året, har vi fått 980 kr av studiefrämjandet. Resten av våra intäkter har vi fått under två stora event. Inträde på modevisningen gav oss 1000 kr och under mässan vann vi ett pris för "Bästa Webb 2012" och fick en vinstcheck på 1500 kr.

Vinstdisposition

Lagret har till bokslutet värderats till 0 kr. De kvarstående lagervarorna kommer vi att fördela mellan företagsägarna, genom att Amanda får Threesome, Cornelia får Anonymous, Linnea får Circus och Emma får Groundbreaking. Kvarstående material delar vi upp lika mellan oss.

Efter företagsåret är vi nöjda med vår vinst (4837 kr). Vi är alla i Days in Denim eniga om att dela vinsten lika, vilket blir 1209 kr per person och riskkapitalet, på 2000 kr,

betalas tillbaka till riskkapitalägarna. Detta beslutades under bolagsstämman den 10 maj 2012.

REVISIONSBERÄTTELSE

Jag har granskat årsredovisning och bokföring samt förvaltning i UF-företaget **Days in Denim UF** för räkenskapsåret 2011/2012. Årsredovisningen har upprättats enligt gällande bestämmelser och har inte gett anledning till anmärkning.

Jag tillstyrker därför:

- att resultat- och balansräkning fastställs
- att vinsten disponeras enligt styrelsens förslag
- att styrelsen beviljas ansvarsfrihet för verksamhetsåret 2011/2012

Umeå 2012-05-10

Harriet

UF-lärare

Days in Denim UF



Umeå 4 maj 2012

Amanda

Linnea

Emma

Cornelia
