

# Delårsrapport

## SnowboardMover UB

Halden Videregående skole 2009/2010

Mentor: Benny Richard fra Jotne Ankers AS

Ansvarlig lærer: Michael Alexander Norvald



## Forretningsidé

*”SnowboardMover UB skal tilby et hjelpemiddel i form av en sammenleggbar teleskopstav som festes på snowboardet til snowboardkjørere i alle aldre.”*

### Bedriftens navn

SnowboardMover UB

### Våre visjoner/Foremål

Vår visjon er at SnowboardMover skal være en naturlig del av det å stå på snowboard. Vårt markeds mål er at alle snowboardpakker som selges på markedet skal inkludere vårt produkt med stav og feste.

### Produkt

Produktet SnowboardMover er et todelt produkt bestående av en stav og fester. Staven skal være teleskopisk sammenleggbar og plasseres i festene, som skal monteres mellom bindingene på snowboardet når staven ikke er i bruk. Dette medfører effektivitet og smidighet i bakken.

### Oppsummering økonomisk resultat

Bedriften er pr. dags dato i produktutviklingsfasen og har derfor enda ikke hatt noe reell omsetning. Utsalgsprisen for SnowboardMover er kr 599 og det gir et dekningsbidrag pr enhet på kr 168.

### Aktiviteter

Vi har utviklet en prototype av produktet i samarbeid med mentor og deltatt på kurs som Ungt Entreprenørskap har arrangert. Vi utmerket oss både under deltakelsen på Gründeridol og Østfolds Fylkesmesse for ungdomsbedrifter. Vi har også deltatt på Kick-off i Askim, i en reklamefilm for UE, intervju hos NRK Østfold og Halden Arbeiderblad, samt gjennomført en markedsundersøkelse på Skeikampen og Kongsberg Skisenter.

Oppsummering	S. 2
Innledning	S. 3
Organisering	S. 4
Økonomi	S. 6
Samarbeid med mentor, nettverk og næringsliv	S. 9
Energibruk og miljøpåvirkning	S. 8
Læringseffekt	S. 10
Potensial for fremtiden	S. 10
Energibruk, miljøpåvirkning og sosialt entreprenørskap	S. 11

## Innledning

SnowboardMover UB er en ungdomsbedrift bestående av 5 aktive ungdommer fra studiespesialiserende på Halden videregående skole. Vi har sammen sett og reflektert over behovet for produktet vårt når vi selv har vært i bakken med snowboardet, og ut i fra erfaringer vi har hørt fra andre. Selv om vår hjemby, Halden, ikke er en by for vintersport lar vi oss selvfølgelig ikke stoppe av at vi har et produkt egnet for vinteren. Vi satser på å få produktet vårt i butikker rundt om i Norge.

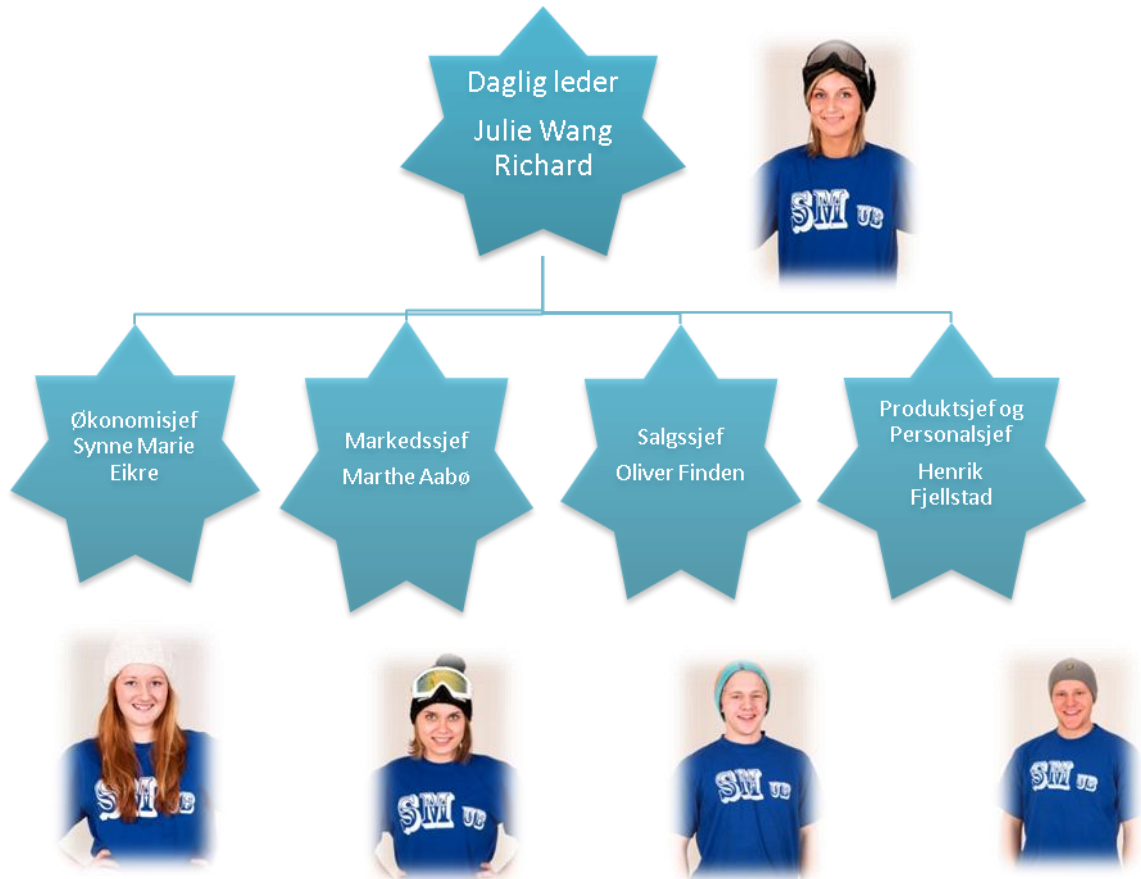
Gjennom utviklingsprosessen fant vi ut at dette var et krevende produkt å produsere, fordi staven skal være kort på brettet, men lang når den er trukket ut. Per i dag arbeider vi med fullstendige tegninger for produksjon, både til festene og staven. Prototype ble laget i samarbeid med mentor og testet av gruppen selv. Resultatet ble veldig bra og med noen justeringer vil produktet være fullkomment og et godt hjelpemiddel i bakken.

Vi i SnowboardMover UB ønsker å fremstå som en tillitsfull og seriøs bedrift, og vil bruke våre erfaringer og kunnskaper for å oppnå dette.



## Organisering

Stillingene i bedriften ble fordelt etter interesse og kompetanse hver av oss hadde. Selv om vi har tildelte oppgaver hjelper vi alltid om det er nødvendig. Vi synes det er viktig at vi har omtrent lik fordeling av oppgaver slik at ikke en person sitter med alt ansvaret. Gruppen har fungert godt og vi har nådd de målene vi har satt hittil. SnowboardMover UB er en bedrift med fokus på inkluderende arbeidsliv, derfor valgte vi i oktober i 2009 å sertifisere oss som en IA-bedrift - det vil si at vi har satt fokus på et godt arbeidsmiljø ved å ha egne IA-mål, hverdagslover og trivselstiltak. Dette har ført til at fraværet vårt kun skyldes sykdom eller andre gyldige grunner, samt et enda bedre samarbeid innad i bedriften.



### Daglig leder, Julie Wang Richard

Oppgaven som daglig leder ble tildelt til Julie Wang Richard. Dette var fordi vi alle mente at det var en passende stilling for hennes personlighet og interesser. En daglig leders arbeidsoppgaver er å ha en god plan, sørge for at målsettingene og arbeidsplanene følges. En annen stor del av det å være en leder er at det er viktig å korrigere, rettlede, påse at alle trives i bedriften, være positiv, motivere og utføre de arbeidsoppgavene man selv har pålagt seg. Disse arbeidsoppgavene er Julie flink til å følge, og hun har god oversikt over alle oppgaver i bedriften. Disse tingene lærte hun å følge når hun var på kurset "Jenter og ledelse" i regi av UE. Julie har også god oversikt over utvikling av selve produktet ettersom hun har tett samarbeid med bedriftens mentor som har hjulpet oss med utviklingen av prototype.

### **Økonomisjef, Synne-Marie Eikre**

Som økonomisjef er ansvarsområdet bedriftens økonomi og dens penger i omløp. Det innebærer å arkivere alle bilag med riktig dato, sette opp budsjett, ha oversikt over penger på konto og sørge for at pengene skal gå i omløp på en riktig måte. Hun står for all kontakt med banken, men må ha med seg daglig leder for å godkjenne disponering av penger ut av konto. Hun har også laget et system alle i bedriften skal følge i forhold til håndtering av bilag og kontantstrømmen. Samarbeidet med produksjef, salgssjef og markedsjef er viktig når det kommer til prissetting av produkt via en kalkyle, og for å se hvor mye penger vi har til disposisjon til eventuelle markedsaktiviteter og promotering av produktet.

### **Markedsjef, Marthe-Christine Aabø**

Som markedsjef har hun ansvar for å markedsføre produktet SnowboardMover. Hun har god kunnskap innen markedsføring og har gode kontakter som har hjulpet oss med blant annet å designe hjemmeside med egen domene, brosjyre og bedriftens reklamefilm. Hun har også tatt ansvar for å lage en markedsundersøkelse. Markedsundersøkelsen har foregått på skisentrene ved Skeikampen og i Kongsberg med gode resultater.

På Facebook har hun opprettet en facebookside hvor det er mange som viser sin interesse for ungdomsbedriften og produktet ved å bli medlem. Pr. dags dato har vi nærmere 400 tilhengere.

Som markedsjef har Marthe ansvar for utforming av ulike markedsaktiviteter. SnowboardMover UB har vært mye i media, som blant annet lokal avisa Halden Arbeiderblad, Tv-Østfold og NRK Østfold. I tillegg er vi med i en ny promoteringsfilm laget av UE Norge.

### **Salgssjef, Oliver Finden**

Som salgssjef har Oliver ansvar for alt i forhold til planlegging og gjennomføring av salg. Oliver har kommet frem til at det er gode muligheter til å selge produktet både separat, i mersalg eller som pakkelsninger. Oliver ble tildelt stillingen som salgssjef siden han har gode evner til å kommunisere og hans interesse for salg. På fylkesmessen i Østfold ble Oliver kåret til beste selger, noe som gjengir hans interesse for salg og hans stilling som salgssjef i bedriften. Oliver har også samarbeidet med markedsjef Marthe-Christine ved å promotere produktet, slik at vi kan legge til rette for gode salgsmuligheter når bedriften har kommet i gang med produksjonsfasen. De har hatt et godt samarbeid med nettside og media opptredene, og som har gitt bedriften og produktet mye positiv oppmerksomhet i media. Forhåpentligvis vil dette kunne virke positivt for salgsprosessen.

### **Produkt- og personalsjef, Henrik Aleksander Fjellstad**

Produksjefen har ansvaret for produktutviklingen. I SnowboardMover UB har han da fulgt opp og skaffet partnere som har hjulpet oss med prototype, designbeskyttelse, arbeidstegninger osv. Henrik har også kontakt med firmaet som har laget vår prototype, for å få det beste mulige resultatet som tilfredsstillende bedriftens økonomiske og personlige krav. Som personalsjef har Henrik ansvar for å ha oversikt over hvordan de ansatte har det i gruppa. Fravær føres, gjerne med grunnen om det er mulig gjennom daglig logg. Det gunstige med dette er at man får en oversikt over hvem som er tilstede når

bedriften jobber, slik at de andre i bedriften kan informeres og dermed som en helhet bestemme hvordan den fraværendes oppgaver skal løses. Trivselen er meget sentral for at gruppa skal fungere godt sammen som et team. Hvis man ikke trives i gruppa eller har en dårlig periode, kan de komme å snakke med personalsjefen for å få en avklaring på de eventuelle problemene eller spørsmålene. For at alle skal kunne jobbe effektivt og trives i jobbmiljøet, er personalsjefens oppgave å passe på at vi følger våre IA-mål i forhold til bedriftens IA-sertifisering. Sammen satt vi opp to enkle hverdagslover som sier at vi alltid skal høre på andre sine tanker og ideer, og at vi alltid skal gi konstruktive tilbakemeldinger. Et nevneverdig "ritual" vi gjennomfører innad i bedriften er en latterøkt på minst 30 sekunder. Vi ser at dette fører til godt humør og derfor økt arbeidsinnsats, noe vi har hatt god nytte av. Dette er noe som har vært viktig for bedriften gjennom hele skoleåret.

## Økonomi

Bedriften ble stiftet 10.11.2009 og andelskapitalen på 1100,- ble skutt inn og plassert som bankinnskudd.

Balanse pr 10.11.09				
<u>Eiendeler</u>		<u>Egenkapital og gjeld</u>		
Bankinnskudd	kr 1 100	kr 1 100	Andelskapital	
	<b>kr 1 100</b>	<b>kr 1 100</b>		

Produktkalkyle:				
Kostnader:		Stav	Feste for stav	Feste for stav
		pr. stk	pr. par ved 1.000 par	pr. par ved 10.000 par
	Produksjons verktøy	45,00	70,00	7,00
	Materialer	75,00	5,00	5,00
	Produksjon deler	75,00	10,00	10,00
	Sammenstilling	40,00	1,00	1,00
	Administrasjon produksjon	5,00	5,00	3,00
	<b>Totalt produksjonskostnad</b>	<b>240,00</b>	<b>91,00</b>	<b>26,00</b>
	Emballasje	5,00	3,00	3,00
	Frakt til hovedlager	10,00	2,00	2,00
	Administrasjon/lager/pakke	30,00	5,00	5,00
	Distribusjon til kunde	45,00		
	<b>Total produktkostnad</b>	<b>330,00</b>	<b>101,00</b>	<b>36,00</b>

Ved produksjon av 1000 enheter av produktet vil de direkte kostnadene for bedriften ligge på kr 330,- for staven pluss kr 101,- for festet. Vi kan også redusere kostnadene for festene med om lag 65% hvis antall enheter økes til 10.000. Dette gir oss gode muligheter til å sette utsalgsprisen lavere om markedet krever det.

Når vi har fastsatt prisen for produktet vårt har vi basert den på kostnadskalkylen kombinert med den informasjon vi har fått fra vår markedsundersøkelse og hva markedet har sagt de var villige til å betale for produktet. Derfor har vi kommet frem til en utsalgspris på

	Bidragkalkyle	Pr. stav inkl feste
	Salgspris u/mva	kr 599,00
-	Direkte kostnader	kr 431,00
=	Dekningsbidrag	kr 168,00

kr 599,-. Dette vil da gi oss et positivt dekningsbidrag på kr 168,- ved produksjon av 1000 enheter. Dette dekningsbidraget skal dekke våre faste kostnader ved driften og gi oss fortjeneste.

Dekningsbidraget på kr 168,- pr enhet ser vi også kan økes hvis behov. Markedet var villige til å betale fra 400 til 750 kr for SnowboardMover. Samtidig har vi muligheten til å få redusert produksjonskostnadene til festene ved å øke produksjonsmengden til 10 000 enheter om markedet viser stor nok etterspørsel. Ved 10 000 enheter vil de direkte kostnader for SnowboardMover reduseres til kr 366. Maks dekningsbidrag kan dermed være kr 384 pr. enhet, noe som gjør at vi kan ha et større spillerom i forhold til videre produktutvikling og drift av bedriften om situasjonen skulle tilsi det.

### Resultatbudsjett 1.halvår 2010

	Januar	Februar	Mars	April	Mai	Juni	Sum periode
<b>Driftsinntekter</b>							
Salgsinntekter	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -
Andre driftsinntekter	kr 1000	kr -	kr 4 000	kr -	kr -	kr -	kr 5 000
<b>Sum driftsinntekter</b>	<b>Kr 1 000</b>	<b>kr -</b>	<b>kr 4 000</b>	<b>kr -</b>	<b>kr -</b>	<b>kr -</b>	<b>kr 5 000</b>
<b>Driftskostnader</b>							
Varekostnader	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -
Lønnskostnader	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -
Markedsføringskostnader	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -	kr -
Andre driftskostnader	kr -	kr -	kr 1600	kr 1 000	kr -	kr -	kr 2 600
<b>Sum driftskostnader</b>	<b>kr -</b>	<b>kr -</b>	<b>kr 1600</b>	<b>kr 1 000</b>	<b>kr -</b>	<b>kr -</b>	<b>kr 2 600</b>
<b>Driftsresultat</b>	<b>kr 1000</b>	<b>kr -</b>	<b>kr 2 400</b>	<b>kr - 1 000</b>	<b>kr -</b>	<b>kr -</b>	<b>kr 2 400</b>

Vi har budsjettert salgsinntektene og varekostnadene lik null. Årsaken til dette er som sagt at vi fortsatt er i produktutviklingsfasen. Vi har heller ingen fastslåtte avtaler som tilsier at produksjonen kommer i gang innen ungdomsbedriften teoretisk skal avvikles i mai-juni, så derfor budsjetterer vi heller ikke med det. Derimot har vi budsjettert med premiering fra skolens eget UB-mesterskap med 1000 kroner i januar, samt 4000 i mars i forhold til fylkesmessekonkurransene. Vi regnet med at vi ville komme til å ha noen driftskostnader i forbindelse messedeltagelse og standbygging, samt en sosial sammenkomst i april. Dette resulterer i at budsjettert overskudd dette halvåret ender på kr 2400,-.



## Resultat- og likviditetsregnskap pr 6.april 2010

Ut i fra bedriftens resultatregnskap per 6. april 2010 ser vi at bedriftens inntekter fra salg ligger på 0,-. Dette ettersom bedriften fremdeles er i produktutviklingsfasen. Andre driftsinntekter på kr 7000,- er summen av gaver vi har fått fra premieringer fra Gründeridol i høst, Haldenmesterskapet i vinter og Øsfoldmesterskapet i Kongstenhallen nå nylig. Vi har blitt enige om ikke å ta ut lønn i denne etableringsfasen, for ikke å tappe i bedriften for unødvendig kapital. Så snart salget er i gang vil lønn være en av prioriteringene, men i forhold til at et fortsatt positivt dekningsbidrag. Andre driftskostnader ligger i kostnader knyttet til avgifter til UB-registrering og utgifter til rekvisita til stand. Denne posten kunne vært noe høyere, men ved bruk av nettverket vårt har vi fått annet nødvendig utstyr til stand i form av materielle gaver. Det gir oss et foreløpig driftsresultat på kr 6000.

Vi har også satt opp et likviditetsregnskap som viser likviditetsreserve på kr 7100,-. Det vil si at ungdomsbedriften har noe kapital til å betale fortløpende utgifter, men med et begrenset spillerom. Når produksjonen kommer i gang vil forhåpentligvis innbetalingsoverskuddet øke. Det vi i ungdomsbedriften må holde fokus på er at vi alltid kan imøtekomme våre betalingsforpliktelser.

### Økonomiske nøkkeltall

I forhold til bedriftens økonomiske nøkkeltall pr. 6.april har SnowboardMover UB hatt en netto resultatgrad på 85,71 %. Vi har ingen gjeld i bedriften og en arbeidskapital på kr 7100.

Resultatregnskap pr. 6.april 2010	
Salgsinntekter	0
Andre driftsinntekter	7000
<b>= Sum driftsinntekter</b>	<b>7000</b>
<b>Driftskostnader</b>	
Varekostnader	0
Lønnskostnader	0
Markedsføringskostnader	0
Andre driftskostnader	1000
<b>= Sum driftskostnader</b>	<b>1000</b>
<b>Driftsresultat</b>	<b>6000</b>

Likviditetsregnskap pr. 6. april 2010	
<b>Innbetalinger</b>	
Salgsinnbetalinger	0
Andelsinnbetalinger	1100
Renteinnbetalinger	0
Andre innbetalinger	7000
<b>Sum innbetalinger</b>	<b>8100</b>
<b>Utbetalinger</b>	
Varekjøp	0
Andre driftskostnader	1000
<b>Sum utbetalinger</b>	<b>1000</b>
<b>Innbetalingsoverskudd</b>	<b>7100</b>
<b>Likviditet IB</b>	<b>0</b>
<b>Likviditet UB</b>	<b>7100</b>

### Balanse pr 06.04.10

<u>Eiendeler</u>		<u>Egenkapital og gjeld</u>	
Bankinnskudd	kr 7 100	kr 1 100	Andelskapital
		kr 6 000	Egenkapital
	<b>kr 7 100</b>	<b>kr 7 100</b>	



## Samarbeid med mentor, nettverk og næringsliv

Mentor: Benny Richard

Yrke: Daglig leder i Jotne Ankers AS.

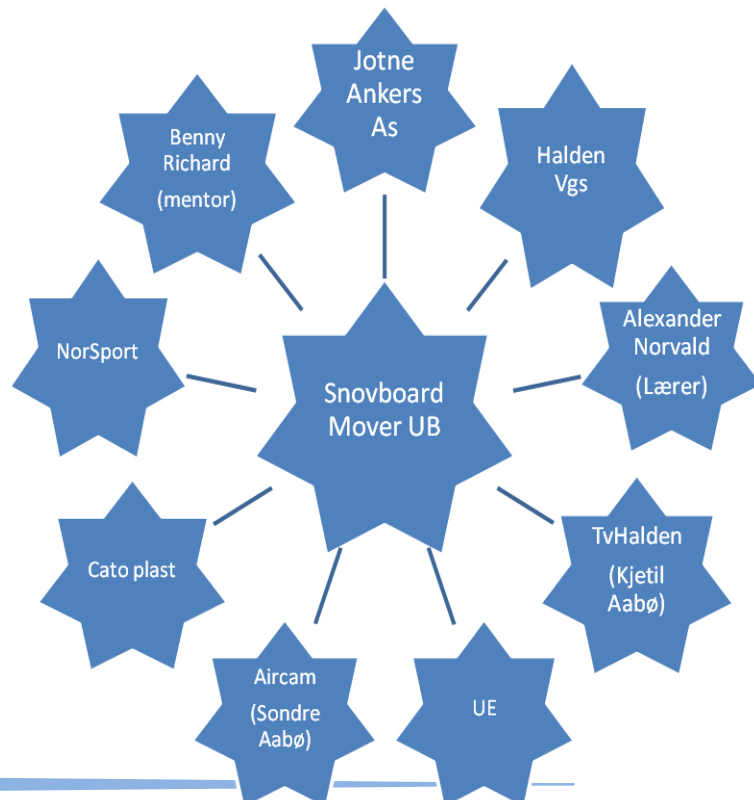
Vårt samarbeid med mentor har vært veldig nyttig for oss i SnowboardMover UB. Vår mentor Benny Richard jobber i firmet Jotne Ankers AS, som tegner og leverer trapper og rekkverk. Derfor var dette en fin mulighet for oss å få hjelp med å tenke ut og tegne skisse til hvordan produktet vårt skal være. I samarbeid med Jotne Ankers har vi laget en animasjonsfilm i 3D som vise hvordan vårt produkt er satt sammen og hvordan det skal fungere. Vi hadde mest samarbeid med vår mentor i begynnelsen av det første halvåret, men har hatt jevn kontakt og fått mye rådgivning igjennom hele dette året. Periodevis har vi hatt daglig kontakt med mentor. Dette har vi opplevd som en stor fordel for oss og det er lett å få tak i han hvis vi trenger råd og hjelp.

Er det noe vi i SnowboardMover UB har funnet ut, så er det at nettverk er svært viktig for en nystartet bedrift. Vi er som sagt en ungdomsbedrift som har lavt med startkapital til å utføre drift og produksjon. Derfor er det og har vært svært viktig å ha et stort nettverk som har den kompetansen og muligheten til å utføre de arbeidsoppgaver vi selv ikke har mulighet til. Vi i SnowboardMover UB har vært så heldige at vi har et stort nettverk. Jotne Ankers har hjulpet oss godt i gang med både investering og sponsing. De har stor betydning for oss på grunn av deres nettverk og kompetanse til å blant annet å produsere prototyp. Kjetil Aabø og Sondre Aabø i TV Halden og Aircam har hjulpet oss med å få klart brosjyrer, reklamefilm, gruppebilder og diverse til Fylkesmessen som var i mars. Halden TV har også hjulpet oss med sponsing av stand, noe som hadde stor betydning for oss på Fylkesmessen.

Vi har også hatt en stor hjelp i vår lærer Michael Alexander Norvald. Han har gitt gode råd og dyttet oss i riktig retning. Han er en viktig veileder i forhold til utarbeiding av gode kalkyler og budsjetter, i tillegg til å være bedriften revisor.

Andre medhjelpere i forbindelse med utvikling og produksjon av prototyp er Cato Plast og NorSport. Vi har også hatt stor nytte av vår kotnakt med Ungt Entreprenørskap Østfold. Det har gitt oss god støtte i det å drive ungdomsbedrift, hjelp i forhold til idédugnad, Kick-off for å skape motivasjon og arrangementene arrangementer som gründeridol, Fylkesmessen og ikke minst kurset "Jenter og ledelse".

Som vi har erfart er det å ha et godt nettverk svært viktig for å kunne lykkes, noe vi i SnowboardMover UB har erfart. Uten alle disse gode kontaktene hadde vi nok ikke vært så langt på vei som vi er i dag.



## Læringseffekt

I løpet av året har vi erfart mye forskjellig og nyttig. Vi har lært å starte en bedrift fra bunn av, forberede og utvikle ulike deler innenfor å få produktet ut i markedet. Vi har lært både å være realistiske og nytenkende, med tanke på hvilket marked vi skal satse på, samt målgruppen vi må velge og hvor stort vi kan satse. Det å respektere andre ansatte og forholde seg til meningene deres, har gjort at vi greier å samarbeide bedre og får et enestående resultat. Dette har hjulpet oss veldig at SnowboardMover UB er en IA-bedrift. Vi har også fått kunnskap om å skaffe oss et nettverk med ulike samarbeidspartnere, mentorer, produsenter osv, som vi håper vi kan få stor nytte av. Dette har vært et veldig bra samarbeid og vi har greid å opprettholde en god tone i gruppen. Vi har blitt tryggere på mange områder, alt fra å ringe til en person eller bedrift for å inngå avtaler, til å presentere og skape en dialog med en fremmed person som kan bli en eventuell kunde. Vi har også lært viktigheten av å legge planer og prioritere. Vi må heller ikke utelate at læringsmåten "learning by doing" som benyttes når vi driver ungdomsbedrift, har gjort teorien mye mer interessant. Resultatene blir mye bedre når vi syns det er gøy å arbeide og når vi føler at vi lykkes. I tillegg har vi opplevd at det å drive ungdomsbedrift har bidratt til at vi når de grunnleggende ferdighetene i Kunnskapsløftet på en god måte. Vi har fått et godt innblikk i hvordan det er å drive en egen bedrift, og de fleste i gruppa kunne også tenkt seg å drive med bedrift senere livet.

## Potensial for fremtiden

Alle medlemmer i SnowboardMover UB ønsker å videreutvikle produktet vårt. Ut i fra markedsundersøkelsen vi hadde på Halden videregående skole, på Skeikampen og ved Kongsberg Skisenter har vi funnet ut at det er en stor etterspørsel/interesse for produktet vårt. Dette fikk vi også bekreftet på Fylkesmessen i mars hvor det var flere potensielle kunder som oppsøkte oss. På grunn av denne store etterspørselen og vår egen interesse innad i bedriften, har vi kommet frem til at vi skal fortsette med videreutvikling av produktet. Dette er også noe vi planlegger å gjøre videre etter at dette skoleåret er omme. Målet blir da å få satt produktet i produksjon, samt å gjennomføre ulike markedsførings- og salgsaktiviteter. Vi har laget en grov milepælplan for videre satsning for SnowboardMover:

- Våren 2010: Ta kontakt med flere samarbeidspartnere, skaffe produsent. Jobbe med markedsføring.
- Skoleåret 2010-11: videreføre ungdomsbedriften, sette i gang med produksjon, testsalg, salg og markedsføring. Første kontakt med Innovasjon Norge
- 2011-12: Kontakte Olav Moe i Innovasjon Norge. Søke om etablererstipend. Starte eget AS.

Vi har stor tro på produktet vårt og at det i fremtiden kan generere gode inntekter. Resultatene våre fra Fylkesmessen i mars, hvor vi vant 1.plass for beste innovative produkt og 3.plass for størst verdiskapningspotensial, pluss en rekke gode tilbakemeldinger fra juryene og samarbeidspartnere har vist at mange har tro på produktet og at dette er noe å satse på videre. Dessuten er som sagt

markedspotensialet stort ved at snowboardkjøring er en voksende idrett og bedrives i mange land. Dette viser at produktet også har et stort potensial på det internasjonale markedet.

## Energibruk, miljøpåvirkning og sosialt entreprenørskap

Miljøet er et viktig for oss i bedriften. Det er svært viktig for oss å kunne skåne miljøet på en best mulig måte, og jobbe for å være en miljøvennlig bedrift. Derfor har vi tatt flere forhåndsregler underveis i arbeidet vårt. Vi har valgt å satse lokalt når vi har funnet våre samarbeidspartnere. Dette har vi gjort bevisst for å spare miljøet for unødvendig utslipp fra transport, samtidig som vi ønsker å promotere det lokale næringslivet rundt bedriften vår.

Vi har også valgt å satse på elektronisk lagring og deling av dokumenter. Vi har hatt god nytte av å dele dokumenter gjennom e-post. Vi valgte denne løsningen for å slippe å skrive ut unødvendige papirer, men vi har også tjent på denne løsningen i form av at vi har hatt god orden på dokumentene våre ved å lagre de på internett. Det er derfor enkelt for alle i gruppen å laste ned dokumenter direkte fra internett.

I produksjonen har vi prioritert miljøbeviste leverandører når vi har produsert brosjyrer, t-skjorter og prototyper. Det har vi gjort bevisst, fordi vi ønsker å spare miljøet for unødvendige utslipp, samtidig som vi ønsker å bruke og promotere miljøbeviste produsenter.

I første omgang tenker vi at mye av driftens overskudd må gå til å videreutvikle produktet vårt, men når vi kommer til det punkt at produktet har blitt godt innarbeidet i markedet, ønsker vi å gi noe tilbake til samfunnet. Vi vil være en bedrift som spiller på lag med lokalmiljøet og samfunnet for øvrig. Dette ønsker vi å oppnå ved å gi noe tilbake til mange av kundene våre, ved å støtte gode prosjekter som for eksempel Røde Kors og deres arbeid med lavinehunder og snøskred. Denne ideelle organisasjonen har en nær tilknytning til produktet vårt og kan være et naturlig prosjekt for oss i SnowboardMover UB å støtte.

