

GESCHÄFTSMODELL

GRAPHICS

FOR

GERTRUD

Produkt und Dienstleistung

Es wird Kunst in Form von Poster in kleinen Auflagen verkauft. Die Gemälde, Fotografien, Zeichnungen und Designs werden von den Mitarbeiter*innen von Graphics for Gertrud geschaffen. Weiter bietet Graphics for Gertrud auch Unikate (Custom Designs) an, welche mit dem Auftraggeber zusammen erarbeitet werden.

Kundennutzen

Für die Käufer*innen bietet sich die Möglichkeit exklusive und bezahlbare Kunst als Dekor zu kaufen, schweizer Kunst und deren Künstler*innen kennenzulernen und diese bei ihrer Arbeit zu unterstützen.

Ausprägung des Wertangebots

Die Produkte werden nur in einer kleinen Auflage verkauft und sind dadurch keine Massenware. Es wird ausschliesslich Kunst von Graphics for Gertrud angeboten, wir folgen keinem Trend und kopieren nicht. Unikate in Form von Aufträgen sind möglich und erwünscht.

Beschreibung des Geschäftsmodells

Die Verteilung unserer intern designten Poster verfolgt hauptsächlich online. Einerseits über Social Media, andererseits über den Webshop. Von Zeit zu Zeit ist GfG auf Veranstaltungen vertreten und organisiert Pop-Up-Shops und -Events. Unsere Kunden gewinnen wir dank Social Media. Die Seite des Unternehmens zieht dank regelmässiger Contentcreation und -veröffentlichung die junge Zielgruppe an und macht sich so zur Love-Brand. Das ganze Unternehmen ist consumer-based.

Konkurrenz

MyPoster, desenio und junique sind für die Meisten die erste Adresse, wenn es um Deko Poster geht. Etsy wird oft besucht, wenn man Kunst von einem/einer bestimmten Künstler*in, Originale oder custom Designs kaufen möchte. Auch um den/die Künstler*innen kennenzulernen und/oder diese zu unterstützen wird oft auf Etsy gekauft.

Im Gegensatz zu den genannten Unternehmen, bieten wir einzigartige Designs an. Jede*r unserer Künstler*innen hat einen eigenen Stil, der sich in den Werken widerspiegelt. Des weiteren drucken wir in limitierten Auflagen. Dadurch bieten wir unseren Kunden und Kundinnen eine gewisse Exklusivität und Individualität.

Etsy zeichnet sich durch hohe Kreativität und Vielfalt aus. Jedoch bildet Etsy keine einheitliche Marke, weil es eine Verkaufsplattform für verschiedenste Angebote ist. Des weiteren werden die Produkte von überall auf der Welt versendet. Graphics for Gertrud jedoch verkörpert eine Marke mit Werten und Zielen. Die Produkte werden direkt von GfG geschaffen. Weiter gibt es nur einen Standort von dem aus gehandelt wird. Wir arbeiten und kommunizieren lokal.

USP

Man lernt GfG kennen. Gertrud ist greifbar, das Unternehmen wirkt sympathisch und authentisch. In erster Linie ist GfG eine Plattform für junge, progressive Leute, die sich in einem künstlerischen Umfeld einbringen und vernetzen wollen. Der Verkauf von Poster steht an zweiter Stelle.

Im Herstellungsprozess wird alles lokal hergestellt: die Künstler*innen sind Schweizerinnen und Schweizer, der Printshop ist aus Bern und die Zustellung erfolgt durch die Schweizerische Post.

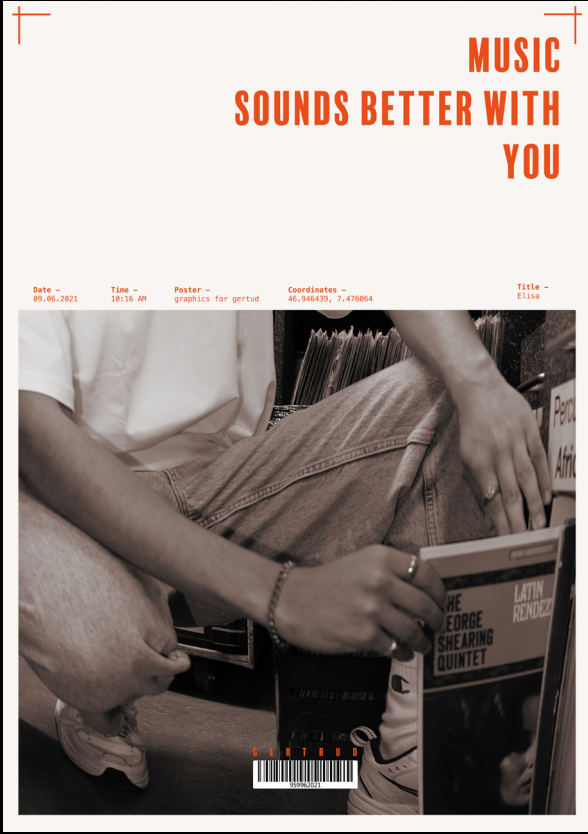
Svetlana Poster



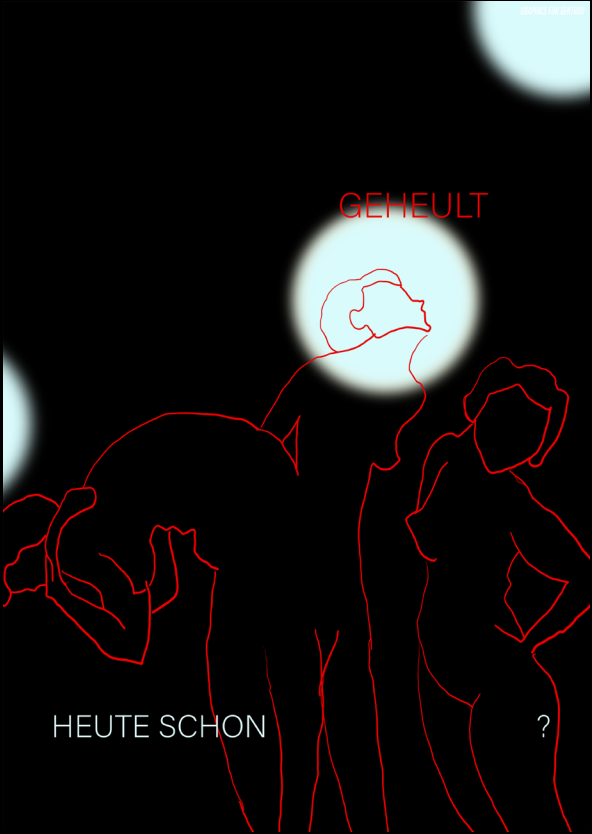
Antoine Poster



Elisa Poster



Kai Poster



Susanna Poster

Robin Poster



KUNDENBEZIEHUNG



Kundenbindung herstellen und erhöhen

Wir sind teil einer Bewegung, die der Schweizer Kunst- und Kulturszene mehr Relevanz schenkt. Mit der Unterstützung von Graphics for Gertrud ist man Teil dieser Entwicklung und hilft aktiv mit.

Upselling // Zusätzliche Wertangebote

Zu jedem gekauften Poster schicken wir zusätzlich kleine Karten mit unseren Motiven mit, um unser weiteres Angebot an Poster zu präsentieren und die Kundschaft dazu zu motivieren weitere Poster von uns zu erwerben.

Die Karten haben den Effekt nicht als Werbung wahrgenommen zu werden, sondern als Geschenk, welches die Kunden weiter verwenden können.

Ausserdem organisieren wir als Zusatzdienstleistung Events wie kleine Konzerte, Pop-Up-Shops und Ausstellungen. So wollen wir physischen Platz einnehmen und aktiv Präsenz zeigen. Da werden in erster Linie Schweizer Künstler*innen vorgestellt. Selbstverständlich nutzen wir diese Events auch um unsere Poster zu verkaufen und Graphics for Gertrud als physische Marke zu präsentieren.

Unsere Zielgruppe befindet sich hauptsächlich auf Instagram, darum vertreiben wir unsere Produkte auf dieser Plattform. Über die „direct Messages“ Funktion können Bestellungen aufgegeben werden. Es werden auch allerlei Anliegen und Fragen über diesen Kanal geklärt. Die „DM's“ sind für uns einer der wichtigsten Kommunikationskanäle, da wir dort in direktem Kontakt zum Kunden stehen.

Über Instagram findet man den Link zu unserer Website. Die Website dient als Onlineshop und Produktkatalog.

Zusätzlich hängen wir unsere Plakate an Orte auf, wo sich kunstinteressierte Personen befinden. Anhand unserer Personas konnten wir einige Orte ausarbeiten:

- Unis und Hochschulen
- Kleiderläden, welche ähnliche Zielgruppen wie wir haben
- Streetwear Popup Events
- Kaffees
- Öffentliche Verkehrsmittel
- Alternative Parties- und Ausgangslokale

Marketingkonzept

Social Media

Unsere Instagram-Page soll als Inspirationsquelle dienen. Sie soll eine Page sein, auf der man gerne stöbert, bei der man nicht sofort merkt, dass es um den Verkauf eines Produktes geht. Sie soll viel mehr zeigen, was die Schweizer Kunstszene ist und kann.

Formate für unsere eigene Kanäle:

- Eigene Produkte bzw Plakate vorstellen.
- Informationen über anstehende Events der Kunstszene (Fokus Bern - Zürich)
- Portraits von Künstler:innen, ihre Herangehensweise, ihre Vision, ihre Leidenschaft
- Umfragen, Q&A
- Content Feature anderer Künstler:innen
- Ankündigungen eigene Events: Feiern mit Gertrud, Artisttalks, Exhibitions
- Moodbilder um die aktuelle Kollektion zu untermalen

Menge der Posts:

1 - 2x Woche Instagram Post mit inhaltlich passender Story.

Geschätzter Aufwand: 3-4h pro Woche

Dadurch, dass alle Angestellten Multimedia Produzenten sind, werden auch Videos für Social Media produziert.

Auswärtige Marketing Massnahmen:

Wir schicken unsere Plakate Influencer*innen kostenlos zu, diese promoten unsere Produkte auf ihren Kanälen.

Wichtig: Mit unser Kommunikation stellen wir die Kunst- und Kulturszene in den Vordergrund, nicht uns. Auf diese Weise bauen wir mehr Sympathie bei unser Community auf, als wenn wir nur unsere Produkte verkaufen wollen. Wir bieten mit unser Kommunikation und unseren Events einen Mehrwert für junge Menschen, die sich in einem progressiven und künstlerischen Umfeld bewegen und vernetzen wollen.

Unser Ziel ist in erster Linie Menschen zu inspirieren und aufzuklären und nicht Werbung für unsere Produkte zu machen.

Wir wissen, dass wir Glaubwürdigkeit verdienen müssen und sie nicht kaufen können. Die beste Ressource, ist unsere enge Community, die über Mund zu Mund-Empfehlungen unsere Produkte bewirbt. Deswegen setzen wir auf ein starkes Umfeld und den direkten Kontakt mit unseren Kunden.

Events

Von uns organisierte Events:

Ausstellung mit unseren Arbeiten, sowie von anderen Künstler*innen. Auch mit anderen Arten von Kunst wie Musik und Fashion arbeiten wir gerne zusammen. Unser Ziel damit: Wir stellen uns nicht in den Vordergrund, sondern fördern die Kunstszene.

Feiern mit Gertrud:

Im Grunde eine klassische Ausstellung, einfach mit mehr Alkohol.

Kurz: Wir hängen unsere Plakate an von uns organisierten Partys auf.

Popup Events in collaboration mit Streetwear Labels:

Graphics for Gertrud wird gerne als „Streetwear der Kunstszene“ bezeichnet. Das nutzen wir für uns und kollaborieren mit lokalen Streetwear Marken in Form von Pop-Up-Shops. Da werden Kundengruppen vermischt und für die Betrachter ein neues Bild der beiden Marken geschaffen.

Artisttalks:

Inspierende Künstler:innen reden über ihre Arbeit, beantworten Fragen. Somit fördern wir die Sympathie und Zugänglichkeit zu Künstler*innen und stellen den Kunden die Kreatoren ihrer Deko, Kleidung und Musik vor.

SCHLÜSSELAKTIVITÄTEN



Hauptsächliche Aktivitäten zur Herstellung des Wertangebots

- Konzeption der Designs
 - Themenwahl und Inspirationsprozess
 - Trends und gesellschaftlich relevante Themen recherchieren und analysieren
 - Designentwürfe erstellen
 - mehrere Überarbeitungsdurchläufe
 - Finetuning
 - Probedruck
-
- Produkte in Onlineshop stellen
 - Produkte auf Social Media veröffentlichen
 - Beratung der Kunden (online)
 - Bestellungen aufnehmen & versenden

Was machen wir selber?

- Design & Konzeption
- Versand und Ware verpacken
- Kommunikation & Marketing
- Eventmanagement

Was lösen wir mit Partnern?

- Printing (Fotoblitz.ch)
- Bildrechte auswärtiger Fotografinnen oder Künstlerinnen einkaufen

SCHLÜSSELPARTNER



- Printunternehmen (Fotoblitz)
- Website und Onlienshopanbieter
- Instagram
- Die Post

Momenan haben wir keine strategische Partner. Wir können die meisten Aufgaben intern übernehmen und möchten von keinen Dritten abhängig sein.

Das Printunternehmen Fotoblitz, mit dem wir arbeiten, ist grossartig. Trotzdem wissen wir, dass wir ihr Angebot auch von anderen Printunternehmen beziehen können. Ein Printpartnerwechsel ist keinesfalls geplant, jedoch immer eine Möglichkeit.

Websiteshosts und -anbieter gibt es wie Sand am Meer. Wir sind nicht von einer Firma abhängig.

Wir versenden die Pakete als Privatperson mit der Schweizer Post.

EINNAHMEQUELLEN



Einnahmequelle

Posterverkauf

Wir gehen davon aus, dass unsere Kundengruppe daran interessiert ist, regelmässig Poster zu kaufen. Ausserdem unterstützt sie uns beim Ausbau unseres Angebots. Wir arbeiten nach dem Love-Brand-Prinzip.

Kosten und Preise

Die Poster kosten je nach Grösse und Design zwischen 55 und 80 CHF. Dieser Preis setzt sich aus der Arbeit im kreativen Prozess, der Produktion, des Druckes und des Versandes und den damit verbundenen Kosten zusammen.

KOSTENSTRUKTUR



Grösste Kosten

Die grössten Kosten in den ersten zwei Jahren fallen bei der Design-Produktion an. Wir wollen sicherstellen, dass wir den Designer*innen, Grafiker*innen und Fotograf*innen einen fairen Lohn für ihre Arbeit bezahlen können. Zu Beginn brauchen wir kein Büro, wir arbeiten im Homeoffice und in öffentlichen Räumen. Print- und Versandkosten sind glücklicherweise nicht sehr hoch und können gut von den Erlösen der Poster gedeckt werden.