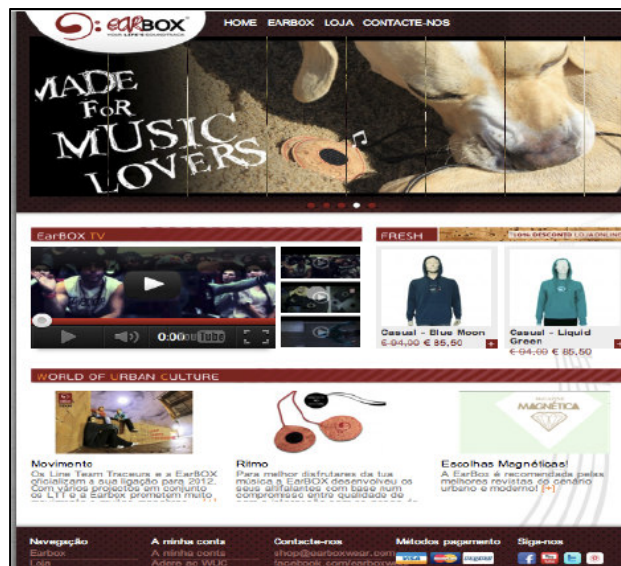


Earbox SA



Titel: „Sportliche Kleidung, die korkgefüllte Lautsprecher in die Kapuze integriert.“ – Earbox SA

Quelle: <http://earboxwear.com/>

Jahr: 2011

Organisatoren/ Gründer: João Oliveira and Pedro Filipe

Zusammenfassung des Projektvorhabens: EarBox beabsichtigt den Markt von Musikbekleidung zu innovieren, traditionelle Kleidungsstücke dahingehend zu entwickeln, dass neue Technologien und Kunst verbunden werden und eine perfekte Harmonie mit der Umwelt, die dich umgibt, hervorbringt.

Kapital: 175,000€ – Risikokapital

Beteiligung: Urban Culture, luxuriöse Kleidung mit eingebauten Lautsprechern

Beschreibung:

Earbox SA, mit Hauptsitz in Braga, wurde im November 2011 gegründet, mit dem Ziel sich als Luxus Marke für Streetwear zu etablieren. Es ist aus dem Willen und der Kreativität zweier Freunde entstanden. Einer der Gründer wuchs in einer Familie auf, die mit der Herstellung von Bekleidung zu tun hat und der einen Abschluss in Textiltechnik hat. Der zweite Gründer, aus einer kreativeren Perspektive, nahm die bildende Kunst und das Design als Ausbildung an. Sie produzieren urbane Kleidung, die korkgefüllte Lautsprecher in die Kapuze integriert, hochwertige Materialien verwendet und sich nicht als Billigmarke positionieren will, die Klang und musikalisches Erlebnis mit dem hohen Komfort ihrer Stücke verbindet.

EarBox beabsichtigt den Markt von Musikbekleidung zu innovieren, traditionelle Kleidungsstücke dahingehend zu entwickeln, dass neue Technologien und Kunst verbunden werden und eine perfekte Harmonie mit der Umwelt, die uns umgibt, hervorbringt. Das Unternehmen wird von einer Gesellschaft von Business Angels unterstützt. Earbox Gründer arbeiten autonom und werden durch die strategischen Leitlinien von Invicta Angels BA geführt. Die Stärkung des Sozialkapitals

durch Business Angels führte zu einer Neubelebung, einem ernsthafteren Umgang mit dem Geschäft und einem "neuen Leben" für das Earbox-Projekt. Das Geheimnis der Veranstalter ist es, ernsthaft an das Projekt zu glauben und jeden Tag besser zu werden.

Earbox SA setzt auf musikalische Erfahrung und Komfort als Hauptcharakteristika. Das Projekt möchte sich als "Luxusmarke etablieren, die auch ohne musikalische Erfahrung gekauft werden würde". Ihre Zielgruppe ist altersspezifisch, von 15 bis 24 Jahren, aber sie ergänzen, dass die Marke für alle mit einem jugendlichen Geist ist. Um ihre Kunden zu kontaktieren, nehmen sie an Aktivitäten der Stadtkultur teil; eine der Voraussetzungen für die Kommunikation des Projekts ist die hohe Qualität der Produkte, in einer Kommunikation, die für und von den Fans, Anhängern und Botschaftern initiiert wurde. Die Online-Werbung der Marke ist eine konstante Erfahrung, die darauf zielt das Projekt durch die Nutzung von Fotografie und Video zu vervollständigen. Die durch Earbox produzierte Kleidung wird im Online Store und im direkten Handel sowie während der verschiedenen Events, an denen sie präsentiert werden, verkauft.

Die Einnahmen der Marke kommen aus zwei Quellen: dem Zugang des Risikokapitals und dem Verkauf der Produkte. Die Kosten von Earbox steht im Verhältnis zu den Personalkosten, Produktionskosten, Kosten für Aktivitäten sowie Kosten für Marketing und Werbung. Für das Aufrechterhalten der Earbox als Marke ist es notwendig „komfortable, luxuriöse Kleidung mit eingebauten Lautsprechern“ zu produzieren und auf stetige Forschung und Entwicklung neuer Produkte zu setzen. Diese Vorgehensweise baut auf einem vorhandenen Wissen zu Produktprozessen sowie dem strategischem Know-How von Invicta Angels und der Kreativität des Teams auf. Die Hauptpartner von Earbox SA sind: Shouselas Confections für die Unterstützung der Produktion, Invicta Angels für die Investition sowie die Strategien, Markenbotschafter für das Bekanntmachen, TechMinho und Idealab für die Entwicklung des ersten Business-Plans und CITEVE für R & D.

Schlüssel-Partner	Schlüssel-aktivitäten (eher i. S. von Haupt-aktivitäten)	Werteversprechen	Kundenbeziehungen	Kunden-segmente
	Schlüssel-Ressourcen		Vertriebs-und Kommunikationskanäle	
Kosten			Einnahmequellen	

Vervollständigen Sie das Canvas Business Modell für die Earbox SA:

Kundenbeziehungen:

- Fans, Anhänger, Käufer (soziale Netzwerken)
- Vernetzung von kulturellen, urbanen Aktivitäten
- Detaillierte Erklärung der Produkte (face to face)

Kundensegmente:

- Für 15 bis 24-jährige
- Alle Personen mit einem jungen Spirit

Wertversprechen:

- Musikalische Erfahrung und Komfort
- Luxusmarke, die auch ohne musikalische Erfahrung (i. S. von musikalischer Komponente) gekauft werden würde
- Qualität und Haltbarkeit des Produktes

Einnahmequellen:

- Verkauf

Kosten:

- Produktionskosten
- Personalausgaben
- Marketing und Werbung
- Aktivitätskosten

Schlüssel-Partner:

- Confecções Chouselas Invicta Angels
- Botschafter (der Marke)
- Tecminho Idealab CITEVE

Schlüssel-Aktivitäten:

- Produktion von Komfort, luxuriöser Kleidung mit eingebauten Stützen
- Entdeckung und Entwicklung

Schlüssel-Ressourcen:

- Wissen über den Produktionsprozess
- Kreativität, Input und das Wissen der "Invicta Angels"

Vertriebs- und Kommunikationskanäle:

- Standardevents (Festivals), direkter Kontakt, Erklärung des Konzeptes
- Direktverkauf (Festivals, Events)
- Onlineladen