



Årsredovisning

2024/09/01 - 2025/05/22

Gävle

Nellie Larsson - Alice Wicksell - Hadisa Anwari - Andrea Wicksell
Affärsgymnasiet Gävle
Handledare: Maria Johnsson
Rådgivare: Ellen Hederström & Carolin Melin

VD-Ord

Vi var redan från början enade om att lösa ett problem många kan relatera till. Det var en tuff början från att ha skissat produkten till att leta efter en passande och villig producent. När vi väl fann skickliga Irmtext rullade företaget på. Vi kunde sälja slut efter två veckor och ekonomiskt ha en vinstmarginal på 60%. Vår totala omsättning blev närmare 17 000 kronor. Genom marknader vi deltagit på fick vi lära oss att vår målgrupp var bredare än vi trodde. Vi riktade in oss på 16–30 åringar, men det visade sig att även barn och äldre var intresserade av vår produkt. Vi insåg hur vår produkt kunde underlätta vardagen för flera åldrar. Som VD är jag otroligt stolt över vad vi har åstadkommit, men framförallt över vår fina gemenskap. Vi har tillsammans kämpat vilket gjorde oss till vinnarna i årets affärsplan 2025. Erfarenheterna jag fått inom ledarskap och vikten att våga tro på sin idé, är något jag kommer ha nytta av i hela livet. Jag är oerhört tacksam över denna möjlighet och att vi vågade drömma stort och göra skillnad tillsammans.

Nellie Larsson

Nellie Larsson
VD



Innehållsförteckning

Förvaltningsberättelse, verksamhet, affärsidé & produkt	3
Vi i Inview	4
Produktion	5
Vision och mål	6
Miljö & viktiga händelser	6
Marknader & pitch	7
Tävlingar & sociala medier	8
Reflektion & Vinstdisposition	9
Ekonomi	10
Resultat & samarbete, lärdomar och erfarenheter	11
Underskrifter	12
Redovisningsberättelse	13

Förvaltningsberättelse

Verksamheten

Affärsidé

Vår affärsidé är att lösa vardagsproblemet med att tappa bort små saker genom att erbjuda små, praktiska och hållbara necessärer med karbinhake.

Produkt

Produktbeskrivning

Vi erbjuder necessärer i miniformat som är tillverkade av återvunnet tyg. Necessärerna har en karbinhake som hängfunktion, samt en dragkedja längs långsidan. Produkten består även av ett foder, som skapar extra stabilitet. Vårt sortiment består av necessärer i olika färger, såsom rosa, svart och vitt. Vi erbjuder även necessärer i olika mönster, samt eventuella storlekar. Vårt utbud beror på efterfrågan samt tillgången av återvunna tyger.

Vår originella produkt har en storlek på 10x4x4 cm. Beroende på önskemål kan måtten i framtiden ändras. Samma gäller även för färger och mönster. Vår produkt har många användningsområden till följd av hängfunktionen. Såsom att fästas på väskor, krokar eller nyckelringar. Syftet är att förvara små befintliga prylar, som man annars enkelt tappar bort. Med den insydda dragkedjan, garanterar vår produkt en enkel och säker förvaring.



Vi i InView UF



Nellie Larsson: VD

Nellie Larsson blir ett självklart val som VD. Med hennes ledarkunskaper och starka visioner, driver hon vårt företag framåt. Nellies förmåga att engagera vårt team säkerställer att företaget uppnår sina mål.

Alice Wicksell: Ekonomiansvarig

Alice Wicksell har stor skicklighet inom bokföring och företagsekonomi. Hennes sifferkunnighet och analytiska förmågor optimerar företagets ekonomiska processer och mål.



Andrea Wicksell: produkt & försäljningsansvarig

Andrea Wicksell är en väl organiserad tjej som är insatt i produktens utveckling. Hennes engagemang och förmåga att effektivt koordinera produktionsprocessen främjar företagets framsteg.

Hadisa Anwari: Marknadsföringschef

Hadisa Anwari är mycket kunnig inom affärsnätverkande och kommunikation. Hon är skicklig i att främja goda förhållanden mellan potentiella kunder. Att vara kreativ och nytänkande är två av hennes många goda egenskaper.



Produktion

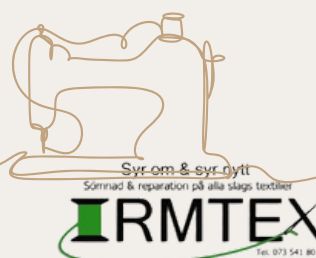
Vi köper in våra tyger och dragkedjor på en secondhand butik. Materialen blir bland annat lakan, örngott och filter. Potentiella dragkedjor läggs undan på lager för vårt UF, därefter väljer vi vad vi behöver. Priset kommer att variera för både tyger och dragkedjor. Vid inköp får vi 50% rabatt, vilket minskar materialkostnaderna. När väl vi samlat in allt material, kontaktar vi Irmtext som sedan syr upp våra necessärer med de insamlade tygerna och dragkedjorna. Vi köper varje uppsydd necessär för 22.50 kr/st. Sedan granskar vi varje necessär och ser till att produkten uppfyller kriterierna. Karbinhakar köps in från ett annat företag, som vi sedan fäster i necessärens ögla. Därefter paketeras necessärerna och skickas till våra kunder.

Inköp av tyg + dragkedja



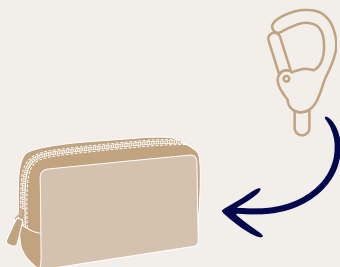
Våra tyger och dragkedjor är inköpt från secondhand butiken Hela Människan i Gävle. Där får vi ett rabatterat pris på 50%.

Tillverkning



Tillverkningen av necessärerna utförs av textilföretaget Irmtext i Gävle. Vi köper den färdiga produkten för 22.50 kr/st.

karbinhake fästs på



Här fästs inköpta karbinhakar i necessärens ögla. Pris är ungefär 5 kr/st.

Färdig produkt

Den färdiga produkten paketeras säkert i små kartonger och skickas sedan till våra kunder, eller säljs direkt via fysiskt möte med kund.



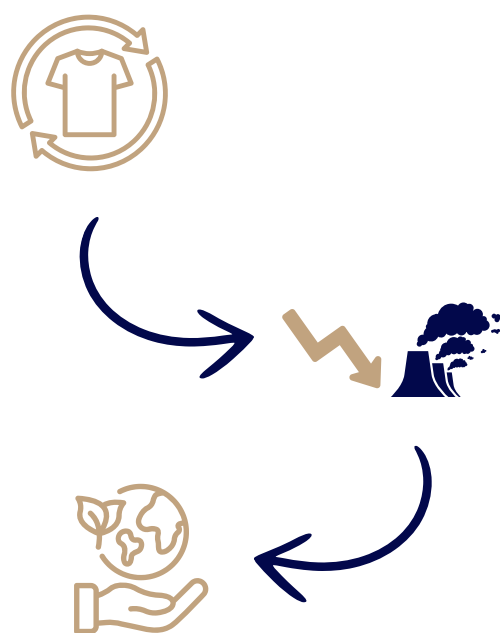
Vision och mål

Vår vision var att hjälpa människor förvara sina personliga tillhörigheter som nycklar, medicin och hörlurar nära till hands. Det främjar en hållbar samhällskonsumtion, samt underlättar vardagen.

Vårt mål var att vinna minst två tävlingar med fokus på årets affärsplan, vilket vi i slutändan vann på Uf-mässan 2025 Gävleborg. Vinstmålet vi hade var 15 000 kronor, som vi dessvärre inte uppnådde.

Vår miljövänliga verksamhet

Vi har valt att tillverka vår produkt av återvunnet tyg för att främja en miljövänlig och hållbar konsumtion. Genom att använda återvunna textilier från second hand, minskar vi förbrukningen av farliga avgaser såsom koldioxidutsläpp. En produktion av redan brukat material har dessutom en positiv inverkan på miljön då produktionen av resurser som bomull och polyester minskar. Det i sin tur gör att vi sparar på energi och vatten.



Viktiga händelser

Detta UF år har varit mycket lärorikt med flera framgångar, men även vissa motgångar. Vi har deltagit i:

- Marknad
- Tävling
- Pitch

Säljtillfällen

- | | |
|------------------------------|------------|
| • Julmarknad Älvkarleby | 5/12-2024 |
| • Julmarknad Valbo | 7/12-2024 |
| • Julmarknad Swedbank | 13/12-2024 |
| • Julmarknad Högbo | 15/12-2024 |
| • Företagsfrukost Älvkarleby | 20/12-2024 |
| • Brynäsmatch | 12/2-2025 |
| • Hela människan | 25/3-2025 |
| • UF-Mässa | 31/5 2025 |



Marknadader och pitch

Valbo marknad

Valbo marknad blev vårt mest framgångsrika säljtillfälle under hela UF året. På marknaden sålde vi 21 produkter. Marknaden var inte bara betydande för försäljningen, utan vi lärde oss mer om vår målgrupp. Vi fick en större uppfattning om hur bred vår målgrupp egentligen var. Det fanns ett stort intresse av alla åldrar från barn till pensionärer, vilket gav oss möjligheten att upptäcka nya målgrupper. Vi insåg vår produkts kundvärde och möjlighet att användas av alla typer av personer. Valbo marknad gav oss kunskap, motivation och nya målgrupper.



Alumninästet

Under hösten blev vi uttagna till Gävleborgs Alumninästet 2025. Vi övade och förberedde prestationshjälpmedel. Vi hade stora förväntningar, då vi vann bästa pitch på Affärsgymnasiets draknäste. Under prestationen tog nerverna över och vi blev missnöjda med både vår pitch och resultat. Det var första motgången vi stötte på. Några dagar efter samlade vi oss och bestämde att vi måste ta igen och ge allt i en ny pitch.



Älvkarleby pitch företagsfrukost

Efter Alumninästets motgång förberedda vi oss på en ny pitch på Älvkarlebys företags frukost. Vi tränade ännu mer och vår motivation att göra comeback lyckades. Pitchen mötes av massor av applåder och positiv feedback. Det resulterade i att vi sålde slut hela vårt lager på plats, och tog även emot förbeställningar. Vi lärde oss en värdefull läxa att en motgång inte stoppar oss!



Tävlingar

- 1:a plats, Åretsaffärsplan Gävleborg
- 1:a plats, Bästa Pitch på affärsgymnasiets Draknäste



Vårt huvudmål var att vinna årets affärsplan 2025, Gävleborg. Efter många timmars arbete kammade vi hem priset och vi är väldigt stolta över oss. Denna vinst och vårt fina samarbete kommer vi ta med oss in i framtiden.

Sociala medier

På sociala medier har vi kunnat visa upp oss främst på tiktok och instagram. Vi har fått samarbeten med en kreatör på Tiktok som har ungefär 200k följare. Hon lade ut en video och visade upp vår produkt och dess funktioner. Den videon fick 82,5k visningar och vi lyckades få några produkter sålda tack vare den. Dock är inte sociala medier vår främsta säljkanal utan står för ca 25% av vår försäljning.

Vi haft möjlighet att visa upp vårt företag och vår produkt främst genom TikTok och Instagram. TikTok har vi använt som en mer lättsam och underhållande kanal där vi kunnat nå ut till en yngre målgrupp genom trender och humor. Det har gett oss möjlighet att visa vår produkt i vardagliga sammanhang och skapa ett mer personligt intryck. Instagram har fungerat som vår mer seriösa plattform. Där har vi fokuserat på att bygga ett starkt varumärke. Här har vi lagt större vikt vid enhetlig design, tydlig information och professionella inlägg. Genom att använda Instagram händelser och inlägg har vi kunnat visa upp vår produkts funktion och ökat försäljningen.



Reflektion

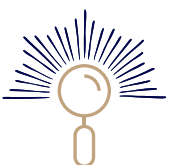
Vi i InView UF har tagit oss igenom ett lärorikt år med utmaningar och succé. Vi var fyra ambitiösa tjejer som skapade en stark och stabil grupp. Vi tog oss an en ny resa vi aldrig kommer att glömma. Vi alla lade ner mycket engagemang i vårt samarbete och hade en positiv blick framåt. Vi var öppna för nya möjligheter och utveckling på andra plan. Med hjälp av detta har vi dragit lärdomar och utvecklats både personligt och akademiskt. I många tillfällen har vi behövt tänka lite extra och bland annat komma på lösningar till olika hinder. Detta har utvecklat vår problemlösnings- förmåga och präglat ett mer fördjupat affärssinne.



I början av läsåret förväntade vi oss en enkel resa, men längre in på året insåg vi att det var mer än att bara utveckla en affärsidé. Först och främst måste produkten tillverkas och vi beslutade oss tidigt att hitta en lokal producent. Eftersom det blev svårt för oss att hitta en producent tog vi hjälp av vår rådgivare. Genom henne lyckades vi hitta en effektiv och ambitiös egenföretagare. Vi har även utvecklat våra säljegenskaper då vi har deltagit i 7 marknader. Tack vare dessa säljtillfällen ökade vår försäljning. Vårt UF år har get oss mycket kunskaper och lärdomar som definitivt gynnar oss i framtiden.

Vinstdisposition

Den vinst vi har tjänat in i vårt UF företag kommer vi att dela lika mellan alla fyra gruppmedlemmar i företaget. Företaget kommer att återbetala riskkapitalisterna med en ytterligare utdelning på 2% av det insatta riskkapitalet.



Ekonomi

Resultat- och balansrapport

Resultatsräkning	
2025-05-14	
Rörelsens intäkter	
Nettoomsättning	8 056
Övriga intäkter	8 846
Summa intäkter	16 902
Kostnader	
Inköp av material	5 373
Övriga externa kostnader	1 310
Övriga rörelsekostnader	915
Summa kostnader	7 598
Resultat	9 304

Balansräkning	
2025-05-14	
Tillgångar	
Kassa	109
Bankkonto/företagskonto	9 595
Summa kassa och bank	9 704
Eget kapital och skulder	
Årets resultat	9 304
Risckapital	400
Summa eget kapital och skulder	9 704



Resultat

Under vår resa har vi haft som mål att vinna minst två tävlingar med fokus på årets affärsplan, vi strävande även efter att gå i vinst med 15 000kr. Dessvärre uppnådde vi inte vårt vinstmål beroende på olika faktorer. Vi ville sätta höga, men fortfarande möjliga mål för att motivera oss till att alltid göra vårt bästa vilket vi anser att vi har gjort. Vårt vinstmål baserades främst på uppskattningar kring hur mycket vi skulle sälja på de olika marknader vi planerade att delta i. Trots detta känner vi oss stolta över det arbete vi har lagt ner under UF-året. Istället för att uppnå ett vinstmål på 15 000kr, lyckades vi omsätta över 16 900kr. Det har varit en lärorik och utmanande resa där vi har utvecklats både som individer och som grupp. Genom att arbeta engagerat och målmedvetet har vi levererat ett så bra resultat som möjligt. Även om allt inte alltid gått enligt plan har vi tagit med oss värdefulla erfarenheter och lärt oss av varje steg på vägen.

Samarbete, lärdomar och erfarenheter

Vår förmåga att effektivt kunna kommunicera har utvecklat oss som grupp och individer. Uppstår det några interna konflikter är det viktigt för vår UF grupp att lösa det rationellt. Vi vill att alla medlemmar ska känna sig hörda och respekterade och därför jobbar vi ständigt med att stärka vårt samarbete.

Vår kommunikation med kunder har utvecklats enormt då vi frekvent har tränat på att väcka intresse hos andra människor. Förmågan att kunna sälja in en produkt är en viktig erfarenhet vi tar med oss individuellt.

Utöver företaget har vi ett fantastiskt samarbete med våra samarbetspartners. Via avtal har vi garanterade produkter, leveranstider och rabatterade priser. Dessutom får vi möjlighet att sälja utanför Hela människan vilket hjälper oss att öka vår försäljning. Under vår resa med att driva ett UF-företag har vi fått lärdomar vi aldrig kommer att glömma.



**Vi vill rikta ett stort tack till våra fantastiska
rådgivare Carolin Melin och Ellen Hederström! Vi
vill även tacka vår handledare och alla som tagit del
av denna inspirerande resa!**



Nellie Larsson
VD

Alice Wicksell
Ekonomiansvarig

Andrea Wicksell
Produkt- &
försäljningsansvarig

Hadisa Anwari
Marknadsföringschef

Maria Johnsson
Gävle 2025-05-22

Gävle
2025-05-22



Revisionsberättelse

Jag har granskat årsredovisningen, räkenskaperna samt styrelsens och VD:s förvaltning för räkenskapsåret 2024-09-01 - 2025-05-22. Granskningen har utförts enligt god redovisningssed.

Jag tillstryker

ATT resultat- och balansräkning fastställs

ATT resultatet fördelas enligt förslag i förvaltningsberättelsen

ATT styrelse och VD beviljas ansvarsfrihet för räkenskapsåret



Maria Johnsson

Gävle 2025-05-22



InView_{UF}

