

GESCHÄFTSBERICHT

Company Programme 2023 / 2024



Kontakt

Kantonsschule Wohlen
Allmendstrasse 26
5610 Wohlen

info@secondsky.ch
www.secondsky.ch

Betreuer

Martin Weiss
Christian Nohl
Nathan Socher

Abgabetermin

12.04.2024

1. Management Summary

Produkt

Vom Zelt zum Regenschutz

Aus alten Zelten, die irgendwo im Keller verstauben oder unnötigerweise nach Festivals liegenbleiben und entsorgt werden, stellen wir stylische Regenschirme her. Dabei entstehen keine herkömmlichen Produkte ab Stange, sondern einzigartige Unikate mit Charakter. Die qualitativ hochwertigen Gestelle beziehen wir von der Firma Strotz, einem Produktionsunternehmen von Schirmen in der Schweiz (Taschenschirme von Knirps, Langschirme von Strotz). Die Bespannung erfolgt durch liebevolle Handarbeit in Kooperation mit Stiftungen für Menschen mit Beeinträchtigungen. Wir dürfen stolz verkünden, dass jeder unserer Schirme mit viel Engagement und Herz verarbeitet wird!



Mit unserem Slow Fashion Produkt wollen wir interessierte Kundschaft auf ein umweltbewussteres Konsumverhalten aufmerksam machen und ihr trotzdem ermöglichen, ein stylisches Statement mit einem besonderen Accessoire abzugeben. Somit unterstützen unsere Kunden ein Jungunternehmen mit innovativer Idee und nachhaltigen Visionen.

Unsere Produkte sind Unikate und jedes Exemplar hat seine eigene Geschichte. Sie sind so besonders und einzigartig wie deren Besitzer. Vielleicht fragt man sich jedes Mal beim Aufspannen des Schirmes, welchen Himmel das Verarbeitete Zelt wohl schon gesehen hat?

Unternehmenszweck

Wenn es regnet, sind wir alle dankbar, einen Schirm aufspannen zu können, der uns davor bewahrt, durchnässt an unserem Ziel anzukommen. Wir produzieren also ein sehr nützliches Utensil, das in jedem Haushalt einen Sinn ergibt.

In der heutigen Zeit der Massenproduktion und der immer grösser werdenden Abfallberge ist es sehr wichtig, dass es junge Unternehmen gibt, welche mit kreativen Ideen den Lebens-zyklus von bereits existierenden Materialien durch Upcycling verlängern. Wir wollen eines davon sein.

Eine nachhaltigere Welt, in der wir achtsamer und weitsichtiger mit Ressourcen umgehen, ist unser Ziel. Warum komplett neu Produzieren, was bereits verfügbar ist? Es gibt genügend Umweltproblem auf dieser Welt. Unser Unternehmen soll keinen weiteren Teil dazu beitragen.

Marketing

Festival spirit meets rain protection – our umbrellas tell stories.
Werden Sie Teil der Community!

Zu unserer Zielgruppe zählen wir Personen die bereit sind, etwas mehr für ein Produkt zu bezahlen, weil sie sich mit unserer Firmenphilosophie identifizieren können. Dabei denken wir besonders an umweltbewusste und sozial interessierte Kundschaft, welche über eine höhere Kaufkraft verfügen. Mit transparenter Kommunikation, halten wie sie stets auf neustem Stand bezüglich Herstellungsprozesse und Verarbeitungs-standorte.

Als Konkurrenz betrachten wir andere Schweizer Produzenten und Händler von ökologischen Regenschirmen. Dazu zählen auch die

SecondSky

Firmen Knirps und Strotz, welche wir jedoch nicht als Konkurrenten, sondern als Marktbegleiter sehen, da wir von ihnen die Gestelle beziehen.

Natürlich sind wir uns bewusst, dass wir diesen starken Wettbewerbern niemals standhalten können. Das wollen wir aber auch gar nicht!

Finanzen

Für unsere zwei Produkttypen haben wir unterschiedliche Preise angesetzt aufgrund unterschiedlichem Produktionsaufwand. Die arbeitsintensiveren Taschenschirme vertreiben wir zu einem Preis von CHF 54.90, unsere Langschirme für CHF 49.90.

Unseren Break-Even-Point haben wir mit Hilfe eines Durchschnittswertes der unterschiedlichen Verkaufspreise (Lang- und Taschenschirme) berechnet. So sind wir zum Schluss gekommen, dass wir diesen bei einem Verkauf von insgesamt 72 Schirmen erreichen werden.

Per Ende dieses Schuljahres (Sommer 2024), streben wir einen Grundumsatz von CHF 4000 an. In diesem Fall sind wir in der Lage, all unserer Partizipanten auszuzahlen und weisen dabei einen Gewinn von CHF 1000 aus.

Firmenname und Logo



Unser Firmenname SecondSky entwickelte sich aus dem Gedanken, dass die verwendeten Zeltstoffe durch unsere Regenschirme den Himmel ein zweites Mal sehen und erleben dürfen. Beim Designen unseres Logos spielten wir mit dem Fakt, dass Zelte häufig eine ähnliche Form haben wie Schirme, und somit kombinierten wir diese Umrisse zu einem simplen Logo.

Bei der Bestimmung des Farbkonzeptes setzten wir auf kräftige Farben und verwendeten starke Kontraste. Die verschiedenen Grüntöne weisen auf unser ökologisches Konzept hin. Unser Design ist bewusst minimalistisch gehalten und soll einen grossen Wiedererkennungswert haben.

Unser Team

Unser Team besteht aus sechs innovativen Schüler*innen der Kantonsschule Wohlen.



Abbildung 1 v.l.n.r. Fynn Zumstein, Tim Keller, Jeremy Oswald, Larina Bütikofer, Iloy Lamers, Pascale Lörtscher

Kontakt

www.secondsky.ch

info@secondsky.ch

Pascale Lörtscher
+41 79 944 07 01

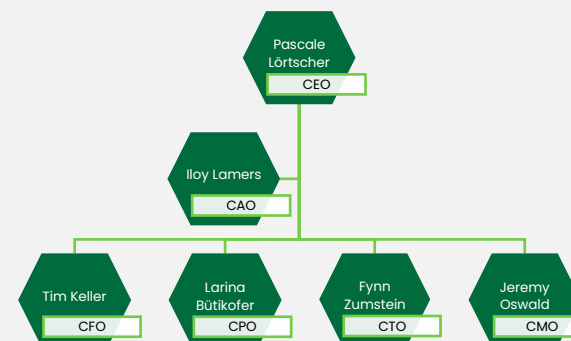
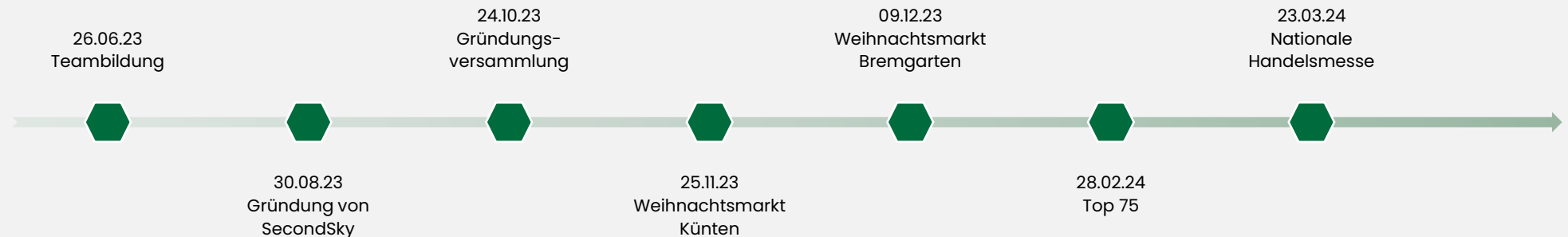


Figure 1, Organigramm

2. Lagebericht



Im unseres Jahres YES hatten wir verschiedene Highlights. Begonnen hat alles am 26.06.23 als wir uns als Gruppe zusammengefunden und mit der Ideensuche angefangen haben.

Für die Idee brauchten wir Zelte, Regenschirmgestelle und viel Motivation, denn am 30.08.23 haben wir unser Unternehmen SecondSky gegründet.

Den ersten Öffentlichen Auftritt hatten wir dann am 24.10.23 an der Gründungsversammlung. Wir konnten viele Leute für unsere Idee begeistern.

Mit viel Rückenwind ging es an den Weihnachtsmarkt in Künten. Wir konnten schon erste Erfahrungen sammeln, um zu sehen, was uns in Bremgarten auf dem grossen Weihnachtsmarkt bevorsteht.

Am 28.02.24 ging es schliesslich nach Bremgarten und wir hatten unseren ersten grossen Weihnachtsmarkt mit SecondSky.

Die Arbeit auf den Weihnachtsmärkten und zuhause hat sich dann am 28.02.24 auch wirklich ausgezahlt. Wir kamen in die Top 75.

Für uns bedeutete das, uns auf die Nationale Handelsmesse vorzubereiten, an der wir einen gute Verkaufszahlen mit unserem neuen Produkt, den «Säckli» aus Innenzelten, machen konnten.

3. Leistungsangebot

Wir hatten an den Weihnachtsmärkten keine Regenschirme vor Ort und konnten dadurch nicht so viele Produkte verkaufen, wie eigentlich geplant. Aus diesem Fehler haben wir gelernt. An der Nationalen Handelsmesse versuchten wir mit unserem neuen Produkt, den «Säckli», unsere Kunden anzusprechen, was super klappte.

Ein weiterer Knackpunkt war die Produktion der Regenschirme an sich. Wir konnten alle Vorbestellungen vom letzten halben Jahr abarbeiten und sind jetzt an den letzten Auslieferungen dran. Als Reaktion auf die schlechte Produktion der Regenschirme haben wir ein neues Gestell für die Regenschirme verwendet und mit diesen die letzten Verkäufe absolviert.

Wir haben als ganzes Team beschlossen die Taschenschirme komplett einzustellen, weil ihre Produktion leider zu kompliziert ist. Unser Fokus liegt daher in der Zukunft auf den Langschirmen und Säckchen. In diesen zwei Produkten sehen wir viel Potential, weil die Regenschirme weiterhin hochqualitative Produkte sind, wir aber mit den Säckchen ein zweites Standbein haben.



Neues Produkt: «Säckli»



Letzte Vorbestellungen fertig



Zwei Standbeine: Regenschirme und
Taschen

4. Marketing

Wir setzen in unserer Marketingstrategie die Mund zu Mund Propaganda. Dies hat in der Vergangenheit sowie in jetzt sehr gut funktioniert. Leider war unsere Medienpräsenz Anfang des Jahres ein bisschen schwach, weil wir weniger Werbung auf unseren Social Media Plattformen gemacht haben. Dies haben wir im letzten Monat wieder aufgegriffen und viel Werbung für unser neues Produkt sowie für die Nationale Handelsmesse gemacht.

Rückblickend würden wir unsere Medien Präsenz höher priorisieren, da sie eine der wichtigsten Werbungsmitel von uns ist. Wir hätten mehr Beiträge zur Herstellung unserer Produkte, unserer Arbeit und Kooperationen machen können.

Für die Zukunft werden wir unseren Follower wieder enger in unseren Arbeitsfortschritten miteinbeziehen und Werbung für uns machen. Das sollte mit weiteren öffentlichen Auftritten wie Präsentationen, Verkäufen und Festivals gut möglich sein.

Das Risiko besteht aber natürlich immer, dass unsere Präsenz nicht immer zu 100% vorhanden ist. Darum ist es wichtig regelmässig in einem bestimmten Rhythmus unseren Content zu teilen.



Mangelnde Medienpräsenz



Risiko: Regelmässig präsent sein



Zukunft: Follower enger involvieren



Rückblick: Höhe Priorisierung der Medienpräsenz

3. Finanzen

Bilanz SecondSky Stichtag 31.12.2023; Beträge in CHF		
Aktiven		
UMLAUFVERMÖGEN		
FLÜSSIGE MITTEL		
1020 Bank	3'014.72	
Total Umlaufvermögen	3'014.72	
Total Aktiven	3'014.72	
Passiven		
KURZFRISTIGES FREMDKAPITAL ÜBRIGE VERBINDLICHKEITEN		
2210 Vorauszahlung der Kunden für die Schirme	373.88	
Total Übrige Verbindlichkeiten	373.88	
Total Kurzfristiges Fremdkapital	373.88	
EIGENKAPITAL		
2800 Stammkapital, Aktienkapital	90.00	
2810 Partizipationskapital	2'910.00	
Total Eigenkapital	3'000.00	
Zwischentotal Passiven	3'373.88	
Unverbuchter Gewinn- / Verlustvortrag	0.00	
Unverbuchter Gewinn / Verlust	-359.16	
Total Passiven	3'014.72	

Bilanz SecondSky Stichtag 31.03.2024; Beträge in CHF		
Aktiven		
UMLAUFVERMÖGEN		
FLÜSSIGE MITTEL		
1020 Bank	3'548.97	
Total Umlaufvermögen	3'548.97	
Total Aktiven	3'548.97	
Passiven		
KURZFRISTIGES FREMDKAPITAL ÜBRIGE VERBINDLICHKEITEN		
2210 Vorauszahlung der Kunden für die Schirme	916.87	
Total Übrige Verbindlichkeiten	916.87	
2050 Verbindlichkeiten Mitarbeiter	28.20	
2270 YES-Sozialabgaben	3.60	
Total Kurzfristiges Fremdkapital	948.67	
EIGENKAPITAL		
2800 Stammkapital, Aktienkapital	90.00	
2810 Partizipationskapital	2'910.00	
Total Eigenkapital	3'000.00	
Zwischentotal Passiven	3'948.67	
Unverbuchter Gewinn- / Verlustvortrag	0.00	
Unverbuchter Gewinn / Verlust	-399.70	
Total Passiven	3'548.97	

Erfolgsrechnung

Beträge in CHF 23.10.2023 – 31.12.2023

Ertrag

BETRIEBSERTRAG

3000 Produktionsertrag	678.96
3400 Dienstleistungsertrag	32.90

Total Betriebsertrag 711.86

Total Ertrag 711.86

Aufwand

PRODUKTIONSAUFWAND

4000 Materialaufwand	564.85
4100 Geräteaufwand	119.95

Total Produktionsaufwand 684.80

PERSONALAUFWAND

5810 Aus- und Weiterbildung	30.00
-----------------------------	-------

Total Personalaufwand 30.00

ÜBRIGER BETRIEBSAUFWAND

6570 Informatikaufwand	163.15
6600 Werbeaufwand	154.12
6850 Bankspesen	39.95

Total Übriger Betriebsaufwand 357.22

BETRIEBSFREMDER ERFOLG

8510 Ausserordentlicher Ertrag	-1.00
--------------------------------	-------

Total Betriebsfremder Erfolg -1.00

Total Aufwand 1071.02

Gewinn / Verlust -359.16

Erfolgsrechnung

Beträge in CHF 23.10.2023 – 31.03.2024

Ertrag

BETRIEBSERTRAG

3000 Produktionsertrag	1148.10
3100 ausserordentlicher Ertrag	150.00
3400 Dienstleistungsertrag	32.90

Total Betriebsertrag 1331.00

Total Ertrag 1331.00

Aufwand

PRODUKTIONSAUFWAND

4000 Materialaufwand	1292.55
----------------------	---------

Total Produktionsaufwand 1292.55

PERSONALAUFWAND

5000 Lohnaufwand	30.00
5700 Sozialleistungen	30.00
5810 Aus- und Weiterbildung	1.80

Total Personalaufwand 61.80

ÜBRIGER BETRIEBSAUFWAND

6570 Informatikaufwand	163.15
6600 Werbeaufwand	154.12
6850 Bankspesen	60.78

Total Übriger Betriebsaufwand 378.05

BETRIEBSFREMDER ERFOLG

8510 Ausserordentlicher Ertrag	-1.70
--------------------------------	-------

Total Betriebsfremder Erfolg -1.70

Total Aufwand 1730.70

Gewinn / Verlust -399.70

Rückblick:

Wir verschuldeten uns früh, da wir hohe Kosten für Materialien aufwenden mussten. Weitere Kosten sind durch die Produktion der Regenschirme entstanden, da wir sie extern produzieren haben lassen. Mit diesen Kosten hatten wir gerechnet und wir würden es wieder so machen. Vorallem das Exportieren der Produktion, weil sie sehr zeitintensiv ist und wir dadurch mehr auf andere Aspekte der Unternehmungsführung konzentrieren konnten.

Weiterentwicklung:

In Moment sind wir an der Auslieferung aller Vorbestellung am Arbeiten. Finanziell ist das sehr wichtig, weil wir unsere Rechnungen erst verschicken, sobald die Kunden ihren Regenschirm erhalten haben. Im Nachhinein würden aber Regenschirme vor Ort selbst zahlen lassen, weil die Verfolgung der Vorbestellung zeitintensiv ist. Durch das Abarbeiten der Vorbestellung kommen wir aber wieder ins Plus in unserer Bilanz, was unser Hauptziel ist. In Zukunft erhoffen wir uns mit dem neuen Produkt der «Säckli» ein zusätzliches Standbein zu haben, mit dem wir einen höheren Gewinn erzielen können.

Risiko und Potential:

Allgemein besteht das Risiko, dass wir nicht alle Regenschirme verkaufen können, die mit unseren Materialien noch produzierbar wären. Das würde natürlich heissen, dass wir nicht unseren idealen Gewinn erzielen können. Unser grösstes Potential sehen dahingegen in den Säckchen, die wir durch Innenzelte produzieren können.



4. Abschluss

Rückblickend auf vergangenes Geschäftsjahr möchten verkünden, dass wir als Miniunternehmen bedeutende Fortschritte erzielt haben, besonders im Bereich des Wissenserwerbs und der Entwicklung wichtiger Fähigkeiten.

Als Team nehmen wir die wertvolle Erkenntnis über die Bedeutung enger Zusammenarbeit und klarer Kommunikation mit. Wir haben auch gelernt, wie wichtig eine klare Arbeitsaufteilung ist, um effizient zu arbeiten und Konflikte zu vermeiden.

Unsere Fähigkeit, vor grossen Menschenmengen zu präsentieren und zu sprechen, hat sich im Laufe des Jahres deutlich verbessert. Durch wiederholtes Üben haben wir Selbstsicherheit gewonnen und gelernt, Hemmnisse zu überwinden.

Des Weiteren lernten und verbesserten wir die Fähigkeit des überzeugenden Verkaufens unserer Produkte an interessierte Kunden, sei es auf Weihnachtsmärkten, während des Besuchstages an unserer Schule oder auf der nationalen Handelsmesse.

Durch unsere Teilnahme am Company Programme 2023/24 haben wir insbesondere gelernt, wie man wichtige Geschäftsdokumente erstellt und fristgerecht einreicht. Diese Erfahrungen haben wir mehrmals im Laufe des Jahres erfolgreich angewendet.

Trotz vieler Höhen und Tiefen im Laufe dieses Geschäftsjahres hat es uns viel Freude bereitet, als Miniunternehmen beim Wettbewerb von YES teilzunehmen und wir würden alle sehr gerne dieses Projekt noch einmal durchführen.



Abbildung 2, Team SecondSky