



GUÁTE

Geschäftsbericht

Company Programme 2023/2024

Betreuungspersonen: Frau Brigitte Marti & Herr Philipp Waldmeier

Sarah Gavric, CEO
guateofficial@outlook.com
www.guate.ch

Abgabe Datum: 23. März 2024

Kantonsschule Baden
Seminarstrasse 3, 5400 Baden



Inhaltsverzeichnis

<u>INHALTSVERZEICHNIS</u>	2	PRODUKTBESCHREIBUNG	6	BILANZ PER 31.03.2024 IN CHF	12
<u>MANAGEMENT SUMMARY</u>	3	<u>RÜCKBLICK / REFLEXION /</u>	7	ERFOLGSRECHNUNG VOM 21.09. – 31.03. IN CHF.	12
UNTERNEHMENSZWECK	3	<u>ENTWICKLUNG</u>	7	<u>RÜCKBLICK</u>	13
LEISTUNGSANGEBOT	3	<u>WEITERENTWICKLUNG /</u>	8	HERAUSFORDERUNG	13
FIRMA UND LOGO.....	3	<u>POTENTIAL</u>	8	WEITERENTWICKLUNG / VERBESSERUNG	13
<u>UNTERNEHMERTEAM &</u>	4	<u>MARKETING</u>	9	<u>ABSCHLUSS</u>	14
<u>ORGANISATION</u>	4	ZIELGRUPPE	9	TAKE-AWAY ALS TEAM	14
MARKETING	4	PREISPOLITIK.....	9		
FINANZEN	4	PREISSTRATEGIE	9		
..... <u>LAGERBERICHT</u>		<u>WERBEMITTEL</u>	10		
.....	5	SLOGAN	10		
ERÖFFNUNGSVERANSTALTUNG	5	VISITENKARTEN	10		
MEILENSTEINE	5	DIGITALER AUFTRITT	10		
<u>LEISTUNGSANGEBOT</u>	6	DIREKTE ABSATZWEGE	10		
		<u>WEBSEITE</u>	11		
		CORPORATE IDENTITY	11		
		11		
		<u>FINANZEN</u>	12		

Management Summary

Unternehmenszweck

Können Sie sich vorstellen, wie es wäre, wenn ein einziger Tropfen, etwas so gewöhnliches wie Wasser, nicht nur in der Lage wäre, Ihren Durst zu stillen, sondern auch einen neuen Geschmack zu bieten? Genau das haben wir mit unserem Produkt möglich gemacht. Mit Guáte haben wir nicht nur einen Sirup hergestellt, das normales Wasser in eine Geschmacksexplosion verwandeln kann, sondern auch die Mate Pflanze in ein ganz neues Produkt entwickelt, welches man so bis jetzt noch nie gesehen hat.

Sie kennen es alle sicher. Nach einem anstrengenden Schul- oder Arbeitstag kommen Sie verdurstet nach Hause, und das Einzige, was in Ihrem Kühlschrank steht, ist normales, langweiliges Wasser. Genau dann kommen wir ins Spiel! Durch die hohe Vielfalt unseres Sirups ist für jeden etwas dabei. Unser Ziel ist es, den stressigen und monotonen Alltag unserer Kunden zu verschönern und ihnen mit unserem Sirup eine Freude zu machen.

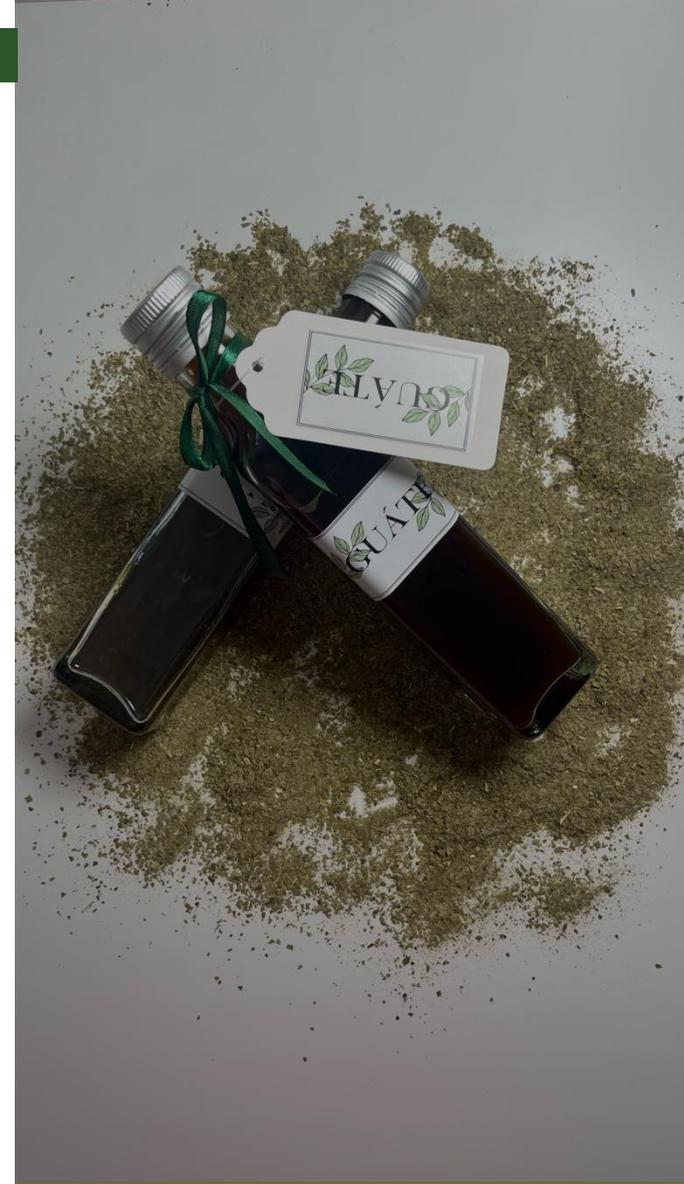
Leistungsangebot

Wir stellen Mate Sirup her, bei dem Qualität an erster Stelle steht. Für unseren Sirup importieren wir unsere getrockneten Mate-Blätter aus seinem Ursprungsland Argentinien. Dazu sind unsere restlichen Zutaten natürlich basiert. Unser Sirup umfasst nur eine Geschmacksrichtung, Mate.

Firma und Logo

Unser Unternehmen heißt Guáte. Dieser Name setzt sich aus zwei Wörtern zusammen: Caiguá und Mate. Ursprünglich bezeichnete der Name "Mate" das Trinkgefäß (Quechua), und heutzutage bezieht er sich auch auf das Getränk, das von den Guaranís als "caiguá" bezeichnet wird, nämlich den Mate-Tee. So haben wir die letzten drei Buchstaben "guá" genommen und die letzten zwei Buchstaben von unserem Hauptkomponenten Mate hinzugefügt.

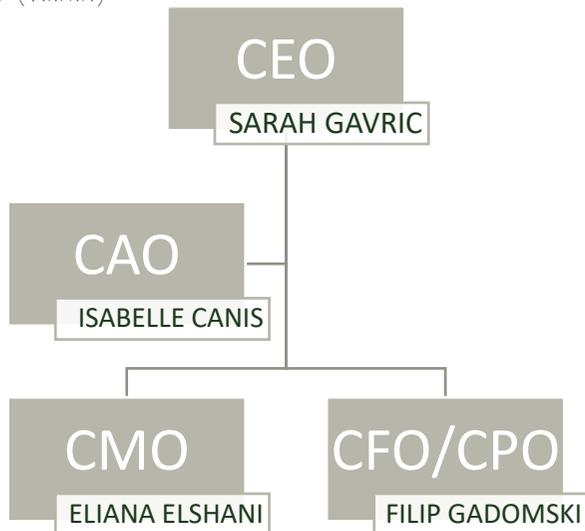
Uns war es wichtig, dass unser Name einen Zusammenhang hat mit unserem Produkt und eine gewisse Bedeutung. Unser Logo ist bewusst schlicht und sauber gehalten. Wir streben nach einer hochwertigen und edlen Ausstrahlung, um unseren Kunden ein hochwertiges Gefühl zu übermitteln.



Unternehmerteam & Organisation



Eliana Elshani, Sarah Gavric, Filip Gadomski, Isabelle Canis (v.l.n.r.)



Wir sind Schüler an der Kantonsschule Baden und sind zwischen 16 und 18 Jahren alt. Unser Team hat klare Ziele vor den Augen, um unsere Mission zu erfüllen und den Erfolg unseres Miniunternehmens sicherzustellen.

Damit wir unser volles Potenzial ausschöpfen und unsere gemeinsamen Aufgaben effektiv bewältigen können, stellen wir die Zusammenarbeit und Kommunikation innerhalb des Teams in den Mittelpunkt.

Marketing Zielgruppe

Unsere Zielgruppe richtet sich an eine zielstrebige und energiegeladene Gruppe, die den Wert einer gesunden Ernährung ohne lästige Einschränkungen schätzt. Insbesondere sprechen wir Schüler, Studenten und Büroangestellte zwischen 16 und 25 Jahren an. Unsere Zielgruppe erreichen wir via Instagram und TikTok.

Konkurrenz

Da Mate erst vor kurzem angefangen hat sich zu verbreiten, haben wir dementsprechend auch nicht so grosse Konkurrenz. Es gibt jedoch Marken, die mit ihrem Mate sehr viel Popularität gewonnen haben. Eine von denen wäre El Tony Mate.

Was Guáte jedoch differenziert, ist, dass man es zu seinem eigenen Geschmack anpassen kann. Unseren Sirup kann man warm und kalt geniessen, perfekt geeignet für alle vier Jahreszeiten. Ausserdem hat man von einer Flasche Guáte viel mehr, da man unseren Sirup oft verwenden kann.

Finanzen

Wir haben bisher 80 Flaschen verkauft und somit einen Bruttoumsatz von 752.25 CHF erzielt. Dadurch konnten wir einen Gewinn von 66.21 CHF erreichen. Den Break-Even-Point von 65 verkauften Flaschen haben wir 1x übertroffen. Unser Deckungsbeitrag liegt bei 4.97 CHF.



Lagerbericht

Juni
Gruppengründung und Einteilung
Produktfindung

September
Eröffnungsveranstaltung

November
Infoveranstaltung Kanti Baden

Dezember
Weihnachtsmarkt Baden

Februar
Pitch Competition

März
Tägi Park Wettingen

Eröffnungsveranstaltung

Bei der Eröffnungsveranstaltung der Kanti Baden hatten wir die erstmögliche Chance, unser Produkt auf dem Markt vorzustellen. Dort haben wir die Zuschauer von unserem Produkt überzeugen können und Investoren finden können.

Meilensteine

Pitch Competition am 24.02.2024

Bei der Pitch Competition durften wir unseren Sirup direkt der Yes-Jury vorstellen. Dort konnten wir mit unserer Präsentation und dem Q&A überzeugen. Für die Top 3 hat es nicht gereicht, jedoch haben wir eine sehr gute Bewertung bekommen.



Leistungsangebot

Produktbeschreibung

Unser Team hat den aussergewöhnlichen Geschmack der Mate-Pflanze in einen köstlichen Sirup verwandelt. Den Sirup stellen wir von Hand, von Anfang bis Ende, komplett selbst her. Dabei achten wir darauf, dass wir nur die besten Produkte benutzen, weshalb wir den Hauptkomponenten Mate auch aus seinem Heimatland Argentinien importieren lassen. Wir stellen bei der Produktion die Hygiene an erster Stelle. Aus dem Grund werden die Küchenoberflächen, alle Töpfe und sonstige Küchengeräte vor der Produktion gründlich gereinigt. Ausserdem tun wir alle Flaschen und Deckel vor dem Auffüllen sterilisieren.

Mate hat in den letzten Jahren sehr viel Aufmerksamkeit gewonnen. Es gibt jedoch viele, die meinen, dass Mate zu bitter ist. Da wir aber einen Sirup herstellen, schmeckt der Mate bei uns eher süss. Der originale Geschmack der Mate-Pflanze geht dabei jedoch nicht verloren. Je nachdem, wie süss man sein Getränk will, kann man mehr oder weniger vom Sirup hinzufügen. Eines können wir aber versichern. Den Mate wird man immer rausschmecken können



Rückblick / Reflexion / Entwicklung



Herausforderung im Rückblick	Lösung	Lerneffekt als Fazit
<p>Wir hatten grosse Schwierigkeiten ein gutes Rezept zu finden, welches nicht nur schmeckt, sondern auch simpel herzustellen ist.</p>	<p>Jeder im Team hat ein Rezept ausprobiert, und das, welches am besten geschmeckt hat, haben wir gewählt</p>	<p>Der beste Weg, um zu finden, was einem passt, ist jede Möglichkeit zu probieren. Wir haben die verschiedenen Rezepte aufgeteilt und haben geschaut, was uns am besten passt</p>
<p>Anfangs hat die Kommunikation im Team nicht ganz gestimmt. Wir haben Probleme ignoriert und haben uns bei Meinungsverschiedenheiten nicht geäussert.</p>	<p>Wir haben angefangen, jedes Mal, wenn wir an der Firma arbeiten, uns 10 bis 15 Minuten Zeit zu nehmen, um ein normales Gespräch zu führen. Ausserdem haben wir angefangen Probleme direkt anzusprechen und sie nicht zu ignorieren.</p>	<p>Ein Team kann nicht funktionieren, ohne dass die Kommunikation stimmt. Bei Problemen sollte man sich sofort äussern und konstruktive Kritik sollte man nicht persönlich nehmen.</p>
<p>Teilweise war unsere Organisation an Events nicht gut genug. Wir hatten oft Missverständnisse und wussten nicht, wer zum Beispiel beim Weihnachtsmarkt dran war, am Stand zu stehen.</p>	<p>Wir haben Events genau zeitlich durchgeplant damit jeder wusste, wann er wo sein musste und was seine Aufgabe war.</p>	<p>Gut organisiert zu sein macht einem das Leben viel einfacher und es kann mögliche Streitigkeiten verhindern.</p>
<p>Zum Teil wusste nicht jeder, was seine Aufgabe war. Als Resultat hatten die einen Teammitglieder dann sehr viel Arbeit und die anderen nicht.</p>	<p>Wir haben angefangen Aufgaben fair aufzuteilen. Dabei haben wir weniger drauf geschaut, wer was für eine Rolle im Team spielt, sondern dass wir uns gegenseitig helfen bei allen Aufgaben.</p>	<p>Wenn sich jeder anstrengt und jeder seinen Teil macht, werden Aufgaben viel schneller erledigt und es fällt nicht die ganze Last auf jemanden.</p>



Weiterentwicklung /

Potential

Die begrenzte Haltbarkeit unseres Sirups ist ein Anliegen, das wir gerne angehen möchten. Wir streben danach, Methoden zu finden, um die Haltbarkeit zu verlängern, damit unsere Kunden unsere Produkte länger genießen können, ohne sich Sorgen machen zu müssen, ob sie bereits abgelaufen sind. Eine verbesserte Haltbarkeit würde zweifellos die Attraktivität unseres Sirups steigern und die Kundenzufriedenheit erhöhen.

Wir denken darüber nach, unser Sortiment, um neue Geschmacksrichtungen zu erweitern, um eine größere Vielfalt anzubieten. Unser Ziel ist es, eine breitere Palette von Geschmäckern anzusprechen und somit mehr Menschen für unseren Sirup zu begeistern. Durch die Einführung neuer Geschmacksrichtungen erhöhen wir die Chance, dass jeder etwas Passendes findet, was zu einem Anstieg unserer Kundenanzahl führen kann.



Marketing

Zielgruppe

Um unsere Zielgruppe zu definieren, haben wir zu Beginn eine Checkliste durchgeführt und eine mündliche Umfrage auf der Strasse. Somit sind wir zum Entschluss gekommen, das sich unsere Zielgruppe an eine zielstrebige und energiegeladene Gruppe richtet, die den Wert einer gesunden Ernährung ohne lästige Einschränkungen schätzt. Insbesondere sprechen wir Schüler, Studenten und Büroangestellte zwischen 16 und 25 Jahren an. Folgende Verkaufsstrategien kamen auf: Um diese Zielgruppe zu erreichen müssen wir passende Social-Media-Kanäle führen. Darunter gehören Instagram und TikTok. Von dort aus werden sie auf unsere Webseite weitergeleitet.

Preispolitik

Unsere Preisfestlegung basierte auf dem Dreieck der Preispolitik. Obwohl der Sirup Markt stark umkämpft ist, haben wir uns bewusst dafür entschieden, uns durch die einzigartige Mate-Geschmacksrichtung von der Konkurrenz abzuheben. Dies führte dazu, dass bei der Preisgestaltung die Konkurrenz nicht im Mittelpunkt stand. Vielmehr spielten die Zahlungsbereitschaft unserer Kunden und die Produktkosten eine entscheidende Rolle. Um die Zahlungsbereitschaft zu ermitteln, führten wir eine Marktforschung in Form einer Umfrage durch, bei der die Teilnehmenden den Preis angaben, den sie für unser Produkt für angemessen hielten. Das Ergebnis zeigte, dass der aktuelle Verkaufspreis von CHF 8.50 als angemessen erachtet wurde. Anschließend wurde die Preiskalkulation anhand unserer Produktionskosten durchgeführt.

Preisstrategie

Guäte positioniert sich im unteren Hochpreissegment mit einem Preis von CHF 8.50 pro Sirup. Diese Positionierung erfolgt aufgrund der Schweizer Handarbeit und der Unterstützung von Originalität, Nachhaltigkeit und sozialen Aspekten durch unsere Produkte. Die damit verbundenen Faktoren erhöhen unsere Produktionskosten, wodurch wir nicht mit grossen Anbietern wie Monin konkurrieren können. Da es trotzdem auf dem Markt Luxusprodukte gibt, die höhere Preise verlangen, ordnen wir uns eher im unteren Bereich des Hochpreissegments ein.



Zielstrebig



Wert auf gesunde Ernährung

16 bis 25 J.





Werbemittel

Slogan

«Mit jedem Tropfen wacher!»
Mit unserem Slogan wollen wir dem Kunden vermitteln, dass unser Sirup energievollere Eigenschaften mit sich bringt.

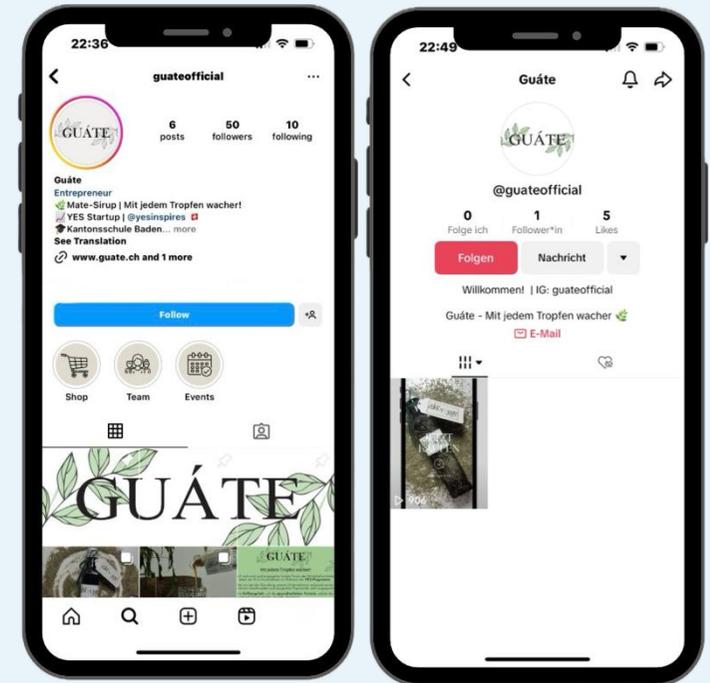
Visitenkarten

Visitenkarten gehören auch zu unseren Werbemitteln sowohl als auch Mund Propaganda.

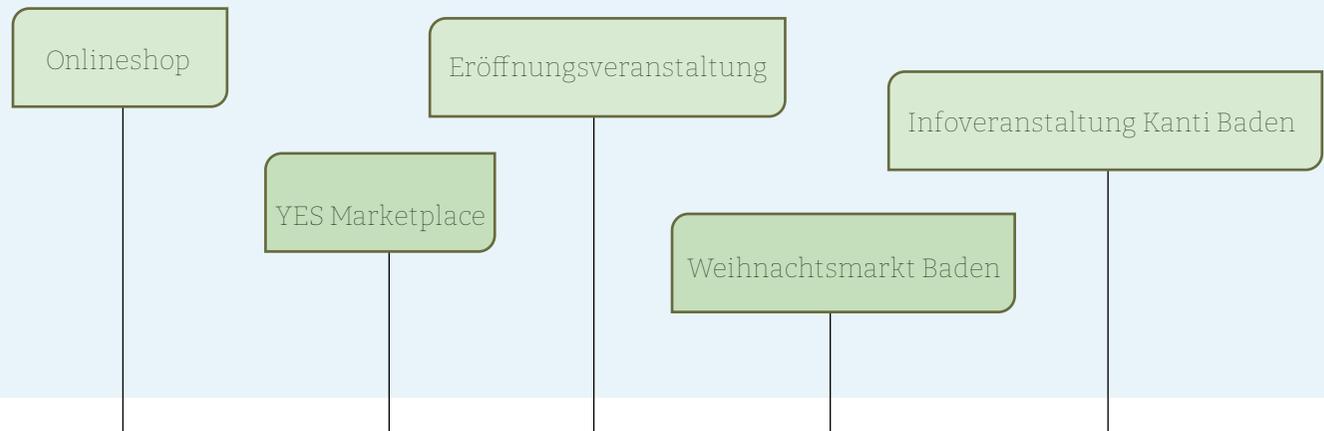


Digitaler Auftritt

Grundsätzlich befinden wir uns auf Instagram und TikTok. Da wir unsere Social-Media eher schlicht und sauber («wenig ist Mehr») halten wollen, werden wir nur bei speziellen Anlässen, bei der Produktion und bei Feiertagen etwas veröffentlichen. Wir möchten ausserdem verschiedene Beiträge erstellen, die erklären, wie man unsere Produkte benutzen kann und Mocktail Rezepte zeigen. Auf unserer Website sieht man ebenfalls immer die aktuellen Produkte sowie Veranstaltungen, an denen wir anwesend sein werden.



Direkte Absatzwege



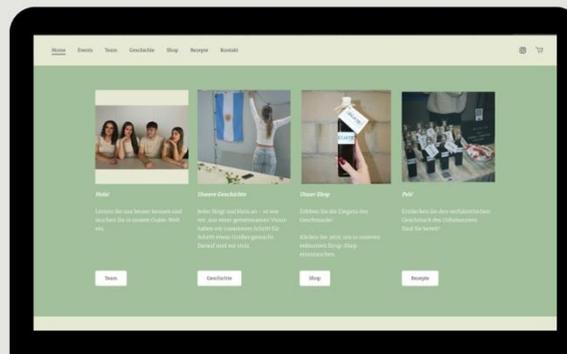
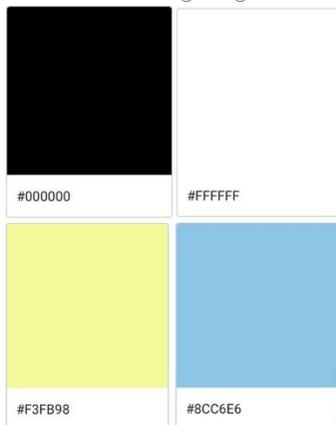
Webseite

Eines unserer wichtigsten Anlaufstellen für Kunden, ist unsere Webseite. Darin befinden sich die wichtigsten Informationen über uns sowohl auch als unser Produkt. Dies ist der bequemste Weg, unsere Sachen von zu Hause aus zu bestellen.

Uns war es wichtig, die Webseite so zu gestalten das sie unsere ruhige und schöne Ästhetik repräsentiert. Auf unserer Seite ist alles übersichtlich und die Kunden finden schnell was sie brauchen. Zudem haben wir auch für unsere Kunden Rezepte erstellt, die jeder einfach zu Hause zubereiten kann.

Reflexion: Wir sind zufrieden mit allem wie wir es erstellt haben. Anfangs war das Problem, das wir zu viele Unterseiten hatten und dies für Kunden schwer gefallen wäre, Sachen schnell zu finden.

Weiterentwicklung: Wir möchten gerne unseren Kunden die Möglichkeit geben, Rezensionen zu schreiben. Dies wäre das Einzige, was uns vollständig ergänzen würde.



www.guate.ch



Corporate Wear



In Anbetracht unseres hochwertigen Produkts wurde ein eleganter und angemessener Kleidungsstil gewählt. Das Outfit besteht aus weissen Schuhen, schwarzen eleganten Stoffhosen und als Oberteil ein dunkelgrüner Body. Schwarz und Grün ist in unserer Farbpalette enthalten und alle Mitglieder tragen einheitliche Kleidung.

Wir sind mit diesem Look mehr als zufrieden und haben keine weiteren Änderungen in Planung. Diese Aussage wird durch die vielen Komplimente für unseren Corporate Wear unterstützt.

Für den Wiedererkennung Effekt, der nötig ist, gestalten wir natürlich alle unsere Dokumente mit den Farben unserer Farbpalette und ebenfalls den Gebrauch von unseren Schriften Bitter und Josefin. Zusätzlich kommt unser sogenanntes Blattzweig Sticker überall zum Einsatz.

Weiterentwicklung: Wir möchten fortlaufend unsere Kanäle mit englischer Übersetzung ergänzen.





Finanzen

Bilanz per 31.03.2024 in CHF

Aktiven	
Bank	429.74
Passiven	
VLL Mitarbeiter	26.24
VLL MWST	3.77
Aktienkapital	75.00
Participationskapital	255.00
VLL Soziaversicherung	3.52
Gewinn	66.21
Total	429.74

Wir schliessen unsere Bilanz mit einem Total von 429.74.-, davon sind 66.21.- unser Gewinn. In den Passiven sind eigentlich nur noch Sachen oder Menschen, die wir zurueckzahlen muessen, davon gehen aber 101.24 an uns zurueck + Gewinn, der aufgeteilt wird.

Erfolgsrechnung vom 21.09. – 31.03.
in CHF

Aufwand	
Rohmaterialaufwand	110.80
Verpackungsaufwand	350.96
Lohnaufwand	28.00
Sozialabgaben-YES	1.76
YES-MWST	3.77
Eventaufwand	140.75
YES-Abgaben	50.00
Ertrag	
Ertrag Guate	752.25
Gewinn	66.21
Total	752.25

Bei der Erfolgsrechnung kann man sehen, dass wir vor allem viele Ausgaben bei den Verpackungen, Rohmaterialien sowie auch bei den Events hatten. Die restlichen Ausgaben waren eher klein und vorsehbar. Wir haben einen guten Umsatz von 752.25.- und wissen, wie schon erwähnt, einen Gewinn von 66.21.- aus. Wir schliessen die Erfolgsrechnung mit 752.25.- ab.

Schlüsselkennzahlen von Guäte

Gesamt Umsatz in CHF

752.25 CHF

Anzahl Verkaufte Flaschen

80 Stck.

Umsatz pro Mitarbeiter in CHF

188.05 CHF

Gewinn in CHF

66.21 CHF



Rückblick

In den Finanzen von Guáte ist im YES-Geschäftsjahr 2023/2024 vieles passiert. Jetzt ein paar Rückblicke auf das, was so bisher geschehen ist:

- Juni 2023: Guáte wird von 5 Personen «gegründet». (Damals haben wir noch nicht mal gewusst, was wir machen werden, und sicher haben wir nicht erwartet was auf uns zukommen wird.)
- Juni 2023 - Juli 2023: Als Gruppe entwickeln wir langsam Guáte, wir finden langsam heraus, wie wir es herstellen wollen, was es sein soll, wie wir es finanzieren wollen und viele andere Sachen, die mit dem Produkt zu tun haben.
- August 2023: Wir machen den ersten Prototyp unseres Sirups und bereiten uns auf die Eröffnungsveranstaltung vor.
- September 2023: Unser Produkt wird an der Eröffnungsveranstaltung vorgestellt. Wir verkaufen Partizipations-scheine und bauen das nötige Kapital auf, um mit der Produktion loszulegen.
- November 2023: Guáte wird erstmals in grösseren Mengen hergestellt. Wir haben erste Bestellungen und verkaufen den Sirup an der Infoveranstaltung der Kanti Baden, gleichzeitig bereiten wir uns auf den Weihnachtsmarkt in Baden vor.

- Dezember 2023: Probleme in Guáte. Eine Reduktion bis auf 4 Personen findet statt. Filip Gadowski übernimmt den Posten des CFO von Guáte. Wir verkaufen viele Flaschen an den Weihnachtsmärkten in Baden und an der Kanti Baden. Gleichzeitig arbeiten wir fleissig an unserem Businessplan.
- Januar 2024: Passiert nicht allzu viel, Abgabe des Businessplans, Arbeit an Verkaufs-Report und Vorbereitungen auf die Pitch Competition.
- Februar 2024: Die Pitch Competition findet statt, sie ist auch ziemlich gut gelaufen. Bald, also Anfangs März findet ein Verkaufsanlass im Tägipark in Wettingen statt.
- März 2024: Stundenlange Produktion von Guáte für den Tägipark. Während 2 Verkaufshalbtagen, verkaufen wir nur 14 Flaschen, wobei wir mit mindestens dem doppeltem gezählt haben.

Herausforderung

Unser grösstes Problem war, dass wir immer mehr produziert haben, als wir dann schlussendlich verkauft haben, also haben wir halt einfach schlussendlich Geld verloren mit den unnötig produzierten Flaschen, anderswo konnten wir diese auch nicht verkaufen. Wir hatten auch am Anfang Probleme mit Finanzen, da die erste Finanzchefin, nicht viel gemacht hat und alles auf einmal nachgeholt werden musste, was manchmal problematisch mit den buchhalterischen Sachen war.

Weiterentwicklung / Verbesserung

Es gab definitiv viele Dinge, die schief gelaufen sind, jedoch denken wir, dass alles so sein musste und dass man daran nichts ändern sollte. Wir haben einfach vieles für die Zukunft gelernt, wie zum Beispiel, dass man nicht alles blind vertrauen soll, dass manchmal vielleicht gar nicht so viel braucht, wie man denkt, dass mehr nicht immer besser heisst und dass die Kommunikation eines der wichtigsten Dinge in einem Unternehmen ist. Definitiv haben diese Sachen uns stärker als Menschen, als Gruppe und als Freunde gemacht. Wir reden oft was die Finanzen angeht und andere geschäftliche Sachen, wir planen vorsichtiger und reden auch besser miteinander, was gar nicht der Fall war noch vor ein paar Monaten. Für die Zukunft, wie schon gelernt, sollte man vorsichtig planen. Finanziell sind wir jetzt sicher und müssen theoretisch gesehen nichts mehr machen. Jedoch weiss man nie, was die Zukunft mit sich bringt. Potenziell können wir noch einen zusätzlichen Umsatz machen, da im Frühling und im Sommer man den Sirup besser vermarkten könnte. Aber falls es dazu nicht kommen sollte, sind wir bereit schon im Juni alle Investoren abzuzahlen, und noch den Rest des Gewinns unter alle 4 Mitglieder des Teams aufzuteilen.



Abschluss

Take-Away als Team

Das Projekt hat uns sehr viel gelehrt. Wir mussten uns als Team finden, Streitigkeiten überwinden, miteinander arbeiten, auf uns eingehen und gut miteinander kommunizieren. Es war ein langer und schwerer Weg, aber wir haben es geschafft. Wir arbeiten in einem Team wo sich jeder gegenseitig respektiert, wo viel gelacht, aber dennoch trotzdem effizient gearbeitet wird und wo Kompromisse eingegangen werden, so dass jeder zufrieden ist. Wir haben uns nicht nur als Team gefunden, sondern haben auch untereinander eine starke Freundschaft gegründet, welche mit Sicherheit lange anhalten wird. Wir sind stolz darauf, ein Produkt gegründet zu haben, welches einzigartig ist und von der unsere Kundschaft überzeugt ist.



Als CEO habe ich gelernt, wie man ein Team richtig führt. Die Verantwortung und alles unter Kontrolle zu haben, bereitete mir unermessliche Freude. Diese Erfahrung wird ein Leben lang in Erinnerung bleiben. Trotz den ganzen Herausforderungen mit Stress und Konflikten, ist es wichtig einen kühlen Kopf zu bewahren und die Kommunikation zu beherrschen.

CEO



Das Projekt hat mir gezeigt wie viel Arbeit hinter einem Unternehmen steckt und wie zeitaufwändig es anfangs sein kann. Mir war von Anfang an klar, dass die Gruppenarbeit zum Teil zu Problemen führen kann, jedoch habe ich schnell gemerkt, dass genau deshalb offene Kommunikation sehr wichtig ist. Im Technischem Teil habe ich auch viel dazu gelernt wie z.B. der Umgang mit Word, wie man ein Logo herstellt, alles Administrative und Rechtliche das man abklären muss.

CAO



Vor diesem Projekt war mir nicht klar, wie viel Aufwand es ist, eine Firma zu gründen. Ich habe gelernt, dass man viel Verantwortung und Hingabe braucht, um in einem Team bei so einem grossen Projekt Erfolg zu haben. Ausserdem habe ich gelernt, besser zu kommunizieren und auf andere einzugehen. Insgesamt kann ich sehr viel von dieser Erfahrung mitnehmen.

CMO



Es war eine grosse Herausforderung, die aber auch sehr viel Spass gemacht hat und bei der ich sehr viel gelernt habe. Die wichtigste Sache und auch die, die ich mit mir weiter nehmen werde ist, immer alles früher machen und nicht auf den letzten Moment.

CPO / CFO

