

# Green Pot

## Geschäftsbericht

Kontaktadresse

**GSCHWADERWEG 27 CH-8610 USTER**

**GREENPOTYES@GMAIL.COM**

**WWW.GREEN-POT.CH**

Schule

**KANTONSSCHULE USTER**

Betreuende Lehrperson

**ALEXA BEZEL**

Geschäftsjahr

**2023/2024**



# Inhaltsverzeichnis

## Management Summary

Unternehmenszweck

Unser Produkt

### 1 Firma & Logo

Unternehmerteam & Organisation

Marketing

Finanzen

## Lagebericht

### 2 Timeline

Highlights

## Leistungsangebot

### 3 Rückblick/Reflexion/Entwicklung

Weiterentwicklung/Potenzial

## Marketing

### 4 Rückblick/Reflexion/Entwicklung

Weiterentwicklung/Potenzial

## Finanzen

### 5 Rückblick/Reflexion/Entwicklung

Weiterentwicklung/Potenzial

## Abschluss

### 6 Persönlich Learnings

Teak-Away als Team



# 1 Management Summary

## Unternehmenszweck

Immer mehr Menschen haben den Wunsch, ihre Gerichte mit frischen Kräutern zu verfeinern, ohne dabei einen grossen Aufwand betreiben zu müssen. Die Lösung? Ein innovativer, einzigartiger Blumentopf der mühelos mit Hilfe von einem Saugnapf an einer glatten Oberfläche in der Küche oder einem Fenster angebracht werden kann. Dieser platzsparende Kräutertopf bietet nicht nur einen einfachen Zugang zu frischen Kräutern, sondern integriert sich auch einwandfrei in den Küchenraum. Endlich können begeisterte Köche ihre Gerichte mit Leichtigkeit würzen, ohne dabei Kompromisse bei der Bequemlichkeit eingehen zu müssen.

## Unser Produkt

Unser Produkt ist ein Topf namens Green Pot, ein einzigartiger Kräutertopf welcher mit einem Saugnapf an der Hinterseite an glatten Oberflächen befestigt werden kann. Der Green Pot besteht aus drei Teilen. Am ersten Teil ist der Saugnapf befestigt, am zweiten befindet sich der eigentliche Topf, den man in den anderen Teil hineinschieben kann und der dritte Teil ist eine Art Teller, welcher überschüssiges Wasser auffängt. So hat man den perfekten Kräutertopf für die Küche, in dem man Kräuter anpflanzen kann, welche beim Kochen direkt in Griffbereitschaft sind und keinen Platz wegnimmt.



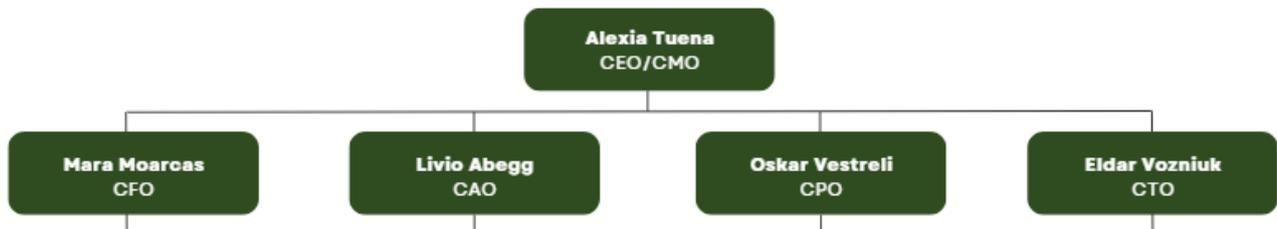
## Firma & Logo

In unserer modernen Welt, in der sich Anglizismen immer mehr in der deutschen Sprache integrieren, steht das Konzept von 'Green Pot' für Frische und Kräuter. Der Name vereint 'Green' als Symbol für Grün und Frische mit 'Pot', was auf die Möglichkeit hinweist, Kräuter in einem Topf anzubauen. Unser Logo repräsentiert nicht nur unseren Namen, sondern zeigt auch einen Topf mit Kräutern, der mit Grün kombiniert wird, um Freundlichkeit auszustrahlen.



# Unternehmerteam & Organisation

Wir sind 5 engagierte Schüler der Kantonsschule Uster. Da wir alle in dieselbe Klasse gehen, kennen wir uns gut und haben eine gute Kommunikation im Team.



## Marketing

Wir sprechen Erwachsene, die in der Schweiz leben und Freude am Kochen haben, mit unserem Green Pot an. Es ist nicht wichtig, ob Sie in einer Wohnung oder in einem Haus leben, da mit unserem Topf keinen Schaden angerichtet wird.

Auf dem Markt sind herkömmliche Topfhersteller, die ihre Töpfe nach wie vor auf den Boden stellen, unsere grösste Konkurrenz. Im Gegensatz dazu bieten wir eine innovative Lösung, die auf der Website [www.green-pot.ch](http://www.green-pot.ch) erhältlich ist.

Dabei legen wir nicht nur Wert auf den Verkauf über Online-Plattformen, wie unsere Website und dem YES-Marketplace, sondern denken auch darüber nach, unsere Produkte potenziell in Messen und Geschäften anzubieten. So wollen wir sicherstellen, dass unsere Zielgruppe mühelos Zugang zu unserem Produkt hat und ihre Kocherlebnisse auf ein neues Niveau heben können.

## Finanzen

An unserer Eröffnungsveranstaltung am 1. November 2023 konnten wir 38 Einzelpersonen als Investoren gewinnen. Im Nachhinein schafften wir weitere 22 Investoren mit ins Boot zu holen. Somit beläuft sich unser Startkapital( 20.01.2024) auf 2685CHF.

(637 CHF haben wir bereits für zwei 3D-Drucker, 16 Kilogramm Filament, zwei Spulenhalter und sonstigem. )

Für die Herstellung unseres Produktes haben wir im Ganzen ausgegeben. (553.5 CHF für 45 Saugnäpfe, CHF für 45 Green Pots und weitere Kosten für Samen und Erde)

Dazu kommt noch die Kartons, in denen unser Green Pot geliefert wird bezahlt, dies beträgt CHF.

Bei erwarteten 834 CHF Fixkosten von und variablen Kosten von 34.70CHF pro Green Pot würden wir den Break-Even-Point bei 63 verkauften Produkten erreichen.

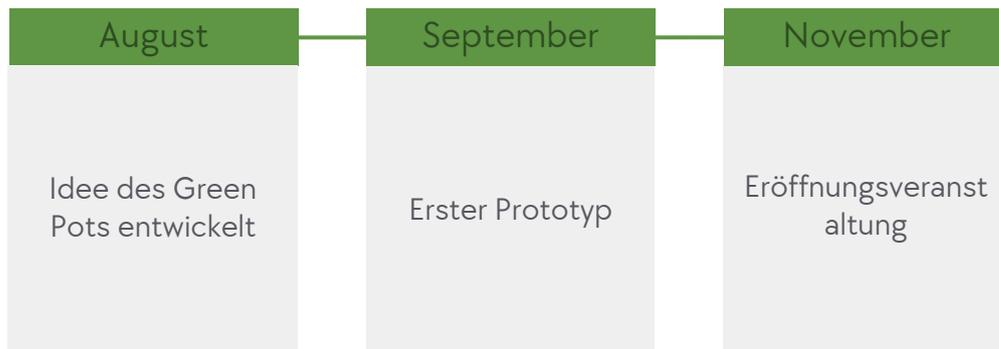
Unser Ziel ist es mindestens 70 Green Pots bis zum 30.06.2024 zu verkaufen.

Der Preis für den Green Pot beläuft sich auf 44.95 CHF.

# 2 Lagebericht

## Timeline & Highlights

Am Ende des Wochenendtrips haben wir uns zwischen all den vielen Ideen für den Green Pot entschieden. Danach erarbeitete unser CPO unser erster Prototyp auf CAD. Am 1. November 2023 fand die Eröffnungsveranstaltung statt, welche sehr erfolgreich war. Dort haben wir nämlich 137 Partizipationsscheine verkauft.



Da unser Prototyp noch viele Fehler beinhaltete, erstellten wir noch einen zweiten Prototyp, welcher z. B. einen zusätzlichen Wasserbehälter angebaut hatte. Im Januar nahmen wir am Wochenmarkt in Pfäffikon ZH teil und kehrten erfolgreich nach Hause. Zwei Monate später hatten wir unseren zweiten Vorverkauf, an der Nationalen Handelsmesse, da wir in die Top 75 gekommen sind.



# 3 Leistungsangebot



## Rückblick

Als wir unseren Prototypen während der Eröffnungsveranstaltung präsentierten, erhielten wir zahlreiche Feedback, das auf ein entscheidendes Problem hinwies: Das Fehlen einer Möglichkeit für das Wasser, abzufließen. Dies war die ausschlaggebend Erkenntnis für die Verbesserung unseres Produkts. Daher entschieden wir uns, einen dritten Teil einzuführen, der es ermöglicht, das Wasser abzuleiten. Diese Neuerung erwies sich als wesentlich, um den Bedenken potenzieller Nutzer entgegenzukommen und unsere Produktqualität zu steigern.

In Bezug auf unseren Herstellungsprozess reflektieren wir, dass eine andere Vorgehensweise von Anfang an sinnvoller gewesen wäre. Statt die Töpfe selbst mit 3D-Druckern herzustellen, hätten wir frühzeitig nach Herstellern suchen sollen. Diese Entscheidung kostete uns unnötig viel Zeit und band Ressourcen, die wir besser für die Weiterentwicklung und Verfeinerung des Designs hätten nutzen können. Zudem steht nun die Herausforderung bevor, die überschüssigen 3D-Drucker zu verkaufen. Für die Zukunft nehmen wir uns vor, effizientere und kostengünstigere Herstellungsprozesse zu nutzen, um unsere Produktentwicklung zu beschleunigen und unsere Geschäftsziele effektiver zu erreichen.

## Potenzial

Wir möchten in Zukunft, unser Produktportfolio erweitern, indem wir verschiedene Formen und Farben für unseren Blumentopf einführen.

Leider haben wir ein hohes Risiko, welches mit der Bestellung von Töpfen verbunden sind, die möglicherweise anders aussehen als auf den Herstellerfotos. Um diesem Risiko entgegenzuwirken, haben wir Proben bestellt und sorgfältig überprüft, um sicherzustellen, dass die gelieferten Produkte unseren Qualitätsstandards entsprechen.

# 4 Marketing

## Rückblick

Als wir vor einem halben Jahr unser grünes Miniunternehmen ins Leben riefen, waren wir voller Enthusiasmus und Ideen, aber auch mit einer gewissen Unsicherheit darüber, wie wir uns am Markt behaupten würden. Unser Fokus lag von Anfang an auf dem Verkauf und der Vermarktung unserer Produkte. Mit dem Einzug des Frühlings erkannten wir die Chance, unsere Präsenz zu stärken und die Aufmerksamkeit potenzieller Kunden zu gewinnen.

Wir wussten, dass unser Produkt etwas Besonderes war - innovativ und ansprechend für umweltbewusste Verbraucher. Doch wir waren uns bewusst, dass unsere Bekanntheit noch begrenzt war.

Natürlich gab es auch Herausforderungen auf unserem Weg.

Wir mussten unser Budget effizient verwalten und kreative Lösungen finden, um trotz begrenzter Ressourcen eine effektive Marketingstrategie umzusetzen. Zudem war das Risiko, dass unsere Produkte nicht den erwarteten Absatz finden würden, stets präsent.

Doch mit Beharrlichkeit, Flexibilität und einem klaren Fokus auf die Bedürfnisse unserer Kunden haben wir es geschafft, unser grünes Miniunternehmen erfolgreich zu etablieren. Rückblickend können wir stolz darauf sein, wie weit wir gekommen sind, und wir sind bereit, die nächsten Schritte auf unserem Weg zu gehen, um weiter zu wachsen und zu gedeihen.

## Potential

Im Marketingbereich unseres Miniunternehmens sehen wir ein enormes Potenzial für weiteres Wachstum und Erfolg. Durch eine gezielte Strategie können wir unsere Marke stärken, unsere Produkte bekannter machen und die Kundenbindung erhöhen.

Zunächst möchten wir unsere Online-Präsenz weiter ausbauen und optimieren. Das bedeutet, unsere Website zu verbessern, um eine benutzerfreundliche Erfahrung zu bieten, sowie unsere Social-Media-Aktivitäten zu verstärken, um eine grössere Reichweite zu erzielen und mit unserer Zielgruppe in Kontakt zu treten.

Ein weiterer wichtiger Bereich ist die Zusammenarbeit mit Einzelhandelsgeschäften und anderen Vertriebspartnern, um unsere Produkte in neuen Märkten und Regionen einzuführen. Durch strategische Partnerschaften können wir unsere Reichweite erweitern und neue Kunden gewinnen.

Insgesamt erkennen wir, dass das Potenzial im Marketingbereich unseres Miniunternehmens immens ist und wir sind entschlossen, dieses voll auszuschöpfen, um unser Unternehmen weiter voranzutreiben.

# 5 Finanzen

## Bilanz 31.3.24

Aktiven		Passiven	
		<b>Eigenkapital</b>	
Kasse	300.95.-	Aktien	75.-
Bank	1367.78.-		
		<b>Fremdkapital</b>	
		Partizipationsscheine	2685.-
Verlust	1091.27.-		
<b>Total</b>	<b>2760.-</b>	<b>Total</b>	<b>2760.-</b>

## Erfolgsrechnung 1.1.24 - 31.3.24

Aufwand		Ertrag	
Materialaufwand	561.2.-	Warenertre	899
Produktionskosten	798.5.-		
Personalaufwand	15.-		
Weiterbildung	80.-		
		Verlust	555.7.-
<b>Total</b>	<b>1454.7.-</b>	<b>Total</b>	<b>1454.7.-</b>

## Rückblick

Nachdem wir einen Teil unseres Startkapitals für den Kauf von 2 3-Druckern aufgewendet hatten, um unsere Idee in die Realität umzusetzen, stiessen wir auf unerwartete Herausforderungen. Die Drucker erwiesen sich als viel zu zeitaufwendig für die Produktion unserer Green Pots, und wir mussten unsere Strategie überdenken. Die Entscheidung fiel auf die Suche nach einem geeigneten Produzenten, um unsere Vision effizienter umzusetzen. In den ersten Monaten konnten wir leider keine Green Pots herstellen, was natürlich bedeutete, dass wir auch keine Verkäufe erzielen konnten. Doch dann kam der Durchbruch: Im Januar veranstalteten wir unseren ersten Verkaufsanlass und konnten erstaunliche 10 Green Pots im Voraus verkaufen, was unsere Erwartungen bei Weitem übertraf.

Auf der nationalen Handelsmesse konnten wir weitere 8 Green Pots absetzen, was uns ermutigte, auch unseren Webshop zu eröffnen. Dort wurden zusätzlich 2 weitere Produkte gekauft. Diese Erfolge waren zwar ermutigend, jedoch sind wir heute immer noch nicht vollständig zufrieden mit dem Preis unserer Produkte. Wir haben die Herstellungskosten unterschätzt.

Ein Green Pot kostet uns 17,70 CHF, hinzu kommen noch die Saugnäpfe für je 12,30 CHF sowie die Kosten für Samen und Erde. Diese Preise haben einen direkten Einfluss auf unsere Margen und zeigen, dass wir unseren Herstellungsprozess noch optimieren müssen, um wirtschaftlich erfolgreich zu sein.

Aus dieser Erfahrung haben wir gelernt, dass es wichtig ist, nicht überstürzt zu handeln und sich Zeit zu nehmen, um die verschiedenen Optionen zu erforschen. Durch den Vergleich verschiedener Hersteller und Modelle kann sichergestellt werden, dass man die bestmögliche Wahl trifft und ein Produkt erhält, das den eigenen Anforderungen und Bedürfnissen entspricht. Ausserdem erkennen wir die Bedeutung einer sorgfältigen Budgetplanung, um unerwartete Kosten zu vermeiden und eine solide finanzielle Basis zu schaffen.

## Ausblick

In den kommenden Monaten liegt unser Fokus auf dem Verkauf und der Vermarktung unseres Produktes. Mit dem Frühling soll nicht nur die Natur erblühen, sondern auch unser Miniunternehmen. Es gibt ein starkes Interesse der Menschen an unserem Produkt, da es etwas Spezielles, Innovatives und Interessantes darstellt. Jedoch sind wir noch nicht ausreichend bekannt, daher ist eine verstärkte Marketingstrategie unerlässlich. Unser grösstes Risiko besteht darin, dass die Produkte nicht verkauft werden und wir sie entsorgen müssen. Um dieses Risiko zu minimieren, planen wir Verkaufsaktionen, um die Nachfrage anzukurbeln und unseren Absatz zu steigern.

# 6 Abschluss

Unsere Schlussfolgerungen aus dem Team beziehen sich auf die Bereiche :

## Kommunikation

Wir haben erkannt, dass eine klare und effektive Kommunikation entscheidend ist, um Missverständnisse zu vermeiden und die Zusammenarbeit im Team zu verbessern. Regelmässige Meetings und offene Kommunikationskanäle fördern den Informationsaustausch und ermöglichen eine reibungslose Zusammenarbeit.

## Aufgabeneinteilung

Eine klare Aufgabeneinteilung trägt wesentlich dazu bei, dass jedes Teammitglied seine Stärken optimal einsetzen kann und die Arbeitsbelastung gleichmässig verteilt ist. Durch die Festlegung klarer Verantwortlichkeiten und Deadlines können wir Effizienz steigern und die Produktivität des Teams erhöhen.

## Planung

Eine sorgfältige Planung ist unerlässlich, um unsere Ziele effektiv zu erreichen und potenzielle Herausforderungen frühzeitig zu identifizieren. Durch die Erstellung von detaillierten Zeitplänen und Projektplänen können wir den Fortschritt unserer Arbeit überwachen, Engpässe vermeiden und sicherstellen, dass wir unsere Ziele rechtzeitig erreichen.

## Persönliche Learnings

Unsere Erfahrungen im Unternehmen haben uns gezeigt, wie wichtig eine effektive Zeiteinteilung und Budgetplanung für unseren Erfolg sind:

1. Zeiteinteilung: Wir haben festgestellt, dass es entscheidend ist, unsere Zeit sorgfältig zu planen und zu verwalten, um unsere Aufgaben effizient zu erledigen. Durch die Festlegung klarer Prioritäten und die Einhaltung von Zeitplänen konnten wir unsere Arbeitsbelastung besser bewältigen und Engpässe vermeiden. Wir haben gelernt, flexibel zu sein und auf unvorhergesehene Ereignisse angemessen zu reagieren, um unsere Ziele trotz möglicher Hindernisse zu erreichen.
2. Budget: Die Budgetplanung und -verwaltung sind für uns von grosser Bedeutung, um unsere Ressourcen optimal zu nutzen und unsere finanziellen Ziele zu erreichen. Durch die Erstellung detaillierter Budgetpläne und die regelmässige Überwachung unserer Ausgaben konnten wir sicherstellen, dass wir innerhalb unserer finanziellen Möglichkeiten bleiben. Wir haben gelernt, kreative Lösungen zu finden, um Kosten zu senken und Ressourcen effizient einzusetzen, ohne die Qualität unserer Arbeit zu beeinträchtigen. Diese Erfahrungen haben dazu beigetragen, unsere unternehmerischen Fähigkeiten zu stärken und unsere Organisation auf nachhaltiges Wachstum auszurichten.