

Geschäftsbericht

Company Programm 2023/2024

BookwormTales

Alte Kantonsschule Aarau
Bahnhofstrasse 91
5000 Aarau
077 459 45 05
bookwormtales@bluewin.ch
Website: bookwormtales.com

Wirtschaftspate: M. Küng Haustechnik GmbH

Schule: Alte Kantonsschule Aarau
Betreut durch: Daniel Schneeberger

Abgabedatum: 12.04.2024





Inhaltsverzeichnis

1.	Management Summary	3
2	Lagebericht	4
2.1	Timeline	
2.2	Highlights	4
3	Leistungsangebot	5
3.1	Produkt	5
3.2	Rückblick / Reflexion / Entwicklung	5
3.3	Weiterentwicklung / Potential	6
4	Marketing	6
4.1	Rückblick/Reflexion/Entwicklung	6
4.2	Weiterentwicklung/ Potenzial	9
5	Finanzen	10
5.1	Reflexion, Entwicklung und Rückblick	10
5.2	Weiterentwicklung und Potential	11
5.3	Bilanz und Erfolgsrechnung	12
6.	Abschluss	14
6.1	Persönliche Learnings	
6.2	Take-Aways als Team	14



1. Management Summary



Firmennamen und Logo

Da wir ein Kinderbuch schreiben, haben wir uns für einen spielerischen Namen entschieden. Unseren Firmennamen setzt sich aus den englischen Begriffen «Bookworm» und «Tales» zusammen. Auf Deutsch übersetzt bedeuten dies «Leseratte und «Geschichten». Mit diesen Wörtern verbinden wir die Neugierde an neuen Dingen mit der Freude am Lesen. Genau das, was wir mit unserem Produkt erreichen möchten.

Das Logo widerspiegelt den Firmennamen, sowie unser Produkt. Deshalb ist darauf unser Hauptcharakter, der Wurm Eddie, mit einem Buch in der Hand abgebildet.

Unsere Geschäftsidee

Es gibt viele Bücher über das Recycling oder das Zähne putzen. Unser Buch jedoch enthält mehrere Themen in einem. Zudem beinhaltet unser Buch Aktivitäten zu den jeweiligen Themen, welche die Kinder und Eltern Praktisch umsetzen können, um diese noch besser zu verstehen. Momentan sind wir dabei, die Geschichten in weitere Sprachen zu übersetzen. Beispielsweise in Englisch und Französisch. Somit können Kinder mit anderen sprachlichen Hintergründen ebenfalls profitieren. Um Zugang zu diesen Übersetzungen zu erhalten, wird einem mit dem Buch ein Code geliefert.

Finanzen

Unser Buch kostet 24.95 CHF. Wenn wir es dem Kunden versenden belaufen sich die Kosten auf zusätzlich 8.50 CHF zulasten des Kunden. Wir möchten einen Umsatz von 9'356.25 CHF erzielen und 375 Bücher auf verschiedenen Absatzmärkten, wie beispielsweise über unsere Website verkaufen.

Marketing

Unsere Zielgruppe sind Eltern, Geschwister, Tanten usw., also Leute, die Zeit mit Kindern verbringen. Das Alter umfasst die ganze Bandbreite von jung bis alt. Was jedoch speziell dabei ist, ist dass unsere Zielgruppe nicht auch gleich der Nutzer ist. Denn das Kinderbuch anschauen und lesen bzw. vorgelesen bekommen, tun die Kinder. Sie nutzen es schließlich. Deshalb müssen wir mittels unseres Marketings die Eltern ansprechen, das Buch jedoch für die Kinder gestalten. Um Werbung zu machen, verteilen wir Flyer und betreiben aktiv unsere Social- Media-Kanäle, darunter unsere Website. Unser immer wiederkehrende Hauptcharakter, der Wurm, bildet ein Wiedererkennungsmerkmal. Durch Kooperationen mit Organisationen und Institutionen, wie Umweltorganisationen, möchten wir unsere Anliegen mit diesen teilen.

Vision

Mithilfe unseres fantasievollen und spannenden Kinderbuches möchten wir den Kindern verschiedene Themen näher bringen. Dabei soll es auch den Eltern helfen, den Kindern die Themen spielerisch und auf eine andere Art zu erklären. Wir möchten in den Kindern die Neugierde und den Spass, neues lernen zu wollen, wecken.

Mission

Kinder sind unsere Zukunft. Daran glauben wir. Wir wollen ihnen mit unserem Buch eine Lernmöglichkeit bieten und ihnen wichtige, schwerer verstehende Themen, sowie Alltagsthemen visuell vereinfachen.

Kontakt:

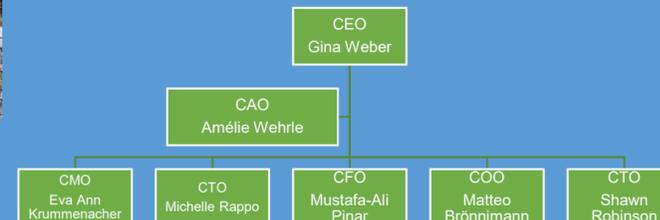
BookwormTales
 Alte Kanti Aarau
 Bahnhofstrasse 91
 5001 Aarau
 077 459 45 05
bookwormtales@bluewin.ch
Website:bookwormtales.com

Unser Team

Wir sind ein Team aus sieben Schüler/- innen der Alten Kantonsschule Aarau. Wir sind motiviert und engagiert und freuen uns, unsere Idee in einem Mini-Unternehmen umsetzen zu können.



Von links nach rechts
 Hinten: Shawn Robinson,
 Mustafa- Ali Pinar, Matteo
 Brönnimann
 Vorne: Amélie Wehrle,
 Eva Ann Krummenacher, Gina Weber,
 Michelle Rappo



2 Lagebericht

2.1 Timeline

- 18.08.2023 Programmstart**

Gehen wir zurück zum Anfang. Das Programm hat gestartet und die Aufregung war bei uns allen da.
- 24.08.2023 Organigramm, Stellenbeschrieb und Kommunikationskonzept erstellt**

Wir haben uns im Team abgesprochen, die verschiedenen Aufgaben in Stellenbeschreibungen festgehalten und unsere Funktionen im Organigramm dargestellt. Zusätzlich haben wir vereinbart, wie wir uns intern verständigen (Whatsapp) und welche externen Kommunikationskanäle wir nutzen wollen (inkl. Social Media).
- 25.08.2023 Produkt definiert**

Nach Brainstorming, einer Marktanalyse und vielen Gesprächen haben wir uns für ein Produkt entschieden: ein Kinderbuch.
- 1.09.2023 Gründungsversammlung**

Wir haben die Statuten erstellt und eingescannt. Unser Unternehmen war gegründet.
- 3.11.2023 Eröffnungsveranstaltung mit Präsentation am Stand**

Zum ersten Mal konnten wir einem Publikum unsere Produktidee vorstellen. Wir waren überrascht über die positiven Rückmeldungen. Gleichzeitig durften wir erste Bestellungen entgegennehmen.
- 01.12.2023 und 03.12.2023 Weihnachtsmärkte**

Am 1. Dezember waren wir auf dem ersten Weihnachtsmarkt in Hünenberg und 2 Tage später in Oberwil-Lieli. An diesen Märkten konnten wir einige Vorbestellungen entgegennehmen.
- 14.12.2023 Hausmesse an der Alten Kanti Aarau**

Es war der Tag, an dem wir zum ersten Mal den Prototypen in den Händen hatten. Durch die Hausmesse haben wir weitere wichtige Erfahrungen gesammelt und die Verkäuferrolle kam zum Tragen. An dieser Messe haben wir viele Bücher verkauft, was uns stolz gemacht hat.
- 12.01.2023 Businessplan erstellt, überarbeitet und eingereicht**

Mitte Dezember haben wir den Businessplan in überarbeiteter Fassung eingereicht. Es war eine grosse Herausforderung für uns, weil noch niemand eigene Erfahrung damit hatte.
- 24.02.2024 Pitch Competition Aargau**

Wir haben uns lange auf diesen wichtigen Event vorbereitet. Dies hat sich ausgezahlt und unser Pitch ist mit dem 2. Platz ausgezeichnet worden, was uns für einen Platz in den Top 75 reichte.
- 16.03.2024 Besuchstag an der Alten Kanti Aarau**

Wir hatten erneut die Möglichkeit unser Kinderbuch verkaufen zu können. Dabei konnten wir beispielsweise ein Buch an eine unserer Lehrperson verkaufen, die ein Café betreibt. Somit konnte sie es dort ausstellen, was uns eine weitere Chance zur Präsentation und Erhöhung der Aufmerksamkeit verschaffte.

2.2 Highlights

Das erste Highlight war die Hausmesse der Alten Kanti, bei der wir unseren Prototypen das erste Mal in den Händen hielten und stolz präsentiert haben. Einige Zeit später konnten wir eine Kooperation mit einer Influencerin eingehen, die für uns tolle Instagram-Werbung gemacht hat. Doch damit nicht genug, wir konnten eine Freiamter Zeitung gewinnen, die über uns einen Artikel geschrieben hat. Darauf waren wir besonders stolz. Unser absolutes Highlight war jedoch der 2. Platz in der Pitch Competition, der uns gezeigt hat was für ein Potenzial unser Unternehmen hat.



Eines der Siegerteams beim Pitch Competition



Im Freiamter



3 Leistungsangebot

3.1 Produkt

Wir stellen Kinderbücher her. Das Kinderbuch enthält die drei Geschichten: «Wir halten unsere Umwelt sauber», «Saubere Zähne sind gesunde Zähne» und «Wir sind füreinander da». Diese Geschichten haben wir geschrieben und uns dazu Skizzen gemacht. Die Zeichnungen im Buch hat, dann eine Zeichnerin für uns gezeichnet. Am Ende beinhaltet es noch Aktivitäten, die das Gelernte von den Geschichten verfestigen sollen. Unser Buch gibt es auch in verschiedene Sprachen. Nämlich Englisch und Französisch. Auf die verschiedenen Sprachen haben die Kunden mittels eines Codes Zugriff. Der Code führt auf unsere Webseite, da dort die Dokumente hinterlegt sind mit den verschiedenen Sprachen. Wir wollten etwas entwickeln, das etwas Lehrreiches mit sich bringt und das tut unser Kinderbuch. Es bringt Kindern schwierigere Themen bei, aber es hilft auch den Eltern diese Themen ihren Kindern einfach beizubringen. Das unser Kinderbuch drei Geschichten hat, ist das, was es ausmacht.

Unsere Bücher hat dann eine Druckerei in Berlin für uns gedruckt.

3.2 Rückblick / Reflexion / Entwicklung

	Herausforderungen	Lösung	Fazit
Entwicklung der Geschichten	Für die Entwicklung der Geschichten hatten wir etwas länger gebraucht, als wir eingeplant haben. Denn wir mussten zuerst Ideen sammeln und uns einigen. Es war auch wichtig, dass die Geschichten einen roten Faden haben und es Sinn ergibt.	Wir haben dann, damit wir die Geschichten schneller haben, unser Umfeld gefragt und ihnen unsere Ideen gezeigt und konnten so auch Meinungen einholen von Personen, die mit Kindern zusammenarbeiten.	Wir haben daraus gelernt, dass wir uns besser absprechen müssen und uns manchmal auch einigen auf Sachen, um Zeit einzusparen. Es wäre auch sinnvoll, frühzeitig anzufangen, aber auch Zeit einzuplanen für Verzögerungen.
Produktion	Wir hatten am Anfang etwas Probleme, bis wir die Bücher erhalten haben. Denn wir haben die Bestellung etwas zu spät aufgegeben und so kam es zu Verzögerungen. Daher hatten wir leider für die Weihnachtsmärkte noch keine Bücher.	Wir versuchten auf den Weihnachtsmärkten Leute anzusprechen und auf uns aufmerksam zu machen. Wir wollten sie von uns überzeugen und haben Flyer verteilt.	Für das nächste Mal wäre es sicher besser, dass wir uns schneller einigen und früh genug Bestellen. Denn so können wir die Verzögerungen vermeiden und hätten so





	Wir konnten aber trotzdem einige Verkäufe erzielen.		bei den Weihnachtsmärkten Bücher verkaufen können.
Verkauf	Da wir für die Weihnachtsmärkte noch keine Bücher hatten, konnten wir nicht so viele Bücher verkaufen, wie wir wollten.	Wir lösten das Problem, indem wir überall Flyer verteilten und aktiv auf unserem Instagram Kanal waren. Wir versuchten so, so viele Kunden wie möglich zu erreichen und trotzdem einige Vorbestellungen zu machen.	Auf unserem Instagram Kanal haben wir uns stark entwickelt und laden regelmässig Bilder hoch. Wir haben auch Kooperationen gemacht, damit wir mehr Leute erreichen können und so trotzdem noch Bücher verkaufen können.

3.3 Weiterentwicklung / Potential

Wir wollen uns in den Sozialen Medien weiterentwickeln. Denn wir haben gemerkt, dass wenn wir regelmässig aktiv sind und Kooperationen machen, können wir so mehr Leute erreichen. Daher suchen wir noch nach weiteren Influencern und andere Zeitungen, in denen wir Werbung machen können. Wir sind auch gerade dran, unsere Bücher an Kindergärten, aber auch an andere Organisationen zu verkaufen und uns bekannt zu machen in unserer Umgebung.

4 Marketing

4.1 Rückblick/Reflexion/Entwicklung

Für unsere Marketing waren wir vor allem in den letzten 2 Monaten sehr aktiv. Aufgrund von Lieferproblemen hatten wir vor Weihnachten keine Bücher, was das Vermarkten auch schwierig machte. Trotzdem waren wir aktiv und haben oft auf social Media gepostet und haben an unseren drei Weihnachtsmärkten sehr viel Werbung durch Flyer gemacht.

Nun sind wir in der Lage viel Werbung zu machen. Unsere Marketingstrategie haben wir fürs erste in Soziale Medien, um die Jungen Eltern, Gotti, Götti, Tanten, Onkel, im Alter von 25-35 anzusprechen. Ältere Generationen möchten wir momentan durch Zeitungsartikel ansprechen.



Media	Wen spricht dies an?	Was haben wir bereits erreicht?	Welche Fehler haben wir dabei gemacht?	Zukünftige Ideen
Soziale Medien	-Unsere primäre Zielgruppe -Im Alter von 25-35 -Eltern	-Wir sind auf unserem eigenen Instagram-Kanal sehr aktiv. Wir posten 2-mal die Woche. -Wir haben aber auch eine Kooperation mit Influencern gemacht. Dies waren Mamis, welche Kinder im Alter von 3-7 haben. Auf ihrem Kanal geht es um Mamis und Kinder, was perfekt ist für unser Buch.	Bei den Influencer haben wir Schweizer Influencer ausgesucht, da diese uns eher unterstützen würden. Dies war auch der Fall. Jedoch haben Schweizer Mami Influencer weniger Follower als andere, weshalb wir vielleicht auf etwas grössere Influencer hätten setzen sollen. Wir haben nicht viele Käufe durch die Influencer bekommen, jedoch hat es trotzdem auf uns aufmerksam gemacht.	In Zukunft können wir uns vorstellen nochmals eine Kooperation einzugehen, jedoch würden wir eher auf Kanäle von Bibliotheken oder Spielgruppen gehen und weniger auf Influencerinnen, da diese für manche Leute eine etwas unvertrauliche Quelle darstellen.
Zeitungen	Durch die Zeitungen möchten wir die sekundäre Zielgruppe erreichen Also die älteren Zielgruppen	Am 2.3.2024 kam ein Zeitungsartikel im Freiamt über uns heraus. Wir hatten einen kleinen Teil auf der ersten Seite und dann eine Weiterführung auf einer anderen Seite. Durch diesen Zeitungsartikel kamen mehrere Bestellungen herein, was uns sehr freute.	Der Zeitungsartikel war hauptsächlich über Gina Weber und Eva Ann Krummenacher. Der Grund dafür ist, dass es eine Lokale Zeitung ist und sie Regional bezogene Artikel schrieben. Da diese zwei aus der Region Freiamt sind, war der Artikel über Sie. Wir hätten da evtl. auf eine Aargauer Zeitung setzen sollen. Trotzdem hat es Werbung gemacht.	In Zukunft möchten wir noch weitere noch in weiteren Zeitungen erscheinen. Wir haben auch schon mit einigen telefoniert und sind momentan mit ihnen im Kontakt.



Media	Wen spricht dies an?	Was haben wir bereits erreicht?	Welche Fehler haben wir dabei gemacht?	Zukünftige Ideen
Flyer	Durch die Flyer möchten wir auch die Sekundäre Zielgruppe erreichen.	Wir gehen regelmässig bei verschiedenen Lokalen vorbei und fragen, ob wir Flyer aufhängen können.	Unser erster Flyer war sehr hektisch und nicht sehr ansprechbar. Der neue Flyer ist jedoch viel heller und auch lesbarer. Dies hätten wir von Anfang an tun sollen, was evtl. zu mehr verkaufen geführt hätte.	Wir werden mit dem Aufhängen der Flyer weitermachen und evtl. auch mal auf die Strasse gehen um die Flyer den Leuten direkt verteilen.
Radio	Durch das Radio kann man sehr viel Leute ansprechen. Vor allem Leute aus unserer sekundären Zielgruppe.	Wir haben bereits mit einigen Radiosender den Kontakt aufgenommen.	Wir sind noch sehr am Anfang mit den Radiosendern, da es eine neue Idee ist.	Wir möchten, wenn möglich, auf einigen Radiosendern erwähnt werden.





4.2 Weiterentwicklung/ Potenzial

Was sind zukünftige Entwicklungen?

Momentan arbeiten wir daran die Geschichten in andere Sprachen zu übersetzen. Dabei gehen wir so vor, dass wir die Geschichten mit DeepL übersetzen und dann überarbeiten lassen. Dadurch, dass man die Geschichten dann in anderen Sprachen lesen kann, wird es perfekt sein für Familien, die zweisprachig sind aber auch für Sprachschulen. Dies macht auch unsere Zielgruppe grösser und wir haben ein neues USP (Unique Selling Point), was super ist für unser Marketing.

Momentan arbeiten wir daran unser Buch in eine Buchhandlung zu bringen, da viele aus unserer Zielgruppe auch in einer Buchhandlung ihre Kinderbücher kaufen. So können wir nämlich unser Buch näher an unsere Zielgruppe bringen.

Ein weiterer Ansatz, den wir haben ist, mit grösseren Unternehmungen zusammenzuarbeiten wie zum Beispiel Arztpraxen, Schulen, Spitäler, etc. Durch diese Zusammenarbeit könnten wir unsere Zielgruppe auch viel besser ansprechen, da alle Eltern mit ihren Kindern z.B. in die Jahreskontrolle beim Kinderarzt gehen und wir so das Buch unserer Zielgruppe näherbringen können

Herausforderungen und Risiken

Momentan ist die grösste Herausforderung die Bücher zu verkaufen. Wir machen an ganz vielen verschiedenen Orten Werbung, jedoch ist es etwas schwierig die Bücher zu verkaufen. Wir geben jedoch nicht auf und machen trotzdem weiter mit unserem Marketing.

Aufgrund unserer bisherigen Erfahrungen haben wir unsere Marketingstrategie auch angepasst.

Wir werden unsere Zielgruppe weniger über Social Media ansprechen und versuchen wie schon erwähnt mit Unternehmungen zusammenzuarbeiten.

Das grösste Risiko, das momentan besteht ist, ob wir Bücher nachbestellen möchten. Wir sind momentan in Kontakt mit einigen grossen Organisationen und die Gefahr besteht, dass wenn wir ihnen Bücher verkaufen können, dass wir dann für die Nationale Handelsmesse zu wenig oder keine Bücher mehr haben. Hierbei besteht auch die Gefahr, dass unser Lieferant in Deutschland ist und deshalb nicht sehr greifbar.

Ein Vorteil der Nachbestellung wäre, dass wir Feedback der Kunden verbessern könnten, wie eine Schrift wie Ariel zu wählen, dass diese für Leute mit Sehschwächen einfacher ist zu lesen.





Wo seht ihr das grösste Potenzial?

Unser grösstes Potenzial besteht momentan bei grösseren Firmen oder Unternehmen, wie oben schon erwähnt. Momentan versenden wir deshalb viele E-Mails, machen viele Telefonate oder gehen persönlich vorbei und wir hoffen hier bald eine grössere Kooperation mit einem grösseren Unternehmen machen zu dürfen.

Zudem werden wir weiteren Zeitungen anrufen und anfragen, ob sie über uns ein Artikel schreiben würden. Da dies bis jetzt unser grösster Erfolg war und wir damit am meisten Bücher verkaufen konnten

5 Finanzen

5.1 Reflexion, Entwicklung und Rückblick

Reflexion

Im Team:

Wir haben uns neustens entschieden die Bücher nicht nur bei den verschiedenen Veranstaltungen (Hausmesse, Nationale Handelsmesse.....) zu verkaufen, sondern auch über den Sozialen Medien (Kooperation mit Influencer) und Zeitungen. Wir haben noch die Nachrichtensendung Tele M1 kontaktiert. Sie meinten, dass wir noch eine Antwort bekommen, ob sie uns in der Sendung erwähnen würden oder nicht.

Als CFO:

Ich als CFO habe rückblickend die Warenbuchhaltung nicht sehr sauber geführt. Das war mein grösster Fehler, daraus habe ich gelernt und werde mehr darauf achten die Warenbuchhaltung sauberer zu führen. Ich hatte noch ein Problem, bevor ich die Bilanz erstellt habe. Das Problem war, dass ich aus Versehen den Warenertrag in der Bilanz hatte und somit meine Bilanz nicht gestimmt hat. Aber jetzt ist dieses Problem beseitigt und meine Bilanz und Erfolgsrechnung sind sauber und stimmen überein.



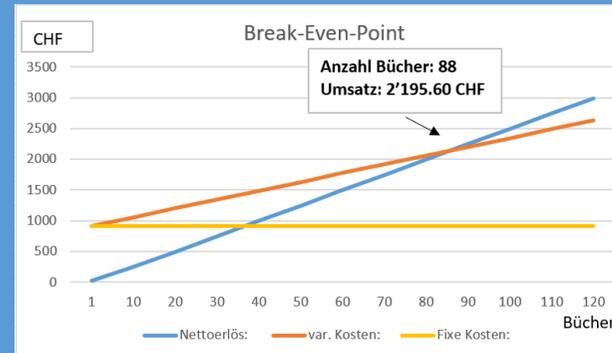
Entwicklung

Eine Entwicklung findet im Moment bei der Warenbuchhaltung statt. Wie schon erwähnt wurde sie davor nicht allzu sauber geführt. Aber jetzt sieht man Fortschritte, wie sich die Warenbuchhaltung führen lässt.

Rückblick

Um unsere Finanzen zu verwalten und eine genaue durchzuführen, nutzten wir die Software "Cashctrl". Bankguthaben auf 1252.71 CHF, während sich in unserer Lagerbestand umfasst Fertigprodukte im Wert von je 14,27 CHF). Das Eigenkapital unseres Unternehmens Partizipationsscheinen im Wert von insgesamt 2'070,35 105 CHF zusammen, die von unseren Mitgliedern ermöglichte die Produktion der ersten 100 Bücher. Die Partizipationsscheinen mit 15 CHF ergibt eigentlich 2'085

mit einem Partizipationsschein 1,30 % des Betrags ab, was bisher 14,65 CHF ausmachte. Für die Bücher zahlten wir insgesamt 1524,03 € (100 Bücher: 1424,33 € + MWST: 99,70 € = 1524,03 €). Bei einem Wechselkurs von 0,964883 entspricht dies einem Betrag von 1470,51 CHF. Unsere Fremdkapitalverbindlichkeiten umfassen 7,54 CHF gegenüber YES für die MWST (0,5 % des Ertrags), 4,95 CHF für die Sozialabgaben an YES (AHV/IV/EO 5,3 % und ALV 1,1 %) und 36.60 CHF an Mitarbeiterverbindlichkeiten. Uns ist es gelungen, 61 Bücher zu verkaufen. Wir hatten am Anfang 100 Bücher, ergo wir haben noch 39 Bücher übrig. Bis jetzt haben wir etwa 69% vom Break-Even-Point erreicht. Der Break-Event-Point liegt bei 88 Stücken, wir müssen noch 27 Bücher verkaufen, um den Break-Even-point zu erreichen. Wir haben auch an vielen Veranstaltungen mitgemacht. Den meisten Verkauf konnten wir aber dennoch ausserhalb der verschiedenen Veranstaltungen machen.



Buchführung sowie Erfolgsrechnung Aktuell beläuft sich unser Kasse 25.00 CHF befinden. Unser 556.53 CHF (basierend auf 39 Stück zu setzt sich aus 139 CHF und 7 Namensaktien im Wert von gehalten werden. Diese Finanzierung Multiplikation von 139 CHF. Allerdings zieht Twint bei Zahlung

5.2 Weiterentwicklung und Potential

Weiterentwicklung

Zukünftige Entwicklungen sind, dass wir mindestens den Break-Even-Point erreichen (sieht schon sehr gut aus). Danach wollen wir 375 Bücher verkaufen (wenn es möglich wäre), um einen Reingewinn von 3'000 CHF erzielen zu können.



Potential

Um den Reingewinn von 3'000 CHF zu erreichen, müssten wir 375 Bücher verkaufen. Dies sieht ein bisschen schwierig aus, da wir nicht mehr allzu lange Zeit haben. Wir sind auf der Suche nach Grossen Kunden, die eine grosse Bestellung machen würden. Falls wir so einen Kunden finden, würden wir es auch extra für diese Kunden nachbestellen.

Wie schon erwähnt könnten wir es für uns nutzen, indem man grosse Kunden findet, die eine grosse Bestellung machen würden. Erst dann könnten wir es für uns nutzen. Aber den Break-Even-Point von 88 Bücher werden wir voraussichtlich zu 90% erreichen. Wir sind zuversichtlich.

5.3 Bilanz und Erfolgsrechnung

Bilanz per Stichtag 11.03.2024

Aktiven		Passiven	
UV		FK	
Kasse	CHF 25.00	Verb. YES Sozialabgaben	CHF 4.95
Bank	CHF 1'252.71	Verb. L+L (MWST-YES)	CHF 7.54
		Verb. MA	CHF
Vorrat Fertigprodukte	CHF 556.53		36.60
		EK	
		Partizipationskapital	CHF 2'070.35
		Namensaktien	CHF 105.00
Verlust	CHF 390.20		
Total Aktiven	CHF 1'834.24	Total Passiven	CHF 1834.24



Erfolgsrechnung per Stichtag 11.03.2024

Erfolgsrechnung: 01.09.2023 – 11.03.2024
Eddie machts einfach, in CHF

Ertrag

Betriebsertrag

Handelsertrag	CHF 1'501.78
Total Ertrag	CHF 1'501.78

Aufwand

Aufwand Lieferungen, Leistungen

Warenaufwand	CHF 1'203.73
--------------	--------------

Personalaufwand

Lohnaufwand	CHF 38.85
Sozialleistungen	CHF 2.70
Aus- und Weiterbildung	CHF 110.00

Übriger Betriebsaufwand

Werbeaufwand	CHF 74.85
--------------	-----------

Betriebsfremder Erfolg

Betriebsfremder Ertrag	CHF -8.50
Ausserordentlicher Aufwand	CHF 564.80
Ausserordentlicher Ertrag	CHF -94.45

Total Aufwand	CHF 1'891.98
----------------------	---------------------

Verlust

CHF 390.20

Der Warenaufwand setzt sich aus den Kosten für die Bücher, ihre Verpackungen und die Honorare der Zeichnerin zusammen. Die ausserordentlichen Ausgaben umfassen die Aufwendungen für die Pullover, die Standmieten auf dem Weihnachtsmarkt und den Erwerb des Shops (inklusive einer Domain, die wir im Paket erworben haben). Jeder Teilnehmer unseres Mini-Unternehmens erhält noch ausstehende 1,00 CHF pro Monat, die noch nicht ausgezahlt wurden. Diese 1,00 CHF entsprechen dem Mindestbetrag gemäß der Vorgabe von YES. Die ausserordentlichen Einnahmen setzen sich aus den Geldern zusammen, die wir von Kunden als "Kaffigeld" erhalten haben, den noch ausstehenden Rückzahlungen und den Versandkosten, die wir eingezogen haben.



6. Abschluss

6.1 Persönliche Learnings

Gina Weber, CEO

«Als CEO habe ich gelernt, wie ich ein Team führe und meine Mitarbeiter motivieren kann. Es ist wichtig, die verschiedenen Charaktere zusammenzuführen, sodass daraus ein Team entsteht.»

Amélie Wehrle, CAO

«In meiner Position als CAO habe ich gelernt, dass vieles übers sich präsentieren läuft, Ordnung viel Zeit spart und praktisch ist. Zudem kommt man ohne offene und ehrliche Kommunikation, die wir glücklicherweise haben, nicht weit.»

Eva Ann Krummenacher, CMO

«Ich habe besonders gelernt, wie ich eine Zielgruppe genau definieren muss. Zudem habe ich viel darüber mitgenommen, wie man in einem Team arbeiten muss. Wir mussten uns zu Beginn zuerst einspielen, was die Teamarbeit zuerst ein wenig erschwerte.»

Michelle Rappo, CTO

«Ich habe gelernt, wie man eine Webseite gestaltet. Zudem habe ich gemerkt, dass es wichtig ist, mit dem Marketing zusammenzuarbeiten und die Social-Media-Kanäle auf dem Laufenden zu halten.»

Mustafa-Ali Pinar, CFO

«Ich, als CFO, habe gelernt, wie man die verschiedenen gelernten Sachen im Finanz- und Rechnungswesen unterrichtet gebrauchen kann. Es war auch sehr wichtig die verschiedenen Sachen neu zu lernen, wie ich beispielsweise das Buchhaltungsprogramm bedienen oder wie es funktioniert.»

Matteo Brönnimann

«Ich habe vieles über die Organisation, Arbeitsaufteilung und Zusammenarbeit mitgenommen. Ausserdem habe ich gelernt, wie ich mit Meinungsverschiedenheiten und Problemen umgehen muss, damit ein gutes Arbeitsklima und eine tolle Kommunikation herrschen können.»

6.2 Take-Aways als Team

Für jeden von uns war das Projekt «Mini-Unternehmen» komplett neu ohne jegliche Erfahrung. So haben wir das Abenteuer zusammen in Angriff genommen.

Dabei ist uns schnell eines klar geworden. Nur wenn wir als Team funktionieren und zusammenarbeiten, sind wir erfolgreich. Denn ein gutes Team bildet die Grundlage dafür. Alle müssen an einem Strang ziehen.

Dies war nicht immer leicht. Besonders am Anfang, als wir uns zuerst finden mussten. Wir haben gelernt, uns bei den Konflikten gemeinsam an einen Tisch zu setzen und darüber offen zu sprechen. Mit der Zeit haben wir unsere gegenseitigen Stärken und Schwächen erkannt, sodass wir die Aufgaben schliesslich so aufteilen konnten, dass jeder seine Stärken einbringen kann. Das führte uns zu einem vielseitigen Team, welches sich unterstützt. Rückschläge und Fehler haben wir an unseren wöchentlichen Sitzungen gemeinsam besprochen und daraus unsere Schlüsse gezogen. Zusätzlich tauschten wir dann ausführlich all unsere Ideen aus.

Erfolge haben uns zusammengeschweisst und uns gezeigt, was wir können. Eines der Siegerteams am Pitch Competition zu sein, war nur durch eine gute Teamleistung möglich.

