

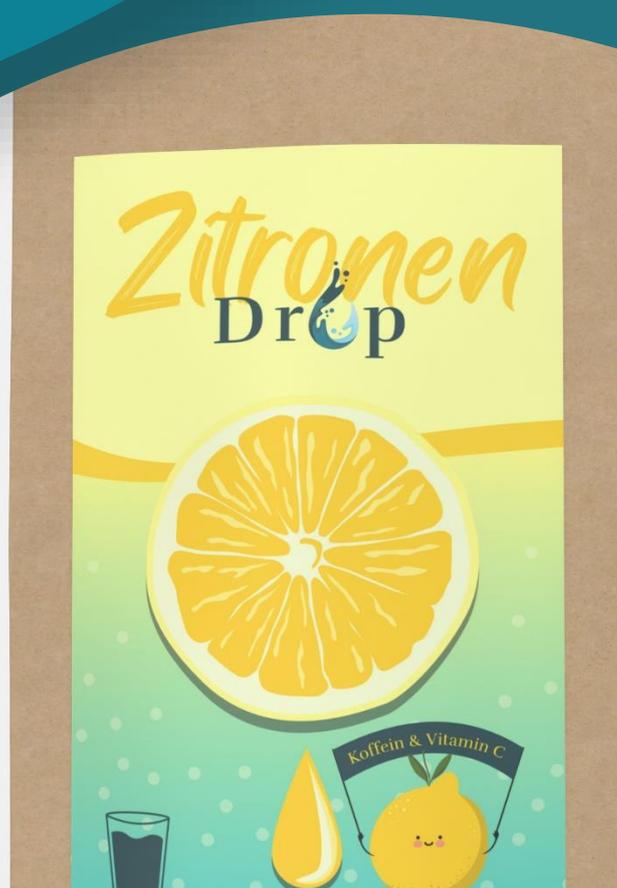
Drop-it

Geschäftsbericht

Company Programme

2023/2024

Campus Muristalden, Bern



Inhaltsverzeichnis

1. Management Summary	3
1.1 Unternehmenszweck.....	3
1.2 Angebot/Produkt.....	3
1.3 Firmennamen & Logo.....	3
1.4 Unternehmerteam & Organisation	3
1.5 Marketing.....	4
1.6 Finanzen	4
2. Lagebericht	4
2.1 Highlights des Jahres.....	5
3. Leitungsangebot	7
3.1 Rückblick/Reflexion/Entwicklung	7
3.2 Weiterentwicklung/Potenzial	7
4. Marketing	9
5. Finanzen.....	11
5.1 Abschluss	11
5.2 Mögliche Weiterentwicklungen.....	12
6. Abschluss	13
5.2 Persönliche Learnings.....	13
5.3 Take-Aways als Team.....	14

1. Management Summary

1.1 Unternehmenszweck

Drop-it wurde gegründet, um unseren Kunden eine einfache und genussvolle Möglichkeit zu bieten, täglich ausreichend Flüssigkeit zu konsumieren. Wir haben es uns zum Ziel gemacht hochwertige Brausetabletten mit einzigartigen Geschmacksrichtungen und speziellen Zusätzen wie beispielsweise Koffein oder Vitamin C anzubieten, die nicht nur erfrischen, sondern auch einen gesundheitlichen Mehrwert bieten. Dabei legen wir besonderen Wert auf umweltfreundliche Verpackungen, die es unseren Kunden ermöglichen, Plastik zu sparen.

1.2 Angebot/Produkt

Unsere Brausetabletten bieten eine vielfältige Palette von Vorteilen, die darauf abzielen, einen ganzheitlichen Ansatz für die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Kunden zu unterstützen. Neben ihren gesundheitlichen Vorteilen sind unsere Brausetabletten auch äußerst praktisch und handlich, ideal für Menschen unterwegs, die einen gesunden Lebensstil ohne Kompromisse bei der Leistungsfähigkeit pflegen möchten.

Wir produzieren unsere Brausetabletten in Zusammenarbeit mit einem erfahrenen Produzenten in Thun, der über umfassende Erfahrung und Fachwissen verfügt und strengste Qualitätsstandards einhält. Dabei setzen wir auf höchste Qualitätsstandards bei der Auswahl unserer Rohstoffe und bei der Produktion, während wir gleichzeitig auf Umweltfreundlichkeit und Nachhaltigkeit achten. Wir legen großen Wert auf ein angenehmes Geschmackserlebnis und bieten unsere Brausetabletten in verschiedenen Geschmacksrichtungen an (Zitrone und Mango), um den individuellen Vorlieben unserer Kunden gerecht zu werden. Wir werden unsere Produktauswahl stetig vergrößern um somit noch mehreren Kunden die Möglichkeit zu bieten ein passendes Produkt bei uns zu finden.

1.3 Firmennamen & Logo

Wir haben den Namen "Drop-it" gewählt, um die einfache Anwendung und den Genuss unseres Produkts zu betonen. Das "Drop-it" steht symbolisch für das Hinzufügen unserer Brausetabletten in herkömmliches Leitungswasser. Unser Logo, ein Wassertropfen in verschiedenen Aquatischen Farben, spiegelt die Frische und Vielfalt unserer Geschmacksrichtungen wider und vermittelt gleichzeitig ein Gefühl von Erfrischung und Lebendigkeit. Die Farben, welche wir in unserem Logo verwendet haben, spiegeln sich in unserer Kleidung und allgemein im Rahmen unseres Unternehmens wider.

1.4 Unternehmerteam & Organisation



Das Gründungsteam von Drop-it besteht aus fünf engagierten Schülerinnen und Schülern des Campus Muristalden in Bern. Jedes einzelne Mitglied bringt einzigartige Fähigkeiten und Perspektiven ein, um unser Unternehmen voranzutreiben und zu gestalten. Uns ist es sehr wichtig, dass wir jede einzelne Person unterstützen und fördern in Ihrem Bereich. Durch kontinuierlichen Austausch gelingt es uns, gemeinsam Probleme zu lösen aber auch Erfolge zu feiern.



1.5 Marketing

Unsere Zielgruppe umfasst gesundheitsbewusste Verbraucher*innen, insbesondere junge Erwachsene und Berufstätige, die nach praktischen und geschmackvollen Alternativen zu herkömmlichen Getränken suchen. Unsere Konkurrenz besteht aus zwei sehr ähnlichen Unternehmen, welche ebenso Brausetabletten herstellen. Durch unsere Zusätze und unserem intensiven Geschmack können wir uns allerdings von der Konkurrenz abheben. Um unsere Zielgruppe zu erreichen, setzen wir auf gezieltes Online-Marketing über soziale Medien und, um unsere Produkte bekannt zu machen und ihr Interesse zu wecken.

1.6 Finanzen

Wir haben bis dato 18 Bestellungen auf unserem Online-Shop bekommen, diese haben einen Bruttoumsatz von 414.40 CHF ergeben.

2. Lagebericht

Das vergangene Geschäftsjahr von Drop-it war geprägt von bedeutenden Meilensteinen und herausfordernden Momenten, die unser Team mit Bravour gemeistert hat. Unser Engagement und unsere Leidenschaft für die Entwicklung und Produktion hochwertiger Brausetabletten haben uns dabei geholfen, sowohl als Team zu wachsen als auch unsere Marke im Markt zu etablieren.

Ideensammlung und Teamformierung: In der Schule begann die Ideensammlung. Unser Team formierte sich um das Konzept der Brausetabletten, das trotz anfänglicher Zweifel aufgrund seines hohen Potentials ausgewählt wurde.

Entwicklung und erste Tests: Nach den ersten ernüchternden Produkttests und der Anpassung des Aromagehalts konnten wir schliesslich einen guten Geschmack für unsere Brausetabletten erzielen.

Produktionsvorbereitung und Herausforderungen: Die Vorbereitung auf die Produktion war mit Herausforderungen geprägt, darunter der Fehlkauf einer zu kleinen Matrice, die jedoch kreativ durch Björns Eingreifen gelöst wurde.

Die Nacht des grössten Erfolges: Kurz vor Weihnachten, nachdem wir endlich alle Komponenten erhalten hatten, begann unsere erste grosse Produktion.

Trotz anfänglicher Schwierigkeiten bei der Einstellung der Maschine konnten wir bis um 1 Uhr morgens 25 Packungen produzieren und verpacken. Diese Nacht markiert unseren grössten Erfolg, nicht nur wegen der produzierten Menge, sondern auch wegen des Zusammenhalts und der Entschlossenheit des Teams.

Markteinführung und Online-Präsenz: Im Januar konnten wir schliesslich unsere Produkte auf den Markt bringen. Unterstützt durch eine Marketingagentur, die uns eine attraktive Webseite erstellte, begannen wir, eine aktive Community auf Instagram aufzubauen.

2.1 Highlights des Jahres

Der grösste Erfolg für uns war zweifellos die Nacht, in der wir unsere erste Charge Brausetabletten produzierten. Dieser Meilenstein war nicht nur ein Beweis für unsere Fähigkeit, unter Druck zu arbeiten und kreative Lösungen für unerwartete Probleme zu finden, sondern auch ein entscheidender Moment, der einige aus dem Team näher zusammenbrachte. Die Euphorie, nach stundenlanger Arbeit und gegen alle Widrigkeiten das Ziel zu erreichen, war unbeschreiblich. Dieser Erfolg stärkte unser Vertrauen in das Projekt und in unsere Fähigkeit, auch zukünftige Herausforderungen zu meistern.



Das vergangene Jahr war für Drop-it ein Jahr voller Lernmomente, Erfolge und Bestätigung unserer Vision. Wir haben gelernt, dass Flexibilität, Teamarbeit und der Glaube an unser Produkt essentiell sind, um auf dem Markt erfolgreich zu sein. Wir blicken optimistisch in die Zukunft und sind bereit, Drop-it zu neuen Höhen zu führen. In einem solchen Unternehmen, welches man aufbaut, ohne jegliche Vorkenntnisse, erlernt man sehr viel muss aber auch seine Visionen immer wieder anpassen.



3. Leitungsangebot

3.1 Rückblick/Reflexion/Entwicklung

Im Rückblick auf das vergangene Geschäftsjahr hat unser Team von Drop-it bedeutende Fortschritte gemacht und wertvolle Lektionen gelernt. Der Start unseres Unternehmens war geprägt von Eifer und dem Wunsch, innovative und gesundheitsfördernde Brausetabletten zu entwickeln. Wir stellten jedoch schnell fest, dass die anfängliche Handarbeit, obwohl sie wertvolle Einblicke in den Produktionsprozess bot, für die Skalierung unseres Geschäftsmodells nicht nachhaltig war. Die Entscheidung, schneller in eine geeignete Maschinerie zu investieren, hätte uns ermöglicht, bereits im Januar in Vollproduktion zu gehen, anstatt kostbare Zeit mit dem manuellen Prozess zu verbringen.

Eine der grössten Herausforderungen war die Optimierung unserer Produktion. Die Einführung der Maschinenproduktion war ein entscheidender Schritt, um unsere Effizienz zu steigern und die Qualität unserer Produkte zu sichern. Dieser Übergang war jedoch mit Schwierigkeiten verbunden, insbesondere bei der Anpassung der Maschine an unsere spezifischen Anforderungen. Aus diesen Erfahrungen haben wir gelernt, wie wichtig es ist, agil zu sein und schnell auf Herausforderungen zu reagieren, um unsere Produktionskapazitäten zu erweitern und unseren Kundstamm zu bedienen.



3.2 Weiterentwicklung/Potenzial

Für die Zukunft sehen wir in Drop-it grosses Potenzial bei der Erweiterung unseres Produktangebots und der Stärkung unserer Online-Präsenz. Die Einführung neuer Geschmacksrichtungen, insbesondere unser neuer Mango-Geschmack, steht im Fokus unserer Produktentwicklungsstrategie. Darüber hinaus erkennen wir die Nachfrage nach gesundheitsfördernden Zusätzen in unseren Produkten, wie Vitaminen, Mineralien und Elektrolyten, die unser Sortiment bereichern und unsere Position im Markt stärken werden. Die Stärkung unserer Sozial-Media-Präsenz ist eine weitere Möglichkeit Drop-it voranzutreiben. Durch gezielte Kampagnen und die Nutzung von Influencer-Marketing planen wir, unser Engagement zu erhöhen und direktere Kommunikationskanäle zu unseren Kunden aufzubauen.



Drops mit Zitronengeschmack
Artikelnummer: 1

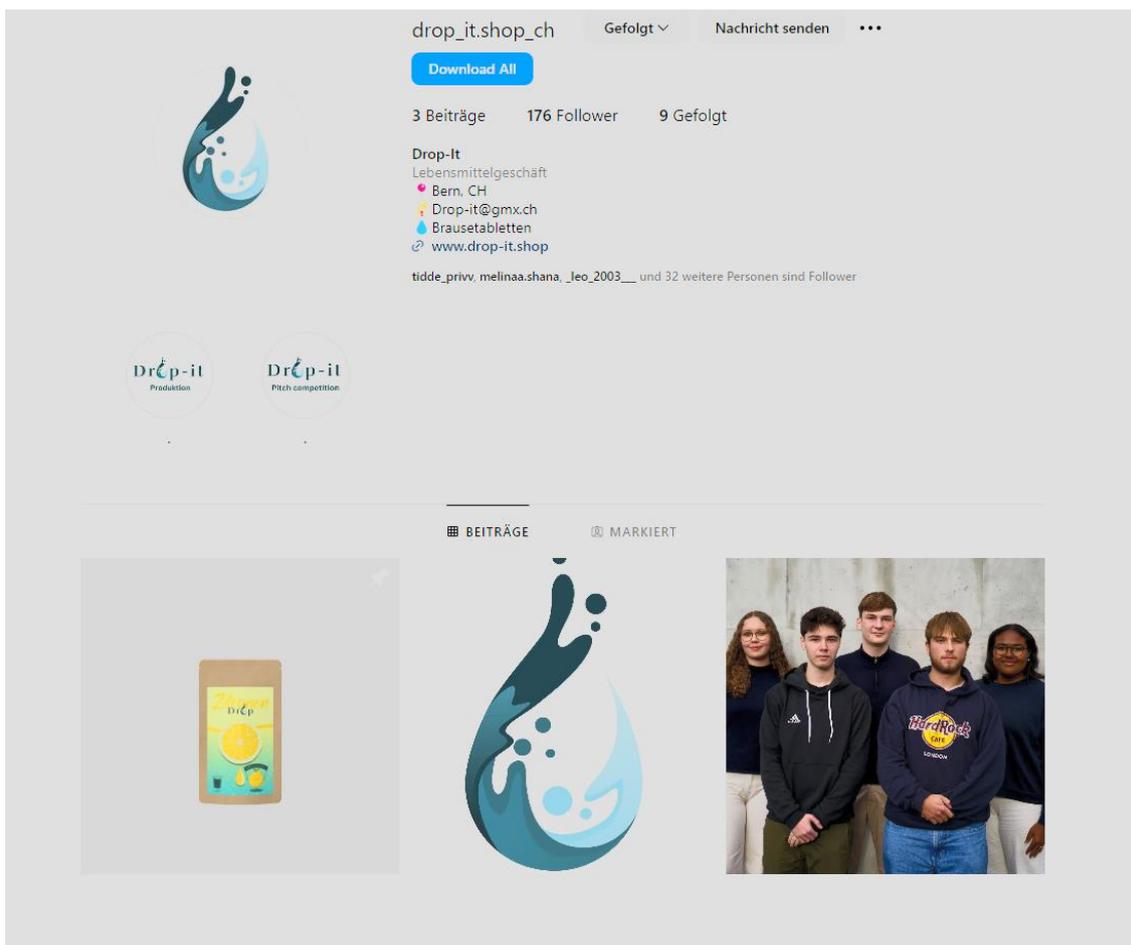
CHF 12.95

Anzahl:

[In den Warenkorb](#)

RÜCKGABERICHTLINIE

Du bist nicht zufrieden? Unsere Produkte werden bis 14 Tage nach Erhalt zurückgenommen. Geöffnete Artikel werden nicht zurückgenommen.



drop_it.shop_ch Gefolgt Nachricht senden ...

[Download All](#)

3 Beiträge 176 Follower 9 Gefolgt

Drop-It
Lebensmittelgeschäft
• Bern, CH
• Drop-it@gmx.ch
• Brausetabletten
• www.drop-it.shop

tidde_privv, melinaa.shana, _leo_2003_ und 32 weitere Personen sind Follower

Drop-it Production Drop-it Pitch competition

BEITRÄGE MARKIERT



Die zukünftigen Entwicklungen bei Drop-it sind nicht ohne Herausforderungen und Risiken. Der Markt für gesundheits- und umweltbewusste Produkte ist zunehmend wettbewerbsintensiver, und die Erwartungen der Verbraucher an Nachhaltigkeit und

Qualität steigen kontinuierlich. Unser Team ist jedoch fest entschlossen, diese Herausforderungen anzunehmen, indem wir kontinuierlich in Analyse und Entwicklung investieren und unsere Produktionsprozesse weiter optimieren.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass das vergangene Jahr für Drop-it ein Jahr des Lernens und des Wachstums war. Mit den gewonnenen Erkenntnissen und einer klaren Vision für die Zukunft sind wir bereit, unsere Marke weiter auszubauen, innovative Produkte zu entwickeln und einen positiven Einfluss auf die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Kunden zu nehmen.

4. Marketing

Rückblickend auf die vergangene Zeit, haben wir eine Reihe von Meilensteinen erreicht. Wir haben erfolgreich Brausetabletten verkauft und eine aktive Community von 172 Followern auf Instagram aufgebaut.

Bei der Reflexion über unsere Erfahrungen gibt es jedoch auch Bereiche, in denen wir uns verbessern können. Insbesondere im Bereich der Organisation bei der Produktion erkennen wir, dass wir effizienter sein könnten. Einige Kunden haben leider beschädigte Brausetabletten aufgrund von Transportproblemen erhalten. Rückblickend würden wir daher unsere Produktions- und Versandprozesse optimieren, um sicherzustellen, dass unsere Produkte in bestem Zustand bei unseren Kunden ankommen.

Wir haben aus diesen Fehlern gelernt und verstehen nun die Bedeutung einer aktiven Präsenz auf Instagram sowie effektiver Versandmethoden. Für die Zukunft planen wir, unsere Aktivitäten auf Instagram zu intensivieren und sicherzustellen, dass unsere Produkte sicher und geschützt verpackt sind, um Schäden während des Transports zu vermeiden. Der Einsatz von Versandtaschen wird eine der Maßnahmen sein, die wir ergreifen, um die Integrität unserer Produkte zu gewährleisten.

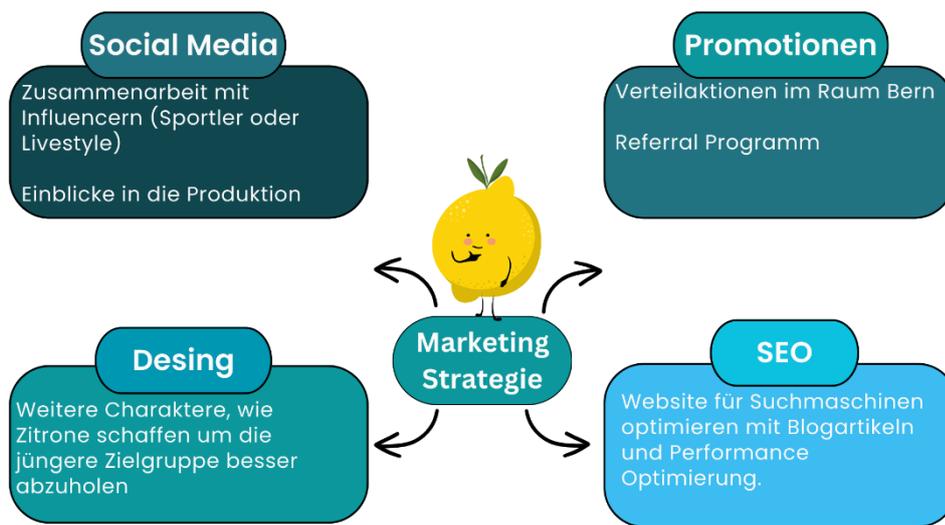
Darüber hinaus haben wir eine Entwicklung im Teamzusammenhalt und der Motivation zur Schaffung von leckeren Brausetabletten festgestellt. Diese positive Entwicklung möchten wir weiter fördern und nutzen, um unsere Ziele noch effektiver zu erreichen.

Insgesamt sind wir stolz auf das, was wir erreicht haben, und nehmen die Erfahrungen der vergangenen Zeit als wertvolle Lektionen mit, um unsere Organisation weiter zu verbessern und unsere Ziele zu erreichen. Wir freuen uns darauf, weiterhin noch mehr Erfolge zu feiern und Drop-it weiter auszubauen.

Unsere Firma Drop-it steht noch in den Anfängen und hat dadurch noch einiges an Potenzial in der Weiterentwicklung. Eine der wichtigsten Weiterentwicklungen, welche Drop-it machen sollte, ist der Markenaufbau und die Präsenz im Markt zu verbessern.

Durch verstärktes Marketing und Werbemaßnahmen können wir die Markenbekanntheit steigern und ihre Präsenz in neuen Märkten ausbauen. Neben der Marktpräsenz ist auch ein Erweitern der Produktangebote um neue Geschmacksrichtungen oder Variationen essenziell für die Zukunft unseres Unternehmens. Dadurch können wir die Bedürfnisse und Vorlieben eines breiteren Publikums bedienen.

Insgesamt hat Drop-it ein grosses Potenzial für Wachstum und Erfolg, insbesondere in einem Markt, der sich zunehmend für gesunde und praktische Ernährungslösungen interessiert. Durch kontinuierliche Innovation, Marketingstrategien und eine starke Kundenorientierung kann die Firma ihr Wachstumspotenzial ausschöpfen und eine führende Position in der Branche werden.



adipiscing elit, sed do
eiusmod tempor
incididunt ut labore et
dolore magna aliqua
et.

5. Finanzen

5.1 Abschluss

Finanzen

Bilanz			
Aktiven	Schlussbilanz per 3.4.2024		Passiven
<i>Umlaufvermögen</i>		<i>Fremdkapital</i>	
Kasse	30.00	Kreditoren	64.70
Bank	583.30		
Debitoren	0.00		
<i>Anlagevermögen</i>		<i>Eigenkapital</i>	
Warenlager	292.20	Partizipationskapital	1'080.00
Matrize	240.00	Aktienkapital	75.00
		Verlust	-74.20
	<u>1'145.50</u>		<u>1'145.50</u>

Erfolgsrechnung

Aufwand	Erfolgsrechnung 01.10.2023-31.12.2024		Ertrag
warenaufwand		Handelsertrag	414.40
Löhne	0.00		
Verpackungsmaterial	28.60		
Sonstiger Aufwand	0.00		
Workshopgebühren	30.00		
Gebühren Pitch			
Competition	30.00		
Gebühren Projektabschluss	0.00		
Entwicklungskosten	400.00		
Verlust	-74.20		
	<u>414.40</u>		<u>414.40</u>

Wie in Bilanz und Erfolgsrechnung leider abzulesen ist, weist das Ergebnis des Geschäftsjahres einen Verlust von -74.20 CHF aufweist, was die aktuelle finanzielle Situation unseres Unternehmens widerspiegelt.

Der finanzielle Verlust weist der Posten «Partizipationskapital» aus. Die Aufnahme von Kapital in dieser Höhe ist rückblickend als Fehler zu benennen und für den weiteren Weg von essenzieller Bedeutung.

Die Anschaffung einer neuen produktionssteigernden Maschine hat zur Veränderung der Geschäftsstrategie geführt, die momentan noch keine ausreichenden Fortschritte erzielen konnte, um unsere Rentabilität zu verbessern. Dabei spielt auch der Zeitraum eine wichtige Rolle im Prozess. Durch die neue Maschine ist es einfacher geworden quantitativ Drops herzustellen, wodurch sich in Zukunft mindestens eine Stabilisierung der finanziellen Situation absehen lässt.

5.1 Mögliche Weiterentwicklungen

Drop-it ist momentan noch in den Anfängen, die Produktion und die Website sind bereits auf einem ausreichend guten Stand, einige mögliche Optimierungen, wie SEO bei der Website und bereits bedruckte Beutel bei der Produktion wären noch möglich, sind aber weniger wichtig als das Thema Versand.

Da Drop-it den Versand für den Kunden immer gratis anbieten möchte, sollte dieser für uns möglich einfach und günstig sein. Da Couverts hier nicht funktionieren, da brüchig haben wir bereits Versand und Kartons getestet, da Kartons günstiger sind und vom Kunden als Wertiger angesehen werden, sind wir im Kontakt mit einigen Produzenten, um die perfekte Packung zu entwickeln.

6. Abschluss

5.2 Persönliche Learnings



Lucien Hirt:

«Ein guter Plan für das Marketing ist unabdingbar für ein erfolgreiches Produkt.»



Jil Feuz:

«Im Jungunternehmen habe ich viel gelernt und mich in vielen Hinsichten weiterentwickelt.»



Yaralie Saredi:

«Anpassungsfähigkeit ist entscheidend. Als stv. CEO erfordert dies kontinuierliche Präsenz und die Fähigkeit, schnell auf verschiedenste Veränderungen oder Probleme zu reagieren, auch durch langes Arbeiten und Ausdauer für die Repräsentation unserer Unternehmensziele.»



Noel Thuner:

«Zuverlässig nachgeführte Buchhaltung ist zentral, damit die Finanzen gut aufgestellt und bis zum Abschluss souverän geführt werden können.»



Leandro Aeschbacher:

«Innovation und kontinuierliche Weiterentwicklung sind unverzichtbar für einen CEO. Risikobereitschaft, Lernbereitschaft und Anpassungsfähigkeit sind entscheidend für langfristigen Unternehmenserfolg.»

5.3 Take-Aways als Team

Was nehmt ihr als Team aus dem vergangenen Geschäftsjahr mit?

Als Team nehmen wir aus dem vergangenen Geschäftsjahr wichtige Erkenntnisse mit. Wir schätzen die Bedeutung von Zusammenarbeit und Kommunikation, die uns halfen, Herausforderungen zu meistern und Erfolge zu feiern. Wir haben uns auf komplett neue Situationen eingelassen und aus jeder Gelegenheit das Beste gemacht. Trotz anfänglicher Probleme im Team haben wir gelernt, wie wichtig es ist, die Bedürfnisse aller zu berücksichtigen und eine offene Kommunikation zu führen. Diese Erfahrungen haben uns als Team gestärkt und uns gezeigt, dass wir gemeinsam jede Herausforderung bewältigen können. Darüber hinaus erkennen wir die Wichtigkeit von Flexibilität und Anpassungsfähigkeit angesichts sich wandelnder Marktbedingungen. Zudem haben wir gelernt, dass kontinuierliche Innovation und Kundenorientierung entscheidend sind, um langfristigen Erfolg zu gewährleisten. Diese Erkenntnisse werden uns dabei helfen, unser Team weiter zu stärken und unsere Ziele im kommenden Geschäftsjahr zu erreichen.

