

Unternehmenszweck



Abbildung 1,2: Unser Produkt



Wir sind Sirupya und wir produzieren Aroniasirup. Die kleine schwarze Beere steckt voller wertvoller Inhaltsstoffe und entfaltet in unserem Sirup ihren leckeren Geschmack. Der süsse, nicht allzu herbe Geschmack unseres Sirups sagt besonders Kinder zu, schmeckt aber auch Erwachsenen. Ob erfrischend kühl im Sommer oder wohltuend wärmend im Winter, unser Aroniasirup ist immer das richtige Getränk. Mit unserem kreativen, bunten Marketing eröffnen wir Familien mit Kindern neue Welten ganz nach unserem Slogan: **“Sirupya, Deine neue Geschmackswelt”.**

Leistungsangebot

In unserem Miniunternehmen stellen wir Sirup aus biologisch angebauten Aroniabeeren her. Die Beeren beziehen wir von unserem Partner Aronia-Swiss, einem Bauern aus Benzenschwil, der sich auf diese Beeren spezialisiert hat. Wir legen grossen Wert auf Regionalität und möchten unseren Sirup vor allem in der Region Zofingen verkaufen. Die Beeren enthalten viele wichtige Vitamine und Mineralstoffe wie Vitamin E, C und A sowie Kalium, Magnesium, Kalzium und Eisen. Zusätzlich produzieren wir in der Weihnachtszeit eine Weihnachtsspezialität, den Bratapfelpunsch. Unsere 0.25l und 0.5l Flaschen sind im Dezember an den Weihnachtsmärkten in Aarburg, Zofingen, Safenwil und Olten sowie in unserem Online-Shop erhältlich.

Firma & Logo

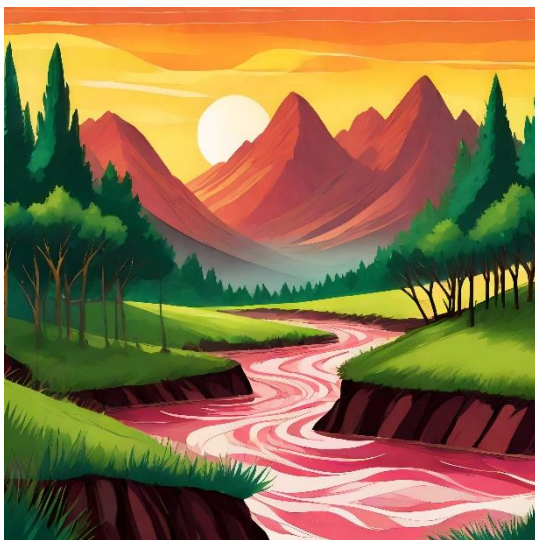


Abbildung 3: Welt von Sirupya

Der Name unseres Unternehmens ist Sirupya und er zeigt sofort, was wir herstellen: Sirup. Doch unser Name erinnert auch stark an ein Fantasieland. In diesem Land leben die sogenannten «Puris». Diese kleinen Helfer haben vor langer Zeit dieses schöne Sirup Land entdeckt und sich dort heimisch gemacht. Sie haben die dort vorkommenden Aroniasträucher angebaut und jeden Monat, wenn sie die Beeren pflücken, werden diese sofort in einen magischen Fluss gegeben. Dieser Fluss fliesst durch das ganze Land und kreiert aus den Beeren einen wunderbaren Aroniasirup, den die «Puris» dann abschöpfen, in Flaschen abfüllen und zu uns liefern. Mit solchen Geschichten wollen wir Kinder für unseren Sirup begeistern und dafür sorgen, dass sie ihre Eltern zum Kauf des Sirups überzeugen.

Unser Logo bezieht sich auf das Fantasieland Sirupya. Wir stellen uns vor, dass diese Welt in unserem Sirup steckt. Der Hintergrund unseres Logos bezieht sich auf die Farbe unseres Aroniasirups. Es wurde von unserem CMO Rahel Walti designt.



Abbildung 4: Unser Logo

Marketing

Unser Sirup wird vor allem von Familien mit Kindern getrunken. Als Sirup sind wir für Eltern ein guter Kompromiss zwischen stark zuckerhaltigen Softdrinks und dem geschmacklosen Leitungswasser. Mit unserer Marketingstrategie sprechen wir vor allem Kinder an. Das Sirup-Fantasieland Sirupya ist bewohnt von den sogenannten "Puris", welche den Sirup für uns herstellen und sich bestens mit Aroniabeeren auskennen. Unsere Werbung zielt darauf ab, die Kinder mit in diese Welt zu nehmen, mit den Puris Abenteuer zu erleben und dabei mehr über die Aroniabeere zu lernen.

Unsere Konkurrenz ist gross. Vor allem können wir mit dem günstigeren Sirup aus dem Grosshandel preislich nicht mithalten. Wir setzen auf die weniger bekannte Aroniabeere und die vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten unseres Sirups, aber auch auf Kundschaft, die bereit ist, für qualitativen und regionalen Genuss etwas mehr auszugeben.

Unternehmerteam & Organisation



Abbildung 5: Team Sirupya v.l.n.r. Rahel Walti, Sarah Oschwald, Jonas Balmer, Robin Hasenberg, Janick Marfurth

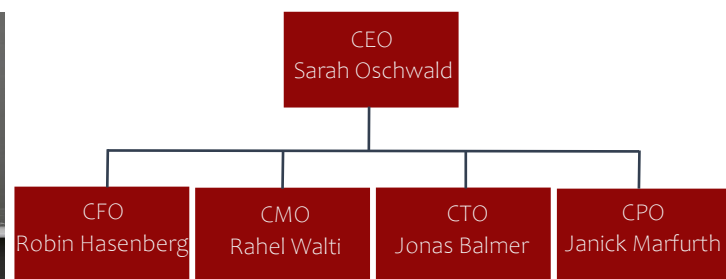


Abbildung 6: Organigramm Sirupya

Sirupya besteht aus fünf Schülerinnen und Schülern der Kantonsschule Zofingen, die zwischen 16 und 17 Jahre alt sind und im Oktober ein Miniunternehmen gegründet haben. Wir bei Sirupya sind ein eingespieltes Team, welches viel Wert auf gute Zusammenarbeit und Teamgeist legt. Obwohl wir uns am Anfang des Jahres nicht gut kannten, haben wir mit regelmässigen Treffen, Meetings und Verträgen Vertrauen im Team aufgebaut. Dadurch sind wir auf gutem Wege, unsere Ziele umzusetzen und zu erreichen, wie zum Beispiel die Aroniabeere bekannt zu machen und einen leckeren Sirup in der Region herzustellen.

Finanzen

Unseren Sirup gibt es in zwei verschiedenen Grössen. Die 250ml Flasche werden wir für CHF 7.00 und die 500ml Flasche für CHF 12.00 verkaufen. Mit diesen Preisen und den Fixkosten von ungefähr CHF 2'500.00 werden wir den Break-Even Point mit 556 verkauften 250ml Flaschen erreichen.

Wir gehen davon aus, dass wir den Break-Even Point bis am 01.01.2024 erreicht haben.

Unser Ziel ist es, bis zum Juli 2024 200L Sirup über den direkten Absatzweg (Märkte und Onlineshop) zu verkaufen und etwa 133.4L Sirup über den indirekten Absatzweg, (Hofläden). Damit erzielen wir einen Umsatz von CHF 8'677.00 und einen Gewinn von CHF 3'173.50.