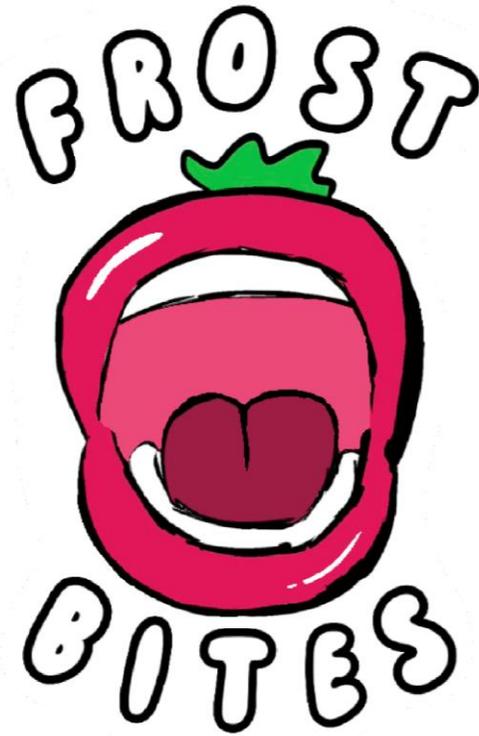


FIRMA UND LOGO

FrostBites-Früchte entstand aus der wunderbaren Vision, leckere Snacks mit gesunder Ernährung zu kombinieren. Unser Firmenname spielt einerseits mit dem englischen Wort "Frostbite" (Erfrierung), passt aber auch perfekt zu "Frost Bissen" und das beschreibt genau unsere Früchte, die im Verarbeitungsprozess Schockgefroren werden. Die von uns gewählten Farben im Logo und im Corporate sollen unsere Werte und Vision unterstreichen. Die intensiven Farben sollen an den intensiven Geschmack unserer Produkte erinnern. Das viele Grün verkörpert die Natürlichkeit und das Rot erinnert an eine Gesunde Frucht.



PRODUKT

Gesund, knackig und einfach Lecker. Unser Hauptprodukt sind gefriergetrocknete Früchte. Direkt nach der Ernte im Ursprungsland werden die Früchte schockgefroren, so bleiben die Eiskristalle klein und die Zellstruktur intakt. Unter Vakuum werden die Früchte anschliessend wieder erwärmt und das Wasser verdampft sofort. Dank dieses Prozesses bleiben die Zellstruktur, der natürliche Geschmack und die Nährstoffe bewahrt. Die Früchte können ohne Zubereitung direkt aus der Verpackung konsumiert oder als Ergänzung für Müsli, Glace oder Ähnliches verwendet werden.

MISSION STATEMENT

Unser Ziel ist es, gefriergetrocknete Früchte in ihrer reinsten Form anzubieten, um Menschen eine einfache und gesunde Snack-Option zu bieten. Wir möchten dazu beitragen, dass unsere hochwertigen Produkte überall leicht erhältlich sind und somit einen gesunden Lebensstil fördern.



UNTERNEHMERTEAM UND ORGANISATION



CEO: Loris Jaegle



CAO: Julia Mueller



CMO: Arishan Uhantharuban



CFO: Maxime Rohrbach



CPO: Noam Vonlanthen



MARKETING

Mit unserem Produkt sprechen wir speziell Menschen an, die auf eine gesunde und ausgewogene Ernährung achten und nach einem gesunden Snack für zwischendurch suchen. Die modern gestaltete und schlichte Verpackung, welche mit einem auffälligen Logo verziert wird, soll genau diese Zielgruppe ansprechen. Mit Werbung in den sozialen Medien versuchen wir auch spezifisch die jüngere Generation anzusprechen. Kurzweilige Videos sollen ein breites Publikum erreichen.

FINANZEN

Unsere Produktlinie umfasst drei verschiedene Snackvarianten, die jeweils zu einem Preis von 7.50 CHF pro Einheit angeboten werden. Zusätzlich bieten wir eine Luxusvariante für 37 CHF an. Unser Verkaufsziel beträgt insgesamt 1100 Einheiten, darunter 1000 Snacks und 100 Luxus-Exemplare. Der Break-Even-Point liegt bei 100 verkauften Einheiten, was sich aus den variablen Kosten von durchschnittlich 4.94 CHF pro Stück und den fixen Kosten von 520 CHF ergibt. Sobald der Break-Even-Point erreicht ist, beträgt der durchschnittliche Gewinn pro verkaufter Einheit 3.50 CHF. Bei einem erfolgreichen Absatz von 1100 Einheiten können wir einen Gesamtgewinn von 4.500 CHF erzielen.

 [frostbites.fruechte](https://www.instagram.com/frostbites.fruechte)

 [frostbitesfruechte](https://www.tiktok.com/frostbitesfruechte)

 info@frostbites-fruechte.ch

 www.frostbites-fruechte.ch