

MANAGEMENT SUMMARY



Unternehmenszweck

Mit unserem Erfrischungsgetränk wollen wir die **Nostalgie** unserer Kindheit aus unseren Geniesser*innen herausholen. Wer kennt es nicht, als man noch beim Grosi zum Mittagessen eine leckere Apfelschorle bekommen hat. Wir, POMA, wollen dieses unvergessliche Gefühl bei Gross und Klein wieder auffrischen. Dies erreichen wir mit verschiedenen neuen Geschmacks-sorten, einer Apfel-Ingwer Schorle, die ein neues, doch auch ein vertrautes Gefühl in Ihnen hervorruft.



Mission

Unser Ziel ist es nicht nur den lokalen Getränkemarkt zu fördern, sondern auch gute **Erinnerungen** an die Kindheit hervorzurufen. Die Menschen sollten wieder mehr darauf achten, dass sie sich gesund und vor allem natürlich hydrieren. Dies erreichen wir mit Qualität, Lokalität und Kunden-beziehungen.



Produkt

Unser Produkt soll Sie mit unserem schlichten, **elegantem Design** ansprechen. Die Farben der Flasche erinnern an das Aussehen eines Apfels. Mit unserem Produkt erhalten Sie ein vorzügliches Trinkerlebnis. Unsere Schorlen eignen sich ausgezeichnet als Geschenke und als Alternativen zu herkömmlichen Getränken. Egal, ob ein Süssgetränk oder ein Bier, POMA ist die Alternative

Firma und Logo

Hinter dem Namen POMA versteckt sich die Katalanische Sprache. Katalanisch, weil Manuel Santana (CPO) selbst Katalane ist. Einer der wichtigsten Bestandteile unserer Schorle. Einige Male mussten wir auch in den sauren Apfel beißen und anerkennen, dass Dinge nicht so funktionierten wie wir es gerne hätten. Es braucht Zeit, bis ein Apfel von seiner Blüte reift und diese Zeit haben wir auch gebraucht. Von Tag zu Tag kamen wir immer näher an unser **Logo** heran, bis das finale Design stand. Unser Corporate Design liegt auf der Hand; **rot** für die Schale, **grün** für die Blätter und **beige** für das Fruchtfleisch.



Leistungsangebot

Wir bieten Ihnen eine rein regional produzierte Schorle an, die aus frischen, natürlichen Zutaten besteht. Hierbei setzen wir auf den Apfelsaft des Bauern Rellstab aus Wädenswil. Das Einzigartige an unseren Schorlen ist, dass wir von der leeren bis zur verkaufsfertigen Flasche selbst machen. Die Hauptgeschmacksrichtung ist hierbei Apfel-Ingwer, welche durch weitere Geschmacksrichtungen, wie z.B. Zimt in der Weihnachtszeit, ergänzt werden. Neuerdings gibt es nun auch eine Geschmackssorte mit Granatapfel, welche sich perfekt für einen heissen Sommertag eignet. Unsere Schorle eignet sich ausserdem ausgezeichnet als kleines **Geburtstagsgeschenk**, oder sogar als Punsch. In naher Zukunft wollen wir weitere Geschmacksrichtungen in unser Sortiment aufnehmen, um für jeden und jede einen Geschmack in unserem Angebot zu haben.

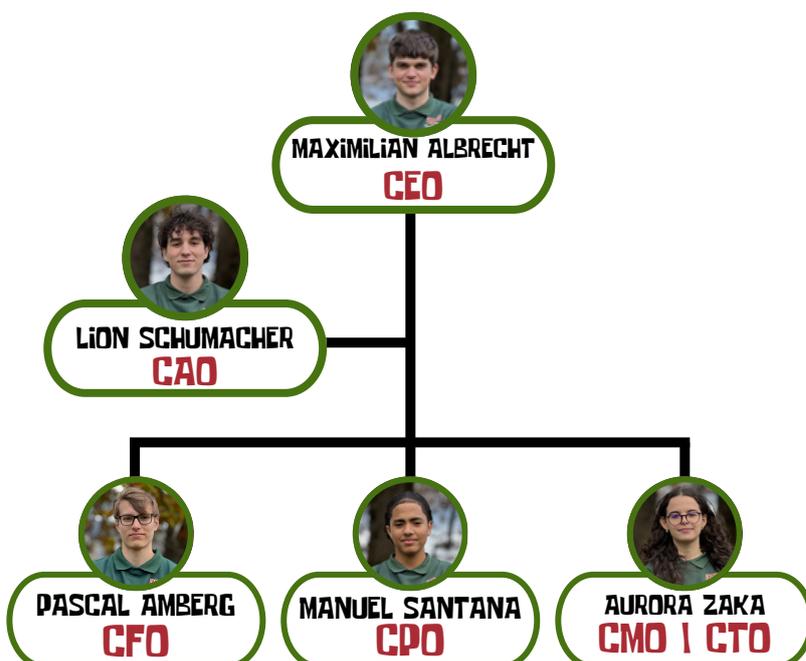


MANAGEMENT SUMMARY

Finanzen

Eine Flasche POMA kostet über jeden Kanal 5 CHF. Am 25.11.23 haben wir den Break-Even erreicht (BE-Menge 188 | BE-Umsatz 940 CHF). Unsere Variablen Kosten belaufen sich auf 2.88 CHF, der Deckungsbeitrag liegt somit bei 2.12 CHF. Durch das Miteinbeziehen von Rabatten, steigt die Break-Even-Menge auf 209 Flaschen an. Bis zum 31.03.24 haben wir bereits über 1000 Flaschen verkauft, was in einem **Umsatz von 4458.10 CHF** resultiert, dieser setzt sich aus 1909.10 CHF an Messeverkäufen und 2549 CHF an sonstigen Verkäufen zusammen. Unser Gewinn liegt bei 1013.99 CHF. An der Eröffnungsveranstaltung konnten wir **2010 CHF Partizipationskapital** sammeln. Dieses Kapital benötigen wir vor allem für die Produktion, da wir unsere Flaschen selbst produzieren. Bei der Budgetierung sind die Aufwände für Produktion & Verpackungen dementsprechend hoch (1060.19 CHF im ersten Semester). Bis Ende 2023 haben wir 58.96 CHF für Werbung ausgegeben, was im zweiten Semester noch steigen wird (ca. 100 CHF).

Organigramm



Marketing

Unsere Hauptzielgruppe besteht aus Menschen, die ein lokales und gesundes Erfrischungsgetränk schätzen. Dies schliesst insbesondere Kinder und ältere Menschen ein. Um die **jüngere Zielgruppe** (bis 12 Jahre) anzusprechen, setzen wir auf den Verkauf an Schulen und das Verteilen von Flyern. Um die **ältere Generation** anzusprechen, verkaufen wir unsere Produkte an lokalen Märkten und bieten unsere Flaschen, da wir festgestellt haben, dass der direkte Kundenkontakt für unsere Produkte essentiell ist. Denn die KundInnen sind sehr auf persönliche Gespräche aus. In den nächsten zwei Monaten haben wir das Ziel, unsere Produkte auch in lokalen Restaurants, Cafés oder auch Freibädern zu verkaufen. Hier soll die gleiche Zielgruppe wie im Claro Weltladen angesprochen werden.

Konkurrenz

Vergleicht man uns mit herkömmlichen Schorlen fallen einem zwei Dinge auf – der **Preis** und die **Verpackung**. Wir setzen auf Glas, während andere Hersteller auf PET setzen. Unseren höheren Preis rechtfertigen wir durch unsere Qualität, Lokalität und unsere Liebe zum Detail. Zudem verwenden wir nur hochwertige Zutaten und Materialien. Süssmost beziehen wir z.B. von einem lokalen Bauern, dem Rellstab in Wädenswil. Durch den einzigartigen Geschmack und die Frische, die ein frischer Apfelsaft eines lokalen Bauern mit sich bringt, wird der Geschmack unserer Schorlen auf ein neues Level gehoben.

Unternehmenteam

Wir sind 5 SuS der Kantonsschule Zimmerberg mit dem Profil Wirtschaft und Recht. Trotz dem Schulstress und den verschiedenen Hobbys, welche wir aktiv betreiben, schrecken wir nicht davor zurück einen Grossteil unserer **Freizeit** für unser Unternehmen aufzuwenden, um ein bestmögliches Produkt für unsere Kundschaft zu erstellen. Wöchentliche **Besprechungen**, sowie tägliche Absprachen über online Textkanäle wie Teams oder WhatsApp führen zu einem reibungslosen Erfüllen von Aufgaben innerhalb des Unternehmens.