



GLANZ UND GLIMMER

2024/2025



WIRTSCHAFTSGYMNASIUM BASEL-STADT

BETREUENDE LEHRPERSON: ERDEM UCAR

4. APRIL 2025

GLANZ.U.GLIMMER@GMAIL.COM
GLANZUGLIMMER.WIXSITE.COM/GLANZ-1

MANAGEMENT-SUMMARY GLANZ & GLIMMER

Zielgruppe und Konkurrenz

Ob Geburtstage oder Feierlichkeiten, unsere Kerze ist als Geschenk konzipiert. ist zudem mit den Ätherischen Düften eine natürlichere Alternative und spricht damit eine bewusste Zielgruppe an. Unsere Zielgruppe ist vor allem an junge Frauen zwischen 14-30 Jahren und innerhalb der Schweiz gerichtet, welche ihre Räumlichkeiten mit einem erleuchtenden Ambiente erfüllen möchten und zugleich sich mit einem Schmuckstück überraschen möchten. Außerdem richtet sich unsere Kerze mit unserem eher tiefen Preis an genau solch einer Zielgruppe, welche nicht ein hohes Budget hat bzw. noch in Ausbildung sind und ein hochwertigeres Produkt kaufen möchten. Auch unterscheiden sich genau deshalb unsere Duftkerzen von anderen Kerzen, denn sie vereinen die verschiedensten Elemente zu einem und stellen ein einzigartiges Produkt dar

Produkt/Dienstleistung

Glanz & Glimmer Schmuckkerzen vereinen Duft, Licht und eine Überraschung in einem Produkt. Unsere Kerzen in Rot und Orange verbreiten die Düfte Apfel-Zimt und Orange-Vanille und schaffen eine warme Atmosphäre. Das Besondere: Im Inneren jeder Kerze verbirgt sich ein Perlenarmband in einer kleinen Aluminiumdose, das beim Abbrennen der Kerze enthüllt wird.

Glanz & Glimmer-Kerzen bieten den Kund/-innen nicht nur einen angenehmen Duft, sondern auch die Freude an einem verborgenen Schmuckstück. Sie eignen sich ideal als Geschenk und als Verwöihnmoment, da sie Eleganz und Vorfreude in einem einzigartigen Produkt vereinen.



Firma und Logo:

Glanz & Glimmer ist der perfekte Name, der unser Produkt repräsentiert. Unsere Perlenarmbänder, welche sich in unserer Duftkerze verbergen, haben eine strahlende, glänzende und schimmernde Wirkung. Das Funkeln und die Gerüche der Duftkerze verleihen eine harmonische Stimmung im Raum. Genauso klingt unser Name harmonisch und ist leicht einprägsam für unsere Zielgruppe.

Die sanfte Farbkombination des Logos soll beruhigend, elegant und dezent wirken und vor allem unsere Zielgruppe ansprechen. Dies erreichen wir zusätzlich durch die stilvolle, zudem auch klassische Schriftart.

Die zwei überlappenden organischen Formen erinnern an weiche Strukturen, welche die Erinnerung der Natürlichkeit und Harmonie fördert. Dies passt sehr gut zu unserem Produkt, welches Licht und Duft vereint. Die dünnen geschwungenen Linien umrahmen unser Logo und geben dem Logo ein feines Detail. Zudem passen die Linien mit unserem Firmennamen zusammen, weil sie die Eleganz und Feinheit symbolisieren, die auch im Namen mitschwingen.

Unternehmerteam und Organisation

Unser Unternehmen setzt sich aus sechs motivierten und zielstrebigem Schülerinnen vom Wirtschaftsgymnasium Basel zusammen. In diesem Schuljahr haben wir uns zusammengetan, um ein erfolgreiches Miniunternehmen im Rahmen des YES-Company-Programmes aufzubauen. Wir teilen uns die Aufgaben im Team auf und arbeiten stets zusammen, um für Ihnen am Schluss das Ideale Produkt anbieten zu können.

UNTERNEHMENSZWECK:
MIT UNSEREM PRODUKT KAUFEN
UNSERE KUNDEN NICHT NUR EINE
DUFTERFÜLLE KERZE, SONDERN
AUCH EIN WUNDERSCHÖNES
PERLENÄRM BAND, WELCHES ZU
JEDEM ANLASS GETRAGEN WERDEN
KANN.

UNSERE DUFTKERZEN ERFÜLLEN
NICHT NUR EINEN SELBST, SONDERN
SIND AUCH ALS GESCHENK
KONZIPIERT. UNSERE MISSION IST ES
UNSERE KUNDEN MIT EINEM
WÖHLRIECHENDEN RAUM UND
EINEM STRAHLENDEN
SCHMUCKSTÜCK ZU ERFÜLLEN.

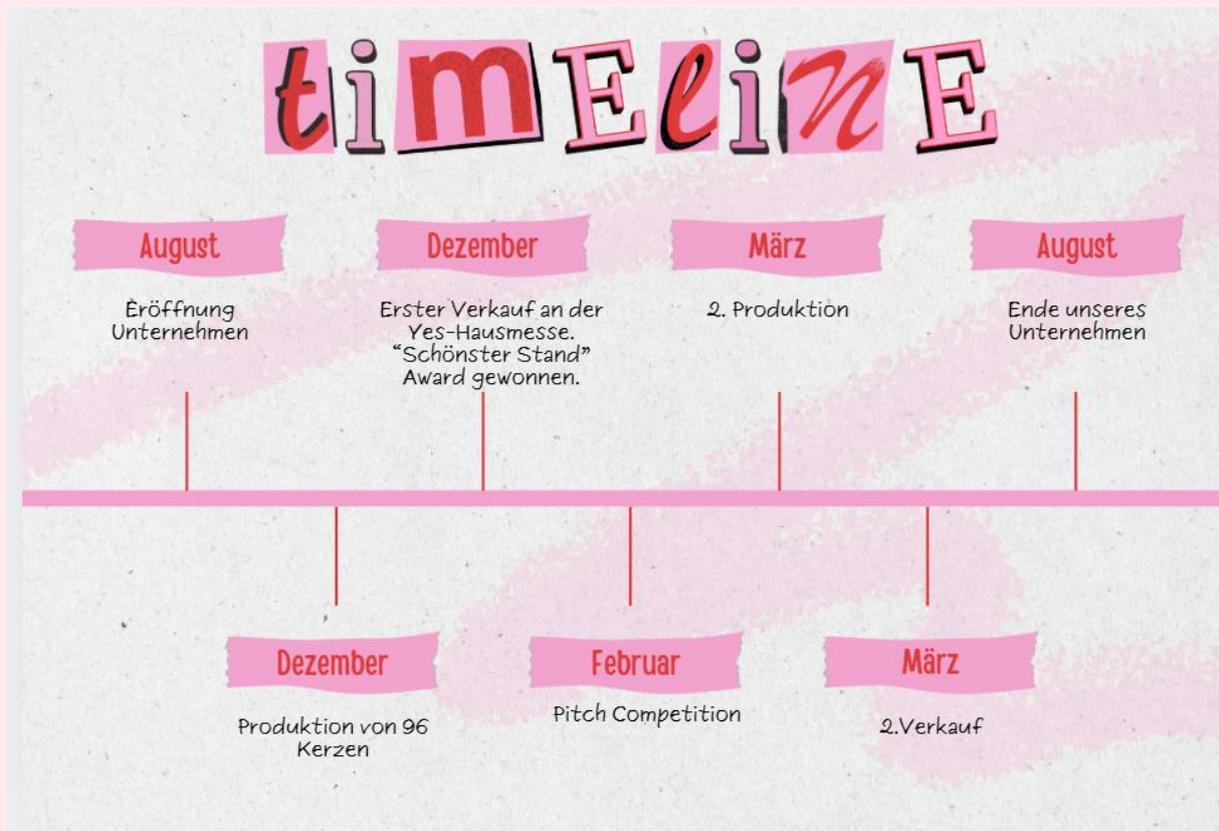


Finanzen

Für das Jahr plant Glanz & Glimmer einen Umsatz von 1.995 CHF durch den Verkauf von 100 Schmuckkerzen für je 19.95 CHF pro Stück. Mit unserem einzigartigen Produktkonzept erwarten wir eine solide Nachfrage und streben einen Gewinn von 600 CHF an. Unser Kapital beträgt 1200 CHF. Dieses Kapital wurde so festgelegt, aufgrund unserer Produktionskosten die genau 1198.66 CHF betragen. Durch gezielte Marketingmassnahmen und eine wachsende Bekanntheit unserer Marke möchten wir unsere Verkaufszahlen steigern und so die Basis für ein kontinuierliches Umsatzwachstum legen. Wir planen nicht nur an unserer Schulhausmesse zu verkaufen sondern auch privat. Auch bieten sich unsere Glanz & Glimmer Kerzen als perfektes Geschenk an. Unser Break-Even Point liegt bei 13 verkauften Stücken, welche unseres Erachtens nach schnell verkauft werden, weshalb es uns sicher macht das wir unseren Gewinn erreichen werden.

Kontaktadresse: Glanz.u.glimmer@gmail.com Telefonnummer: 07884 Webseite: <https://glanzuglimmer.wixsite.com/glanz-1>

Lagebericht

**Highlights unseres Mini-Unternehmens**

Ein Highlight war unsere Teilnahme an der **Yes-Hausmesse**, wo wir unsere Schmuckkerzen einem breiten Publikum präsentieren konnten. Die positiven Rückmeldungen und das große Interesse an unseren Produkten haben uns bestärkt, unseren Weg weiterzugehen.

Als kleines, aber leidenschaftliches Unternehmen, das handgefertigte Schmuckkerzen verkauft, konnten wir bereits einige grossartige Erfolge feiern. Besonders stolz sind wir auf die Auszeichnung „**Schönster Stand**“ bei der Yes-Hausmesse, dies ist ein Beweis dafür, dass unsere Präsentation und unser Konzept nicht nur unsere Kunden, sondern auch die Jury überzeugt haben.

Ein Moment, der uns besonders berührt hat, war, als ein Kunde uns spontan **100 Franken Trinkgeld** gegeben hat; ein Zeichen dafür, dass unsere Arbeit und unser Herzblut geschätzt werden. Diese kleinen und grossen Erfolge motivieren uns, unser Mini-Unternehmen weiter auszubauen und noch mehr Menschen mit unseren einzigartigen Schmuckkerzen zu begeistern.

Leistungsangebot

Rückblick, Reflexion & Entwicklung

Wenn wir auf unsere bisherige Reise mit *Glanz&Glimmer* zurückblicken, haben wir eine Menge wertvoller Erfahrungen gesammelt, sowohl im Bereich der Produktion als auch im Vertrieb. Anfangs standen wir vor einigen Herausforderungen, insbesondere was die Effizienz bei der Herstellung unserer Kerzen anging. Das manuelle Einfügen der Perlenarmbänder in die kleinen Aluminiumbehälter war zeitaufwendig und verlangte viel Präzision. Doch durch eine bessere Arbeitsteilung, klare Abläufe und viel Übung konnten wir diesen Prozess deutlich optimieren.

Auch das Kundenfeedback hat uns enorm geholfen. Viele Käuferinnen und Käufer waren begeistert von der Idee, eine Überraschung im Wachs zu finden, äusserten aber den Wunsch nach einer nachhaltigeren Verpackung und einer intensiveren Duftwahrnehmung. Diese Anregungen haben wir ernst genommen und arbeiten nun daran, geeignete Lösungen zu finden, etwa durch hochwertigere Duftöle oder eine bessere Verpackungsmethode.

Eine besonders spannende Erkenntnis war, dass die Nachfrage nach bestimmten Duftrichtungen saisonal schwankt. Während im Winter wärmende Düfte wie Apfel-Zimt besonders beliebt waren, zeigten Kundinnen und Kunden im Frühling eher Interesse anfrischen, blumigen oder fruchtigen Aromen.

Weiterentwicklung & Zukunftspotential

Mit Blick auf die Zukunft sehen wir grosses Potenzial für unser Mini-Unternehmen. Eine zentrale Idee ist die Erweiterung unseres Sortiments um neue Duftrichtungen, die sich an Jahreszeiten und besondere Anlässe anpassen. So könnten wir beispielsweise Lavendel oder Zitrusnoten für den Frühling, Kokos-Vanille für den Sommer anbieten.

Zusätzlich möchten wir den Überraschungseffekt unserer Kerzen weiter ausbauen. Bisher enthalten sie Perlenarmbänder in unterschiedlichen Grössen, doch warum nicht auch andere Schmuckstücke wie kleine Anhänger oder Ringe? Diese Erweiterung würde unser Produkt noch spannender machen und die Zielgruppe erweitern.

Bisher haben wir unsere Kerzen auf einem Markt sowie an einer Hausmesse verkauft und konnten dabei wertvolle Erfahrungen sammeln. Allerdings gibt es aktuell keine Möglichkeit, unsere Kerzen online zu bestellen, das wollen wir in Zukunft ändern. Ein eigener Online-Shop wäre ein wichtiger Schritt, um unser Unternehmen weiter auszubauen und eine breitere Käuferschicht zu erreichen.

Ausserdem planen wir, unsere Marketingstrategie zu verstärken, insbesondere auf Social Media. Plattformen wie Instagram oder TikTok bieten grossartige Möglichkeiten, unsere Marke bekannter zu machen und direkt mit unserer Community zu interagieren.

Marketing

Rückblick/Reflexion/Entwicklung:

Rückblickend kann gesagt werden, dass unsere Marketing-Strategie grundsätzlich auf den Absatzkanälen bzw. Sozialen Medien wie Instagram vertreten ist. Mit anderen Strategien wie Werbung mit Flyern sowie auch mit der direkten Verkaufsstrategie, einem Fotostand bei einem Kauf einer Kerze, konnten wir für uns Kunden gewinnen. Diese Art ergab sich als sehr erfolgreich.

Jedoch wir erkannt, dass wir stärker auf TikTok und anderen sozialen Medien präsent hätten sein sollen. Die Reichweite dort bietet enormes Potenzial, das wir künftig besser nutzen möchten.

Ein Fehler, den wir gemacht haben, war, dass es intern zu einigen Diskussionen kam, die Prozesse verlangsamt haben. Daraus haben wir gelernt, besser und klarer zu kommunizieren.

Trotzdem konnten wir bereits zwei Verkäufe erzielen, was ein großer Erfolg für uns war. Dabei haben wir viel Erfahrung gesammelt, die uns hilft, unsere Strategie weiterzuentwickeln und zu optimieren.

Unsere Entwicklungen hat man klar bei der 2. Produktion gesehen, denn es lief viel geschmeidiger, organisierter und ruhiger ab. Wir haben gelernt unter Stress gut und effizient zu arbeiten und eine Höchstleistung an den Tag zu legen. Zudem wie wir besser kommunizieren können und vor allem wie wird die Meinungen der anderen aufnehmen sollten.

Weiterentwicklung & Zukunftspotenzial

Man hat gemerkt, dass vor allem neue Kunden, die uns vorher gar nicht kannten, unseren Stand gerne besucht haben. Sie waren nicht nur an unseren Produkten interessiert, sondern auch an unserer Arbeit und unseren Ideen. Das zeigt uns, dass wir unseren Stand und unsere Produkte auf eine freundliche und ansprechende Weise präsentieren konnten.

In Zukunft möchten wir noch stärker auf unsere Kunden eingehen, indem wir regelmäßig Storys, Umfragen und andere interaktive Inhalte teilen. So können wir mehr Follower auf unsere Verkäufe aufmerksam machen und sie motivieren, uns zu unterstützen. Eine Möglichkeit wäre, kleinere Projekte wie ein Gewinnspiel zu starten.

Außerdem sehen wir Potenzial auf TikTok, da wir dort eine größere Reichweite innerhalb von Basel-Stadt erzielen können. TikTok-Videos verbreiten sich oft schneller, was uns helfen könnte, noch mehr Menschen zu erreichen.

Finanzen

Zu Beginn einigten wir uns auf ein Startbudget von CHF 1'200, welches wir durch die Beiträge unserer Partizipanten erhielten. Beim Einkauf unserer Materialien stellten wir erfreut fest, dass unser Budget genau passend kalkuliert war. Allerdings hatten wir dabei übersehen, dass auch jedes unserer Gruppenmitglieder zu den Partizipanten zählte. Dadurch entstand am Ende ein kleiner Überschuss von CHF 90 – was uns jedoch keineswegs störte.

Unser erster Verkauf fand an der schulinternen Hausmesse statt – mit großem Erfolg: Sämtliche unserer 94 Kerzen wurden verkauft. Besonders erfreulich war die Großzügigkeit unserer Kundschaft, die uns reichlich Trinkgeld zukommen ließ. Insgesamt erzielten wir bei diesem Anlass einen Gewinn von CHF 1'917. Die Kerzen wurden zu einem Stückpreis von CHF 19.95 verkauft. Nach dem Verkauf beglichen wir umgehend alle Unternehmensschulden, sodass wir eine ausgeglichene Verlust- und Gewinnrechnung vorweisen konnten.

Den zweiten Verkauf veranstalteten wir anlässlich des Weltfrauentages. Dieses Mal produzierten wir eine kleinere Menge von 45 Kerzen. Da wir noch Materialien vom ersten Verkauf übrig hatten, fiel der Materialaufwand deutlich geringer aus. Der Verkaufspreis lag nun bei CHF 22 pro Kerze – mit dem Gedanken, 10 % der Einnahmen an das Frauenhaus Basel zu spenden, um Frauen in Not zu unterstützen. Auch dieser Anlass war ein Erfolg, und wir erwirtschafteten einen Gewinn von CHF 1'004.65.

Unser Gesamtgewinn aus beiden Verkäufen betrug somit CHF 3'116. Nach Abzug aller Ausgaben belief sich unser aktueller Kontostand auf CHF 2'694.65. Davon wurden CHF 1'290 an unsere Partizipanten zurückgezahlt. Übrig blieben CHF 1'494.65. Davon ziehen wir nun die 10 % Spende aus dem zweiten Verkauf (CHF 100.47) ab, sodass uns CHF 1'394.18 verbleiben. Zusätzlich berücksichtigten wir etwa 5 % an Steuern, was unseren endgültigen Reingewinn auf CHF 1'115.70 reduziert.

Da wir uns dazu entschieden haben, unser Unternehmen aufzulösen, wird dieser Betrag gleichmäßig unter den sechs Gruppenmitgliedern aufgeteilt. Somit erhält jede Person einen Gewinnanteil von **CHF 185.96**.

Abschluss

Persönliche Learnings:

Während unserer Zeit im Company Programme haben wir viele wertvolle Erfahrungen gesammelt. Besonders wichtig war für uns die Fähigkeit, effektiv als Team zusammenzuarbeiten. Wir haben gelernt, Aufgaben sinnvoll zu verteilen und darauf zu vertrauen, dass jede Person ihre Verantwortlichkeiten übernimmt. Dadurch konnten wir uns aufeinander verlassen und mussten uns keine Sorgen machen, dass Dinge unerledigt bleiben.

Ausserdem haben wir einen tiefen Einblick in die Unternehmensführung erhalten, insbesondere in die Organisation und Bearbeitung wichtiger Dokumente. Wir haben Disziplin und Durchhaltevermögen entwickelt, um kontinuierlich an unseren Zielen zu arbeiten. Ein besonderes Highlight war das Erlernen der Herstellung von Schmuckkerzen; ein Prozess, der sich als aufwendiger herausstellte, als wir zunächst angenommen hatten. Wir haben unterschätzt, wie viel Zeit und Sorgfalt in die Produktion fließen, aber auch genau das hat uns wertvolle Lektionen über Planung und Geduld gelehrt.

Darüber hinaus sind wir mit Herausforderungen gewachsen. Wir haben gelernt, mit Rückschlägen umzugehen; sei es durch Absagen, nicht funktionierende Bestellungen oder unerwartete Hindernisse. Anstatt uns davon entmutigen zu lassen, haben wir Strategien entwickelt, um Probleme lösungsorientiert anzugehen.

Letztendlich hat uns dieses Jahr gezeigt, dass nicht immer alles nach Plan läuft, aber mit Zusammenhalt, Flexibilität und Engagement lassen sich auch unvorhergesehene Schwierigkeiten meistern. Wir sind als Team über uns hinausgewachsen und haben unsere gemeinsamen Ziele erfolgreich verfolgt.

Take-Aways als Team:

Trotz der Ausscheidung des Wettbewerbs sind wir als Team sehr froh und dankbar darüber, dass wir in dieser spannenden Zeitspanne viel für die Zukunft dazu lernen konnten. Als Team nehmen wir vor allem mit, dass klare Kommunikation und gegenseitiges Vertrauen der Schlüssel zum Erfolg sind. Wir haben erlebt, wie wichtig es ist, sich aufeinander verlassen zu können und Herausforderungen gemeinsam anzugehen. Ausserdem haben wir gelernt, dass Ausdauer und ein positiver Umgang mit Rückschlägen essenziell sind, nicht alles funktioniert auf Anhieb, aber mit Kreativität und Entschlossenheit findet sich immer eine Lösung. Dieses Wissen wird uns auch in zukünftigen Projekten begleiten.