**Unser Unternehmen**

****Unser Unternehmen Lominus, Lateinisch für „prickelnd“, stellt einen prickelnden, wohlschmeckenden und fermentierten Tee namens Kombucha her. Damit verbinden wir das Erlebnis eines Softdrinks mit einer gesunden Alternative, ohne die negativen Eigenschaften herkömmlicher Softdrinks. Unser Logo, das den Namen in grüner Farbe und ein Schwarzteeblatt enthält, steht für Nachhaltigkeit und die Teebasis des Produkts.

Oft hat man Lust auf ein geschmackvolles Getränk, das nicht viel Zucker beinhaltet. Kombucha, ein zunehmend beliebtes Getränk, bietet dieselbe Erfrischung, nur gesünder. Damit ist es das ideale Produkt für unser Konzept.

**Produkt**

Lominus Kombucha ist die ideale Alternative für alle, die ein köstliches Softgetränk genießen und gleichzeitig ihrem Körper etwas Gutes tun möchten. Unser wohlschmeckender Kombucha wird aus Bio-Zutaten hergestellt, was ihn besonders attraktiv für gesundheitsbewusste Kunden macht. Reich an wertvollen Vitaminen und organischen Säuren, unterstützt er die Verdauung und das allgemeine Wohlbefinden. Aktuell haben wir in unserem Sortiment die Geschmackssorten Schwarztee und Wild Berry.

*Abbildung 1: Schwarztee Original*



**Unser Team**

*Abbildung 2: Team Lominus*

*Abbildung 3: Organigramm Lominus*

Lominus wurde im Rahmen einer Maturaarbeit am Kollegium Gambach von sechs jungen, motivierten Murtnern gegründet, das Wert auf Qualität legt undden Getränkemarkt mit hochwertigen Kombucha-Produkten bereichern möchte. Gemeinsam verfolgen wir das Ziel, gesunde Alternativen anzubieten und neue Massstäbe zu setzen.

**Zielgruppe**

Unsere Hauptzielgruppe besteht aus gesundheitsbewussten Personen zwischen 25 und 55 Jahren, die bereit sind, für ein qualitativ hochwertiges Getränk wie Kombucha einen angemessenen Preis zu zahlen. Sie suchen eine Alternative zu Wasser und Softdrinks und legen Wert auf Abwechslung. Diese Zielgruppe erreichen wir über Social Media, insbesondere mit Instagram (lominus.ch) und Facebook (lominus.ch) um unsere Marke und unsere Produkte bekannter zu machen.

**Konkurrenz**

Es gibt derzeit nur wenige vergleichbare Produkte auf dem Markt. Unsere dennoch anwesende Konkurrenz umfasst vor allem Anbieter wie Urban Kombucha, die in der Romandie tätig sind und primär online verkaufen. Wir heben uns durch eine größere Geschmacksvielfalt und eine lokale Präsenz ab – neben dem Online-Verkauf sind wir auf regionalen Märkten präsent.

Es gibt derzeit nur wenige vergleichbare Produkte auf dem Markt. Unsere sKonkurrenz umfasst vor allem Anbieter wie Urban Kombucha, die in der Romandie tätig sind und primär online verkaufen. Wir heben uns durch eine größere Geschmacksvielfalt und eine lokale Präsenz ab – neben dem Online-Verkauf sind wir auf regionalen Märkten präsent.

**Finanzen**

Wenn die durchschnittlichen variablen Kosten von einem Kombucha CHF 1.30 betragen und die Fixkosten voraussichtlich CHF 500.00 betragen, müssten wir 185 Flaschen verkaufen, um den Break-Even-Point zu erreichen. Bei 185 verkauften Flaschen ergibt das einen Nettoerlös von CHF 740.50. Unser Unternehmen will bis Juni 2025, 800 Flaschen Kombucha verkaufen. Mit 800 verkauften Flaschen würde ein Umsatz von CHF 3’200.00 entstehen und uns einen Gewinn von CHF2’160.00 erwirtschaften.

**Kontakt**

****YES-Miniunternehmen, Lominus

 Mühleweg 2, 3280 Murten

 +41 78 400 10 97 (CEO, Noah Wyssbrod)

 lominus.kombucha@gmail.com

 <https://www.lominus.ch>

**** @yes\_lominus

 Lominus Murten