

Management Summary



Unternehmenszweck

Stress – ein Zustand, mit dem jeder und jede oft konfrontiert wird. Die Ursachen dafür sind vielfältig, doch eines ist sicher: Stress verlangt nach Auszeit und Entspannung. Genau diese Auszeit möchten wir bei FrescaVita zu einem einzigartigen Erlebnis machen, bei dem der Alltagsstress in den Hintergrund tritt und Raum für Erholung und neue Energie entsteht.

Inmitten dieser wohlverdienten Pause greift man nach einer Flasche FrescaVita, setzt sich entspannt hin und öffnet sie. Schon das Geräusch des Öffnens weckt eine Vorfreude. Der erste Schluck – ein wahres **Geschmackserlebnis**. Während man das Getränk genießt, fällt der Blick auf das Etikett, auf dem ein Spotify-Playlist-Code abgebildet ist. Ein Scan dieses Codes führt zu einer speziell zusammengestellten Entspannungsplaylist. Diese zielt darauf ab, die Auszeit noch weiter zu bereichern. Mit jedem Schluck und jedem Song fällt der Stress mehr und mehr von einem ab, und der Moment gehört ganz allein dem Kunden und der Kundin.

Firmenname, Logo & Slogan

Der Firmenname setzt sich aus den italienischen Wörtern «fresca» und «vita» zusammen, was auf Deutsch «**frisches Leben**» bedeutet. Damit soll vermittelt werden, dass das Getränk verschiedene Aspekte des Lebens positiv beeinflusst – nicht nur bei den Konsumentinnen und Konsumenten, sondern auch indirekt das Leben hilfsbedürftiger Menschen durch die Zusammenarbeit mit der Organisation Caritas Zürich bereichert.

Das Logo und das Corporate Design sind entsprechend dem Namen in einem erfrischenden Grün gestaltet, während der Zweig mit den orangenen Früchten dem Logo **Lebendigkeit** verleiht.

Mit dem Slogan „Lebe Jetzt. Lebe Fresca.“ lädt FrescaVita seine Kunden und Kundinnen dazu ein, den Moment bewusst zu genießen und sich gleichzeitig mit erfrischenden, gesunden Getränken zu beleben.

Die Schriftart vermittelt eine moderne und elegante Ausstrahlung, mit guter Lesbarkeit und einem ausgewogenen Mix aus **Professionalität** und **Freundlichkeit**, der einen positiven Eindruck hinterlässt



Produktportfolio

Wir bieten zwei erfrischende Getränkevarianten an: **Exotic Passion**, die nach Apfel-Kiwi schmeckt und **Fruity Peach**, welche die Aromen von Pfirsich und Orange harmonisch kombiniert. Beide Varianten sind in einer 330 ml braunen Glasflasche, sowohl mit als auch ohne Kohlensäure, erhältlich. Unsere Produkte zeichnen sich nicht nur durch ihren ausgezeichneten Geschmack aus, sondern enthalten zudem wertvolle **Spurenelemente** wie Magnesium, Vitamin C und Kaliumchlorid. Die Herstellung unserer Produkte erfolgt in einer gewerblich ausgestatteten Küche, die höchsten Qualitätsstandards entspricht.

Für jedes verkaufte Getränk spenden wir 25 Rappen an **Caritas Zürich** und bieten auf diese Weise unseren Kundinnen und Kunden nicht nur eine wohltuende Quelle von Nährstoffen, sondern auch die Möglichkeit, aktiv einen positiven, sozialen Beitrag zu leisten.





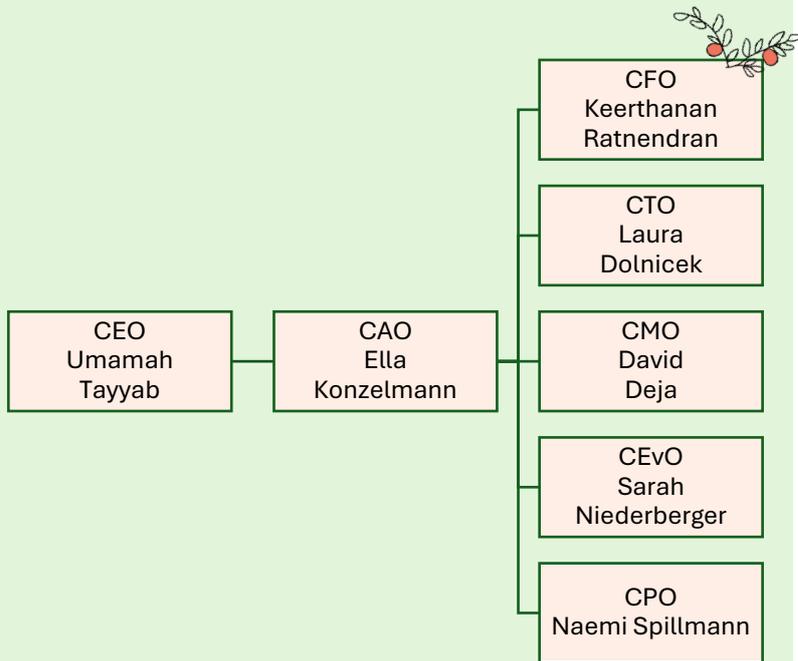
Hinten v.l.n.r.: Ella Konzelmann, Keerthanan Ratnendran, David Deja, Laura Dolnicek
 Vorne v.l.n.r.: Sarah Niederberger, Umamah Tayyab, Naemi Spillmann

Finanzen

Die Erfrischungsgetränke mit Kohlensäure sind zum Preis von **CHF 5.50** erhältlich, während die Varianten ohne Kohlensäure zu **CHF 5** angeboten werden. Unser Break-Even-Point liegt bei **247** verkauften Flaschen und bis Mitte 2025 setzen wir uns das Ziel, insgesamt **1'000 Flaschen** zu verkaufen, was einen Umsatz von etwa CHF 5'200 generieren wird. Dies entspricht einem voraussichtlichen Reingewinn von rund CHF 3'915.

Team

Unser Team setzt sich aus sieben engagierten Schülerinnen und Schülern zusammen. **Umamah** führt das Team als CEO mit grossem Engagement und ausgeprägten sozialen Kompetenzen. **Ella** unterstützt als CAO die Geschäftsleitung und sorgt für präzise Protokollführung. **Keerthanan**, als CFO, überwacht zuverlässig alle finanziellen Angelegenheiten und sorgt für die pünktliche Begleichung der Rechnungen. **Naemi**, CPO, achtet auf eine sachgemässe Produktion und pflegt enge Beziehungen zu den Partnern. **David**, als CMO, leitet die Marktforschung und passt Marktstrategien an. **Laura**, CTO, kümmert sich kreativ um den Online-Auftritt. **Sarah** organisiert und strukturiert als Chief Event Officer alle wichtigen Veranstaltungen und stellt sicher, dass keine Terminüberschneidungen auftreten. Gemeinsam bilden wir eine eingespielte Einheit, die auf Herausforderungen bedacht reagiert und stets nach den besten Lösungen sucht.



Marketing

Zielgruppe

Unsere Zielgruppe besteht vorwiegend aus jungen Erwachsenen mittleren bis höheren Einkommens mit einem anspruchsvollen und **stressigen Alltag**, die nach Entspannung suchen. Um diese Menschen zu erreichen, setzen wir auf **Social-Media** als zentrales Kommunikationsmittel. Darüber hinaus ist unser Getränk bald in unserem Online-Shop erhältlich und wir waren bereits an vier Weihnachtsmärkten.

Konkurrenz

Unsere Konkurrenz sind vor allem andere Hersteller und Herstellerinnen von Vitamingetränken, wie Vitamin Well oder FOCUSWATER. Was uns jedoch besonders macht, ist unser **Herstellungsprozess**: Jedes unserer Getränke wird von Hand hergestellt und abgefüllt. Ausserdem bieten unsere Produkte nicht nur Erfrischung, sondern auch einen Moment der **Entspannung** - zum Beispiel durch die Entspannungsplaylist, zu der man vom Etikett aus gelangt.

Kontakt

www.frescavita.ch

Instagram:
frescavita.yes

Email:
fresca-vita@outlook.com

Facebook:
FrescaVita

Kantonsschule
Zürich Nord
Winterthurerstrasse 190
8057 Zürich

Umamah Tayyab,
+41 79 950 22 63