

Management Summary Aureo Popcorn



Unternehmenszweck

Der Snackmarkt ist von Massenware geprägt: Geschmacklich einheitlich, wenig innovativ und ohne besondere Wertschöpfung. Gleichzeitig suchen genussorientierte Konsument:innen nach hochwertigen, lokal produzierten Alternativen, die besondere Momente aufwerten und soziale Verantwortung verkörpern.

Genau hier setzen wir an: Mit Aureo Popcorn haben wir einen innovativen, edlen Snack entwickelt, der neuartige Geschmackserlebnisse bietet und die Snackkultur neu definiert. Aureo Popcorn steht für luxuriösen, hochwertigen und sozial verantwortungsvollen Genuss. Die Produktion erfolgt in der Martin Stiftung in Erlenbach durch Menschen mit Beeinträchtigung – wir schaffen nicht nur ein Premiumprodukt, sondern auch gesellschaftlichen Mehrwert.

Unser Popcorn ist vielseitig einsetzbar: als hochwertiger Snack, feine Apéro-Ergänzung oder geschmackvolles Detail beim romantischen Date. Nach unserem Motto "love it, share it" entfaltet sich der wahre Genuss im Teilen – gemeinsame Momente werden so zu besonderen Erlebnissen.

Mit sorgfältig ausgewählten, möglichst regionalen Zutaten kreieren wir ein besonderes Popcorn und definieren die Snackkultur neu. Langfristig möchten wir unsere aussergewöhnlichen Geschmacksrichtungen etablieren, die Marke stärken und noch mehr genussorientierte Feinschmecker:innen erreichen.

Leistungsangebot

Aureo Popcorn vereint aussergewöhnlichen Geschmack mit sozialem Engagement. Unsere drei Sorten Trüffel, Chili-Schokolade und Rosmarin-Salz werden aus regionalen Zutaten in der Martin Stiftung Erlenbach produziert. Jeder Kauf unterstützt Menschen mit Beeinträchtigung. Vielseitig einsetzbar als stilvoller Snack, edle Apéro-Ergänzung oder hochwertiges Geschenk bieten unsere sorgfältig entwickelten Geschmackskombinationen ein einzigartiges Genusserlebnis.

Mit Aureo wählen Sie Premium-Qualität, innovative Aromen und soziale Verantwortung. Genuss, der Gutes bewirkt.

Firma und Logo

Der Markenname leitet sich vom lateinischen "aureus" ab, das „goldfarben“ bedeutet. In Kombination mit „Popcorn“ kommuniziert „Aureo“ sowohl Hochwertigkeit als auch klare Produktzuordnung.

Die Markenidentität von Aureo Popcorn ist durch die Farben Schwarz und Gold geprägt – eine Kombination, die für Eleganz, Exklusivität und Premiumqualität steht.

Unser Logo spiegelt diese Werte visuell wider: Der stilisierte Popcorneimer steht für Premiumqualität und hohen Wiedererkennungswert. Zusammen mit dem Slogan „love it, share it“ entsteht ein harmonisches Gesamtbild. Die abgerundete Formensprache verspricht Modernität und Wärme.



Individuelle Logos der drei Geschmacksrichtungen



Unsere Produkte



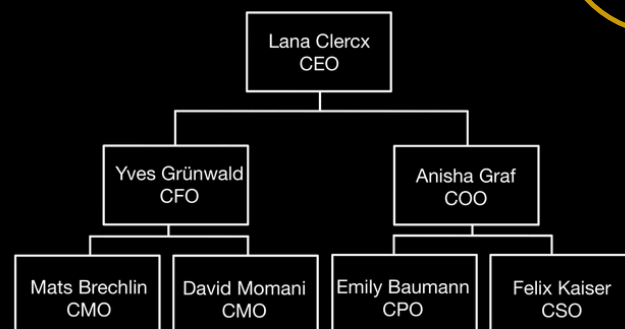
Logo Aureo Popcorn



Unternehmerteam und Organisation



Von Links nach rechts: Mats Brechlin, David Momani, Yves Grünwald, Lana Clercx, Anisha Graf, Emily Baumann und Felix Kaiser



Organigramm von Aureo Popcorn

Wir sind sieben motivierte Schüler:innen der Kantonsschule Hottingen in Zürich, die im Rahmen des Company Programme Aureo Popcorn gegründet haben. Unsere unterschiedlichen Stärken und Erfahrungen ergänzen sich ideal und ermöglichen eine kreative, lösungsorientierte Zusammenarbeit.

Unser eigenes Startup zu gründen, erfüllt uns mit Begeisterung. Wir lernen täglich dazu – über Teammanagement bis hin zu allen praktischen Aspekten einer Unternehmensgründung. Unsere Motivation: so weit wie möglich zu kommen. Jede:r gibt sein Bestes, um hoffentlich schon bald im Hauptbahnhof Zürich verkaufen zu dürfen.

Diese Kombination aus Leidenschaft, Teamgeist und Engagement bildet die Grundlage für den nachhaltigen Erfolg von Aureo Popcorn.

Marketing

Unsere Zielgruppe sind genussorientierte Personen in urbanen Regionen, die hochwertige, lokal produzierte Lebensmittel und soziale Projekte schätzen. Unser Vertrieb erfolgt über Märkte im Kanton Zürich und unseren Online-Shop. Zudem sind wir im Austausch mit kleinen Kinos in der Region Zürich. Unser Popcorn wurde auch bereits als Firmengeschenke verkauft. Unsere Hauptmitbewerber:innen sind Zweifel und Maya Popcorn. Wir heben uns jedoch durch aussergewöhnliche Geschmacksrichtungen, Premiumqualität und sozialen Mehrwert klar ab.

Finanzen

Für das Geschäftsjahr 2025/2026 rechnen wir mit einem Umsatz von fast CHF 6'000.- und einem erwarteten Gewinn von CHF 1'450.-. Dieses Ziel ist durch den geplanten Absatz von rund 900 Packungen realistisch erreichbar. Die Sorten Chili-Schokolade und Rosmarin-Salz kosten CHF 6.50, Trüffel CHF 6.90. Eine Kombipackung mit allen drei Geschmacksrichtungen bieten wir für CHF 18.50 an. Diese Preisgestaltung sichert eine attraktive Marge bei gleichzeitiger Wettbewerbsfähigkeit im Premium-Segment und schafft die Grundlage für nachhaltiges Wachstum. Wir haben bisher einen Umsatz von CHF 4025.- durch den Verkauf von 730 Packungen erzielt. Wir haben daher schon fast alles verkauft.



Stand beim Orientierungsabend unserer Schule

