

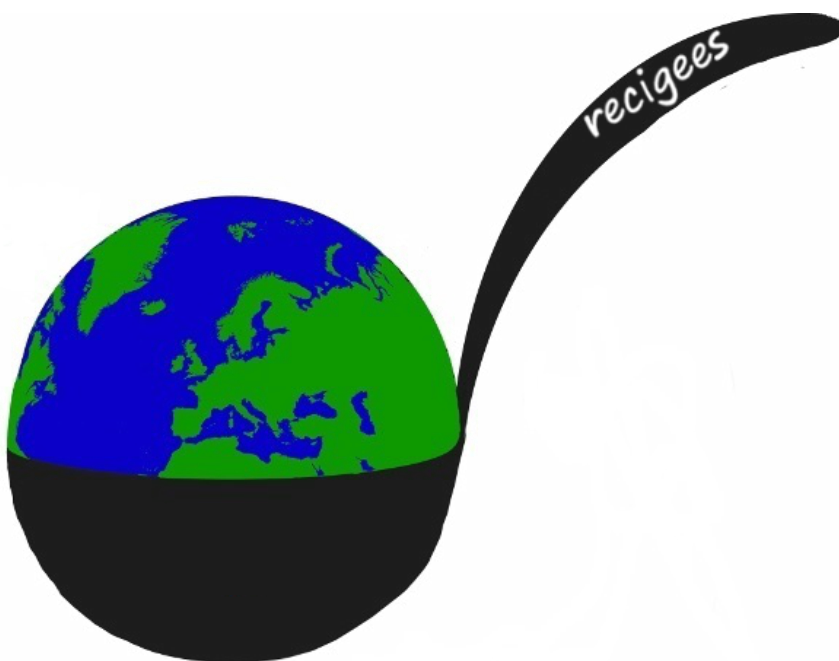
GESCHÄFTSBERICHT

RECIGEES

Eichendorffschule Kelkheim

Schulpate: Roland Struwe

15HE008



Schuljahr
2015/16

Vorwort

recigees – eine Kombination aus den englischen Begriffen „**recipes**“ und „**refugees**“. Als wir diesen Namen am Anfang des Geschäftsjahres festlegten, war uns bei weitem nicht bewusst, was im Verlauf des Geschäftsjahres noch auf unser 15-köpfiges Team zukommen würde. Zwar stand die Produktidee schon fest

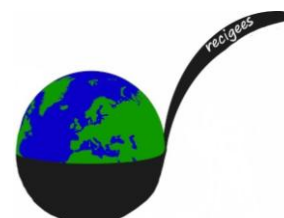


und alles deutete auf eine erfolgreiche Arbeit hin, aber den tatsächlichen Aufwand hätte wohl niemand prognostizieren können. „Hinterher ist man immer schlauer“ – Das ist es, was JUNIOR expert u.a. zu vermitteln versucht, den Schülern einen **Einblick in die Wirtschaft** zu ermöglichen und Zusammenhänge mit ihren positiven, aber auch negativen Seiten zu erfahren.

Eine Herausforderung, die wir gerne annahmen, um diese **wertvollen Erfahrungen** zu sammeln und eine andere Perspektive einzunehmen, die Abwechslung vom Schulalltag und einen Ausblick auf das, was einige von uns nach der Schule erwartet, versprach. Nach den ersten Sitzungen waren wir uns über unsere Produktidee einig- Ein Kochbuch mit **Gerichten** und **Geschichten** von **Geflüchteten** namens **Grenzenlos**. Das Thema, das wir mit unserem Produkt aufgreifen, ist sehr aktuell und berührend. Der Leitgedanke beinhaltet, den **wirtschaftlichen Aspekt** und den **sozialen Aspekt** zu vereinen. Letztendlich entschieden wir uns, auch noch den **kulinarischen Faktor** mit einzubeziehen und so entstand unser Produkt getreu unseres Slogans „**Essen verbindet**“.

Ein Unternehmensziel ist es, neben dem wirtschaftlichen Erfolg durch eine gelungene Produktion sowie dem erfolgreichen Verkauf auch die **Integration** der Geflüchteten zu fördern, denn: Essen ist zentraler Bestandteil jeder Kultur. Essen ermöglicht Verständigung über **sprachliche Hürden** hinweg. Essen verbindet. Essen integriert. Die „**Grenzen**“ sollen überwunden werden. Um die Integration nicht nur über das gemeinsame Kochen und Kommunizieren zu fördern, wollen wir am Ende des Geschäftsjahres Anteile unseres Kapitals an Flüchtlingshilfen spenden.

Mit diesem Geschäftsbericht wollen wir Ihnen das Unternehmen, die einzelnen Abteilungen und den Verlauf unseres bisherigen Geschäftsjahres vorstellen.



Inhaltsverzeichnis

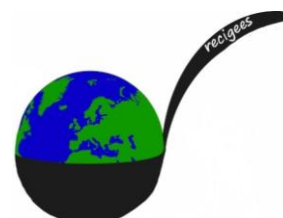
Seite 1	I Vorwort
Seite 2	I Inhaltsverzeichnis
Seite 3	I Unser Produkt
Seite 4	I Vorstand
Seite 5	I Verwaltung
Seite 6	I Technik
Seite 7	I Marketing
Seite 8	I Finanzen
Seite 9	I Finanzplanung
Seite 10	I Bilanz und GuV
Seite 11	I Rückblick
Seite 12	I Blick in die Zukunft



Das recigees-Team am Tag der Hauptversammlung



JUNIOR-Startveranstaltung im Dezember



Unser Produkt

recigees steht voll und ganz für sein Produkt, ein **Kochbuch** mit Gerichten und Geschichten von Geflüchteten, das den Namen „**Grenzenlos**“ trägt. Dabei wird der Inhalt durch Informationen zu dem Herkunftsland erweitert.

Die 30 Rezepte sind in elf **Kapitel** eingeteilt, die unter dem Namen des jeweiligen Landes stehen. Eröffnet wird jedes Kapitel durch eine Länderinfo und eine Grafik des entsprechenden Landes. Darauf folgen die Gerichte kombiniert mit der Geschichte des dazugehörigen Kochs.

Als **roter Faden** zieht sich durch unser Buch ein schlichtes Design, welches wir gemeinsam mit der Design-Agentur Dreimorgen aus Frankfurt erarbeitet haben. Jedes Land ist dabei in einem anderen Farbtönen gehalten, wohingegen der Hintergrund durchgehend weiß ist. Das Grundkonzept des

Covers findet sich ebenfalls vor jedem Kapitel wieder: Es stellt einen Mitarbeiter von recigees mit einem selbstgestalteten Plakat dar, auf dem er dem Leser „Guten Appetit“ in der



©M.Wittekind

Landessprache wünscht. Unter den Ländern finden sich auch Rezepte aus Schlesien und der DDR, die symbolisieren, dass das **Thema Flucht** kein neues Phänomen ist.

Für die **Ausführung** des Buches wählten wir einen 4/4-Farbdruk, eine hochwertige Pur-Klebebindung und eine matte Veredelung unseres Softcovers. Schon im Vorhinein hatten wir uns für ein DIN A5-Format entschieden, das wir für das Kochen als besonders praktisch erachten. Insgesamt enthält „Grenzenlos“ 152 Seiten. Die erste Auflage umfasst 500 Bücher, eine Zahl, die sich realistisch verkaufen lässt.



©Dreimorgen

Designworkshop/ Erstellen der Plakate



©Dreimorgen

Pogäça (Pogataschen)

280 ml Joghurt
128 ml Öl
(z. B. Olivenöl)
1 TL Salz
1/4 Päckchen Backpulver
250 g Mehl
1 Ei gelb

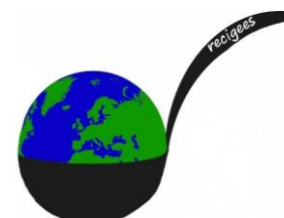
Füllung:
150 g Fetakäse
oder auch Spinat



Joghurt, Öl, Salz, Mehl und Backpulver zu einem weichen Teig vermengen. Teig in kleine Kugeln teilen (Größe einer Walnuss oder eines Tischtennisballs), Kugeln zu kleinen Fladen flachdrücken, Füllung in die Mitte geben. Nun kann man den Teig auf zwei Seiten so zusammendrücken, dass kleine »Schiffchen« entstehen und die Füllung in der Mitte offen bzw. sichtbar bleibt.

Alternativ kann man die eine Seite der Teigplatte über die andere mit der Füllung klappen, sodass ein Halbkreis entsteht und die Füllung verdeckt ist. Vor dem Backen den Teig mit Ei gelb bestreichen. Garzeit im vorgeheizten Backofen bei 200 °C ca. 20-25 Minuten.

©Dreimorgen



Vorstand

Der Vorstand nimmt neben der **Koordination, Motivation und Leitung** des Unternehmens auch eine wichtige Rolle für die Vertretung von recigees nach außen ein. Der **Kontakt** zu Flüchtlingshelfern, Designagentur und prominente Anteilseigner sowie die Vorstellungen des Unternehmens auf Events gehören zum Arbeitsalltag des Vorstandes. Dieser Herausforderung stellten sich Simone Kuhn (r.) und Lisa Henties (l.).

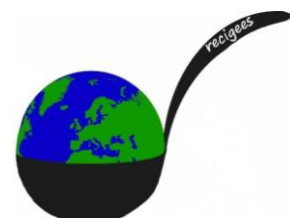


Jedoch wurde uns schnell bewusst, dass diese Aufgabe mehr als nur strategische Planung und Kommunikation innerhalb und außerhalb des Unternehmens erfordert, um schließlich ein möglichst produktives und erfolgreiches Geschäftsjahr abschließen zu können.

Bei unserer Arbeit sind wir nicht nur auf **interne Schwierigkeiten**, wie z.B. Kommunikationsprobleme oder mangelnde Motivation gestoßen, sondern mussten auch die ein oder andere extern verursachte Hürde nehmen. Uns wurde bewusst, dass es auch eine Schattenseite einer zunächst sehr positiv erscheinenden Kooperation gibt. Bei uns war es die Abhängigkeit, die uns in unserer Zeitplanung entscheidend zurückwarf und die Kooperation letztendlich scheitern ließ. Zur **Lösung** dieser Probleme war Mitarbeitermotivation, Kreativität, Teamfähigkeit, Arbeits- und Zeitplanung und Spontaneität erforderlich, was letztendlich doch zum **Erfolg** führte.

Im Laufe des Geschäftsjahres zeichneten sich eine wachsende Dynamik und Zusammenhalt im Team ab. Die Arbeit in den einzelnen Abteilungen wurde koordinierter, strukturierter und organisierter. Die wöchentlichen Sitzungen, die anfangs oft sehr lange dauerten, wurden durch bessere Arbeitsteilung in den Abteilungen, bessere Kommunikation innerhalb des Teams und eine prioritätsorientierte Tagesordnung kürzer, aber wesentlich effektiver.

Ein weiteres Problem, mit dem wir ständig konfrontiert werden, sind die **individuellen Stärken und Schwächen** der einzelnen Mitarbeiter. So besteht unsere Aufgabe auch darin, diese zu erkennen, um die Arbeitsteilung individueller und somit effektiver zu gestalten. Persönliche Stärken können auf diese Weise genutzt und gefördert werden. Schwächen sollen nach Möglichkeit mithilfe von Teamarbeit und einer Art interner Fortbildung ausgeglichen werden. So erhielten Mitarbeiter der Finanzabteilung z.B. einen Crash-Kurs zur effektiveren Nutzung von MS Excel.



Verwaltung

Die Hauptaufgaben der Verwaltungsabteilung bestehen darin, die Arbeit des Unternehmens, seine **Entwicklung und Fortschritte** schriftlich festzuhalten und zu dokumentieren. Für Lisa Henties (l.) und Teresa Palm (r.) ist es sehr wichtig, den Überblick zu behalten.

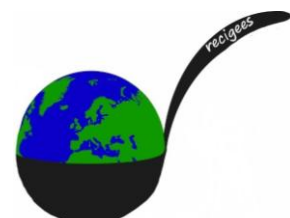


Das Verfassen der **Protokolle** der wöchentlichen Sitzungen und der Hauptversammlungen ist dabei entscheidend. Beschlüsse und Streitpunkte müssen im Nachhinein nachvollziehbar sein. Dabei versuchen wir, die Waage zwischen gebotener Ausführlichkeit und der Reduktion auf die Kernaspekte zu halten.

Eine weitere Aufgabe ist die **Lohnbuchhaltung**. So müssen die Arbeitsstunden eines jeden Mitarbeiters erfasst und in das JUNIOR-Portal eingetragen werden. Dabei ist eine enge Zusammenarbeit mit der Finanzabteilung erforderlich.

Als weiteres Beispiel für diese interdisziplinäre Zusammenarbeit sind die Vorbestellungen unseres Kochbuches „Grenzenlos“ zu nennen. Sie erforderten von Anfang an ein System, das es ermöglicht, den Überblick zu behalten. Dies stellte eine große bürokratische Herausforderung dar, da jede **Bestellung** samt Zustellungsadresse, Rechnungsadresse, Namen des Kunden, Verkäufer und Informationen über den Zahlungsstand erfasst werden müssen. Weitergehend muss unterschieden werden, wie das Geld eingeht, denn die Beträge werden teilweise überwiesen, andere werden bar bezahlt. Die Abteilung übernahm dabei die Verwaltung der Vorbestellungen inkl. der vertraulichen Daten sowie die Aufnahme der Vorbestellungen per E-Mail und die Betreuung der Käufer.

Auch die **Rechnungsstellung** und das Ausstellen der Quittungen erfolgen durch die Verwaltungsabteilung. Bei einer Zahl von 105 Vorbestellungen in nicht einmal vier Monaten ist es notwendig, den Überblick zu behalten, um einsehen zu können, welche Überweisungen eingegangen sind. Um einen funktionierenden, klaren Austausch mit der Finanzabteilung zu gewährleisten, einigten sich die Abteilungen auf Tabellen über Google Drive, die von allen Beteiligten bearbeitet werden können. Diese erleichtern die Arbeit und schaffen Übersicht, da Lücken sofort erkannt werden können. Wie sich heraushören lässt, ist eine **strukturierte Vorgehensweise** grundlegend.

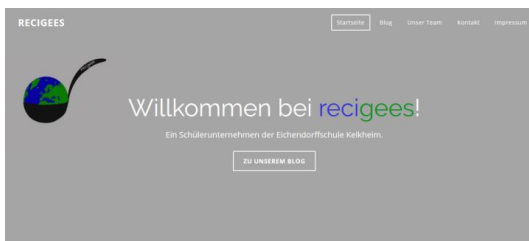


Technik

Da das Produkt unserer Firma keine Fertigung von Hand erfordert, hat die Technikabteilung, die im Normalfall für die Produktion verantwortlich ist, ein limitiertes Aufgabenfeld. Zunächst wurde die Abteilung von Christopher Heidt (l.) geleitet. Dieser übernahm im Februar die Leitung der Finanzen. Seitdem ist Jule Fabian (r.) eigenverantwortlich für die Abteilung zuständig.



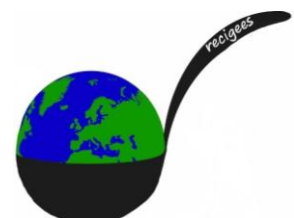
Zu Beginn waren die zentralen Aufgaben das Erstellen der **Website** (<http://recigees.weebly.com/>) und das Entwerfen unseres Logos. Dabei fungierte die Technikabteilung als rechte Hand der Marketingabteilung. Sie übernahm den praktischen Teil der Umsetzung mit Hilfe von Grafikprogrammen wie „Krita“. Das **Logo** machte in diesem Zuge



einige Entwicklungen durch: Vom schwarz-weiß Design bis hin zum jetzigen Logo in den Farben unserer Weltkugel. Auch der Schriftzug änderte sich. Bis zu der finalen Form, wie sie hier abgebildet ist, hat es einige Zeit gebraucht.

Daraufhin ging es an das Erstellen eines standardisierten **Brieflayouts** und einer ebensolchen **Signatur**. Das Brieflayout stellt die Basis für alle offiziellen Schreiben wie u.a. Rechnungen oder Anschreiben dar, die von den zuständigen Abteilungen verfasst werden.

Als dann die Fertigstellung des Buches nahte, war es Aufgabe der Technik-Abteilung, verschiedene **Druckereien** zu kontaktieren, um Angebote einzuholen. Wir richteten uns vor allem an Druckereien, die sich auf kleinere Auflagen spezialisiert haben. Um sich eine Übersicht über den preislichen Rahmen und die verschiedenen Möglichkeiten zu verschaffen, versuchten wir telefonisch Rat zu bekommen. So gelang es uns die richtigen Papiersorten, Druckmethoden und Bindungen zu finden. Wieder galt es, Preis und Qualität abzuwägen, um ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis zu erreichen. Letztendlich erhielten wir sieben Angebote - sowohl von lokalen Druckhäusern als auch von Online-Druckereien. Das beste Angebot erhielten wir von *bis500Druck*, einer Online-Druckerei, die großzügig von ihrem Normalpreis abwich, um uns zu unterstützen. Im Gegenzug werden wir sie in unser Marketingkonzept integrieren.



Marketing

Die Marketingabteilung umfasst als größte Abteilung sechs Mitarbeiter, geleitet von Leonardo Lagona (h.l.). Im dauerhaften Fokus stehen die Präsentation und Repräsentation des Unternehmens, was wir unter dem Begriff **Public Relation (PR)** vereinen. Dazu gehört u.a. die Steigerung der Popularität durch die sozialen Netzwerke. Hierbei werden vor allem *Facebook* und *Instagram* herangezogen. Wer nicht in diesen Netzwerken aktiv ist, kann sich aber auch über unsere Homepage (recigees.weebly.com) informieren und mit uns in Kontakt treten.



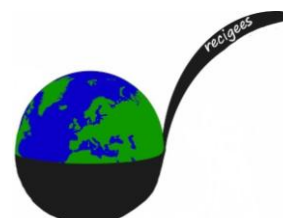
Eine weitere wichtige Säule unserer PR ist der Kontakt zur Presse. Sie ist deshalb von so großer Bedeutung, weil sie eine kostenlose Möglichkeit ist, um Werbung zu betreiben. So war das Unternehmen bereits mehrere Male in zwei örtlichen Zeitungen präsent. Neben der PR ist die Marketingabteilung auch für die **direkte Werbung** via Flyer, Roll-ups und Banner zuständig, um das Produkt und Unternehmen für die potenziellen Käufer zu visualisieren.

Um eine optimale **Gestaltung** des Kochbuches garantieren und die Erwartungen unserer Kunden übertreffen zu können, haben wir zur Entwicklung unseres Kochbuches mit einer professionellen Design-Agentur zusammen gearbeitet.



Um den Druck unseres Kochbuches zu finanzieren, führten wir einen **Vorverkauf** durch. Dieser Vorverkauf startete am Tag der offenen Tür an der Eichendorffschule im November 2015. Zu diesem Anlass gestalteten wir ein riesiges **Banner**, welches im Foyer der Schule auf das Unternehmen aufmerksam macht.

Der **offizielle Verkaufsstart** ist am 13. April. Der Rahmen dafür könnte passender kaum sein: Im Zuge einer öffentlichen **Buchvorstellung** wird unsere Aktionärin Nele Neuhaus, Autorin der überregional bekannten Taunus-Krimis, in der Buchhandlung *Violas Bücherwurm*, aus dem Buch vorlesen. Der weitere **Vertrieb** soll nun in erster Linie über lokale Buchhandlungen erfolgen sowie über einen Verkaufsstand auf dem Kelkheimer Wochenmarkt. Darüber hinaus wird es natürlich auch möglich sein, das Buch über unsere Online-Plattformen zu ordern.

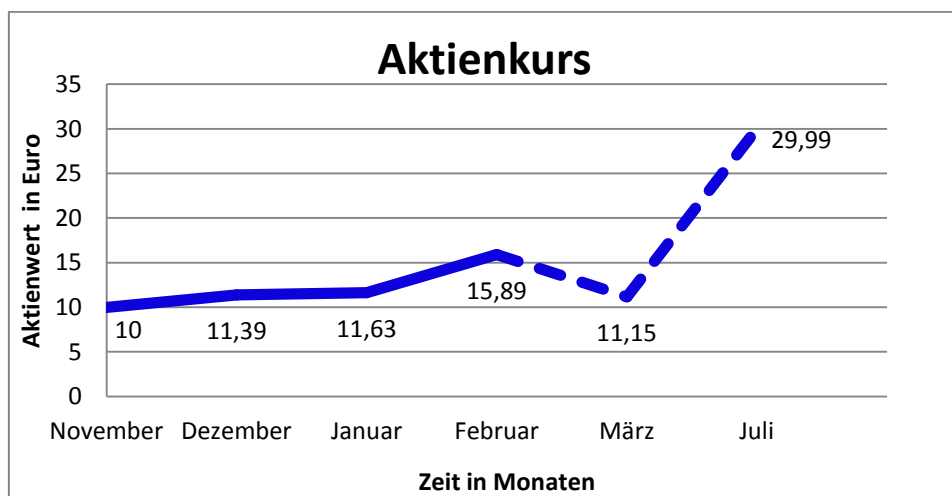


Finanzen

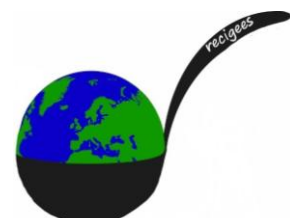
Die Finanzabteilung besteht bei recigees aus vier Mitgliedern und ist somit die zweitgrößte Abteilung. Philipp-Lucas Schmidt (l.) leitete die Abteilung bis Februar, danach übernahm Christopher Heidt (s. S. 5) die Verantwortung.



Unsere Aufgaben bestehen darin, Zahlungen zu tätigen und den Überblick über Einnahmen und Ausgaben zu behalten. Eine strukturierte Buchführung ist Hauptbestandteil und essentielle Grundlage eines funktionierenden und erfolgreichen Unternehmens. Die Berechnung des unten aufgeführten Aktienkurses und das Erstellen der Gewinn- und Verlustrechnung (GuV) sowie der Bilanz zählen ebenfalls zu unseren Aufgaben. Kontrolle, Dokumentation, Planung und Information – so lässt sich unser Aufgabenfeld zusammenfassend beschreiben. Hilfe verschafft man sich dabei durch vorzeitige Planung und Festlegung von Richtwerten. Erforderlich ist eine gute Zusammenarbeit mit der Verwaltungsabteilung, die uns bei der Buchführung unterstützt und die Arbeitsstunden dokumentiert, die wir letztendlich auszahlen.



Zu Beginn des Geschäftsjahres sind lediglich Lohnkosten angefallen. Gleichzeitig begann Ende November der Vorverkauf, was zu einem steigenden Aktienwert führte. Während die Vorverkaufszahlen stetig stiegen (bis Redaktionsschluss wurden 224 Exemplare vorbestellt), tätigten wir im Januar Ausgaben für die Hauptversammlung. Für den März erwarten wir einen leicht gesunkenen Aktienkurs aufgrund der hohen Druckkosten. Entsprechend unserer unten aufgeführten Finanzplanung prognostizieren wir einen Anstieg des Aktienkurses bis zum Ende des Geschäftsjahres auf 29,99 €.



Finanzplanung		Gesamt		pro Stück
Marketing	225,00 €	Marketing	225,00 €	0,46 €
Löhne (netto)	215,25 €	Löhne (netto)	430,50 €	0,88 €
Lohnsteuer und Sozialabgaben	178,68 €	Lohnsteuer und Sozialabgaben	361,36 €	0,74 €
HV	50,00 €	HV	94,50 €	0,19 €
Landeswettbewerb	100,00 €	Körperschaftsteuer (Naspa)	0,09 €	0,00 €
		Landeswettbewerb	100,00 €	0,20 €
Druck	1.999,49 €	Druck	1.999,49 €	4,08 €
Umsatzsteuer (385 Stück)	737,65 €	Umsatzsteuer	938,82 €	1,92 €
Vorsteuer-Ausgleich	-379,12 €	Vorsteuer-Ausgleich	-386,23 €	-0,79 €
GESAMT	3.126,95 €	GESAMT	3.763,54 €	7,68 €
Finanzplanung 385x „Grenzenlos“ 4.620,00 €		<i>kursiv = geschätzte Kosten</i>		
		490x "Grenzenlos"	5.880,00 €	12,00 €
		10x "Grenzenlos"	- €	- €
		10 Bücher als Belegexemplare, weshalb die Stückkosten auf die restlichen 490 Exemplare umgelegt werden		
GESAMT	4.620,00 €	GEWINN (vor Steuern)	2.116,46 €	4,32 €
Summe Geschäftsjahr	3.016,81 €	break-even-point	314 Exemplare	
GEWINN (vor Steuern)	2.116,81 €	GEWINN (nach Steuern)	1.799,29 €	3,67 €
- Körperschaftsteuer	317,52 €	break-even-point	340 Exemplare	
GEWINN (nach Steuern)	1.799,29 €			
Pro Aktie	29,99 €			

Durch den Verkauf von weiteren 395 Exemplaren erwarten wir Einnahmen im Wert von 4740,00 € netto. Zehn Exemplare gehen nicht in den Verkauf, sondern werden als Belegexemplare für Partner genutzt. Vom Erlös abgezogen werden die Druckkosten ist Höhe von 1999,49 €, Marketingkosten in Höhe von etwa 225 €, Löhne im Wert von 215,25 € (basierend auf den bisherigen Lohnkosten) und die anfallenden Lohnkosten von 178,68 €. Für die kommende Hauptversammlung werden Kosten von etwa 50 € eingeplant und für den Landeswettbewerb Kosten von etwa 100 €. Pro Buch entstehen somit Kosten in Höhe von 7,68 €. Zwar sieht das deutsche Steuerrecht für Druckerzeugnisse einen verminderten Mehrwertsteuersatz von 7% vor, jedoch verlangt das „Junior-Finanzamt“ den vollen Satz von 19%. Die **Umsatzsteuer** beträgt daher bei 490 verkauften Exemplaren 938,82 €. Ausgehend von den o.g. Kosten rechnen wird jedoch mit einem Vorsteuer-Ausgleich in Höhe von 386,23 €. Daraus ergibt sich ein Gewinn (vor Steuern) von 2116,48 €. Nach Abzug der **Körperschaftsteuer** in Höhe von 15% beträgt der zu erwartende Gewinn 1.799,29 €, was einem Aktienkurs von 29,99 € entspricht. Die Gewinnspanne nach Steuern beträgt somit 3,67 € pro Buch, der **Break-Even-Point** liegt bei 340 Exemplaren.

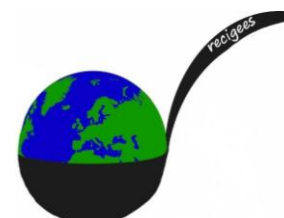


Bilanz zum 29.02.2016:

Aktiva		Passiva	
Warenbestand:	-	Grundkapital:	900,00 €
Forderungen/Junior:	-	Verbindlichkeiten/Junior:	194,07 €
Forderungen/Kunden:	252,00 €	Verbindlichkeiten/Lieferanten:	-
Bank+Kasse:	1465,83 €	Körperschaftsteuer:	93,56 €
		Jahresüberschussbetrag (GuV):	530,20€
	1717,83€		1717,83€

Erläuterung: Der Warenbestand beträgt zum Stichtag null, da die gedruckten Bücher voraussichtlich erst am 23.03.2016 geliefert werden.

GuV zum 29.02.2016	
1. bisherige Umsatzerlöse für 84 Stück (netto)	1008,00 €
2. Personalaufwand	
a) Löhne (netto)	215,25 €
b) Lohnsteuer und Sozialabgaben	182,68 €
3. Materialaufwand oder sonstige betriebliche Aufwendungen	
a) Hauptversammlung	44,50 €
b) Körperschaftsteuer (Naspa)	0,09 €
4. Verbindlichkeiten	
a) Umsatzsteuer zzgl. Vorsteuer-Ausgleich (105 Stück)	194,07 €
5. Sonstige Einnahmen	
a) Forderungen für 21 Stück (netto)	252,00 €
b) Zinsen (Naspa)	0,35 €
Gewinn Zwischenbilanz (vor Steuern)	623,76 €
-Körperschaftssteuer	93,56 €
Gewinn (nach Steuern)	530,20 €
=pro Aktie	15,89 €



Rückblick - Das bisherige Geschäftsjahr

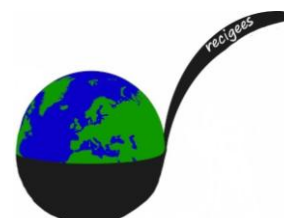
Sieben Monate sind nun seit der Unternehmensgründung vergangen. Begonnen hat das Geschäftsjahr im September, worauf die Phase des Findens und Entwickelns einer Geschäftsidee folgte. Verschiedene **Brainstormings** führten schließlich zu unserer Produktidee: Ein Kochbuch mit Gerichten und Geschichten von Flüchtlingen.

Nach der Genehmigung dieser Idee konnte auch der **Aktienverkauf** starten, mit seinem Höhepunkt am Tag der offenen Tür an unserer Schule. Außerdem freuen wir uns sehr, auch einige „Promiaktionäre“ von unserem Konzept überzeugt zu haben: Bundestagsabgeordnete Kordula Schulz-Asche (Grüne), Krimi-Autorin Nele Neuhaus, Landrat Michael Cyriax (CDU) und unseren Bürgermeister Albrecht Kündiger (Grüne) zu verkaufen. Ein weiterer Höhepunkt waren die vielversprechenden Gespräche mit einem örtlichen **Flüchtlingsheim** mit dem Ziel einer Kooperation, die uns vieles erleichtern würde. Abgerundet wurden diese erfolgreichen Wochen durch eine gelungene Präsentation bei der **JUNIOR-Startveranstaltung**, die einen positiven Eindruck hinterließ und uns auf den weiterhin Verlauf unseres Geschäftsjahres einstimmte.

Auf Glück und Erfolg folgte jedoch ein tiefer **Niederschlag**: Das Flüchtlingsheim beendete die Kooperation, die nicht einmal richtig begonnen hatte. Ein Viertel des Geschäftsjahres war vergangen, es war kurz vor Weihnachten, und kaum Inhalt war vorhanden. **Neue Ideen und Pläne** mussten her, denn uns war allen bewusst, dass unser Projekt damit nicht beendet sein sollte. Somit begannen viele anstrengende Wochen des Sammelns, Nachkochens, Aufschreibens für einen Designworkshop, bei dem wir gemeinsam mit der Design-Agentur Dreimorgen das Layout erarbeiten. An demselben Tag dieses **Designworkshops** fand auch unsere erste Hauptversammlung statt, bei der wir unseren Aktionären unser Unternehmen sowie den bisherigen und geplanten kommenden Verlauf des Geschäftsjahres präsentierten.

Auf diesen erfolgreichen Tag folgten noch ein paar anstrengende, aber produktive Wochen, bis wir endlich Mitte März unser vollendetes **Kochbuch** das erste Mal in den Händen halten durften.

Trotz der vielen Stunden lässt sich doch auf eine bisher erfolgreiche Zeit zurückblicken. Selbstverständlich möchten wir diesen **Aufwärtstrend** des Jahres 2016 fortsetzen. An dieser Stelle möchten wir uns auch bei unserem Schulpaten Herrn Struwe bedanken, der uns all die Monate motivierte und tatkräftig und zeitintensiv zur Seite stand – Unterstützung auf die wir auch in den nächsten Monaten nicht verzichten wollen.



Blick in die Zukunft

Die Produktion unseres Produkts ist nun vollendet, womit wir uns in den kommenden Monaten Marketing und Vertrieb konzentrieren werden.

