

banana 
sounds

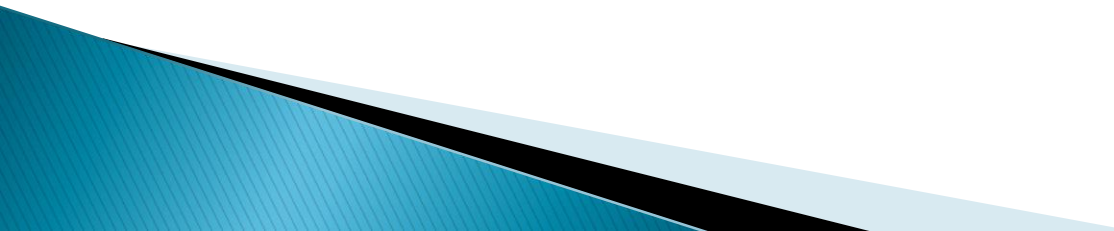
Begrüßung zur Generalversammlung der Banana AG

Präsentation der Geschäftsberichte
10–14 Geschäftsjahre

Geschäftsbericht der Geschäftsleitung

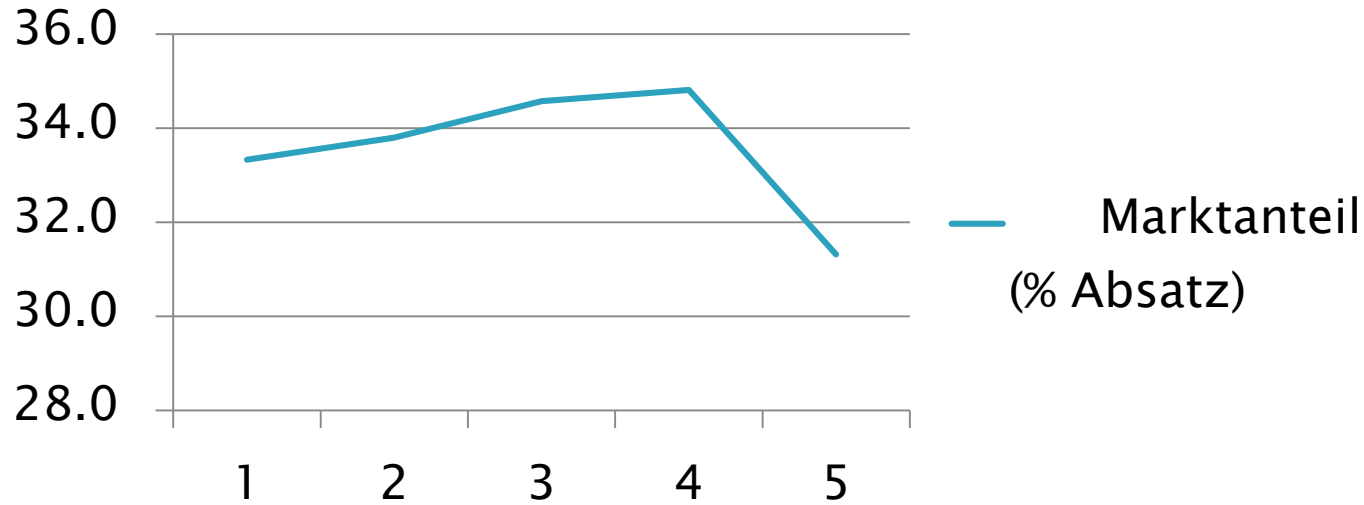
- Unternehmensziele
 - Wurden diese Ziele Erreicht?
 - Ausblick auf die Zukunft
- 

Unternehmensziele

- Ein qualitativ hochwertiges Produkt herzustellen das sich aber jeder leisten kann
 - Marktführer nach Absatz im Inland
 - Im Ausland Fuss fassen
- 

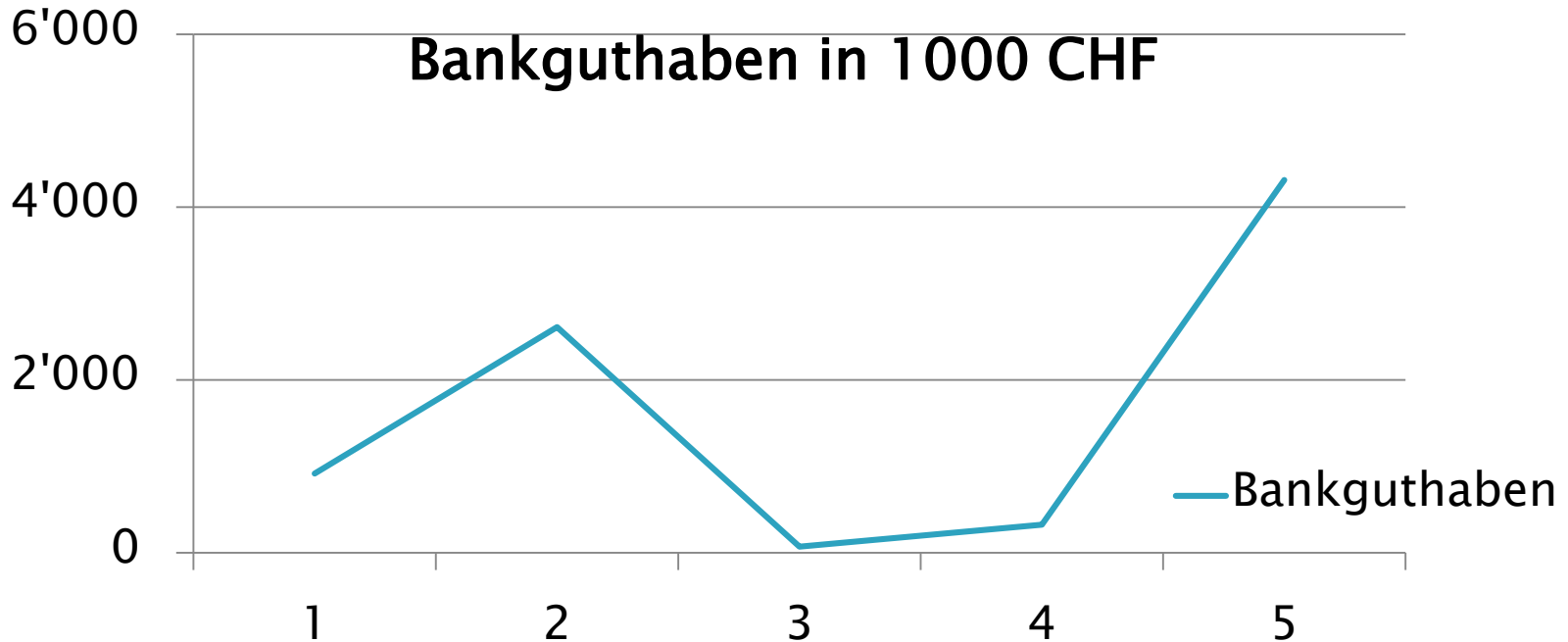
Rechenschaftsbericht

Marktanteil (% Absatz)



Unser Ziel jeweils Marktführer nach Absatz zu sein, hatten wir schon im Geschäftsjahr 10 erreicht und wir konnten unsere Führungsposition in diesem Bereich weiter stärken, selbst als im Geschäftsjahr 14 ein ausländischer Mitbewerber ins Inlandgeschäft einstieg.

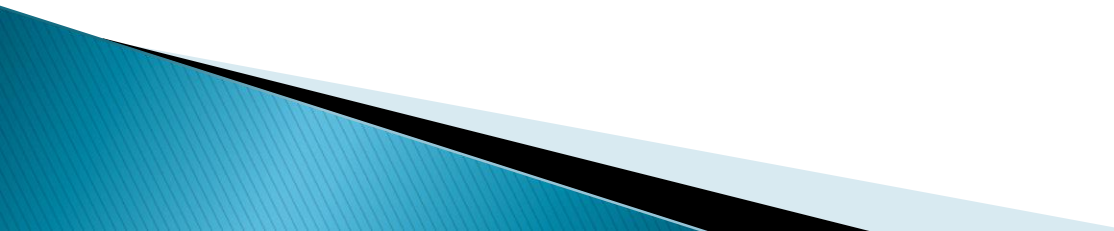
Ausblick auf die Zukunft



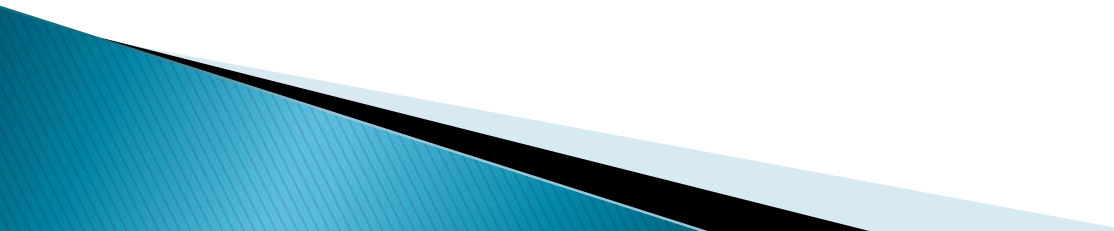
Da wir jetzt sehr viel Kapital zur Verfügung haben, planen wir das in der Zukunft vor allem in die Forschung/Produktoptimierung und in unsere Expansion im Ausland zu investieren

Marketing-Report

Inhaltsverzeichnis:

- ▶ Produktstrategie
 - ▶ Marktstrategie
 - ▶ Marktverlauf
- 

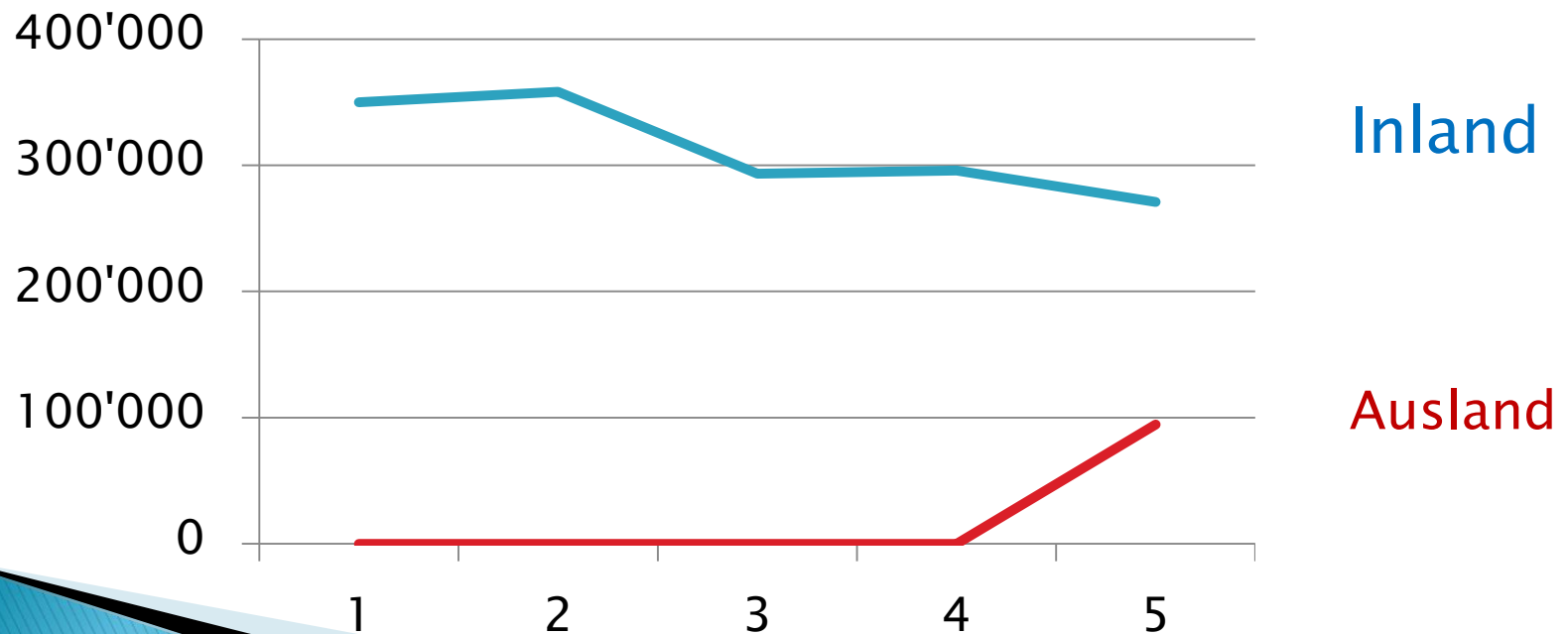
Produktstrategie

- ▶ Gute Soundqualität
 - ▶ Grosse Bandbreite an Tönen
 - ▶ Tiefer, sauberer Bass
 - ▶ Preiswerte Herstellung
 - ▶ Zielgruppe
- 

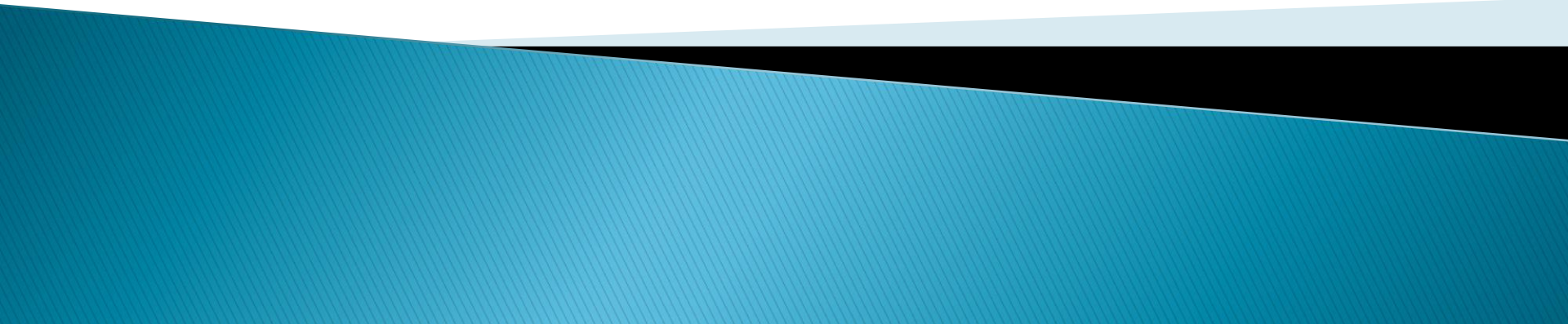
Marktstrategie und Marktverlauf

- ▶ Verkauf im Warenhaus
- ▶ Möglichst grosse Kundenmasse ansprechen

Realisierter Absatz in Stück

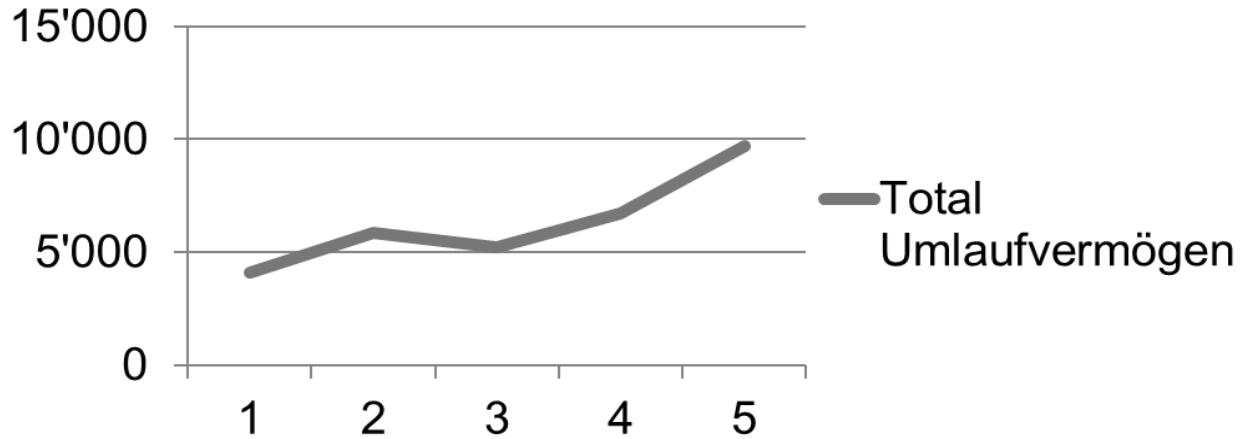


Finanzreport

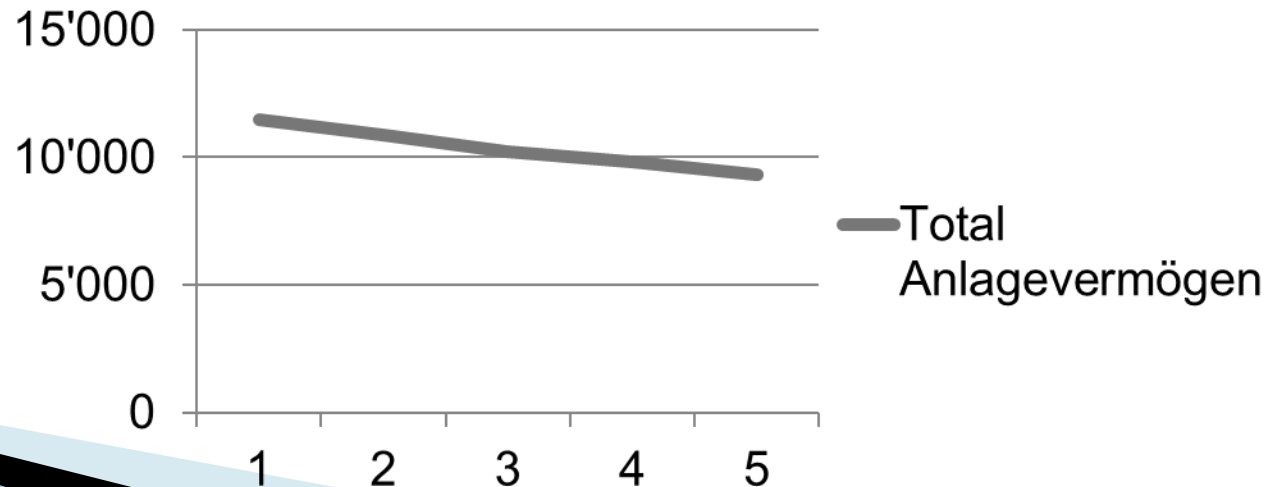


Kapitalverhältnisse

Total Umlaufvermögen

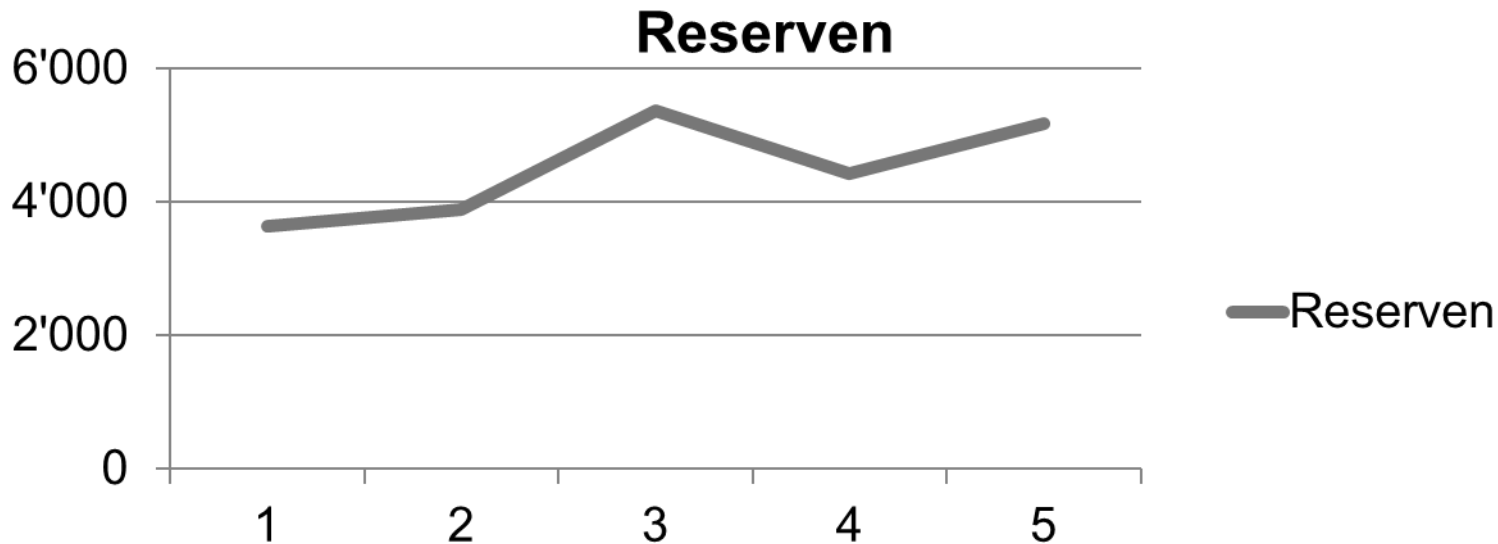


Total Anlagevermögen



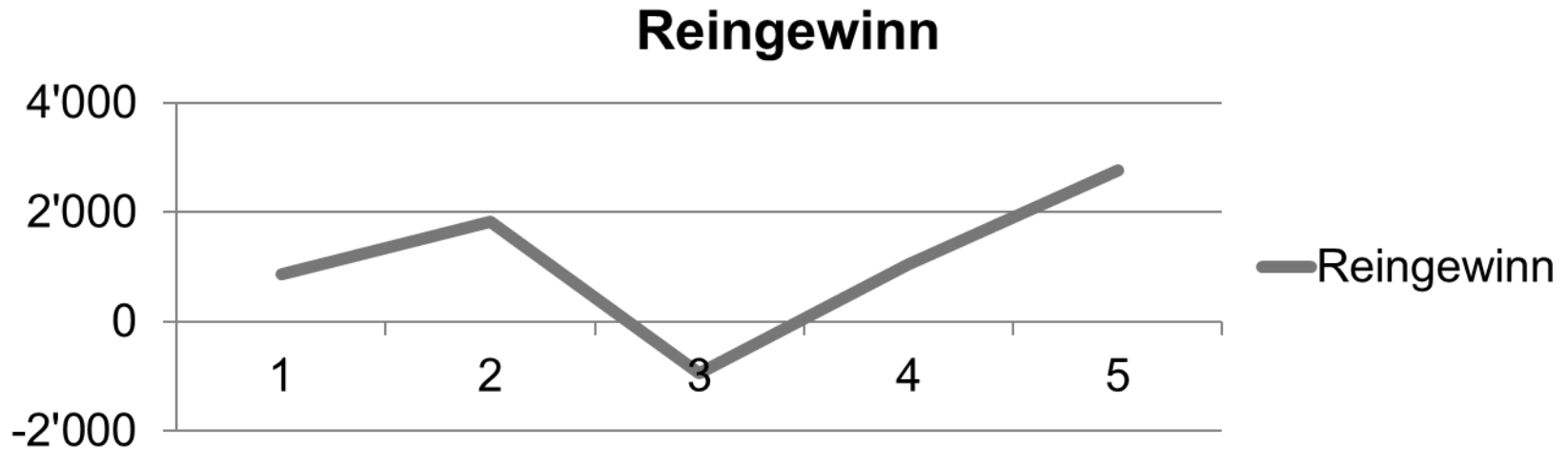
Kapitalverhältnisse

- ▶ Aktienkapital: 7'000'000 CHF



- ▶ Langfristige Bankkredite: 3'300'000 CHF

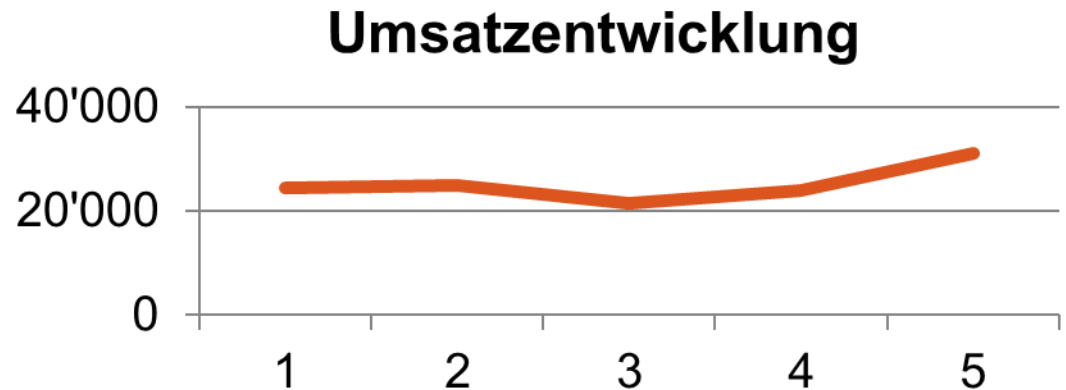
Umsatzentwicklung



- Umsatzrentabilität:
- Geschäftsjahr 11: 7.3%
- Geschäftsjahr 12: - 4.9%
- Geschäftsjahr 13: 4.4%

Antrag Gewinnverteilung für das Geschäftsjahr 14

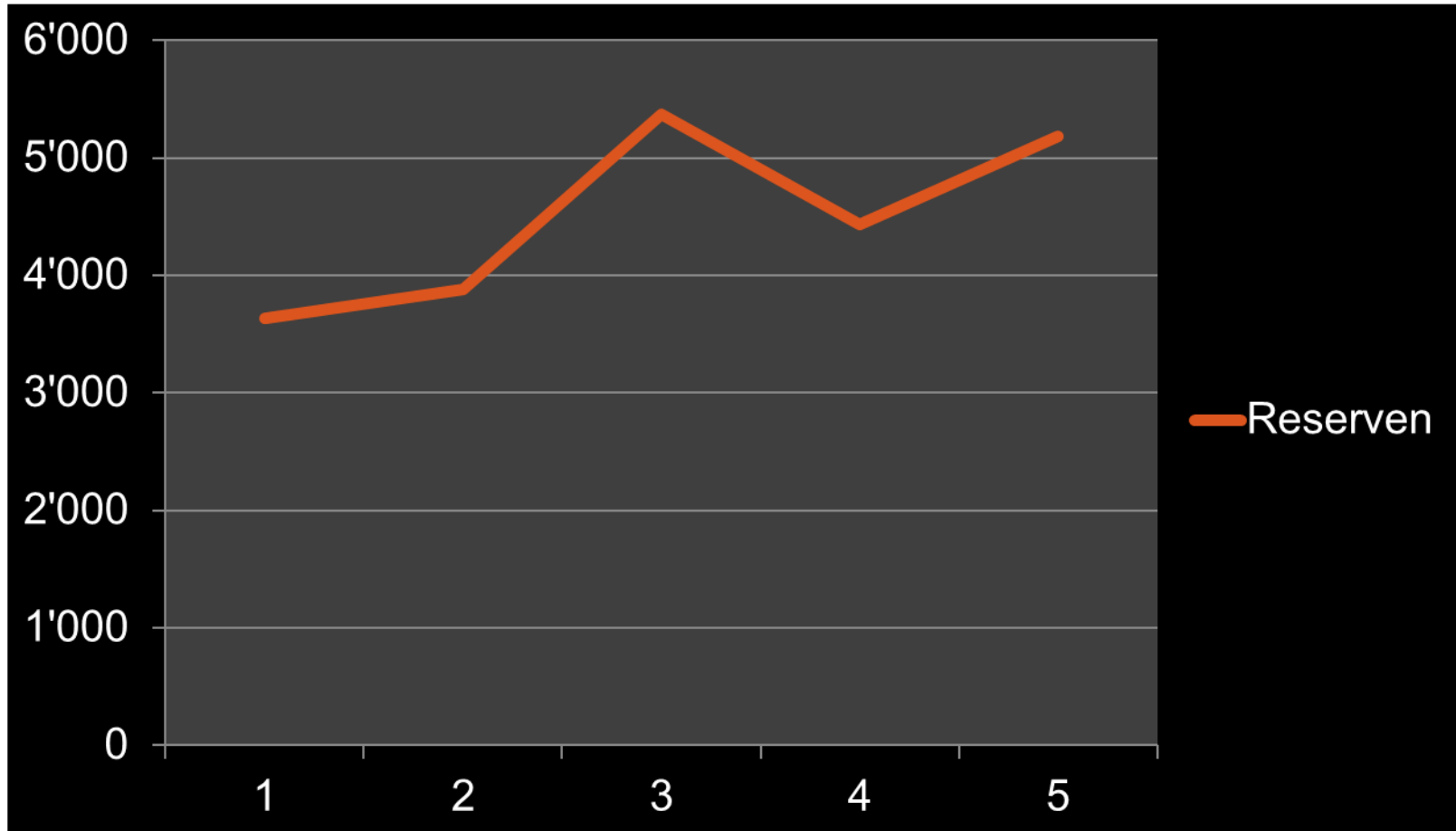
► Umsatz:



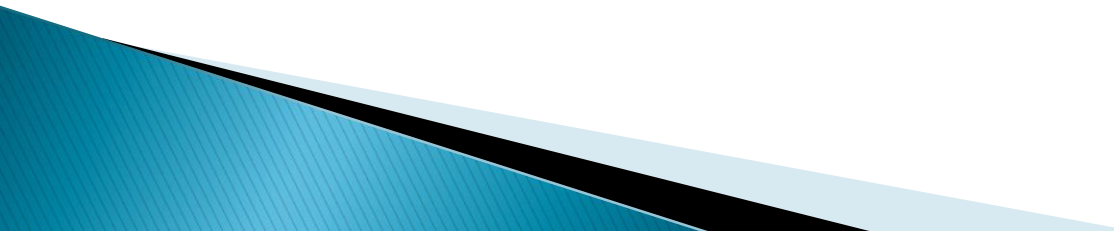
► Auszahlung Dividende:

1. GJ 10' 618 Tsd. Fr
2. GJ 12' 350 Tsd. Fr
3. GJ 11' 618 Tsd. Fr
4. GJ 13' 0 Tsd. Fr
5. GJ 14' 300 Tsd. Fr
6. GJ 15' 300 Tsd. Fr

Reserven

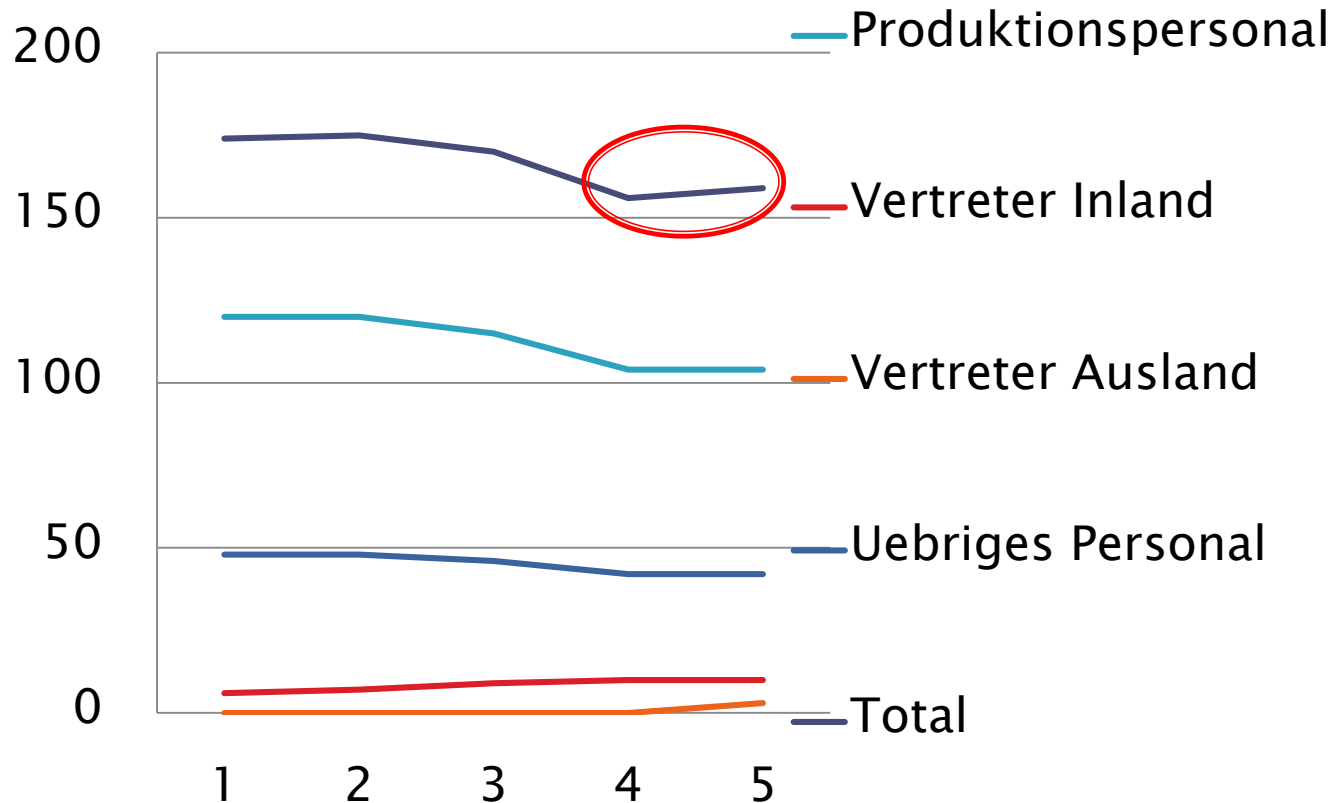


Personal – Report

- Personalentwicklung Geschäftsjahr 10–14
 - Lohn- und Sozialpolitik
- 

Personalentwicklung GJ. 10–14

Diagrammtitel

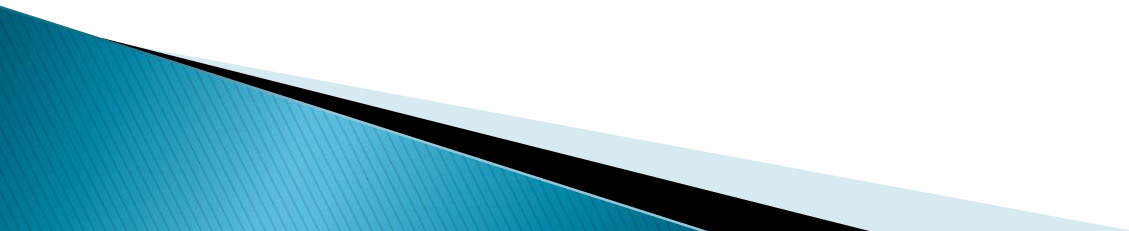


Wir haben in den ersten paar Geschäftsjahren einige Stellen durch natürliche Fluktuation verloren und mussten uns dem schrumpfenden Absatz beugen. Es wart in den letzten beiden Jahren jedoch ein Personalwachstum zu verzeichnen.

Lohn- und Sozialpolitik

- Wir erhöhen die Jahreslöhne wann immer wir können
- Wir investieren in die Ausbildung unsere Mitarbeiter, weil sie uns sehr wichtig sind
- So wurden die Löhne des Produktionspersonal in diesen vier Jahren von 42.9 Tsd. Pro Jahr auf 47.0 Tsd. pro Jahr und Mitarbeiter erhöht.
- Unsere Löhne hängen stehen in enger Verbindung zu unserem Vorjahres Gewinn, so wird der Fleiss unserer Arbeiter belohnt.

Forschung und Entwicklung

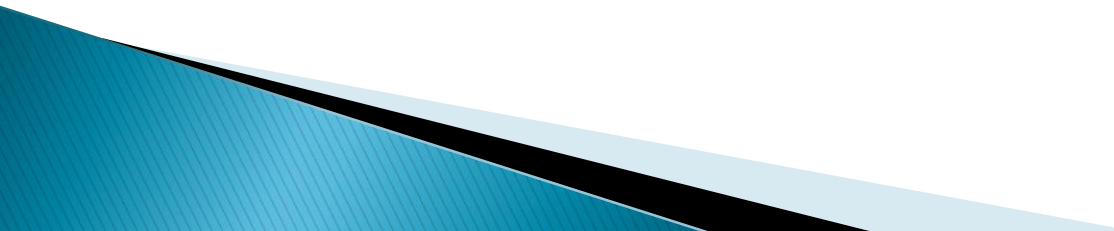


Wenig in die Forschung investieren

- Preise bleiben billig

Mehr in die Forschung investieren

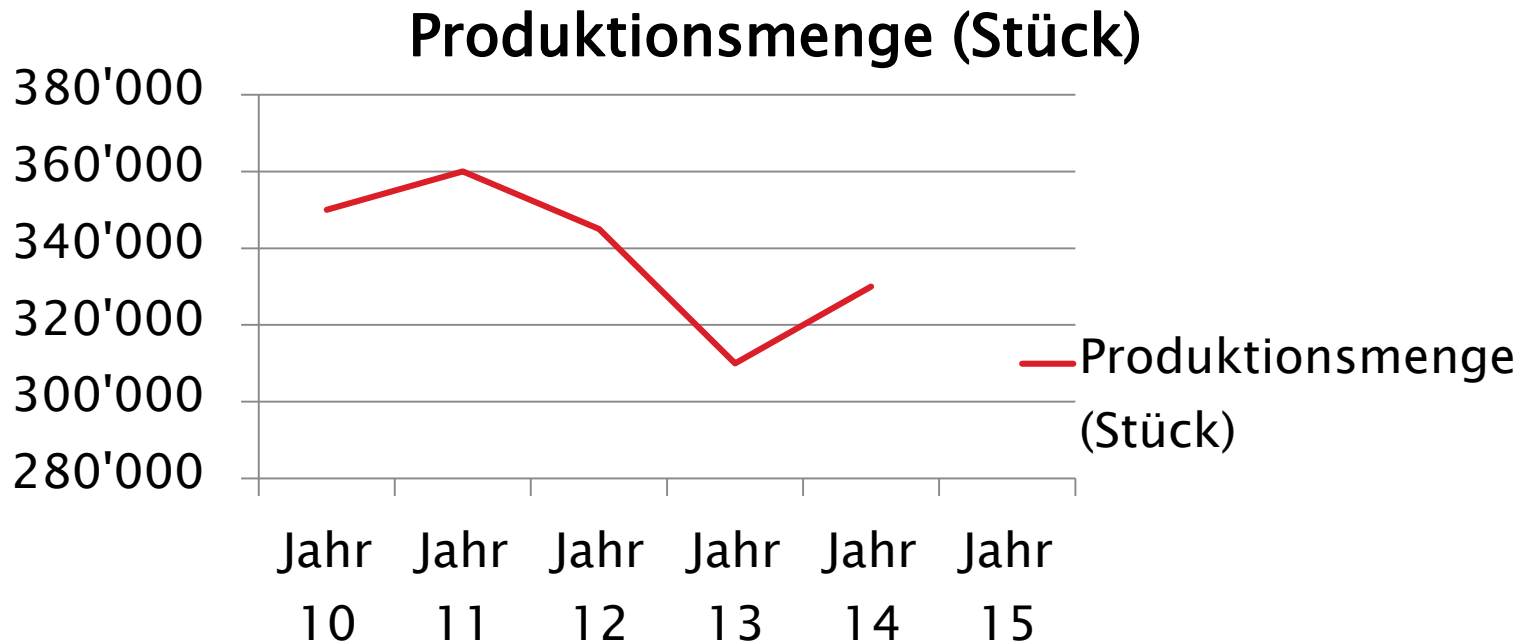
- Bessere Qualität

- ▶ Bessere Soundqualität
 - ▶ Grössere Bandbreite der Töne
 - ▶ Deutlicherer Bass
 - ▶ Mehr Lautstärkeabstufungen
 - ▶ Leichter Kopfhörer
 - ▶ Und dies alles natürlich so günstig wie möglich, damit sich alle unsere Kopfhörer leisten können!
- 

Report Produktion / Anlagen / Material

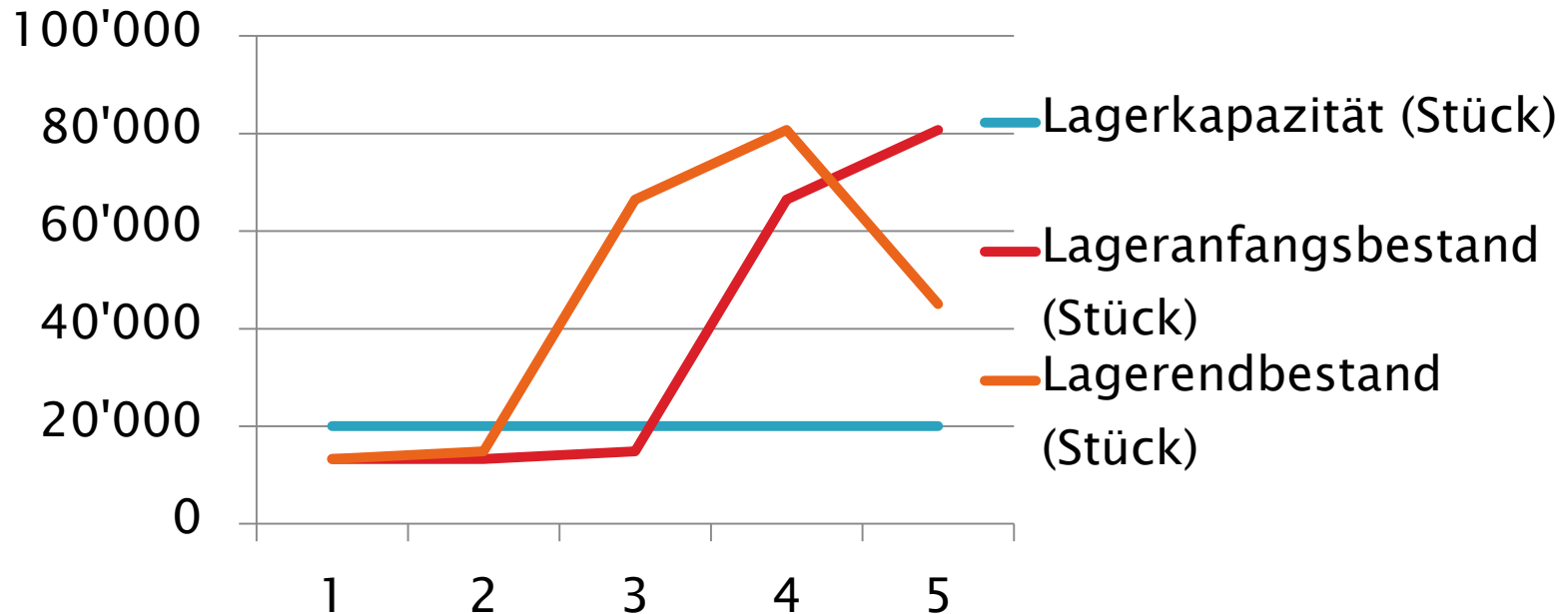
- Produktionsstrategie
- Anlagen- / Lagerpolitik

Produktionsstrategie



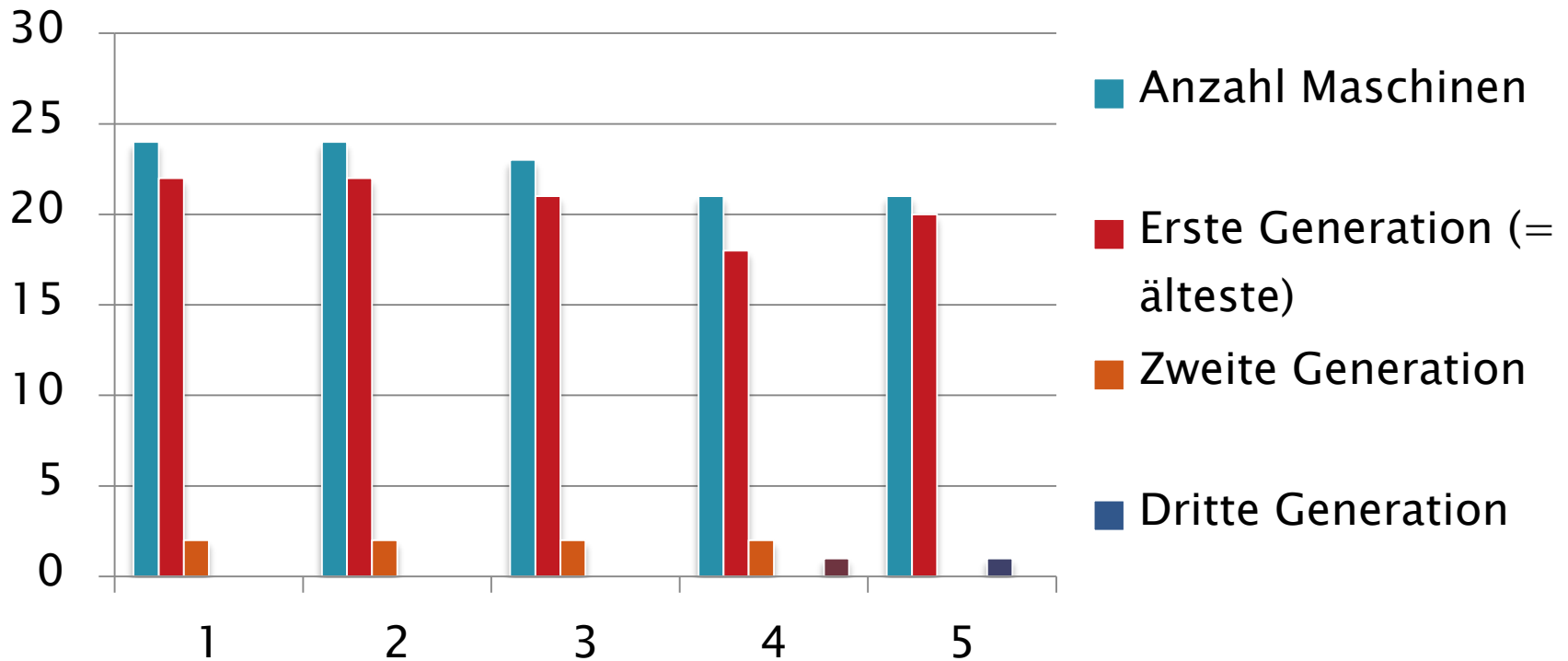
Unsere Strategie, einen möglichst grossen Absatz, zu verwirklichen hatten wir immer eine hohe Produktion. Wir mussten uns jedoch einem kleiner werdenden Markt anpassen.

Lagerpolitik



Durch Anfängliche Schwierigkeiten bei der Absatzprognose sind unsere Lagerbestände stark gestiegen. Deshalb mussten zusätzliche, sehr kostspielige, Lagerräume mieten. Mit zusätzlicher Routine konnten wir die Lagerbestände wieder reduzieren und die Kosten senken

Anlagenpolitik



Eine konstant hohe Anzahl an Maschinen ermöglicht uns eine günstige Produktion. Durch neue, modernere Maschinen konnte wir die Produktionskosten zusätzlich senken.

Abschluss

- ▶ Werbefilm
- ▶ Verabschiedung

Wir bedanken uns bei Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit und entschuldigen uns für die lange Dauer der GV