

Reihe „Pädagogik und Fachdidaktik für Lehrer/innen“

Herausgegeben von der

Abteilung „Schule und gesellschaftliches Lernen“

Des Instituts für Interdisziplinäre Forschung und Fortbildung
der Universität Klagenfurt

Maria Becker

**Wie wirken sich Lernerfahrungen in einer Schülerfirma auf die
Präsentationskompetenz der Beteiligten aus?**

PFL – Naturwissenschaften 2000-02

Studie

IFF, Klagenfurt, 2002

Betreuung

Doz. Dr. Walter Hödl

Die Universitätslehrgänge „Pädagogik und Fachdidaktik für Lehrer/innen“ (PFL) sind interdisziplinäre Lehrerfortbildungsprogramme der Abteilung „Schule und gesellschaftliches Lernen“ des IFF. Die Durchführung der Lehrgänge erfolgt mit Unterstützung des BMBWK.

Inhaltsverzeichnis

Abstract / Kurzfassung

Wie wirken sich Lernerfahrungen in einer Schülerfirma auf die Präsentationskompetenz der Beteiligten aus?

| | |
|---|---|
| Einleitung | 1 |
| 1. Grundlegende Überlegungen | 2 |
| 1.1 Ausgangssituation | 2 |
| 1.2 Was ist „Junior“? | 2 |
| 2. Methoden | 3 |
| 2.1 Fragebogen | 3 |
| 2.2 Videoanalyse | 3 |
| 3. Ergebnisse | 4 |
| 3.1 Fragebogenauswertung | 4 |
| 3.2 Videoanalyse | 5 |
| 4. Schlussfolgerungen | 6 |
| 5. Anhang | 7 |
| 5.1 Fragebogen | |
| 5.2 Foto der Handelsmesse mit dem Präsentator Christoph | |
| 5.3 Geschäftsbericht der Juniorfirma „Inform“ | |

Wie wirken sich Lernerfahrungen in einer Schülerfirma auf die Präsentationskompetenz der Beteiligten aus?

Abstract / Kurzfassung

Meine Arbeit mit Schülern einer AHS am „Junior - Projekt“ der Wirtschaftskammer brachte mich auf die Idee, einen Zusammenhang zwischen Schülern, die in dieser Firma arbeiteten und Ihrer Präsentationskompetenz herzustellen. Mittels Fragebögen und Videoaufnahmen holte ich mir nähere Informationen. Es war mir von vorn herein klar, dass aufgrund der begrenzten Untersuchungsmöglichkeiten keine allgemein gültige Aussage erfolgen kann.

Die wichtigsten Ergebnisse meiner Untersuchungen sind, dass durch die Arbeit in einer Juniorfirma nur in Teilbereichen eine deutliche Verbesserung hinsichtlich der Präsentationskompetenz festgestellt werden konnte.

Das Ergebnis war für mich eher unbefriedigend. Meine Erwartungen bezüglich Verbesserungen der Präsentationskompetenz haben sich nur in Teilbereichen und im subjektiven Befinden der Schüler bestätigt.

Sicherlich sind weitere Untersuchungen über einen längeren Zeitraum und mit einer größeren Anzahl von Schülern erforderlich, um kompetentere Aussagen zu diesem Thema machen zu können.

Maria Becker

BG/ BRG Peral

Peraustr. 10

A – 9500 Villach

Einleitung

An den Schulen sollen neben fachlicher Kompetenz auch soziale Fähigkeiten gefördert werden. Ein wichtiger Faktor, der sowohl für den Schulalltag, als auch für das weitere Leben eines jungen Menschen Bedeutung hat, ist z.B. die Präsentationskompetenz.

Ich persönlich sehe in einer Juniorfirma die ideale Voraussetzung, der Jugend weitere Schlüsselqualifikationen zu vermitteln.

Ich wählte, mit Absprache von Kollegen, drei Schüler aus, die sowohl von den schulischen Leistungen, von ihrem selbstbewussten Auftreten sowie ihrer Vortragsweise bei Referaten nahezu ident waren.

Für mich stellte sich die Frage, inwieweit die Tätigkeit in einer Juniorfirma Einfluss auf die Präsentationskompetenz der Beteiligten hat.

Im Rahmen meiner reflektorischen Betrachtungen über die Juniorfirma widmete ich mich zunächst dem Thema „ Von welchen Faktoren sind Anwesenheit und Verlässlichkeit während des Arbeitseinsatzes der SchülerInnen in einer Juniorfirma abhängig ?“ und in der vorliegenden Studie fragte ich mich, wie sich Lernerfahrungen in einer Schülerfirma auf die Präsentationskompetenz der Beteiligten auswirken.

1. Grundlegende Überlegungen

1.1 Ausgangssituation

Einige Jahre Unterricht an einer Höheren Lehranstalt für Wirtschaftliche Berufe überzeugten mich von der Wichtigkeit, Schülern einer Allgemeinbildenden Höheren Schule die Möglichkeit, eigene Erfahrungen in Bezug auf „Freie Marktwirtschaft“ zu bieten. Ein europaweites Projekt bietet 15 – 19 jährigen Schülern die Möglichkeit eine Firma zu gründen und diese ein Jahr lang zu führen. Einen wichtigen Teil machen neben Fachkompetenz die Präsentationen bei den jeweiligen Juniorwettbewerben aus. Dabei finden selbstbewusstes Auftreten, Körpersprache, treffende Wortwahl, deutliche Aussprache sowie logische Erklärungen in der Bewertung ihren Niederschlag.

Für mich stellt sich die Frage, ob über alle wirtschaftlichen Belange hinaus die Teilnahme an einer Juniorfirma eine Weiterentwicklung der Präsentationskompetenz bedeutet.

1.2 Was ist „Junior“?

Junior ist ein europaweites Projekt, das in Österreich von der Volkswirtschaftlichen Gesellschaft der Wirtschaftskammer angeboten wird, um Schülern der AHS, BHS und der Polytechnischen Lehrgänge die Angst von potenziellen Firmengründungen zu nehmen und sie zur Selbstständigkeit zu animieren. Betreuer einer Juniorfirma sind eine Lehrperson und nach Bedarf zwei Außenbetreuer aus der Wirtschaft.

Firmenidee, Firmenlogo und jegliche weitere Arbeit sind Angelegenheit der Schüler.

Eine Juniorfirma ist eine Aktiengesellschaft.

Von der Volkswirtschaftlichen Gesellschaft zur Verfügung gestellte Aktien werden von den Schülern verkauft und bilden das Startkapital der Juniorfirma. Die, der realen wirtschaftlichen Situation entsprechenden Steuern werden monatlich bezahlt. Eine korrekt geführte Buchhaltung ist Voraussetzung. Der Reingewinn wird, je nach Arbeitseinsatz, am Ende des Geschäftsjahres auf die Firmenmitglieder verteilt.

Aktien plus Gewinn (oder Verlust) werden ebenso am Jahresende an die Aktionäre zurückerstattet.

Die Jahresabrechnung samt Jahresbericht wird an die Volkswirtschaftliche Gesellschaft weitergeleitet. Ein Zertifikat der Wirtschaftskammer bestätigt die Teilnahme an einer Juniorfirma.

„Junior“ wird in ganz Europa angeboten. Jährlich finden ein Landes- und ein österreichischer Juniorwettbewerb sowie eine europaweite Ausscheidung statt.

Weiters dienen internationale Junior Handelsmessen (z.B. in Wien) dem Zweck, mit Gleichgesinnten in Wettbewerb zu treten.

2. Methoden

2.1 Fragebogen

Ich befragte drei teilnehmende Firmenmitglieder anlässlich der im März 2002 stattfindenden Juniorhandelsmesse in Wien, mittels eines Fragebogens.

Da das Resultat hinsichtlich einer Verbesserung der Präsentationskompetenz überwiegend positiv ausfiel, machte es für mich Sinn, einen dieser Schüler in Vergleich mit nicht präsentierenden zu setzen.

2.2 Videoanalyse

Die Schüler mit gleichem Notendurchschnitt, ähnlicher Verhaltensstruktur und Persönlichkeitsbildung wurden von mir (nach Absprache mit Kollegen) unter folgenden Gesichtspunkten ausgewählt:

Ein Schüler, der nicht im Junior – Projekt involviert war, ein weiterer, der zwar in der Firma arbeitete, aber noch nie an einer öffentlichen Präsentation (z.B. Handelsmesse) teilnahm und ein dritter, der sowohl Firmenarbeit leistete, als auch bei der Juniorhandelsmesse in Wien präsentierte.

Jeder der Schüler hielt ein fünfminütiges Referat zu einem Thema aus dem Bereich des Umweltschutzes und wurde dabei von mir gefilmt. Die Videoaufnahmen gaben mir Aufschluss über selbstbewusstes Auftreten und Körpersprache, gemessen an Faktoren wie Augenkontakt, Sprechunterbrechungen oder den Blick in ihre Schriftunterlagen.

Weiters bewertete ich die treffende Wortwahl und die deutliche Aussprache unter Berücksichtigung der Wortwiederholungen und des Verfalls in den Dialekt.

Ergebnisse

3.1 Fragebogenauswertung

Anhand der Auswertung der Fragebögen (Anhang 1) zeigte sich eine deutliche Verbesserung hinsichtlich der Präsentationskompetenz.

Bei folgenden Fragen wurde von zwei Schülern mit JA geantwortet:

- 1) „Ist es dir, im Vergleich zu unserer schulinternen Präsentation, in Wien auf der Handelsmesse leichter gefallen über die Firma zu berichten bzw. euer Produkt anzupreisen?“
- 2) „Waren deine Erklärungen präziser formuliert?“
- 3) „Hat sich deine Wortwahl, im Vergleich zur ersten Präsentation, zum Positiven verändert?“
- 4) „Hast du persönlich das Gefühl, dir beim freien Sprechen zunehmend leichter getan zu haben?“
- 5) „Findest du, dass sich deine Vortragstechnik im Laufe dieses „Firmenjahres“ verbessert hat?“
- 6) „War deine Aussprache in der Handelsmesse in Wien fließender?“
- 8) „War es für dich auf der Handelsmesse, im Vergleich zu vorher, selbstverständlicher frei Rede und Antwort zu geben?“
- 9) „Sind deine Antworten“ lockerer“ und „spontaner“ geworden?“

Auf die Frage „ Hat dich die Messepräsentation im Laufe des Tages wortgewandter gemacht?“ antworteten zwei Schüler mit „teilweise“ und lediglich auf die Frage „Warst du bei der Präsentation in Wien aufgeregter als bei der ersten Präsentation in der Schule?“ antworteten alle drei Beteiligten mit „Nein“.

3.2 Videoanalyse

Die quantitativ auswertbaren Kategorien „Augenkontakt zum Publikum“, „Sprechunterbrechungen“, „Blick ins Skriptum“, „Wortwiederholungen“ und „Übergang Schriftdeutsch zu Dialekt“, wurden als Qualitätskriterien für die Präsentationskompetenz herangezogen.

Die Videoaufzeichnungen umfassen insgesamt fünfzehn Minuten und beinhalten durchgehend für jeden einzelnen Schüler die gesamte Präsentation.

Zur Videoanalyse:

| Kategorien | Schüler Boris (ohne Firma) | Schüler Florian (mit Firma, ohne vorhergehende Präsentation) | Schüler Christoph (Firma, mit Präsentation auf der Junior-Handelsmesse) |
|--|--------------------------------|---|---|
| Augenkontakt mit dem Publikum | 34 | 103 | 36 |
| Sprechunterbrechungen | 49 | 46 | 18 |
| Festhalten an den schriftlichen Unterlagen | 33 | 26 | 44 |
| Wortwiederholungen | 11 | 9 | 4 |
| Übergang von Schriftdeutsch zu Dialekt | --- | Nach 1min 50 sec | --- |

Zusammenfassung:

Boris: kein Firmenmitglied

Florian: Firmenmitglied ohne vorherige Präsentation

Christoph: auf der Juniorhandelsmesse präsentierendes Firmenmitglied

Bezüglich „Augenkontakt mit dem Publikum“ zeigte sich bei Christoph kein Unterschied zu den vorher nicht präsentierenden Schülern.

Im Punkt „Sprechunterbrechungen“ und „Wortwiederholungen“ konnte man bei Christoph eine deutliche Verbesserung feststellen.

3. Schlussfolgerungen

Es ist mir bewusst, dass diese Untersuchung aufgrund der geringen Anzahl der untersuchten Schüler keine allgemein gültigen Aussagen zulässt. Bei Christoph, der an der Präsentation auf der Juniorhandelsmesse in Wien teilnahm, zeigte sich ein deutlich besseres Abschneiden in den Kategorien „Sprechunterbrechung“ und „Wortwiederholungen“. Jedoch zeigte er in den Punkten „Augenkontakt mit dem Publikum“ und offensichtliches „Festhalten an den schriftlichen Unterlagen“ geringere Kompetenz.

Mittels des Vergleichs der Videoaufzeichnungen mit den Ergebnissen des Fragebogens stellte sich heraus, dass die subjektive Empfindung des in Wien auf der Handelsmesse präsentierenden Schülers nicht in allen Kategorien mit der Videoanalyse übereinstimmte. Nur in Teilbereichen konnte eine deutliche Verbesserung hinsichtlich der Präsentationskompetenz bei Christoph festgestellt werden.

4. Anhang

5.1 Fragebogen

5.2 Foto von der Wiener Handelsmesse mit dem Präsentator Christoph

5.3 Geschäftsbericht der Juniorfirma „Inform“

Geschäftsbericht



INFORM

INFORM
Junior Company

BG/BRG Peraustraße
Villach

Schuljahr 2001/2002
Kärnten
Mag. Maria Becker



Inform Junior Company

INHALTSVERZEICHNIS

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich bin sehr stolz auf

unseren gemeinsamen Erfolg

und die vielen Kunden im

letzten Jahr.

Wir freuen uns sehr

über die Zusammenarbeit

mit Ihnen und

hoffe, dass wir

in Zukunft noch

vieler Jahre lang

zusammenarbeiten

können.

Der Vorstand

der Inform Junior Company

bedankt sich bei

Ihnen für die

Unterstützung

und die

Zusammenarbeit

im letzten Jahr.

Die besten Wünsche

für den Erfolg

des Inform Junior

Company im

kommenden Jahr

und die besten

Wünsche für

den Erfolg

des Inform Junior

Company im

kommenden Jahr

und die besten

Wünsche für

den Erfolg

des Inform Junior

Company im

kommenden Jahr

und die besten

Wünsche für

den Erfolg

des Inform Junior

Company im

kommenden Jahr

Vorstand Seite 1

Aufgaben und Ziele Seite 2

Organisation der Firma Seite 3

Der Beginn des Projekts Seite 4

Produktion Seite 5

Marketingabteilung Seite 6

Einkauf Seite 7

Finanzbericht Seite 8

Schlußworte Seite 9



Inform Junior Company

Vorstand

de Cillia Christoph

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich bin stolz, Leiter von INFORM zu sein. Nicht nur weil unsere Firma untereinander so gut harmoniert, sondern auch weil unser Produkt unseren Kunden im täglichen Dschungel der Schule weiterhilft.

Unsere Idee war es den Schülern nicht nur in unserer Schule, sondern auch in anderen Schulen, den Lehrstoff näher zu bringen. Um dies zu ermöglichen wollten wir Nachhilfestunden geben, aber damit diese Stunden auch etwas bringen, benötigten wir eine Basis in Form von Lernskripten. Mit diesem Konzept war es uns möglich zielführend mit den Schülern, die unser Angebot annahmen, zu arbeiten.

Die Aufgabe des Vorstandes war es nun das Team zu motivieren, tatkräftig zu unterstützen und natürlich nach außen hin die Firma zu präsentieren. Dies taten wir mit vollem Elan, da wir von unserem Produkt sehr überzeugt waren. Der Vorstand war dauernd in Kontakt mit den verschiedenen Anlaufstellen, um immer die neuesten Informationen zu erhalten.

Die erste große Bewährungsprobe war die Handelsmesse in Wien. Hier musste der Vorstand die einzelnen Abteilung so koordinieren, dass unser Produkt unter den Gästen der Messe Anerkennung erlangt. Dies ist uns gelungen und deshalb sind wir stolz, dass wir so eine gut funktionierende Firma, mit einem ausgezeichneten Team, leiten.

Abschließend möchten wir unserem Team danken, dass sie trotz schulischem Leistungsdruck, so tatkräftig mitgemacht haben. Ein großer Dank geht auch an unsere zahlreichen Kunden, die großes Vertrauen in unser Produkt gehabt haben.

Hochachtungsvoll der Vorstand

de Cillia Christoph

Hosner Florian



Inform Junior Company

Aufgaben und Ziele

Organisation der Firma

Nachdem wir uns entschlossen hatten, unsere Firmenstrategie auf Lernskripten und Nachhilfe aufzubauen, machten wir uns an die Arbeit Lernskripten für drei Unterrichtsfächer zu produzieren. Zuerst einmal wurden Anteilscheine verkauft, um mit diesem Startkapital die Produktion der Skripten aufzunehmen.

Für das Englisch Skriptum 1. Klasse AHS waren Christoph de Cillia, Hannes Lamprecht und Michael Fugger zuständig. Matthias Kristler, Markus Widmann und Lukas Struger produzierten das Mathematik Skriptum für die 2. Klasse AHS und Susanne Dewath und Florian Hosner fertigten das Italienisch Skriptum für das 1. und 2. Lernjahr an.

Bei der Produktion wurde mit Lehrern unserer Schule, die sich freundlicherweise dazu bereit erklärten, zusammengearbeitet, um eventuelle Fehler zu vermeiden. Auch der Direktor unserer Schule, Mag. Dr. Zebedin, unterstützte uns, indem er uns ermöglichte die Skripten am Schulkopierer preisgünstiger zu vervielfältigen.

Unser Ziel war es, für Schüler der Unterstufe eine brauchbare Lernhilfe zu produzieren, die den Anforderungen des BG/BRG Perau entsprechen.

Ein weiterer Vorteil unserer selbst produzierten Skripten war der Preis, der mit 6 Euro pro Stück, relativ günstig war.

Die Lösungen im Mathematik Skriptum beinhalten nicht nur das Ergebnis, sondern auch den Rechenvorgang, sodass der Schüler auch den Rechenweg, der zu einem Ergebnis führt, versteht und in Folge auch anwendet. Weiters flossen in die Skripten natürlich die Erfahrungen der einzelnen Firmenmitglieder mit den diversen Lehrern unserer Schule ein.

Zusätzlich zu den Lernskripten haben wir auch Nachhilfe für alle Unterrichtsgegenstände der Unterstufe angeboten, wobei aber die üblichen „Problemgegenstände“ Mathematik, Deutsch und Englisch größtes Interesse fanden. Unser Slogan „Von Schülern für Schüler“ stand auch hier, wie schon bei der Gestaltung der Skripten, im Vordergrund. Ein freundschaftliches Arbeitsklima mit den Nachhilfeschülern lag uns sehr am Herzen und aus den Reaktionen konnten wir schließen, dass sie sich in unserer Obhut sichtlich wohl fühlten. Der Preis für eine Nachhilfestunde war mit 9,10 Euro recht günstig und war zusätzlich ein Grund für das rege Interesse an unserer Dienstleistung.



Inform Junior Company

Organisation der Firma





Inform Junior Company

Der Beginn des Projekts:

Am Anfang des Schuljahres wurde unsere Klasse, die 7.B des BG/BRG Perau, von unserer Biologielehrerin Mag Maria Becker über das Projekt „Junior“ informiert und viele von uns waren begeistert. 13 Schüler meldeten sich für das Unternehmen, doch schlussendlich blieben nach mehreren Wochen nur noch neun von uns übrig.

Der „harte Kern“ gab sein Bestes, um unsere Firma zum Erfolg zu führen. Das erwies sich schwieriger als gedacht. Keiner von uns hatte Erfahrung mit Buchhaltung, Marketing oder Verkaufsstrategien.

Wir entschlossen uns nach längerer Beratung Lernskripten zu erzeugen und Nachhilfe zu erteilen. Die Skripten sollten Bücher sein, in denen der Lehrstoff bestimmter Gegenstände vereinfacht dargestellt wird, für die jüngeren Schüler unserer Schule.

Die Produktion der Skripten war ein zeitraubendes Unterfangen, das uns manche Tage wie auch Nächte raubte. Natürlich mussten die Skripten auch kontrolliert werden. Dies übernahmen einige Lehrer unserer Schule freiwillig.

Beim Einkauf der Produktionsmittel nahmen wir uns Zeit, und nach „Fehleinkäufen“ entschieden wir uns für die günstigste Variante.

Auch das Zugehen auf fremde Personen (Sponsoren, Kunden...), musste gelernt werden. Mittlerweile fällt es aber den meisten unserer Angestellten leichter sich mit Kunden und Sponsoren zu unterhalten.

Die Gestaltung unseres Firmenlogos und das Design unserer Skripten war eine lustige Aufgabe, die wir mit Teamwork und Freude genossen haben.

So machte uns auch die Teilnahme an der Handelsmesse in Wien großen Spaß. Ein Reibungspunkt, der am Start des Schuljahres ein Problem war, war die Festlegung der Strukturen. Hin und wieder wollte jeder alles machen und manchmal keiner etwas.

Dieses Problem wurde mittlerweile aber auch bewältigt. Jetzt herrscht in unserer Firma eine Art von „Übereinkommenshierarchie“, und jeder ist sich seiner Aufgabe bewusst.

Anschließend stellen wir fest, dass aller Anfang schwierig war, wir aber in dieser Anfangsphase am meisten gelernt haben.



Inform Junior Company

Produktion

Hosner Florian

Dieses Jahr wollten wir ein Produkt herstellen, dass leicht zu vermarkten ist und ein breites Publikum anspricht.

Die erfolgsversprechende Idee Lernskripten, die nicht nur Grammatik sondern auch die dazu passenden Beispiele samt Lösungen beinhalten sollten, herzustellen, kam uns nach langem Überlegen.

Wir beschlossen, uns nach einigen Umfragen in der Unterstufe unserer Schule, zu folgenden Skripten:

- ✓ Italienisch für Anfänger (1. und 2. Lernjahr)
- ✓ Mathematik für die 2. Klasse der Unterstufe und
- ✓ Englisch für die 1. Klasse der Unterstufe.

Sofort wurden Arbeitsteams gebildet, die mit dem Entwickeln des Produktes beauftragt wurden.

Die korrekten Skripten wurden schließlich nach langer Vorarbeit eigenhändig von allen Mitarbeitern kopiert und gebunden.



Inform Junior Company

Marketingabteilung

Markus Widmann

Marketing – die Basis für ein erfolgreiches Unternehmen.

Ein Unternehmen kann nur erfolgreich sein, wenn alle Abteilungen zusammenarbeiten und jeder sein Bestes gibt. Doch gerade anfänglich ist es die Aufgabe der Marketingabteilung, die potentiellen Kunden über das Angebot der Firma zu informieren und die Ideen des Unternehmens möglichst attraktiv zu präsentieren.

Zu diesem Zweck wurde ein eigenes Logo entworfen.

Außerdem ließen wir Plakate drucken, die wir in unserer Schule anbrachten. Diese finanzierten wir durch den Verkauf von Werbeflächen auf den Plakaten. Flugblätter wurden gestaltet, vervielfältigt, und durch unsere Mitarbeiter an besonderen Ereignissen wie Elternsprechtag, Tag der offenen Tür oder sonstigen Schulveranstaltungen, verteilt.

Nachdem unsere Juniorfirma nun einigermaßen bekannt war, begannen wir mit unserer eigentlichen Arbeit – Produktion von Lernskripten. Unsere Lernskripten mussten jedoch erst benutzerfreundlich designed werden. Auch das war Aufgabe unserer Abteilung.

Weiters war auch die Gestaltung des Messestandes auf der Handelsmesse in Wien ein Teil unserer Arbeit. Da jedoch diese Arbeit nicht von uns allein bewältigt werden konnte, half die gesamte Firma zusammen, um den Stand bis zur Messe fertig zu bekommen.

Natürlich konnte auch im Verlauf des Jahres nicht auf Werbung verzichtet werden, da wir ständig neue Aufträge zu erledigen hatten. Dank der sehr guten Zusammenarbeit mit den anderen Abteilungen, gelang dies auch immer.



Inform Junior Company

Einkauf

Kristler Matthias

Nachdem der Beschluss feststand, eine Juniorfirma zu gründen, und andere Formalitäten geklärt wurden, besetzten wir die einzelnen Abteilungen. Der Einkauf ist ein wichtiger Teil jeder erfolgreichen Firma.

Es stecken lange Planungen und Diskussionen mit Firmenmitgliedern dahinter. Man muss sich vorstellen, für eine kleine Firma wie die unsrige, mit wenig Kapital, könnte ein Fehleinkauf schwerwiegende Folgen haben. Genau aus diesem Grund achteten wir bei unseren Einkäufen immer auf den Preis der Waren, ohne dabei natürlich die Qualität zu vernachlässigen.

Um einen kleinen Überblick über die Einkäufe zu geben, werde ich jetzt die wichtigsten erwähnen:

Materialien zu Firmenbeginn (Stifte, Kleber, Plakate usw.)
Papier und Heftklammern für Skripten
Dekorationsmaterial für Messestand in Wien
Krawatten (auch für Messe)

Wir sind erfreut, dass die bis jetzt getätigten Einkäufe noch nicht kritisiert wurden, würden aber auch Kritik begrüßen und versuchen aus den Fehlern zu lernen.

Wir aus der Einkaufsabteilung blicken positiv auf das vergangene Firmenjahr zurück und haben sicherlich viel über den Umgang mit Geld gelernt. Unser Motto war und ist immer: **PREIS NIEDRIG, QUALITÄT HOCH !**



Inform Junior Company

Finanzbericht

Hannes Lamprecht

Dieser Bereich stellte für unsere Firma eine gewisse Schwierigkeit dar, da man in unserem Schultyp keine kaufmännische Ausbildung bekommt. So musste das Wissen, das für so eine Tätigkeit unbedingt notwendig ist, mit „*learning by doing*“ erst im Laufe der Zeit erlernt werden.

Die Tätigkeit der Finanzabteilung begann mit dem Verkauf der Aktien. Somit war für das Grundkapital gesorgt. Am Anfang musste Werbung finanziert werden, um die Firma bekannt zu machen. Hierbei bekamen wir einen Zuschuss von Sponsoren, denen wir Werbeflächen auf den Plakaten verkauften. Jetzt musste die Produktion finanziert werden und auch die ersten Löhne wurden ausbezahlt. Durch eine Fehlproduktion wurde die finanzielle Situation beeinträchtigt, doch durch grösseren Einsatz konnte dies schlussendlich kompensiert werden. Wir kamen auch immer besser mit der Buchhaltung zurecht und brauchten die Hilfe eines Aussenberaters immer seltener. Nun neigt sich das Junior-Jahr seinem Ende zu, und die „Aktionäre“ die an unsere Firmenidee glaubten, werden mit einem Gewinn von beinahe 80% „belohnt“.

Einnahmen € 537,15

Ausgaben € 386,28

| | |
|----------|----------|
| Personal | € 117,13 |
| Material | € 142,15 |
| sonstige | € 127,00 |

Gewinn/Verlust € 150,87

| | |
|---------------------------------------|--------|
| Anzahl der ausgegebenen Anteilscheine | 19 |
| Gewinn pro Anteilschein | € 7,94 |
| Nennbetrag p. Anteilschein | € 10 |

auszahlender Betrag € 17,94



Inform Junior Company

Schlußworte

Abschließend wäre zu sagen, dass wir auf ein sehr erfolgreiches, aber doch recht anstrengendes Jahr zurückblicken können, mit der Erfahrung, dass im täglichen Wirtschaftsleben nichts ohne diverse Probleme funktioniert, wobei aber auch die Erleichterung nach der Lösung dieser Probleme sehr groß war und uns darin bestätigt hat, an diesem Projekt teilgenommen zu haben.

Besonderen Dank gilt unseren Lehrern, ganz besonders Frau Mag. Maria Becker und unserem Außenberater Rosemarie Lamprecht, die uns mit Rat und Tat hilfreich zur Seite standen.

Mit freundlichen Grüßen die Firma

INFORM