

business@school 2009/2010

Team Juwelier Zahn



Phase II: Analyse eines kleinen oder
mittelständischen Unternehmens

Protokoll der Arbeiten
von Jannis Andrija Schnitzer

Beginn von Phase II	2
<i>Motivation</i>	2
<i>Kick-off und Auswahl des Unternehmens</i>	2
<i>Zeitplanung und Aufgabenverteilung</i>	3
Weiterer Ablauf	3
<i>Zusammenstellung der Fragebögen und Formulierung der Leitfrage</i>	3
<i>Umfragen</i>	4
<i>Berechnungen</i>	5
<i>Treffen zur Fertigstellung der Präsentation und zweites Beratertreffen</i>	5
Probepäsentationen und letzte Arbeiten	7
1. Probepäsentation, 22. 2. 2010	7
2. Probepäsentation, 23. 2. 2010	7
Die Präsentation und ein Rückblick	8
<i>Verlauf der Präsentation</i>	8
<i>Kritik der Jury</i>	8
Kritik...	9
...an den Beratern	9
...an den Lehrern	9
...an der Jury	10
...an Mitschülern	10
<i>Selbstkritik</i>	11
Rückblick	11

Beginn von Phase II

Motivation

Nach Phase I dachte ich zunächst, die zweite Phase von business@school würde sicher nicht so interessant werden, da hier nur kleine Unternehmen analysiert wurden. Doch im Verlauf der Arbeiten wurde mir klar, wie wichtig kleine Unternehmen für das Wirtschaftsgeschehen sind – und da aus jeder Existenzgründung anfangs ein kleines Unternehmen hervorgehen wird, erwachte auch schnell mein Interesse für die Abläufe und Prozesse in kleinen Unternehmen.

Kick-off und Auswahl des Unternehmens

Die Kick-off-Veranstaltung am 27. November 2009, mit der die zweite Phase offiziell begann, war bei weitem nicht so umfangreich und interessant wie die der ersten Phase. Die Aufmerksamkeit des gesamten Seminarkurses war recht gering, da die Bekanntgabe der Platzierungen erst nach der Kick-Off-Veranstaltung stattgefunden hatte. Die meisten dort vermittelten Informationen waren uns ohnehin klar (nur beim Teil über das Zeitmanagement hätten wir vielleicht besser zuhören sollen).

Später, während der teaminternen Nachbesprechung von Phase I, entschieden wir, in der zweiten Phase nicht noch einmal so zu trödeln, und entschieden daher, dass jedes Gruppenmitglied sich mindestens vier für ihn interessante Unternehmen überlegen sollte. So kam bald eine stattliche Liste zusammen, über die wir dann abstimmten. Unser Erstplatzierter waren die *Filmtheaterbetriebe Englert GbR*, die unter Anderem die Kinos in Schwetzingen und Ketsch betreiben. Doch in der Besprechung der Unternehmen in der business@school-Unterrichtsstunde meinten die Mitglieder des ehemaligen Teams Puma (die später die Papeterie Hiller behandeln sollten), auch sie hätten sich für ein Kino entschieden. Da es in der Vergangenheit schon zu Streitigkeiten zwischen uns und ebendieser Gruppe gekommen war, entschieden wir uns, doch unseren Zweitplatzierten, die *ECM Espresso Coffee Machines Manufacture GmbH*, zu analysieren. Indes bekamen wir von diesem und auch von einigen weiteren Unternehmen nur Absagen.

Schließlich fand – am 15. Januar – ein erstes Beratertreffen statt, und wir hatten immer noch kein Unternehmen. Bei besagtem Treffen besprachen wir nicht viel, der wichtigste

Gesprächspunkt war an sich, wie wichtig es sei, unbedingt möglichst zeitnah ein Unternehmen zur Analyse zu finden. Wir stürmten also sämtliche Unternehmen im Umkreis und fragten die Geschäftsführer, ob sie bereit wären, sich zu ihrem Unternehmen interviewen und das Ergebnis präsentieren zu lassen. Dabei erhielten wir auch prompt einige Zusagen, unter denen wir wieder abstimmen. Die Wahl fiel schließlich auf den *Juwelier Edgar Zahn* – nach kurzer Verwirrung in der Gruppe, ob nun der Optiker oder der Juwelier gemeint sei, die aber dadurch ausgeräumt wurde, dass der Geschäftsführer von Optik Zahn keine Zeit für uns hatte.

Zeitplanung und Aufgabenverteilung

Wenig später stand auch unser Zeitplan, der uns zeigte, dass nur wenig mehr als ein Monat bis zur Präsentation verblieb. Da der Großteil der Analyse vom Interview mit Edgar Zahn und der Kundenumfrage abhing, sollten diese möglichst schnell geschehen. Wir verteilten anschließend die Aufgaben – Nicolai wurden Steckbrief, Geschichte und SWOT-Analyse übertragen, Patrick sollte die Mitarbeiterstruktur zusammenstellen, Christian war für die Analyse der Wertschöpfungskette und der Strategie Edgar Zahns zuständig. Mit der Kundenstruktur beschäftigte Tobias sich, Marktanalyse war wie gehabt Jans und Patricks Domäne, und meine Aufgabe war es – zusammen mit Jan und Christian – Kosten- und Umsatzabschätzungen zu treffen und schließlich Umsatz und Gewinn zu berechnen; außerdem erstellten Jan und ich wie gehabt die Präsentation. Selbstverständlich blieb es – wie auch in der ersten Phase – nicht bei dieser klaren Aufteilung, jeder wusste von allem Bescheid und hatte überall seine Finger mit im Spiel.

Weiterer Ablauf

Zusammenstellung der Fragebögen und Formulierung der Leitfrage

Da wir Informationen hauptsächlich von den zwei wichtigsten Entitäten um das Unternehmen – dem Juwelier selbst und seinen Kunden – beziehen wollten, war es notwendig, für beide einen gut durchdachten Fragebogen zu entwerfen. So hatten wir uns schon vor der Festlegung des Zeitplanes bei einem spontanen Treffen im Café einige Fragen überlegt, die wir dem Unternehmer oder den Kunden stellen könnten. In der Gruppe besprachen und erweiterten wir dann diesen Fragenkatalog und sandten ihn gleich anschließend an

die Berater von business@school, von denen sehr positives Feedback und kaum Verbesserungsvorschläge kamen. Jan, Christian und Patrick führten das Interview durch und ließen der Gruppe die Ergebnisse per Mail zukommen.

Aus dem Interview ergab sich als wichtigster Schwachpunkt des Juweliers ein kontinuierlicher Umsatzrückgang, dessen Ursachen zu untersuchen wir als unsere Hauptaufgabe in der Analyse sahen. Daraufhin sollte auch die Kundenumfrage zugeschnitten werden. Im Hinblick darauf, dass Edgar Zahn im Interview nur recht lapidare Gründe für seinen Umsatzrückgang nennen konnte und das Internet darunter nicht auftauchte, und weil wir außerdem technikbegeisterte junge Menschen sind, entschieden wir uns schließlich dafür, die Leitfrage auf dieses Thema abzielen zu lassen. Wir entwarfen also einen Kunden-Fragebogen und stellten dort vor allem Fragen, die auf das Thema Einkauf im Internet abzielten.

Umfragen

Über die folgende Woche (der Februar hatte gerade begonnen) stellten sich reihum verschiedene Gruppenmitglieder »in den Schnee« und führten Kundenumfragen vor Edgar Zahns Ladengeschäft durch. Dabei waren, wie wir später bemerkten, nicht nur die Antworten der Kunden an sich von Interesse, sondern auch die Anzahl der Kunden pro Zeit – die Umfragetage genau im Gedächtnis zu behalten, half uns später bei der Umsatzberechnung sehr. Insgesamt nahmen sich etwa 30 Kunden die Zeit, unsere Fragen zu beantworten, und deckten mit ihren Antworten das ungefähre Bild, das wir bereits von der Kundenstruktur hatten.

Später führten wir nochmals eine Online-Umfrage auf der recht jungen Plattform *twtpoll* durch¹, die uns bei der Untermauerung einiger Vermutung hinsichtlich unserer Leitfrage unterstützen sollte – eigentlich hatten wir gehofft, zu der Frage statistische Daten zu finden, doch da unsere Suche danach negativ ausfiel, entschieden wir spontan, sie selbst zu erheben. Dies erwies sich schließlich mit insgesamt 104 Umfrageteilnehmern als geglückt – doch dazu später mehr in der Beschreibung des Treffens, bei dem wir die Umfrage ins Leben riefen.

¹ Die Umfrageergebnisse sind immer noch unter der URL <http://twtpoll.com/b07mne> einzusehen.

Berechnungen

Im selben Zeitraum wagten wir uns auch erstmals an die Berechnung des Umsatzes, wobei wir da schon von den auch in der Präsentation vorgestellten Annahmen ausgingen. Wir telefonierten an diesem Tag nochmals mit Herrn Zahn, um ihm einige Detailfragen zu stellen, und kamen schon dort – allerdings bisher nur für den realistic case, also ohne Berücksichtigung stärkerer Schwankungen – auf ein Ergebnis, das nur wenig von unserem endgültig berechneten und von Edgar Zahn abgesegneten Wert abwich.

Treffen zur Fertigstellung der Präsentation und zweites Beratertreffen

Am 11. Februar trafen Jan und ich uns bald nach der Schule bei mir zu Hause zum Arbeiten an der Präsentation. Später stieß auch Christian dazu. An diesem Tag entstand vor allem der optische Rahmen für die Präsentation, Steckbrief und Wertschöpfungskette und viele vereinzelt Folien, die Umfrageergebnisse grafisch darstellten und zum Großteil als Backup-Folien endeten. An diesem Tag entstand auch die oben bereits genannte Online-Umfrage, da wir im Internet keine Daten zur Kundenaufteilung auf Einzelhandel und Internet bei Juwelieren finden konnten. Wir verteilten die Adresse zur Umfrage unter Freunden und Bekannten per Mail, Twitter etc. und erhielten in den folgenden Tagen tatsächlich über 100 Ergebnisse, deren prozentuale Verteilung sich über die gesamte Dauer der Umfrage als sehr stabil erwies, was diese Umfrage für uns als gute Untermauerung unserer These tauglich machte. Und doch, der genaue Ablauf der Präsentation stand immer noch in keinsten Weise fest – wir hatten nur ungefähre Vorstellungen, wie alles aussehen und ablaufen würde.

Ein bemerkenswertes Detail unserer Präsentation war die Folie mit der Unternehmenshistorie. Hier hatte ich zuvor ein Foto von einer Promotion-Uhr des Juweliers aufgenommen und zusammen mit Jan die Zeiger dieser Uhr ausgeschnitten und per Bildbearbeitung drehbar gemacht. Jan animierte sie dann mittels eines Videoschnittprogramms; diese Animation verwendeten wir als Ersatz für einen Zeitstrahl – die historischen Ereignisse waren rund um das Ziffernblatt angeordnet und die Zeiger drehten sich passend zum Vortrag auf die entsprechende Position.

Am Tag danach fand das zweite Beratertreffen statt, von dem wir nur wenig Anregungen mitnahmen. Wir hörten einen skeptischen Herrn Mayer, der meinte, wir müssen unsere

Aussagen gut untermauern, was wir aber ohnehin schon für obligatorisch gehalten hatten. Er fragte sich auch, ob unsere Leitfrage uns nicht zu sehr auf das eine Thema Internet fokussiere, doch wir waren uns schon relativ sicher, trotz der Leitfrage das ganze Spektrum der Analyse abdecken zu können. Die Internetumfrage wurde als positiver Aspekt hervorgehoben. Im Übrigen konnte auch er uns bei der Anordnung der Folien keine bahnbrechende Anregung mitgeben, wir entschieden uns später selbst für eine logische Lösung. Mayer betonte allerdings (wie auch schon in der letzten Phase), wir sollten unbedingt für jede Folie einen guten Action-Title finden. Mit Action-Titles stehen wir als Team eigentlich eher auf dem Kriegsfuß, doch wir erkannten, dass sie in manchen Fällen durchaus gut zur Auflockerung des Vortrages dienen können. Übertreiben sollte man es allerdings nicht.

Wir trafen uns also am 13. Februar nochmals bei Jan, um mehr Fluss in die Präsentation zu bringen. Dabei kam uns die Idee, für bestimmte Produkte Preisvergleiche zwischen dem Kauf beim Juwelier Zahn und im Internet anzustellen. Ein wenig mehr Fortschritt konnten wir verzeichnen. Inhaltlich war an der Präsentation am Abend nur noch wenig auszusetzen, aber vom logischen Ablauf her hätte man sie so bei weitem noch nicht halten können.

In vielen abendlichen Gesprächen und Diskussionen einigten wir (es waren hauptsächlich Jan, Patrick und ich, die regelmäßig per Skype über die Präsentation sprachen) uns auf die Struktur der Präsentation, die mit entsprechendem Vortrag logisch und schlüssig war. Es gab nun jedoch noch einige Platzhalter, die gefüllt werden mussten: die Zahlen und Annahmen in den verschiedenen Berechnungen waren stets Bestandteil der Debatten und wurden bis ganz ans Ende immer wieder justiert und verfeinert; und vor allem im Bereich des Fazits gab es noch einige nur spärlich gefüllte Folien.

Also vereinbarten wir am 17. Februar (dem Tag der Präsentationsabgabe) ein spontanes Gruppentreffen im Café *et cetera* in Hockenheim, wo wir auch zuvor schon gesessen waren und gearbeitet hatten. Wir gingen die Präsentation Folie für Folie durch, perfektionierten die vorhandenen Inhalte und füllten Leerstellen. Wir unternahmen beispielsweise auch einen kurzen Abstecher zur Inside GmbH. Diese ist den meisten Hockenheimern eher als Fahrschule bekannt (und war im übrigen auch eines der Unternehmen, die wir nach dem ersten Beratertreffen aufgesucht hatten), bietet aber auch die Erstellung und das Hosting

von Websites an. Dort holten wir ein Angebot für eine eventuelle Website für den Juwelier Zahn ein – und führten sogleich die Berechnung durch, wie viel Mehrgewinn durch das zusätzliche Marketing im Internet erreichbar wäre. Diese wurde ein essentieller Bestandteil unseres Fazits. Am Abend konnten wir guten Gewissens sagen, wir seien fertig, und schickten die Präsentation sogleich – und wie verlangt – an Frau Kaiser und Herrn Zeitz.

Probepäsentationen und letzte Arbeiten

Nach der Präsentationsabgabe am 17. Februar legten wir in der Gruppe – diesmal früher als in der ersten Phase – die Verteilung der Folien auf die Sprecher fest. Wir vereinbarten außerdem, dass jeder sich genauestens über die Thematiken seiner Folien informieren sollte, um in der Fragerunde nicht leer auszugehen oder mit leeren Händen dazustehen.

1. Probepäsentation, 22. 2. 2010

Die Organisation der Terminvergabe für die Probepäsentationen lief ein wenig durcheinander, was dazu führte, dass wir an besagtem Montag erst eine Stunde später als eigentlich geplant präsentieren konnten. Vom logischen Aufbau der Präsentation her gab es kaum Kritik, diese richtete sich vielmehr gegen unsere – nicht gerade überragende – präsentatorische Leistung an diesem Tag. Dies war durchaus nachvollziehbar, da nicht alle ihren Text formuliert und keiner ihn auch noch geübt hatte. Ferner gab Herr Zeitz uns einige Hinweise, wie die Präsentation optisch noch verbessert werden könnte – beispielsweise konnten wir die Lesbarkeit der kleinen Zahlen und der Texte auf dem kontrastreichen Hintergrund noch erhöhen. Nach der Besprechung der Präsentation unterhielten wir uns noch einige Minuten über unsere Geschäftsideen für die dritte Phase, denn der Zeitdruck der Ideenabgabe für das Patentstipendium – die am 1. März erfolgen musste – lastete schon hier schwer auf uns.

2. Probepäsentation, 23. 2. 2010

Frau Kaiser zeigte sich sehr begeistert über das kleine Schauspiel, das wir als Einstieg in die Präsentation angesetzt hatten, und war auch ansonsten mit unseren präsentatorischen Leistungen recht zufrieden. Lediglich die Textsicherheit könnte noch weiter verbessert werden – zumindest ich übte mein Auftreten am Abend desselben Tages noch eingehend und feilte an der voraussichtlichen Formulierung des Textes. Wir nahmen an diesem Tag

noch kleine, hauptsächlich optische Anpassungen an den Folien vor, hatten nun nichtsdestoweniger die finale Präsentation vor uns.

Die Präsentation und ein Rückblick

Verlauf der Präsentation

Nachdem wir in Phase I als letzte Gruppe präsentiert hatten, durften wir dieses Mal als erstes unsere Analyse vortragen. Die Präsentation verlief ohne nennenswerte Pannen, und wir waren recht zufrieden mit unserer Leistung – ernteten auch positives Feedback von den anderen Teams. Die Fragerunde der Jury hinterher verlief unserer Meinung nach auch hervorragend, wir konnten alle Fragen gut und gezielt beantworten. Die Fragen an sich waren teilweise gut, teilweise aber auch eher an den Haaren herbeigezogen – beispielsweise kam die Frage auf, ob wir denn sicher sein könnten, ob der Juwelier keine Schulden habe, die wir dann in den Berechnungen nicht berücksichtigt hätten. Selbstverständlich konnten wir das aber nicht wissen, da wir uns lediglich auf seine Aussagen und unseren eigenen kritischen Verstand berufen konnten.

Kritik der Jury

Die Jury platzierte uns nur auf dem zweiten Platz in unserer Präsentationsschiene – das Team mit der Papeterie Hiller gewann den ersten Platz. Später wollten wir natürlich von der Jury wissen, wie diese Platzierung zustande gekommen sei, wenn selbst Mitglieder der Hiller-Gruppe nach dem Vortrag zu uns sagten, sie schätzten uns besser als sich selbst ein. Auch Herr Zeitz war an einer Antwort auf diese Frage interessiert und wohnte deshalb unserem Gespräch mit dem Juror, Herrn Vaudlet, bei.

Dieser hielt sich recht lange an optischen Kleinigkeiten auf: ein weißer Punkt, wohl verursacht durch die Lampe des Beamers oder einen Sonnenstrahl, hatte ihn gestört, und er habe die ganze Zeit überlegt, ob dieser weiße Punkt irgendeine Bedeutung habe. Außerdem hielt er die animierte Uhr für übertrieben – was wahrscheinlich vor allem Jan, der viele Stunden mit ihrer Animation verbracht hatte, hart getroffen hatte. Auch ich war etwas enttäuscht von der geringen Wertschätzung, die er der Idee entgegenbrachte, hatte ich doch zum Einen auch eifrig daran mitgearbeitet und hielt ich zum Anderen diese unkonventionelle Darstellungsform der Unternehmensgeschichte für auflockernd und gut. Präsentato-

risch bemerkte Herr Vaudlet ebenfalls einige Kleinigkeiten, die ihm – beziehungsweise der Jury – beim Team Hiller positiv aufgefallen seien.

Beim inhaltlichen Aspekt behauptete er, wir hätten die Zahlen und Werte, die wir präsentiert hatten, nicht kritisch genug hinterfragt – was für uns durchaus sehr unverständlich und niederschmetternd wirkte, da wir vor allem die Zahlen sehr kritisch betrachtet und anhand von verschiedenen dritten Quellen immer feiner justiert hatten. Edgar Zahn selbst war beinahe sprachlos über die Genauigkeit unserer Berechnungen – Herr Vaudlet indes begründete seine Behauptung mit einer Bemerkung von Seiten Jans während der Fragerunde. Dieser hatte zwar erwähnt, dass Herr Zahn die Zahlen als annähernd richtig bezeichnet hatte, es aber wohl nicht so formuliert, dass die Jury davon überzeugt war, Herr Zahn habe da auch die Wahrheit gesagt.

Kritik...

...an den Beratern

In der zweiten Phase gab es zwar zwei Beratertreffen, doch haben wir meiner Einschätzung nach die Hilfen der Berater insgesamt weniger in Anspruch genommen als in Phase I. Neben der Tatsache, dass das erste Beratertreffen im Grunde nur aus einer Aufzählung aller möglichen Unternehmen bestand, die wir noch anfragen könnten, haben wir auch später den Rat der Berater nur selten eingeholt, was die Präsentation betraf. Auch aus dem zweiten Beratertreffen konnten wir nichts mitnehmen, was unseren Kurs bezüglich der Präsentation noch großartig änderte – dies könnte aber auch daran liegen, dass das Treffen recht kurz vor der Präsentation anberaumt war und wir ohnehin keine großflächigen Änderungen vornehmen konnten und wollten.

Trotzdem steht fest, dass die Berater da, wo wir sie um Hilfe gebeten haben, uns diese stets gern und kompetent gegeben haben – und diese Arbeit, die sie ja freiwillig machen, nicht zu unterschätzen, sondern vielmehr sehr zu loben ist.

...an den Lehrern

Auch in der zweiten Phase haben Frau Kaiser, Herr Zeitz und Herr Kriebel mit großem Engagement die Organisation des Projekts übernommen und ausgeführt. Bezüglich meiner

Kritikpunkte aus der ersten Phase, die das Zeitmanagement und die Kommunikation der Rahmenbedingungen betrafen, hat sich eine deutliche Verbesserung eingestellt. Ganz reibungslos lief es aber immer noch nicht, was indes nicht unbedingt ihre Schuld sein muss: die von business@school vorgegebene Terminlage war schulisch etwas ungünstig – es blieben beispielsweise nach den Ferien nur zwei Schultage vor der Präsentation, die natürlich auch für Proben genutzt wurden.

...an der Jury

Wie oben schon erwähnt, können wir die Entscheidung der business@school-Jury, uns auf den zweiten Platz zu stellen, nicht zur Gänze – und vor allem noch viel weniger als in Phase I – nachvollziehen. Die Kritikpunkte, die angeführt wurden, halten wir teilweise für unbegründet, teilweise für subjektiv, und in allen Fällen nicht für massiv genug, um den zweiten Platz zu begründen. In Anbetracht der Tatsache, dass die berechneten Zahlen des Hiller-Teams laut eigener Aussage in der Nacht zuvor nochmals neu berechnet wurden, und wir die unsrigen stets hinterfragt und oft auf ihre Glaubhaftigkeit überprüft haben, sind bei uns Zweifel an der Kompetenz der Juroren bezüglich kleiner Unternehmen aufgetaucht – so hat laut der Präsentation des Hiller-Teams der Geschäftsführer der Papeterie sogar mit einer Verluste einfahrenden Filiale mehr verdient als ein Lufthansa-Flugkapitän. In besagter Präsentation waren die Zahlen pauschal als »Angaben des Geschäftsführers« ausgezeichnet, wohingegen wir genau die Berechnung verschiedener Szenarien vorgestellt hatten, und im »realistischen« Fall auch einen realistischen – und wie bereits erwähnt, von Herrn Zahn definitiv beglaubigten – Gewinn als Ergebnis hatten.

...an Mitschülern

Das Klima in unserem Team hat sich im Vergleich zum Anfang des Projekts stark verbessert, es gab in dieser Phase kaum noch Streitigkeiten – und vor allem keine so schwer wiegenden wie in Phase I. Auch die Arbeitsmoral hat sich meiner Meinung nach verbessert. Nach wie vor zu kritisieren ist jedoch die Zeiteinteilung, die von uns allen einigermaßen missachtet wurde – maßgeblichst darin, dass wir einen Monat lang kein zu analysierendes Unternehmen hatten. Erst dann wurden wir »wachgerüttelt« und begannen, tatsächlich zu arbeiten. Die Arbeit war aber insgesamt konzentrierter und effizienter als in Phase I, wir hatten also in den letzten Tagen vor der Präsentation weniger Zeitdruck als in

der letzten Phase. Lediglich in einem Ausnahmefall kam es vor, dass man am Ende eines stundenlangen Gespräches dem gesetzten Ziel (der fertigen Präsentation, versteht sich) keinen Schritt näher gekommen war – der Stress hatte wohl alle übermannt, man war angespannt und hörte den Vorschlägen der Anderen nicht richtig zu. Dieses Problem wäre nicht aufgetreten, hätten wir früher mit der Arbeit anfangen können.

Selbstkritik

Die Suche nach einem Unternehmen habe ich, wie wohl auch die anderen Gruppenmitglieder, nicht ernst genug genommen – zwar hatten wir viele Vorschläge, haben aber erst nach viel zu langer Zeit Kontakt zu diesen Unternehmen aufgenommen, was zur bereits angesprochenen Zeitknappheit und damit zu extrem kräftezehrenden Arbeitsphasen geführt hat. In die Gruppe habe ich mich gut eingefügt und auch einen wichtigen Teil der Arbeitslast getragen – was nicht zuletzt auch meiner Kompetenz in Sachen Computerbedienung zu verdanken ist. Es gab aber auch Zeiten, in denen der Stress mich überflutet hatte und meine gereizte Stimmung dem Arbeitsfortschritt eher hinderlich als förderlich war.

Rückblick

Wie die erste, so war auch die zweite Phase von business@school sehr interessant und sicher nicht minder aufschlussreich. In der Organisation ließen sich Verbesserungen ausmachen, und auch wir sind meiner Meinung nach mit noch mehr Ehrgeiz an die Sache herangegangen. Auch in Phase II haben wir viel Neues dazugelernt: für mich selbst würde ich die Abschätzungen und Berechnungen von Umsatz und Gewinn eines kleinen Unternehmens als markantes Lernerlebnis ansehen. Auch bin ich nun um viele andere Erfahrungen, was »Wirtschaft in Klein« und ihre Prozesse betrifft, reicher. Die Erkenntnis, dass gute Zeitplanung sehr wichtig ist, hatte uns wohl nach Phase I auch noch nicht so eindrucksvoll erreicht wie jetzt.

Ein erster Platz hätte uns sicher gefreut, andererseits ist so unser Ehrgeiz, in der dritten Phase zu gewinnen, noch größer. Das Ziel für die dritte Phase ist also für mein Team und mich mehr denn je, den ersten Platz zu erreichen.