

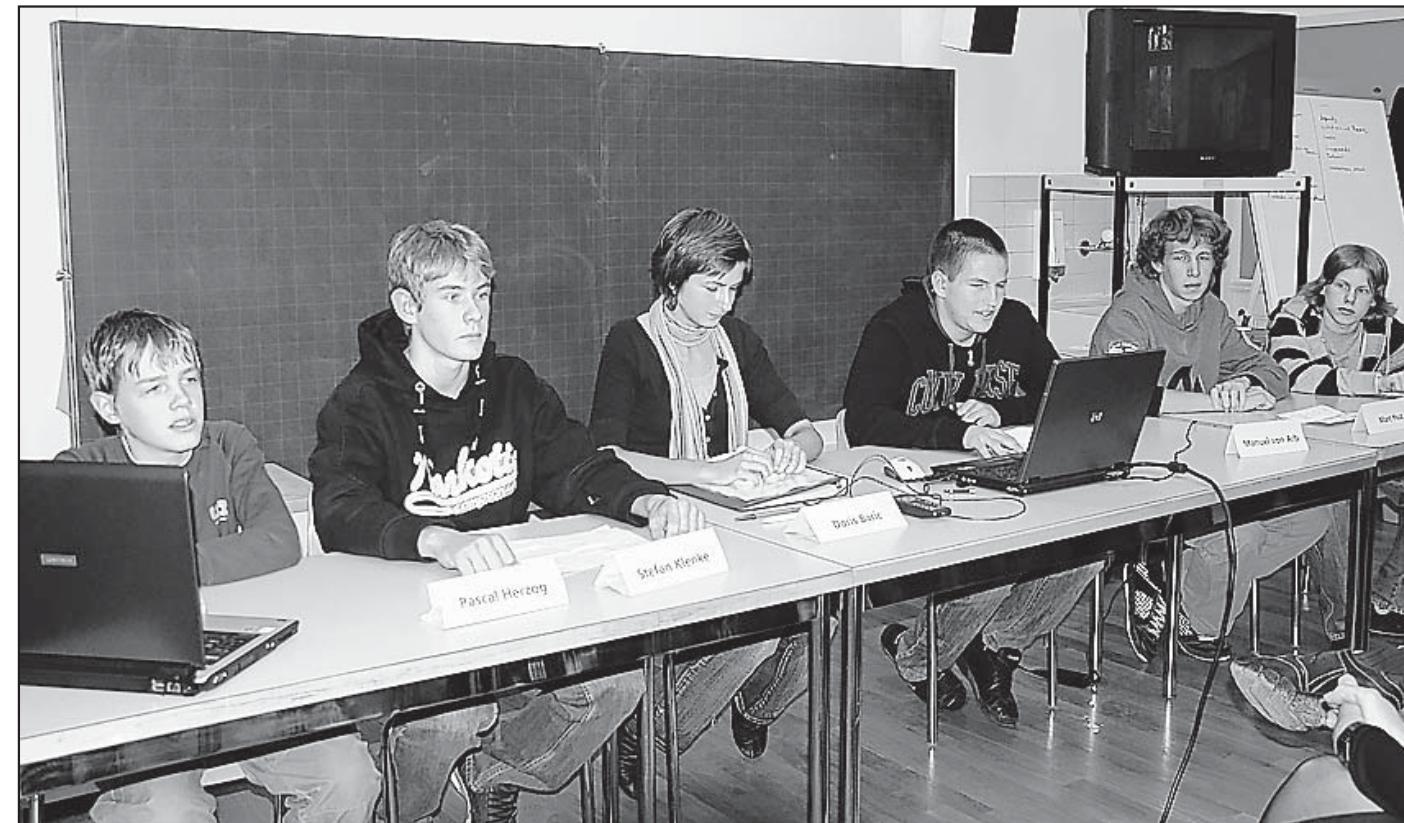
Hohe Anforderungen an Scheinfirmen

An der Kantonsschule Aarau fand die «Wirtschaftswoche» statt, welche diesmal, aufgrund des grossen Interesses, mit vier Gruppen durchgeführt wurde. Zu bewirtschaften war ein Unternehmen für die Produktion und den Vertrieb von Jeans.

st. Während einer Woche erarbeiteten sich die 23 Jugendlichen profunde Kenntnisse über das Führen eines Unternehmens. Sie hatten auf einer bestehenden Firma aufzubauen, bisherige Fehlleistungen auszubessern und das Unternehmen auf neuen Erfolgskurs zu führen. Anschauungsunterricht erhielten sie beim Besuch der Ferrum AG, wo sie vor allem von der Giesserei beeindruckt waren. Anlässlich einer Aktionärsversammlung, die als Abschluss der Bemühungen durchgeführt wurde, stellten sich die «Firmenbosse» den kritischen Fragen von Aktionären, Analysten und Journalisten.

Durchwegs gute Präsentation

Die erste Gruppe stellte ihre «Cotton Dreams» vor und erschien zu diesem Zweck in gepflegtem dunklem Outfit, die Herren mit Krawatte oder Fliege. Vor ihnen stand ein Schild mit ihrem vollen Namen und ihrer Funktion innerhalb des Firmenvorstandes. Letzteres klappte übrigens bei allen vier Gruppen vorbildlich. Auch ihre Präsentation war übersichtlich gegliedert. Allerdings bekam der Aktionär



Ernsthaft bei der Sache: Der «Firmenvorstand» orientiert die Aktionäre über den Geschäftsverlauf. (Bild: st.)

während der gesamten Präsentation das Firmenlogo nie zu sehen, den Firmennamen nie zu hören. Dies war bei Jojos Exclusive anders. Jedes präsentierte Schriftstück wies den Briefkopf mit Logo auf.

Alle Gruppen gingen ein auf ihre Strategie, die finanzielle Situation, auf die Veränderungen im Maschinenpark und den meist damit verbundenen personellen Massnahmen.

Von bester bis geringster Qualität

Zu den Firmenstrategien gehörte das Etablieren in einem bestimmten Preissegment. Dieses ging von Höchstqualität zu entsprechenden Preisen über mittlere Qualitäten bis ins Tiefpreissegment. Die Blueberry AG bei-

spielsweise hat sich der «mittleren» Qualität verschrieben. Diese Firma verfügt sogar über eine Homepage mit Gästebuch, wo sie auf Kritik und Anregungen aus dem Kundenkreis setzt.

Bei Arbux wurde ein bisschen zu oft betont, dass das Tiefstpreis-Segment entsprechend unterdurchschnittliche Qualität bedeutet. Weder die Blueberry AG noch Arbux bauten das Firmenlogo in die Präsentation ein.

Hohes Niveau

Alle vier Gruppen zeugten von einem hohen Niveau. Dies bestätigte auch Peter Lüscher, Direktor der Aargauischen Industrie- und Handelskammer, welche diese «Wirtschaftswoche» sponsert und auch begleitet.