

Vier Scheinfirmen präsentierten sich

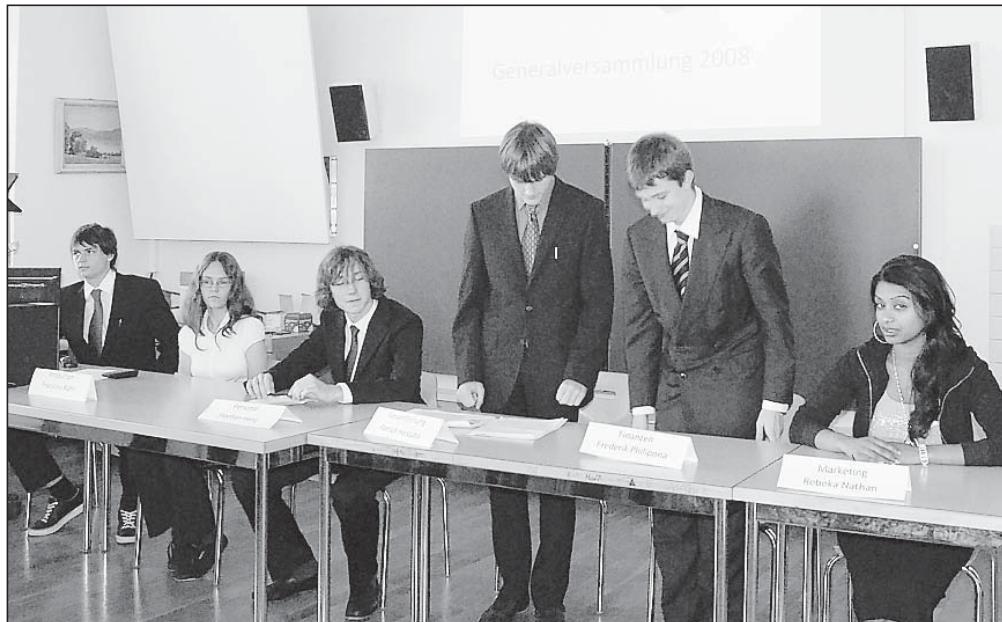
Unter dem Patronat der Aargauischen Industrie- und Handelskammer fand in der Kantonsschule Aarau die traditionelle Wirtschaftswoche statt. Teilgenommen haben – mit einer Ausnahme – alles Erstklässler der Wirtschaftsmittelschule WMS, die seit August in der Ausbildung sind.

st. In der «Wirtschaftswoche» lernen die Kantischüler – vor allem Studierende an der WMS – wie eine Firma funktioniert, wie sie sich am Markt ausrichten muss, um Erfolg zu haben, wie Strategien erarbeitet und umgesetzt werden, und wie eine Aktionärsversammlung vorbereitet wird. Auf dem Weg, den die künftigen Wirtschaftsfachleute in dieser Woche beschritten, wurden sie von Axel Reichlmeier von der Aargauischen Industrie- und Handelskammer, und von Heinz Schaffner, Unternehmensberater und Spezialist für Innovations-Management, begleitet. Von Seiten der Kantonsschule war Ursula Fahrländer mit dieser Spezialaufgabe betraut. In Gruppen wurden am ersten Tag vier Firmen gegründet, Namen und Logos gefunden, Leitbild und Strategien erarbeitet. An den folgenden Tagen beleuchteten die Studierenden die einzelnen Bereiche und erarbeiteten die Präsentation, wie sie für die Aktionsversammlung notwendig ist.

Als Abschluss dieser Aufbuarbeiten stand am Donnerstag der Besuch der Areva auf dem Programm. Am Freitagmorgen folgte der letzte Schliff für den grossen Event am Nachmittag.

Auch auf Äusseres achten

Auffallend gegenüber früherer Jahre war diesmal der Auftritt aller vier «Fir-



Dezent und in Schale mit Krawatte: Die angehenden Wirtschaftsfachleute wissen bereits, worauf es auch noch ankommt. (Bild: st.)

menleitungen». Da war nichts mehr zu sehen von T-Shirt und Jeans, alle kamen in grauer bis schwarzer Schale und mit Krawatte. Die Damen – sie waren in allen Geschäftsleitungen stark in der Minderzahl – waren durchwegs dezent-elegant gekleidet. Jeder Platz war mit dem Namensschild und der Funktion des Betroffenen versehen. Bemerkenswert waren Präsentationen an der Leinwand, und wenn der Ablauf auch noch nicht überall reibungslos klappte – es ist erstaunlich, was die jungen Leute in dieser kurzen Zeit erarbeitet haben.

Toilettendeckel «überschwemmen demnächst den Markt»

Die vier Firmen, Imperial Comfort, Royal Toilet System, 1stPLACEAG und Toilet&Art AG befassten sich alle mit der Produktion von WC-Deckeln, vom einfachen Billigmodell, vor allem für den Export bestimmt, bis zum hochwertigen Designer-Modell, das jede Sitzung zum Genuss macht. Die Gruppen

befassten sich mit den Geschäftsjahren 11, 12, 13 und 14 ihrer Firmen und stellten dar, mit welchen Mitteln sie den Umsatzeinbussen entgegenwirkten. Zwar wurden während der Woche verschiedene Preise verliehen, aber nur gerade eine Firma schlug an der Aktionsversammlung daraus Kapital, bei anderen gingen beispielsweise Umweltschutzgedanke und Sponsoring schlichtweg «vergessen». Kritische Fragen aus dem Publikum wurden mehr oder weniger gut pariert.

Durchwegs positive Bilanz

Bei der anschliessenden Auswertung hielt Heinz Schaffner nicht zurück mit der Kritik, obwohl die Präsentationen in ihrer Gesamtheit sein Lob fanden. Sein Feedback soll nämlich dazu dienen, aus Fehlern zu lernen, und so wurden vor allem kleine Details Gegenstand der Kritik. Der neuen Generation von Wirtschaftsfachleuten darf man zuversichtlich entgegen sehen.