

ZERTIFIZIERUNG



JUNIOR COMPANY

Épice

HLWM Annahof, Guggenmoosstraße 44, 5020 Salzburg

Betreuungslehrer*innen:

MMag. Christiane Mitterstiller, christiane.mitterstiller@hlw-salzburg.at

FV Dipl. – Päd. Andrea Golger, andrea.golger@hlw-salzburg.at

Schuljahr 2023/24

Inhaltsverzeichnis

1	Einverständniserklärung.....	3
2	Geschäftsmodell: betriebliche Struktur, Zielsetzung, Jahresplanung.....	4
2.1	Beschreibung der Geschäftsidee.....	4-5
2.2	Datenbankauszug	6
2.3	Organigramm.....	7
2.4	Kurzbeschreibung der Hauptaufgaben einer Abteilung.....	8
2.5	Jahresziele.....	9
3.	Veranstaltung eines realen, relativ einmaligen und nachhaltigen Projektes	10
3.2	Ziele und Nicht-Ziele	10
3.3	Projektstrukturplan.....	11
3.4	Umfeldanalyse, Risikoanalyse	102
3.5	Meilensteinplan in Zeitstruktur.....	13
4	Anwendung Marketingtools / Service-Design.....	14
4.1	Stakeholder Map/Umfeldanalyse	14
4.2	Personas/Zielgruppe	15-17
4.3	Customer Journey.....	18
4.7	Design Moodboard	19
5	Betriebliche Prozesse.....	20
5.1	Darstellung eines Kernprozesses	20
5.2	Dokumentation von zwei Geschäftsfällen in Form von Belegen.....	21-22
5.3	Planungsrechnung/Finanzplan/Budgetierung.....	23
6	Qualitätsmanagement und Reflexion	24
6.1	Aufeinander folgende Aufzeichnung der individuellen Tätigkeiten (Arbeitsprotokoll).....	24-25
6.4	Zielerreichungsanalyse	26-27/28
6.5	Dokumentation/Abschlussbericht einer Veranstaltung/eines Projektes	28
6.6	Reflexion	29

1 Einverständniserklärung

Mit dem Einreichen der Unterlagen zur Zertifizierung „hum-unternehmen“ stimmt die Junior Company Épice zu, dass die von ihnen erstellten Dateien für spätere „good-practice“ Beispiele herangezogen und veröffentlicht werden dürfen.

Salzburg, 08.01.2024


Amelie Kinsky


Elisa Pomwenger


Victoria Gramiller

2 Geschäftsmodell: betriebliche Struktur, Zielsetzung, Jahresplanung

2.1 Beschreibung der Geschäftsidee lang

Wir von der Junior Company Épice produzieren und vertreiben Kaffeesirupe in drei verschiedenen Geschmacksrichtungen. Wir versuchen mit unserem Produkt eine gute Alternative zu überpreuerten, am Markt und in Kaffeehäusern erhältlichen Kaffeesirupen zu bieten. Mit unserer Idee des Kaffeesirups werden wir den herkömmlichen Kaffee aufpeppen und mit dem Prinzip „Do it yourself“ kann es jeder einfach zu Hause verwenden. Zusätzlich spricht unser Produkt jede Altersklasse an, da es sehr vielseitig verwendet werden kann und nicht nur für Kaffeeliebhaber geeignet ist. Der Sirup kann zum Beispiel gut in warme oder kalte Milch gemischt werden oder zum Backen verwendet werden. Da unser Kaffeesirup sehr geschmacksintensiv ist, benötigt man nur „einen Schuss“ pro Tasse. Das bedeutet, dass man aus unseren 100ml Fläschchen mehrere Portionen erhalten kann, und somit unser PreisLeistungsverhältnis sehr gut für den Käufer ist.

Hergestellt werden unsere Sirupe in den Küchen der HLWM Annahof. Bei der Produktion wird besonderes Augenmerk auf die Einhaltung der Hygienevorschriften gelegt. Weiters legen wir besonders Wert auf natürliche Zutaten ohne jegliche Zusatzstoffe und auf eine nachhaltige Herstellung unserer Sirupe. Da unsere Flaschen wiederverwendbar sind, kann man Sie nach dem Verbrauch alternativ für andere Dinge verwenden.

Unser Logo wurde von unserer Marketingabteilung erstellt und ist auf jeder unserer Flaschen sowie auf unserer Instagram-Seite zu finden. Die Etiketten entsprechen den formalen Kriterien und geben alle nötigen Inhaltsstoffe sowie Nährwerte wieder.



Beschreibung der Geschäftsidee kurz

Die Junior Company Épice produziert und vertreibt Kaffeesirupe in 100ml-Fläschchen in vier Geschmacksrichtungen als Alternative zu teuren Marken. Das DIY-Prinzip ermöglicht eine einfache Verwendung zu Hause und spricht alle Altersgruppen an. Die Sirupe sind vielseitig einsetzbar, z.B. in Milch oder zum Backen. Dank ihrer Intensität reicht ein Schuss pro Tasse, was das Preis-Leistungs-Verhältnis vorteilhaft macht.

Die Sirupe werden hygienisch in den Küchen der HLWM Annahof hergestellt, bestehen aus natürlichen Zutaten und werden nachhaltig produziert. Die wiederverwendbaren Flaschen und das Logo wurden von der Marketingabteilung entworfen, während die Etiketten alle Inhaltsstoffe und Nährwerte anzeigen.



2.2 Datenbankauszug

11/9/23, 2:45 PM Company



Junior Compact Company
Épice
epice.sirup@gmail.com | +43 680 115 52 45
Firmensitz: HLWM Annahof
HLWM Annahof Guggenmoosstraße 44
5020 Salzburg SALZBURG

Firmenbuchauszug

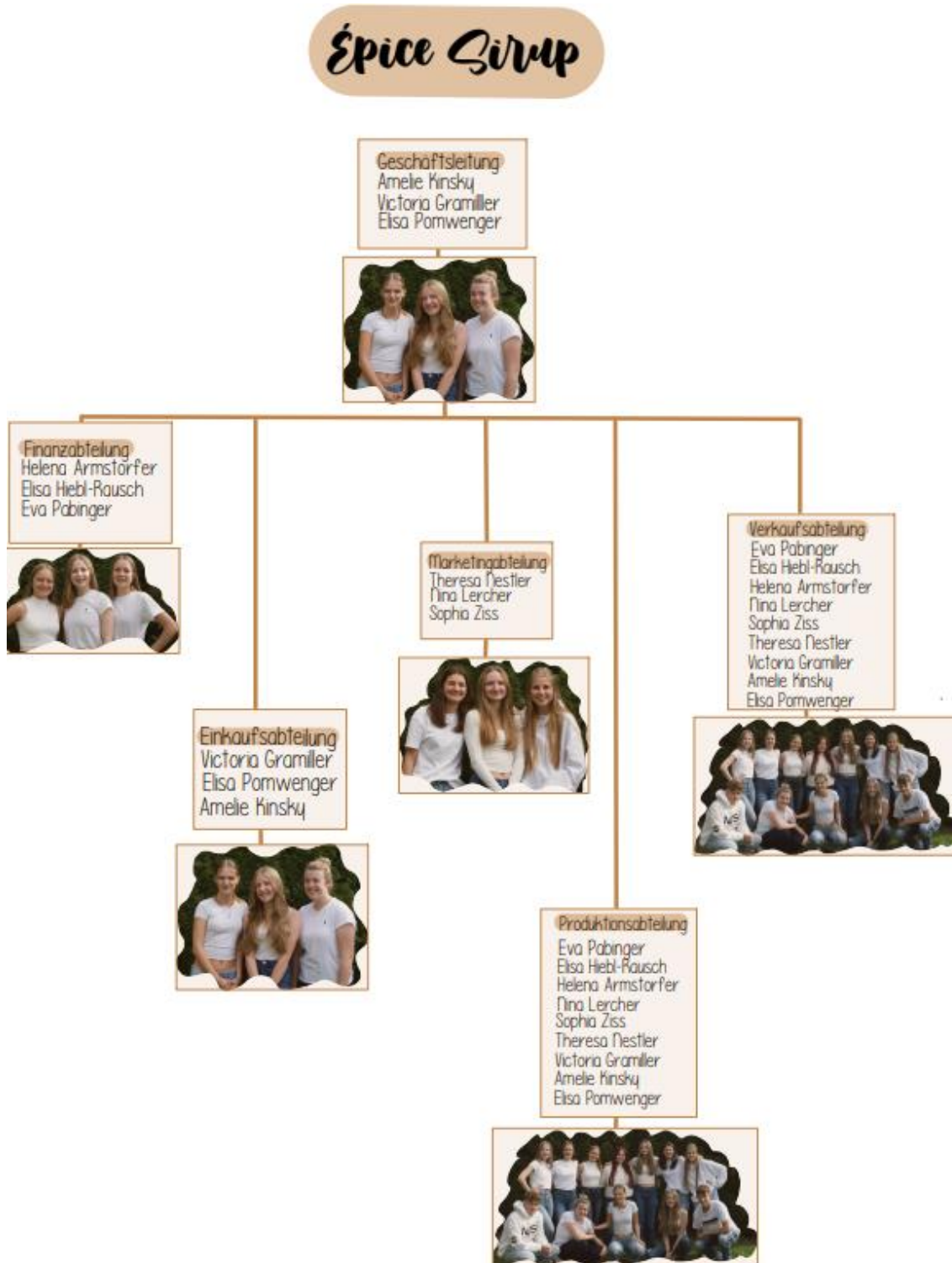
Dieses Dokument stellt den Nachweis dar, dass die unten angeführte Junior Compact Company ordnungsgemäß bei Junior Achievement Austria registriert wurde.

Auszug ausgestellt:	07.11.2023 09:00:42
Registrierungsnummer:	1265
Firmenname:	Épice
Rechtsform:	Junior Compact Company
Anschrift des Unternehmens:	Guggenmoosstraße 44 / 5020 Salzburg
Gesellschaftszweck:	Mit unseren Sirupen wird auch Ihr langweiliger Kaffee zu Geschmacksexplosion. Unsere Sirupe sind super geeignet für Jung und Alt in allen heißen Getränken. Immer beliebter werden Kaffees mit Sirupen diese sind sehr teuer und aufwändig da sie zuhause schwär zu produzieren sind. Unsere Sirupe sind der Perfekte Lösungsweg sie versüßen den Langweiligen Kaffee Alltag und bieten eine große Abwechslung.
Datum der Firmengründung:	02.11.2023
Dauer der Geschäftstätigkeit:	30. Juni 2024
Max. Höhe des Stammkapitals:	800
Vertretungsbefugnis / GeschäftsführerIn:	Elisa Pomwenger
BetreuungslehrerIn:	Christiane Mitterstiller

Junior (Basic bzw. Compact) Companies sind reale Unternehmen, die von 15- bis 19-jährigen SchülerInnen im Rahmen eines Schulprojekts für die Dauer von einem Semester bis zu einem Schuljahr gegründet werden. Sie unterliegen nicht dem Gewerberecht oder Handelsrecht, sondern eigenen Regelungen von Junior Achievement Austria. Weitere Informationen zu Junior Achievement Austria – SchülerInnen gründen Unternehmen finden Sie auf www.junior.cc.

Das Schulprojekt Junior Company wurde von den Volkswirtschaftlichen Gesellschaften ins Leben gerufen und wird vom Verein Junior Achievement Austria durchgeführt und überwacht wird. Der Verein ist deshalb Ansprechpartner bei rechtlichen Fragestellungen.

2.3 Organigramm

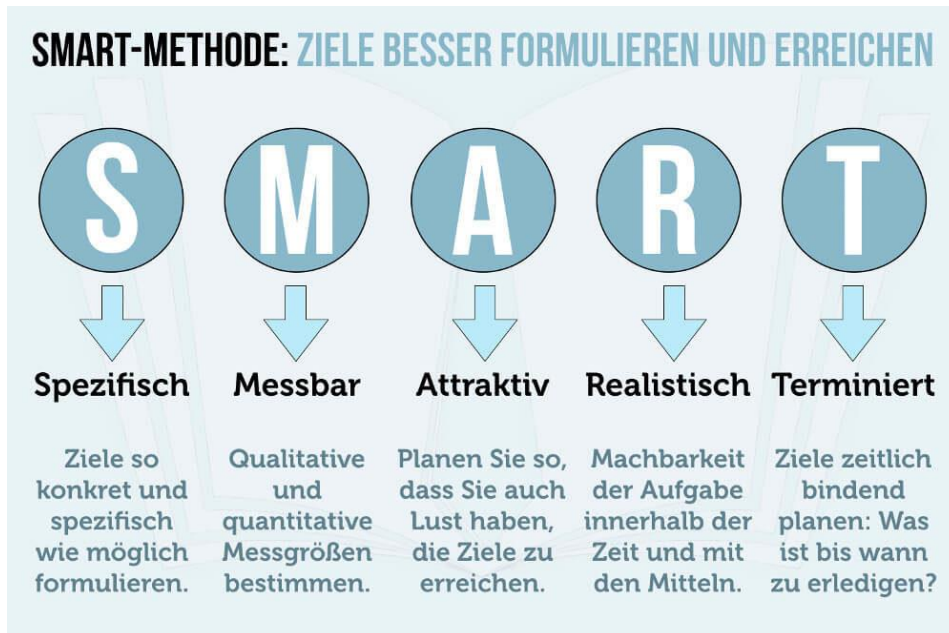


2.4 Kurzbeschreibung der Hauptaufgaben einer Abteilung

Stellenbeschreibung: Abteilung Marketing

Funktionen und Ziele:	Aufgaben:
<ul style="list-style-type: none"> • Gestaltung der Marke • Produkt vermarkten • Bekanntheit schaffen durch Werbung • Planung bestimmter betrieblicher Prozesse z.B. Planung der Werbestrategien • Erreichung bestimmter Marketingstrategien durch Social Media 	<ul style="list-style-type: none"> • Moodboard erstellen • Passendes Etikett erstellen • Verkaufsorte suchen • Geeignete Sponsoren suchen • Die Kunden über neue Sorten und Veranstaltungen informieren • Gestaltung des idealen Instagram Accounts • Folder designen und aufhängen • Drucken und Verteilen von Foldern und Stickern
<p>Qualifikationen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beherrschung des MS Office Pakets • Umgang mit Social Media Plattformen (insbesondere Instagram) • Freude an der Arbeit • Zusammenhalt • Einsatz • Kommunikationsfähigkeit • Zielstrebigkeit • Kreativität • Durchsetzungsvermögen 	<p>Überordnung: Geschäftsführung Unterordnung: Mitarbeiter*innen</p>

2.5 Jahresziele



Quelle: <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fkarrierebibel.de%2Fsmart-methode%2F&psig=AOvVaw3wBUTp78rCQyMBedTq38VX&ust=1709029267740000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CBAQjRxqFwoTClj0qjkyIQDFQAAAAAdAAAAABAD> (Abgerufen am: 26.02.2024)

Ziel 1: Finanzielles Ergebnis

Unsere Junior Company zielt darauf ab, im Schuljahr 2023/2024 (bis spätestens 1.Mai.2024) mindestens 500 Sirupe zu verkaufen, welche auch als 3er-Sets und 2er-Sets angeboten werden.

Ziel 2: Social Media

Auf unserer Instagram-Seite halten wir unsere potenziellen Kunden und Investoren durch ständige Beiträge auf dem Laufenden. Unser Ziel ist es, vor jedem Verkauf einen Beitrag auf unserer Instagram Seite zu posten. Da uns Treue sehr wichtig ist, möchten wir bis zum Ende des Junior-Schuljahres (1.Mai.2024) mind. 100 Follower haben.

3 Veranstaltung eines realen, relativ einmaligen und nachhaltigen Projektes

3.2 Ziele und Nicht-Ziele

Tag der offenen Schule

Am 1.12 fand unser erster Verkauf statt. Wir verkauften unsere Sirupe in den Geschmacksrichtungen Vanille-Zimt, Lebkuchen und Karamell, an einem kleinen Stand am „**Tag der offenen Schule**“. Unsere Intention war, unser Unternehmen bei älteren sowie jüngeren Personengruppen bekannt zu machen.

Ziele:

Unser Ziel ist es, bei unserem Verkauf am Tag der offenen Schule am 1.12. 10 3er-Packs, 10 2er-Packs, sowie 10 Einzel Karamell Sirupe zu verkaufen.

Außerdem möchten wir unseren Bekanntheitsgrad ausbauen und neue Kunden gewinnen, indem wir Leute ansprechen, auf unsere Instagram-Seite hinweisen und evtl. durch Freunde und Bekannte Werbungen und Empfehlungen verbreiten lassen.

Ein weiteres Ziel von uns ist, die Kunden am Tag der offenen Schule für uns zu gewinnen, um Sie zu unserer potenziellen Stammkundschaft zählen zu können.

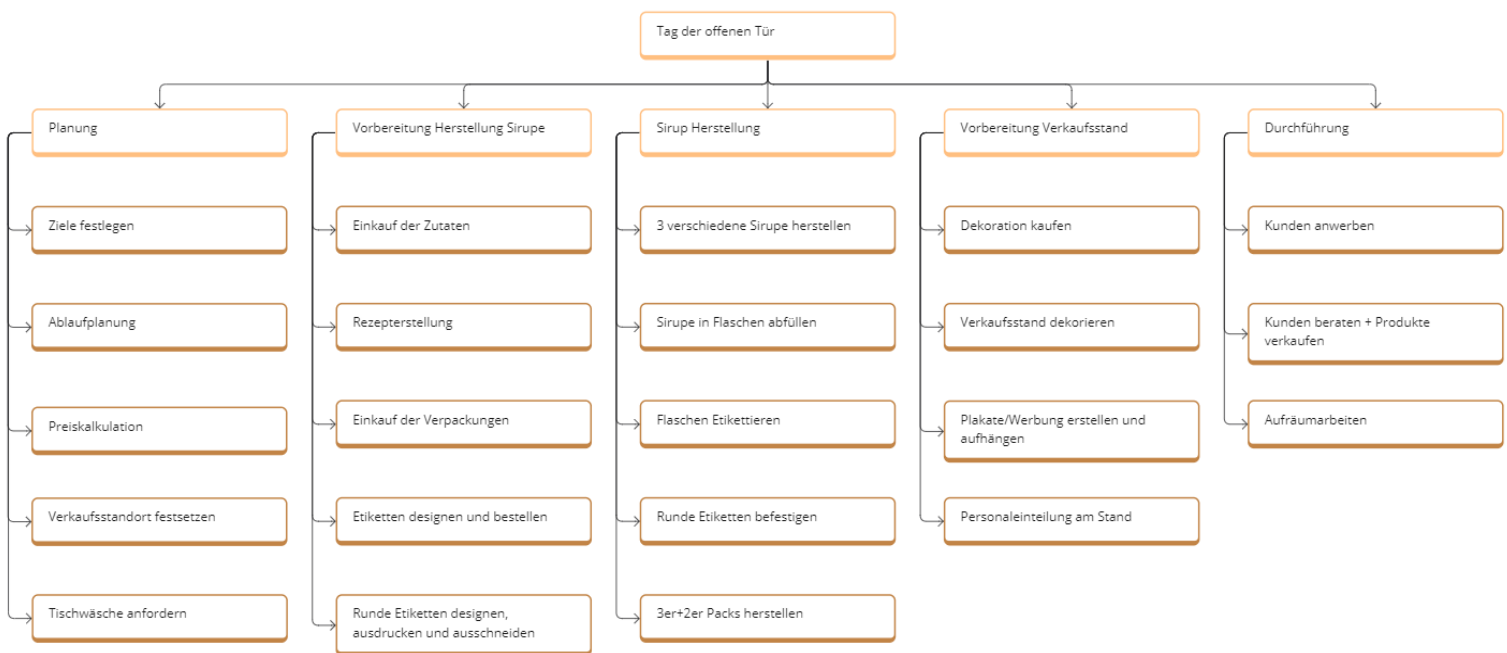
Nicht-Ziele:

Der wichtigste Punkt von unseren Nicht Zielen ist, keine Kunden zu verlieren. Wir wollen unsere Fachgespräche so führen, dass wir keine potenziellen Kunden durch mangelnde Beratungsgespräche verlieren.

Wir wollen auch keine Kunden aufgrund mangelnder Qualität unserer Produkte verlieren.

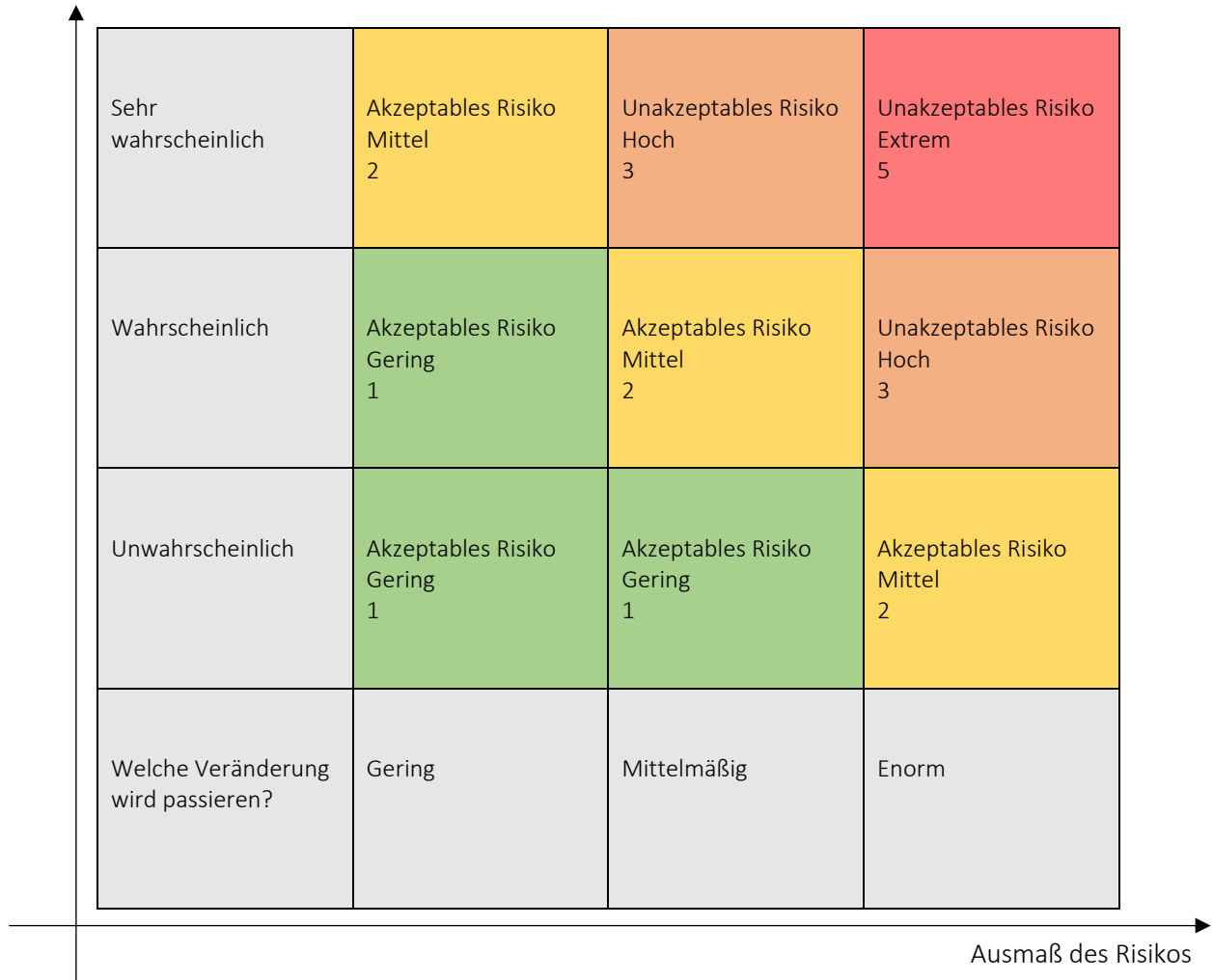
Außerdem möchten wir die Umwelt durch unsere Produkte nicht verschmutzen. Auf zusätzliche Plastik-Verpackungen der einzelnen Sirupe wollen wir gänzlich verzichten. Für unsere Kunden stellen wir zum einfachen Transport Papiertüten bereit.

3.3 Projektstrukturplan



3.4 Umfeldanalyse, Risikoanalyse „Tag der offenen Schule“

Risiko-Eintrittswahrscheinlichkeit



Risiko	W	A	Nr.	Gegenmaßnahme
Unser Stand steht, wo man uns nicht gut sieht.	w	m	2	Falls das der Fall ist, fragen, ob wir wo anders stehen könnten.
Zu wenig Käufer	w	e	3	Vorher viel Werbung auf Instagram machen, Bekannte einladen und nicht zu viele Sirupe produzieren.
Kein Wechselgeld	u	g	1	Geld vorab bei der Bank wechseln lassen und dieses auch mitnehmen
Sirupe bleiben über	w	m	2	Nochmal in der Schule und privat an Bekannte verkaufen.

3.5 Meilensteinplan

Tag der offenen Tür → 1.12.2023

- | | | |
|--|-------|----------------|
| 1. Einholung Zustimmung der Direktion zu unseren Aktivitäten am Tag der offenen Schule | _____ | 1.Monat davor |
| 2. Zutaten und Kosten berechnen, Bestellung vornehmen | _____ | 3 Wochen davor |
| 3. Verpackungen und Etiketten bestellen | _____ | 3 Wochen davor |
| 4. Sirupe produzieren | _____ | 3 Wochen davor |
| 5. Plakate und online Posts machen (allgemeine Informationen) | _____ | 3 Wochen davor |
| 6. Stand organisieren | _____ | 2 Wochen davor |
| 7. Dekoration für den Stand kaufen | _____ | 2 Wochen davor |
| 8. Kassa und Wechselgeld organisieren | _____ | 1 Woche davor |
| 9. Kunden anwerben (über Instagram Post + Aushängen in der Schule) | _____ | 1 Woche davor |
| 10. Rechtzeitiges Aufbauen des Standes | _____ | Verkaufstag |
| 11. Bewusstes Aufmerksam machen unseres Standes | _____ | Verkaufstag |
| 12. Verkauf realisieren | _____ | Verkaufstag |
| 13. Nach Verkauf Geldeinnahmen kontrollieren und zählen | _____ | Verkaufstag |
| 14. Stand aufräumen und wegräumen | _____ | Verkaufstag |
| 15. Tag der offenen Türe abschließen | _____ | Verkaufstag |

4 Anwendung Marketingtools / Service-Design

4.1 Stakeholder Map/Umfeldanalyse



MAßNAHMEN FÜR MITARBEITER*INNEN

Gutes Arbeitsklima schaffen durch Teambesprechungen, Meinungs austausch und leistungsgerechte Entlohnung.

MAßNAHMEN FÜR ELTERN

Persönliche Angebote und frei Haus Lieferungen.

MAßNAHMEN FÜR LEHRPERSONAL

Direkter Verkauf vor dem Lehrerzimmer und nach den Unterrichtsstunden.

Persönliche Angebote und Lieferung ins Konferenzzimmer.

MAßNAHMEN FÜR KUND*INNEN

Produktion und Verkauf der Sirupe. Kundenreklamationen werden sorgfältig behandelt. Qualitätsbewusstsein durch die Einhaltung der Hygienemaßnahmen. Der Instagram-Account informiert über alle Schritte im Unternehmen.

MAßNAHMEN FÜR ANTEILSSCHEINHABER*INNEN

Produktion von qualitativ hochwertigen Produkten, um hohe Renditen zu erzielen. Jeder Anteilsscheinhaber bekommt seine Anteile mit Gewinn wieder ausbezahlt und zusätzlich einen gratis Sirup.

MAßNAHMEN FÜR MITSCHÜLER*INNEN AN DER SCHULE

Instagram-Account bietet viele Inspirationen für die kommenden Junior-Companies. Ein direkter Verkauf in den Pausen und am Tag der offenen Schule, sowie E-Mails, welche auf unseren Verkauf hinweisen.

4.2 Personas/Zielgruppe



Marie-Sophia Schön

- Wohnt bei ihren Eltern in Nussdorf
- Geht auf das Christian-Doppler Gymnasium
- **Zitat:** "Kaffee am Morgen vertreibt Kummer und Sorgen"
- **Hobbies:** reiten, singen, sich mit Freunden im Café treffen



Steckbrief

Alter: 17

Geburtstag: 12.05.

Lieblingsfarbe: gelb

Lieblingsessen: Pasta

Wofür sie sich begeistert: Mit Freunden treffen & im Café lernen

Werte: fürsorglich, lustig, tierlieb



Marie-Sophia geht gerne in Cafés mit ihren Freundinnen lernen, doch da sie noch kein eigenes Geld verdient, kann sie sich die überkauerten Kaffees mit den verschiedenen Geschmácken nicht leisten. Unser Sirup bietet für sie eine perfekte Alternative zu teuren und ausgefallenen Kaffees und Getránken. Sie war mit ihrer Oma auf der Nussdorfer „Schrona“ und hat unsere Produkte gesehen und für sich entdeckt.



Andreas Meindl

- Wohnt mit seinem festen Freund in Nonntal
- Arbeitet in der HLWM Annahof als Lehrkraft
- **Zitat:** "Ohne meinen Kaffee gehe ich nicht außer Haus"
- **Hobbies:** Zeichnen, Designen, Kino, Fußball, Kaffee testen



Steckbrief

Alter: 36

Geburtstag: 27.12.

Lieblingsfarbe: rosa

Lieblingsessen: Linsencurry

Wofür er sich begeistert: Umwelt, Nachhaltigkeit

Werte: humorvoll, fürsorglich, loyal



Andreas ist Lehrer und hat viele Arbeitsstunden. Er begeistert sich für Kaffees mit verschiedenen Geschmäckern und unterstützt seine Schüler mit dem Kauf ihres Produktes.



Tim Bauer

- Wohnt mit seinen Eltern in Taxham
- Geht in den Kindergarten in Taxham
- **Zitat:** „Ohne eine warme Milch am Abend kann ich nicht einschlafen“
- **Hobbies:** mit Freunden spielen, fernsehen, basteln, Rad fahren



Steckbrief:

Alter: 5

Geburtstag: 13.07.

Lieblingsfarbe: dunkelblau

Lieblingsessen: Nutella Palatschinken

Wofür er sich begeistert:

im Kindergarten spielen, fernsehen

Werte: lustig, aufgedreht, liebevoll



Bevor Tim am Abend schlafen geht, macht ihm seine Mutter eine warme Milch mit etwas Honig. Doch er hätte gerne mehr Geschmack in der Milch, weshalb seine Mutter jetzt statt Honig unseren Sirup benutzt. Erworben hat sie diesen am Tag der offenen Schule an der HLWM Annahof Salzburg, da ihre ältere Tochter sich für diese Schule interessiert und sie daher vor Ort den Sirup bei uns gekauft haben.

4.3 Customer Journey

Wie kann man unseren Sirup verwenden?

Am besten verwendet man unseren Sirup, indem man einen Schuss des Sirups in eine Tasse Kaffee oder Milch gibt und umrührt. Je nach Geschmack kann man auch mehr oder weniger Sirup in sein Getränk geben. Am besten versucht man es mit jeder Geschmacksrichtung unseres Sirups um seinen Lieblingsgeschmack zu finden.

Schritt 1: Nimm deine Lieblingstasse und lasse dir an der Kaffeemaschine einen Kaffee herunter.

Schritt 2: Lass deinen Kaffee kurz auskühlen und nimm dir den Sirup deiner Wahl.



Schritt 3: Gib einen Schuss unseres Sirups in deinen Kaffee, je nach Geschmack mehr oder weniger.

Schritt 4: Rühre den Kaffee kurz mit einem Löffel um.

Schritt 5: Gib nun je nach Präferenz kalte Milch oder warmen Milchschaum in deine Tasse.

Schritt 6: Genießen!



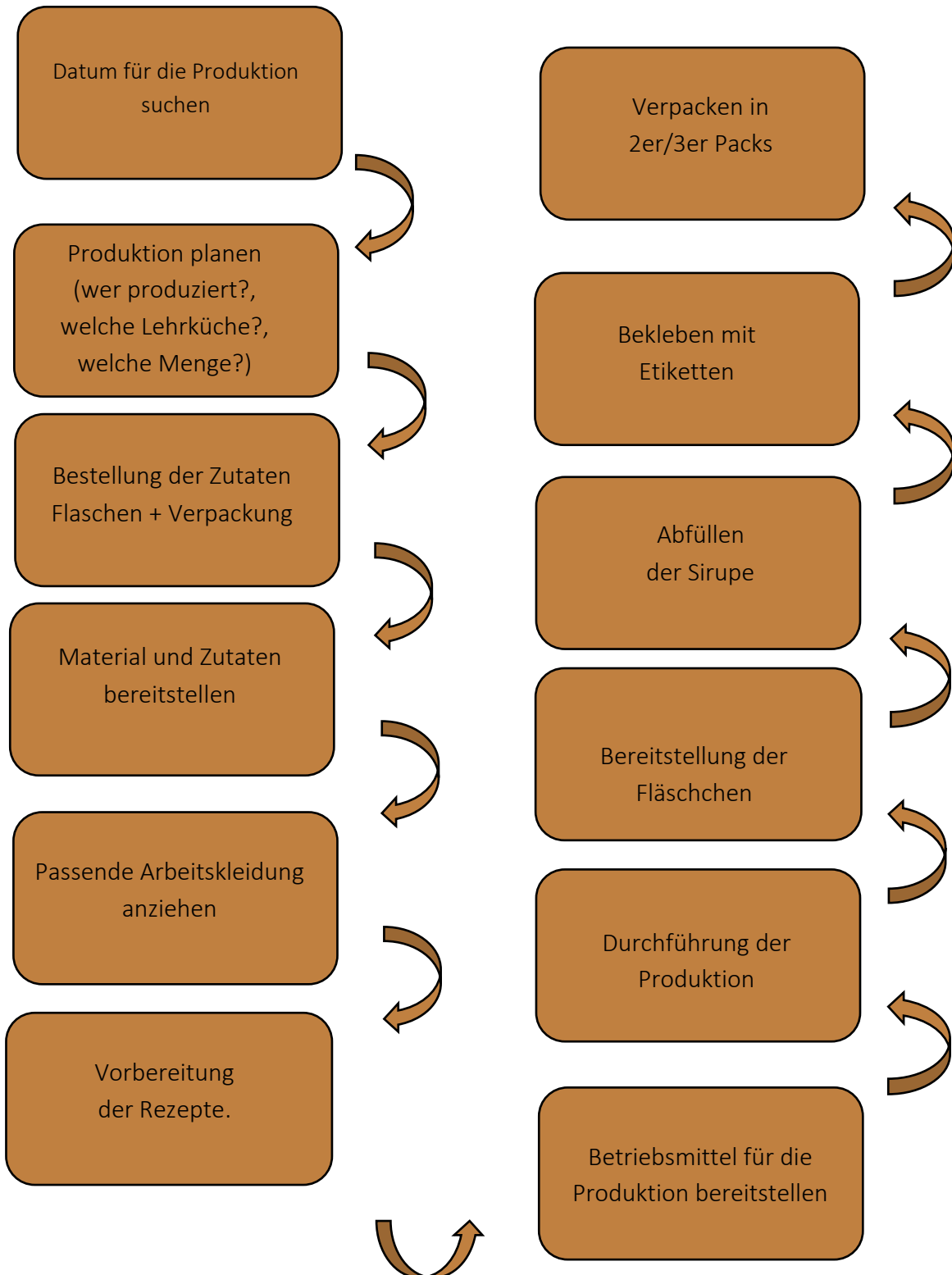
4.7 Design Moodboard



Das Moodboard hat uns inspiriert, da wir unseren Kaffeesirup mit kuscheligen Herbsttagen oder regnerischen Nachmittagen daheim auf der Couch in Verbindung bringen. Unser Sirup soll einen noch besseren Geschmack im Kaffee erzeugen und somit für eine Aufwärmung nach einem kalten Spaziergang sorgen. Außerdem empfiehlt es sich neben dem Kaffee trinken ein spannendes Buch zu lesen und ein paar Kekse zu knabbern.

5 Betriebliche Prozesse

5.1 Darstellung des Kernprozesses Produktion



5.2 Dokumentation von zwei Geschäftsfällen in Form von Belegen

Geschäftsfall 1: Einkauf von Fläschchen

- a) **Bestellung:** Wir kaufen unsere 100 ml Fläschchen für die Sirupe auf Amazon. Vor der Produktion bestellen wir 96 Fläschchen zum Preis von 49,74 €. Die Lieferkosten betragen pro Bestellung 3,99 €. Aufgrund einer Aktion erhielten wir bei manchen Bestellungen, wie auch bei dieser, einen Rabatt.

amazon.de

Bestellbestätigung

Bestellung # 302-9262434-9085153

Guten Tag,

Vielen Dank für deine Bestellung! Wir werden dich benachrichtigen, sobald dein(e) Artikel versandt wurde(n). Du findest das voraussichtliche Lieferdatum weiter unten. Um deine Bestellung anzusehen oder zu verändern, besuche [Meine Bestellungen](#) auf unserer Amazon.de Website.

Zustellung:
Samstag, 16 Dezember

Versandart:
Standardversand

Die Bestellung geht an:
Sophia
Wals-Siezenheim
Österreich

Endbetrag inkl. USt.: EUR 49,74
Gewählte Zahlungsart: Bankinzug

[Bestelldetails anzeigen](#)



BELLE VOUS Kleine Flaschen zum Befüllen (96Stk) 100ml Flaschen Plastik Wiederverwendbar - Leere Kleine Schnapsflaschen mit Schwarzem Schraubverschluss u. Trichter - Likör Mini Flaschen für Hochzeit
Zustand: Gebraucht - Wie neu
Verkauft von: [Amazon EU S.à.r.l.](#)
[Versand durch Amazon](#)

EUR
49,74

amazon.de

Rechnung

Zahlungsreferenznummer ZT603WPKQZBLMRHQ
Verkauf von Amazon EU S.à.r.l.
USt-IDNr: ATU62363134

Rechnungsdatum	11 Dezember 2023
/Lieferdatum	
Rechnungsnummer	ATSONSSONEUI
Zahlbetrag	49,74 €

SOPHIA ZISS
EICHETSTRASSE 9, VIEHHAUSEN
WALS-SIEZENHEIM, 5071
AT

Um unseren Kundenservice zu kontaktieren, besuche www.amazon.de/contact-us

Rechnungsadresse	Lieferadresse	Verkauft von
Sophia Ziss Eichetstraße 9, Viehhausen Wals-Siezenheim, 5071 AT	Sophia Ziss Eichetstraße 9, Viehhausen Wals-Siezenheim, 5071 AT	Amazon EU S.à.r.l. 38 avenue John F. Kennedy L-1885 Luxemburg USt-IDNr: ATU62363134

Bestellinformationen

Bestelldatum 04 Dezember 2023
Bestellnummer 302-9262434-9085153

Rechnungsdetails

Beschreibung	Menge	Stückpreis (ohne USt.)	USt. %	Stückpreis (inkl. USt.)	Zwischensumme (inkl. USt.)
BELLE VOUS Kleine Flaschen zum Befüllen (96Stk) 100ml Flaschen Plastik Wiederverwendbar - Leere Kleine Schnapsflaschen mit Schwarzem Schraubverschluss u. Trichter - Likör Mini Flaschen für Hochzeit ASIN: B0BYR7BGPP	1	41,45 €	20%	49,74 €	49,74 €
Versandkosten		3,32 €		3,99 €	3,99 €
Aktionsrabatt		-3,32 €		-3,99 €	-3,99 €
Gesamtpreis					49,74 €
		USt. %		Zwischensumme (ohne USt.)	USt.
		20%		41,45 €	8,29 €
		USt. Gesamt		41,45 €	8,29 €

LU-B10-04
Amazon EU S.à.r.l. - 38 avenue John F. Kennedy, L-1885 Luxemburg
StB der Gesellschaft: L-1885 Luxemburg
abgetragenes im Luxemburgischen Handelsregister unter R.C.S. B 101818 - Stammkapital: 37.000 EUR
Soweit die Bestellung abgabepflichtige Speichemedien umfasst, wurde die Speichemedienverpflichtung abgelehnt. Veröffentlichte Tarife auf www.amazon.at/bzw. www.bestsr.at
Amazon EU S.à.r.l., Niederlassung Deutschland ist bei der Stiftung zur Förderung von E-Info- und Elektronikgesetz registriert WEEE-Reg.Nr. DE 89633988

Seite 1 von 1

SEPA Zahlungsanweisung

KONTO MEGACARD-KONTO
AT13 1200 0100 4058 5175
1.087,67 €

AUFTRAGGEBER E.Hiebl-Rausch, E. >
Pomwenger

EMPFÄNGER Sophia Ziss >
AT07 3507 1000 0015 9590

BETRAG 49,74 € >

VERWENDUNGSZWECK

Zahlungsreferenz

Verwendungszweck

Verwendungszweck
Sirupe Fläschchen

TYP WÄHLEN

5 5 Nächster Schritt
ZUSAMMENFASSUNG >

- b) **Zahlung:** Wir zahlen immer umgehend nach Erhalt des Belegs mittels Banküberweisung.
- c) **Buchhaltung:** Die Rechnung wird, nachdem das Paket angekommen ist, in unsere Buchhaltungs-Mappe, in der wir all unsere Finanzen regeln, eingeordnet und nach Bezahlung in der Einnahmen-Ausgaben-Rechnung erfasst.

AUSGABEN					
	Datum	Text	Brutto	Steuer	Netto
Metro - Einkauf Zutaten	13.11.2023	K 1	28,18 €	2,56 €	25,62 €
Amazon - Einkauf Fläschchen (192 Stk.)	14.11.2023	S 1	119,98 €	20,00 €	99,98 €
Bizay - Etiketten (250 Stk.)	17.11.2023	S 2	27,05 €	4,51 €	22,54 €
Spar - Einkauf Zutaten	18.11.2023	S 3	14,94 €	1,36 €	13,58 €
Spar - Einkauf Zutaten	18.11.2023	S 4	14,94 €	1,36 €	13,58 €
Unimarkt - Einkauf Zutaten	25.11.2023	K 2	7,95 €	0,72 €	7,23 €
Tedi - Verpackungsmaterial	25.11.2023	S 5	21,00 €	3,50 €	17,50 €
Amazon - Einkauf Fläschchen (192 Stk.)	05.12.2023	S 6	99,48 €	16,58 €	82,90 €
Bizay - Etiketten (500 Stk.)	06.12.2023	S 7	34,37 €	5,73 €	28,64 €
Metro - Einkauf Zutaten	07.12.2023	K 4	107,22 €	9,75 €	97,47 €
Amazon - Einkauf Fläschchen (96 Stk.)	11.12.2023	S 8	49,74 €	8,29 €	41,45 €
Interspar - Verpackungsmaterial	13.12.2023	S 9	33,88 €	5,65 €	28,23 €
Amazon - Einkauf Fläschchen (120 Stk.)	15.12.2023	S 10	102,93 €	17,16 €	85,78 €
T&G - Kaffeebecher Papier (Werbeaufwand)	16.12.2023	S 11	9,96 €	1,66 €	8,30 €
Interspar - Verpackungsmaterial	18.12.2023	S 12	9,96 €	1,66 €	8,30 €
Bizay - Etiketten (150 Stk.)	18.01.2024	S 13	37,40 €	6,23 €	31,17 €
Interspar - Verpackungsmaterial	26.02.2024	S 14	12,45 €	2,08 €	10,38 €
Standgebühr - Nußdorfer Schrona	02.03.2024	K 10	15,00 €	- €	15,00 €
25,00 % Kest	02.04.2024	B 6	0,03 €	- €	0,03 €
SUMME AUSGABEN			746,46 €	108,78 €	637,68 €

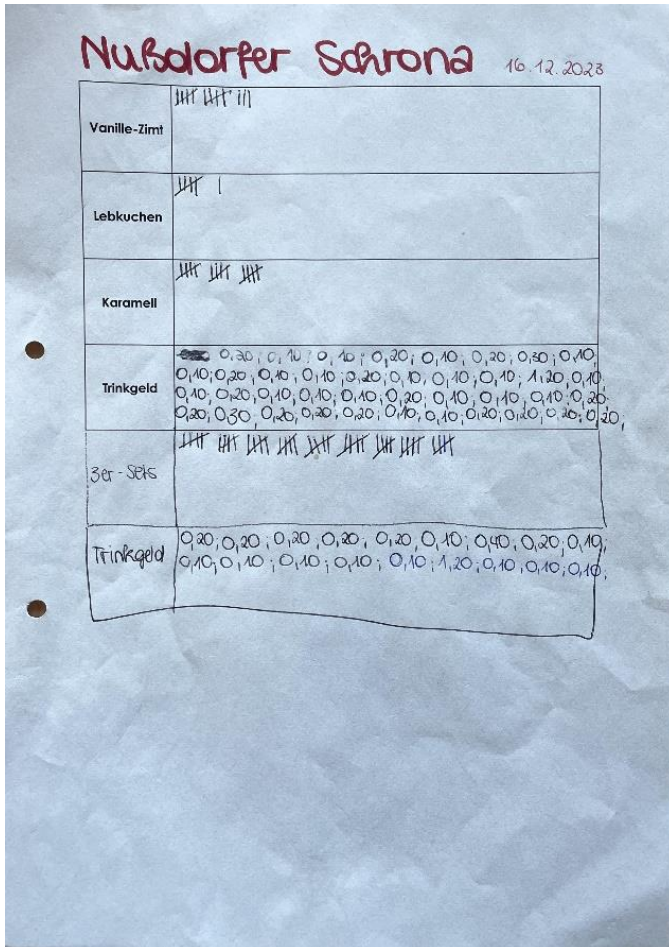
Geschäftsfall 2: Verkauf von Épice

Unsere Kaffeesirupe können einzeln oder als 3er-Set an unseren Verkaufsständen oder über unsere MitarbeiterInnen erworben werden.

Ein Verkauf an unserem Verkaufstand in Nußdorf läuft folgendermaßen ab:

1. Ein/e potenzielle KäuferIn kommt zu unserem Verkaufstand bei der Nußdorfer Schrona.
2. Der/die KundIn sucht sich den Sirup aus oder probiert ihn zuerst auf Wunsch mit Kaffee oder Milch. Die Zahlung erfolgt anschließend bar.
3. Die Mitglieder der Finanzabteilung tragen sofort die verkauften Sorten in eine Zählerliste ein, um die Anzahl der verkauften Sirupe zu notieren.

Eingenommen wurden von		Kassa-Eingang	
Épice - Kaffeesirup (Junior company)		Netto EUR	9,00
		+ 10 % MwSt./EUR	0,90
Nr. 5		Gesamt EUR	9,90
EUR in Worten	Neun	Cent wie oben	
von	Divers		
für	1x 3er-Set		
Ort/Datum	Nußdorf am Haunsberg / 16.12.2023	dankend erhalten.	
Buchungsvermerke	verbucht am 08.01.2024	Elisa Hiebl-Rausch	
		Stempel/Unterschrift des Empfängers	



4. Danach wird der Verkauf in die Einnahmen-Ausgaben-Rechnung eingetragen.

8	EINNAHMEN						
9		Datum	Text	Stückzahl	Brutto	Steuer	Netto
19	Nußdorfer Schrona	16.12.2023	K 5				
20	Vanille Zimt			13	49,40 €	4,49 €	44,91 €
21	Lebkuchen			6	22,80 €	2,07 €	20,73 €
22	Karamell			15	57,00 €	5,18 €	51,82 €
23	3er-Sets			45	445,50 €	40,50 €	405,00 €
24	Trinkgeld				11,10 €		11,10 €
25	Summe				585,80 €	52,25 €	533,55 €

5.3 Planungsrechnung/Finanzplan/Budgetierung

Wir planen Ausgaben von € 1.278,00 und Einnahmen von € 1.494,00, was insgesamt einen geplanten Gewinn vor Steuern von € 216,00 ergibt.

EAR-Planungsrechnung

	Stückzahl		Einnahmen	Ausgaben	Saldo
Variable Kosten: Material					
Fläschchen/Behälter	500			€ 300,00	
Einkauf Zutaten				€ 200,00	
Verpackungsmaterial				€ 40,00	
Etiketten	500			€ 50,00	
Fixkosten: Personal + Sonstiges					
Versicherung		€ 10,00		€ 10,00	
Bruttogehälter	12	€ 50,00		€ 600,00	
Gehaltsabhängige Abgaben 13% (lt. JC-DB)				€ 78,00	
Verkäufe					
Tag der offenen Tür					
Sirupe	20	€ 3,45	€ 69,00		
3er-Sets	20	€ 9,00	€ 180,00		
Forum					
Sirupe	20	€ 3,45	€ 69,00		
3er-Sets	20	€ 9,00	€ 180,00		
Nußdorfer Schrona					
Sirupe	30	€ 3,45	€ 103,50		
3er-Sets	40	€ 9,00	€ 360,00		
Sonstige Verkäufe					
Sirupe	50	€ 3,45	€ 172,50		
3er-Sets	40	€ 9,00	€ 360,00		
Summe			€ 1.494,00	€ 1.278,00	€ 216,00

Für die Deckung der Kosten des ersten Verkaufs planen wir die Anteilsscheine der Mitarbeiter und der Eltern ein, somit eine Summe von 220 €. Nach dem Verkauf ermöglicht uns der eingekommene Gewinn und der übriggebliebene Puffer die Finanzierung der Kosten für die weiteren Verkäufe.

28	Finanzbedarf für den ersten Verkauf:	
29	80 Fläschchen	€ 50,00
30	Zutaten	€ 80,00
31	Verpackungsmaterial	€ 10,00
32	Etiketten	€ 10,00
33		€ 150,00
34		
35	Verkauf Anteilsscheine:	
36	5 Stück á 20 €	€ 100,00
37	12 Stück á 10 €	€ 120,00
38		€ 220,00
39		
40	Puffer für unerwartete Ausgaben:	€ 70,00

Der verbleibende Gewinn wird zuletzt nach Abführung der Ertragssteuer auf die Anteilseigner gerecht aufgeteilt.

6 Qualitätsmanagement und Reflexion

6.1 Aufeinander folgende Aufzeichnung der individuellen Tätigkeiten

Projektfortschrittsbericht per

Datum: 20.11.2023

<p>Projektname: Épice</p> <p>Teammitglieder: Elisa Pomwenger, Victoria Gramiller, Amelie Kinsky, Raphael Justa, Emanuel Böttger, Nina Lercher, Sophia Ziss, Elisa Hiebl-Rausch, Helena Armstorfer, Theresa Nestler, Alexandra Huber,</p> <p>Abwesende Teammitglieder: alle waren anwesend</p>	
<p>Gesamtstatus:</p> <ul style="list-style-type: none"> Wir haben unser Ziel von letzter Woche erreicht, indem wir alle Geschmacksorten produziert und diese in insgesamt 100 Stück Flaschen abgefüllt haben. Einige Karamellsirupe fehlen noch. Kalkulation wurde neu berechnet Da wir uns bei unserer letzten Besprechung geeinigt haben Werbung zu machen -> Plakate und Werbeschilder 	
<p>Projektleistungsfortschritt: Produktion der Karamellsirupes Produktion der Vanille-Zimt Sirupe Produktion der Lebkuchensirupe Abfüllen der Fläschchen</p>	<p>Wer hat was gemacht? Helena Armstorfer, Elisa Hiebl-Rausch Sophia Ziss, Nina Lercher, Raphael Juster Emanuel Böttger, Elisa Pomwenger. Alexandra Huber</p>
<p>Teilergebnisse/Ergebnisse: 100 fertig abgefüllte Flaschen Plakat fertig designt Kalkulation</p>	<p>Wer hat was gemacht? Elisa Hiebl-Rausch, Eva Pabinger, Helena Armstorfer, Alexandra Huber, Elisa Pomwenger, Amelie Kinsky, Emanuel Böttger, Raphael Juster, Sophia Ziss, Nina Lercher, Victoria Gramiller</p> <p>Amelie Kinsky, Victoria Gramiller Eva Pabinger</p>
<p>Offene Fragen/Probleme: Da wir für unsere Werbung ein Plakat erstellen möchten, wollen wir probieren, ob dies mit 6 DIN-A4-Blättern möglich ist.</p>	<p>Lösungsansätze: Ausprobieren</p>
<p>Ausblick/nächste Schritte: Für nächste Woche haben wir geplant die Flaschen fertigzustellen, indem wir die Etiketten ankleben. Außerdem wollen wir jedem Schüler eine E-Mail zukommen lassen, in dieser eine Ankündigung für unseren nächsten Verkauf enthalten ist. Nicht zu vergessen ist, dass wir Werbungen an sämtlichen Stellen aufhängen.</p>	
<p>Erstellt von Amelie Kinsky und Victoria Gramiller</p>	

Projektfortschrittsbericht per

Datum: 27.11.2023

<p>Projektname: Épice</p> <p>Teammitglieder: Elisa Pomwenger, Victoria Gramiller, Amelie Kinsky, Raphael Justa, Emanuel Böttger, Nina Lercher, Sophia Ziss, Elisa Hiebl-Rausch, Helena Armstorfer, Theresa Nestler, Alexandra Huber,</p> <p>Abwesende Teammitglieder: alle waren anwesend</p>	
<p>Gesamtstatus: Alle Sirupe sind fertig produziert und verpackt. In dieser Stunde sind die fehlenden Karamellsirupe produziert worden. Auch die runden Etiketten wurden ausgedruckt und ausgeschnitten. Diese wurden auf den Flaschenhals gehängt.</p>	
<p>Projektleistungsfortschritt: Runde Etiketten wurden ausgedruckt + ausgeschnitten + angebracht Plakat wurde fertig designt</p>	<p>Wer hat was gemacht? Es wurde zusammen geholfen Eva Pabinger Victoria Gramiller, Amelie Kinsky, Sophia Ziss, Elisa Pomwenger, Raphael Justa, Emanuel Böttger, Nina Lercher, Elisa H-R, Helena Armstorfer, Theresa Nestler und Alexandra Huber</p>
<p>Teilergebnisse/Ergebnisse: Fertig verpackte Sirupe + dreier Pakete</p>	<p>Wer hat was gemacht? Elisa Hiebl-Rausch, Eva Pabinger, Helena Armstorfer, Alexandra Huber, Elisa Pomwenger, Amelie Kinsky, Emanuel Böttger, Raphael Justa, Sophia Ziss, Nina Lercher, Victoria Gramiller zusammen geholfen beim Verpacken Produziert haben: Eva Pabinger, Theresa Nestler, Elisa Hiebl-rausch</p>
<p>Offene Fragen/Probleme: Wie viele Fläschchen werden wir verkaufen? Wie kommt das Produkt am Markt an?</p>	<p>Lösungsansätze: näherungsweise abschätzen wie oft (wie viel) wir noch verkaufen werden beim Verkauf Feedback der Kunden einholen. (im Gespräch)</p>
<p>Ausblick/nächste Schritte: Verkauf am Freitag in der Schule, Wechselgeld holen</p>	
<p>Erstellt von Amelie Kinsky und Victoria Gramiller</p>	

6.4 Zielerreichungsanalyse

Jahresziel: In unserem Juniorjahr, das von Oktober 2023 bis Mai 2024 dauert, haben wir uns zum Ziel gesetzt mindestens 500 Sirupe zu verkaufen. Per 22.04.2024 (Abschluss der Verkäufe) können wir berichten, dass wir 459 Sirupe verkauft haben.

Somit haben wir unser Ziel zwar nicht zur Gänze aber doch weitgehend erreicht und sind stolz auf unser Ergebnis.

Dass wir unser Ziel nicht vollständig erreicht haben, lag weitgehend daran, dass wir in der Endphase des Projektes zeitlich in der Schule sehr eingebunden waren und somit die Verkaufstätigkeiten einschränken mussten.

Verkäufe

	Stückzahl
Tag der offenen Schule	
Vanille Zimt	22
Lebkuchen	19
Karamell	14
3er-Sets	20
Summe einzelne Flaschen	115
1. Verkauf Nußdorfer Schrona	
Vanille Zimt	13
Lebkuchen	6
Karamell	15
3er-Sets	45
Summe einzelne Flaschen	169
Schulverkauf (10-Minuten-Pause)	
Vanille Zimt	3
Lebkuchen	1
Karamell	1
3er-Sets	4
Summe einzelne Flaschen	17
Punschstand LJ Adnet	
Vanille Zimt	4
Lebkuchen	
Karamell	

3er-Sets	8
Summe einzelne Flaschen	28

Verkäufe intern

Vanille Zimt	3
Lebkuchen	1
Karamell	
3er-Sets	23
Summe einzelne Flaschen	73

2. Verkauf Nußdorfer Schrona

Vanille Zimt	0
Lebkuchen	0
Karamell	5
3er-Sets	16
2er-Sets	2
Summe einzelne Flaschen	57

Flaschen gesamt	459
------------------------	------------

6.5 Dokumentation einer Veranstaltung

Am 1. Dezember 2023 fand unser Verkauf am Tag der offenen Tür an der HLWM-Annahof statt.

Ziele des Verkaufes: potenzielle Kunden gewinnen, so viele unserer Sirupe wie möglich verkaufen, außerhalb sowie auch in der Schule Bekanntheit schaffen, Kundenzufriedenheit, die Neugier der Menschen anregen, auf unsere Junior Company aufmerksam machen

Schon Tage vor unserem geplanten Verkauf kreierten wir selbstgemachte Plakate und Flyer, auf welchen unser Logo drauf gedruckt war, um auf unseren Verkauf aufmerksam zu machen. Auch auf den Sozialen Netzwerken posteten wir regelmäßig, um unser Produkt zu bewerben.

Alle 12 Mitarbeiter*innen waren bei unserem Verkauf anwesend. Im regelmäßigen Wechsel stand auch jeder/jede unserer Mitarbeiter*innen bei unserem selbst aufgebauten und dekorierten Stand, um unsere Produkte an Kunden zu vermarkten.

Am Ende des Tages war unser gesamtes Sortiment ausverkauft und insgesamt verkauften wir über 100 Sirupe. Dies übertraf unsere Erwartungen.



6.6 Reflexion

Was beibehalten?	Was verändern?
Instagram Account- haben regelmäßig gepostet, haben einen schönen Account, sprechen somit auch jüngere Zielgruppen an	Mehr Übersicht bei den Dokumenten
Verkauf am Tag der offenen Schule- haben sehr viel Umsatz gemacht, durch die Lehrer und auch Personen, die die Schule besichtigt haben.	Verbesserung der internen Kommunikation durch klarere Abstimmung zu Beginn jeder Arbeitseinheit
Verkauf auf der Nußdorfer „Schrona“, haben zu Weihnachten viel Umsatz gemacht, eher ältere Personengruppen angesprochen	Produktionseinheiten besser einteilen, zum Beispiel mit fixem Plan und Vorbereitung der Produktion durch probeweises Kochen zuhause.
Preiskalkulation- hat sehr gut funktioniert, wir haben einen sehr guten Preis kalkuliert mit Deckung der variablen sowie der Fixkosten	Genauere Planung der Nachfrage und der Verkaufsmöglichkeiten.
Bankauswahl-Bank Austria (sehr gute Beratung, zuvorkommende Behandlung von Schülern)	Auf weiteren Sozial Media Plattformen wie TikTok oder Facebook vertreten sein
Mitarbeiteraufteilung- Jeder hatte immer gleichmäßige Aufgaben und jeder wusste, was er/sie machen sollte.	Rezepte anpassen- oft während der Produktion angepasst, könnte man im Vorhinein besser anpassen