



Geschäftsbericht  
2007/2008  
der Juniorenfirma  
Xchange



Inhaltsverzeichnis

Organisation

JUFA Team

Verkauf

Eigenfertigungsprodukte

Handelsprodukte

Eventübersicht

Verkaufsplan – Plan / Ist Vergleich

Marketing

Beschaffung

Wechselstimmung in der Beschaffung

Schlechte Zeiten wegen einer Uhr

Die Bilanz

Plan / Ist Vergleich der Produktion und des Einkaufs



Finanzen

Betriebserfolgsrechnung

Umsatz pro Monat (in CHF)

Produkterfolgsrechnung

Grossauftrag

Anfrage des Kunden

Erstellung der Offerte

Feedback der JUFA Mitarbeiter

Was hast du während der JUFA Zeit alles gelernt?

Was hat dir gar nicht gefallen? Was fandest du schlecht?

Welche Erfahrungen nimmst du aus dem Projekt mit auf den Weg?

# Organisation

## JUFA Team



**Cindy  
Frey**  
Geschäftsleiterin

Nothing Impossible.



**Tanja  
Dürr**  
Verkaufsleiterin

Wo Wille, Kraft und  
Spass ist, da ist der  
Erfolg.



**Mario  
Hanselmann**  
Beschaffungsleiter

Learning by doing.



**Semir  
Nuhija**  
Finanzleiter

Kein Rückzug, kein  
Aufgeben!



**Andrea  
Egle**  
Verkäuferin & Marketing

One team, One spirit.



**Fabio  
Röllin**  
Verkäufer

Was wir alleine nicht  
schaffen, dass schaffen  
wir dann zusammen.



**Marc  
Schönenberger**  
Verkäufer

Im Team zu arbeiten ist  
das wichtigste.



**Armin  
Nef**  
Verkäufer

Glück hilft manchmal,  
Arbeit immer.



**Carmen  
Kummer**  
Verkäufer & Marketing

Don`t say it, just do it.



**Oliver  
Spalt**  
Verkäufer & Marketing

Negative Erfahrungen  
sind oft die wichtigsten,  
weil man am meisten aus  
ihnen lernt.



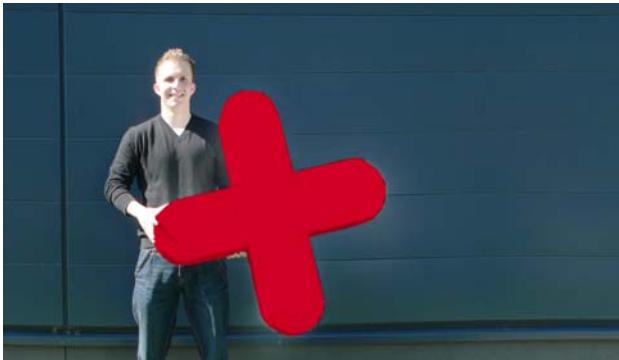
**Benjamin  
Hasler**  
Verkäufer

Ein Produkt verkauft sich  
nur so gut wie sein  
Verkäufer.



**Oliver  
Senn**  
Verkäufer

Jeder Weg führt zum  
Ziel.



**Patrick  
Regli**  
Verkäufer

Nichts ist unmöglich.



**Jonathan  
Rosi**  
Verkäufer

Zusammen sind wir  
stark.



**Benjamin  
Matt**  
Produktionsleiter &  
Lagerverantwortlicher

Vertrauen ist gut,  
Kontrolle ist besser.



**Mathias  
Deplazes**  
MA Produktion

Was nicht passt, wird  
passend gemacht.



**Michael Schmid**  
MA Produktion & Einkauf

Burn rubber, not your soul.



**Christian Leibundgut**  
MA Produktion

Wo ein Wille ist, ist auch ein Weg.



**Adrian Vogel**  
MA Produktion & Einkauf

Force it - share it.



**David Fischer**  
MA Finanzen

Wer kämpft kann verlieren, wer nicht kämpft hat schon verloren.



# Verkauf

## Eigenfertigungsprodukte



### Fotohalter

origineller, gebogener Fotohalter

Suchen Sie einen originellen Fotohalter? Hier haben Sie ihn gefunden! Er braucht wenig Platz und ist einfach zum Aufstellen. Es muss auch keine Zeit für die Suche von Bildernägeln vergeudet werden. Die super Geschenkidee passt in jedes Wohnzimmer oder auf Ihren Bürotisch.



### Uhr

kombiniert mit einem Postkartenhalter

Diese Uhr ist nicht nur ein Hingucker, sondern auch individuell gestaltbar, mit Fotos aus dem letzten Urlaub oder mit Postkarten von Freunden.



### Flaschenöffner

kleiner, handlicher Flaschenöffner aus Rundmaterial

Dieser Flaschenöffner ist nicht nur klein und handlich sondern auch praktisch, er passt einfach an den Schlüsselbund oder in die Handtasche. Ausserdem spart er dem Kellner den Weg zurück in die Küche und ist auch für unterwegs geeignet.



### Windspiel

leicht, dünn und biegsam

Das hauchdünne, nur 1 mm breite Windspiel ziert nicht nur Ihren Balkon oder Garten, sondern ist auch eine wunderschöne Geschenkidee.

## Handelsprodukte



### **Brieföffner**

originell gebogener Brieföffner

Der @-Brieföffner mit dem Schneidmesser ist handlich und flach. Er ist einfach zu verstauen und benötigt wenig Platz.



### **Geruchskiller für Mund und Schuh**

Mundgeruch? Dagegen hilft Zilipop, der neuartige Lutscher, der den Mundraum von allen Gerüchen befreit. Der kleine, handliche Zilipop beseitigt selbst hartnäckige Knoblauchgerüche und kann überall mitgeführt werden. Die Spitze ist aus einem speziellen Edelstahl, das Gerüche neutralisiert.

Der Schuhgeruchskiller sorgt für frische Füße und ein angenehmes Klima in Ihren Schuhen. Der hauchdünne Geruchskiller wird einfach in den Schuh eingelegt. Eine winzige Fixierung sorgt für rutschfreien Halt. Bei Bedarf lässt er sich jederzeit wieder lösen.



### **Schlüsselanhänger**

mit 6 abnehmbaren Ringen und Patentverschluss

Nie mehr abgebrochene Fingernägel! Kein langes Abnehmen des Schlüssels vom Anhänger, durch den einzigartigen Patentverschluss!



### **Mausmatte**

mit ergonomischer Handauflage aus Gel

Die weiche Handauflage unterstützt eine angenehme Arbeitsweise mit der Computermaus. Sie bietet optimalen Arbeitskomfort, besitzt ergonomisch abgerundete Kanten und entlastet Ihr Handgelenk bei der Arbeit.



## Verkaufsplan – Plan / Ist Vergleich

Anhand des Verkaufsplans ist uns aufgefallen, dass wir am Anfang sowie am Schluss sehr viel verkauft haben. Daraus schliessen wir, dass die Motivation des Verkaufsteams in diesen Monaten sehr hoch war.

Bei den Produkten ist ersichtlich, dass der Schlüsselanhänger unser Topprodukt war. Die Geruchskiller dagegen enttäuschten uns auf ganzer Linie. Unser Fazit ist: Man kann den Verkauf nur gering planen.

IST		Menge													
		Plan	Ist	Plan	Ist	Plan	Ist	Plan	Ist	Plan	Ist	Plan	Ist	Plan	Ist
Produkt	Spezifikation	Okt 07	Okt 07	Nov 07	Nov 07	Dez 07	Dez 07	Jan 08	Jan 08	Feb 08	Feb 08	Mrz 08	Mrz 08	Gesamt	Gesamt
Schlüsselanhänger	Rund (Silber)	25	75	25	24	20	61	10	13	10	6	10	82	100	261
Mausmatte		20	16	20	6	15	5	15	1	15	2	15	59	100	89
Brieföffner	schwarz	20	24	20	18	15	19	15	-	15	8	15	16	100	85
Geruchskiller	Mund	15	8	15	2	15	4	15	-	15	2	15	4	90	20
Geruchskiller	Schuhe	20	10	20	14	20	11	20	-	20	2	20	20	120	57
Windspiel	15 cm	45	52	45	25	45	48	25	1	20	9	20	39	200	174
Uhr	Ø 10 cm	20	21	20	7	20	4	10	1	10	-	10	-	90	33
Flaschenöffner	Rundmaterial	25	40	25	20	25	27	25	1	20	7	20	44	140	139
Fotorahmen	Metall	45	30	45	35	45	68	25	3	20	7	20	55	200	198
Halloween		-	26	-	9	-	8	-	-	-	-	-	-	-	-
Samichlaussäckli		-	-	-	-	-	103	-	-	-	-	-	-	-	-
Duftset		-	-	-	8	-	16	-	-	-	-	-	3	-	3
Kerzen		-	-	-	-	-	13	-	-	-	-	-	15	-	15
Wärmekissen		-	-	-	-	-	20	-	-	-	25	-	14	-	14
Guetzlisäckli		-	-	-	9	-	30	-	-	-	-	-	-	-	-
Rosen		-	-	-	-	-	-	-	-	-	39	-	-	-	-
Zopf		-	-	-	-	-	-	-	-	-	18	-	-	-	-
Dübel-Schlüsselanhänger	Grossauftrag	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15'000	-	15'000



## Eventübersicht

Um unseren Verkauf zu verbessern und unsere Firma auch regional bekannter zu machen, organisierten und planten wir einige Events intern sowie auch an externen Märkten. Bei welchen Anlässen wir überall dabei waren, sehen Sie hier:

### Oktober

 <p>01.10.07/ 02.10.07</p>	Start der Jufa mit Verkaufsevent am Marktplatz
 <p>01.10.07- 31.03.08</p>	Diverse Verkäufe in Hilti Standorten (Büro Nord, Mauren, etc.)
 <p>23.10.07</p>	Spontane Verkaufsaktion beim Berufsbildnertreffen
 <p>29.10.07</p>	Verkauf beim Strategic Marketing Meeting
 <p>29.10.07/ 30.10.07</p>	Halloween - Verkaufsaktion am Marktplatz

### November

 <p>29.11.07</p>	Externer Verkauf bei der Firma DHL
---	---------------------------------------

### Dezember

 <p>04.12.07- 06.12.07</p>	Verteilen der Samichlaussäckli
---	--------------------------------



07.12.07

Externer Verkauf im Pizol Park  
Sargans

09.12.07

Externer Verkauf beim  
Weihnachtsmarkt Vaduz

10.12.07-  
13.12.07

Verkauf beim Hilti  
Weihnachtsmarkt am Marktplatz

14.12.07

Verkauf an der Hilti Weihnachtsfeier

17.12.07

Externer Verkauf bei Hilti Schweiz

## Januar

10.01.08/  
11.01.08

Externer Verkauf im BzBuchs

29.01.08

Externer Verkauf bei der Firma  
Swarovski

## Februar

07.02.08

Externer Verkauf bei der Firma  
Oerlikon in Balzers

08.02.08

Externer Verkauf bei der Firma  
Oerlikon in Trübbach



14.02.08

Verkaufsanlass für den Valentinstag  
Marktplatz

15.02.08

Externer Verkauf im Coop Center in  
Mels

21.02.08/  
22.02.08

Event am Marktplatz:  
Torwandschiessen

**März**

14.03.08

Externer Verkauf im Pizol Park  
Sargans

14.03.08

Externer Verkauf in der Hilti  
Thüringen (A)

## Marketing

Mit einem speziellen Layout, welches wir mit Hilfe eines Grafikers erstellt haben, wollten wir unsere Werbung wie einen roten Faden durch die ganze Geschäftszeit ziehen. Die Idee von roten T-Shirts mit unseren Produkten drauf sowie Fotos mit JUFA-Mitarbeiter „ohne Gesicht“ hat diese Linie gekennzeichnet und unser „Markenzeichen“ dargestellt.

Um jedoch intern bei Hilti sowie auch extern bekannter zu werden, haben wir in Sache Werbung viel organisiert.

- Infos im Intranet
- Homepage auf Deutsch & Englisch
- Plakate
- Mehrere Zeitungsberichte im W&O, Vaterland etc.
- Visitenkärtchen
- Interview mit Radio L
- Grosse Werbeplache „Juniorenfirma der Hilti Aktiengesellschaft“

Je länger wir im Geschäft waren, desto mehr haben wir gemerkt wie wichtig gute Werbung ist. Wir konnten deshalb auch feststellen, dass jedes Werbemittel einiges zu unserem Erfolg beigetragen hat.



# Beschaffung

## Wechselstimmung in der Beschaffung

Der Monat vor dem Verkaufsstart war vor allem für den Bereich Beschaffung eine stressige Zeit, denn bis zum Verkaufsstart mussten viele Produktideen abgeklärt und ein gefülltes Lager angelegt werden. Doch genau in dieser, für den Bereich und die JUFA wichtige Zeit, begann es an zu kriseln: Adrian Vogel hatte Probleme, die Arbeiten zu managen und machte einen Grossteil der seinem Bereich zugewiesenen Arbeiten selbst, was unweigerlich zu einer Überbelastung seiner selbst und schliesslich zu Verzögerungen bei vielen Terminen führte. Gleich nach der ersten Aufsichtsratsitzung trat er

von seinem Posten als Mitglied der Geschäftsleitung zurück. Er arbeitete weiterhin in der Beschaffung und übernahm die Entwicklung neuer Eigenfertigungen und später dann auch noch einen Teil des Einkaufes. An seiner Stelle übernahm Mario Hanselmann die Leitung des Beschaffungsbereiches. Mario arbeitete schon vorher in diesem Bereich in der Sparte Einkauf und kannte daher bereits die Aufgaben und den Stand der Abteilung und leitete diese nun bis zum offiziellen Ende der Jufa.





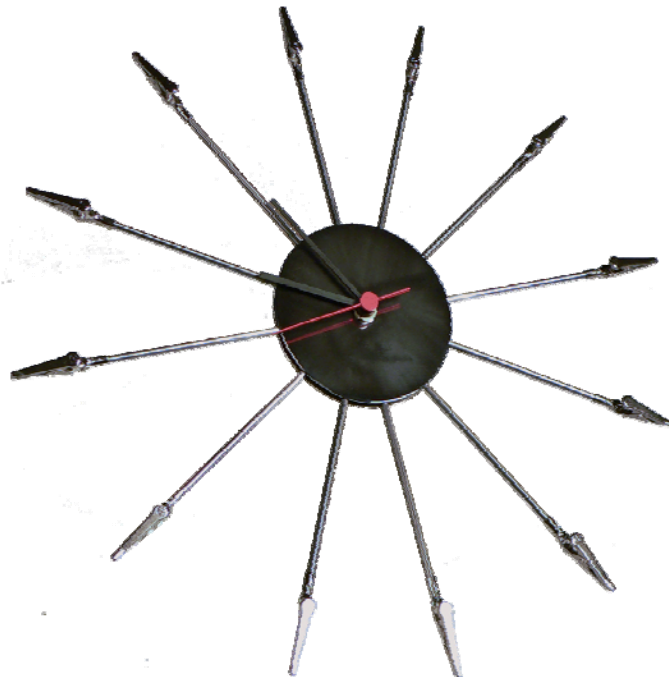



Ein weiterer Wechsel im Beschaffungsbereich fand Ende Oktober statt: Patrick Regli wechselte vom Einkauf zum Verkauf und im Gegenzug kam Michael Schmid vom Verkauf zur Produktion. Dies war für den Bereich Produktion eine grosse Entlastung, denn diese arbeitete schon unter Hochdruck um die benötigten Waren termingerecht fertigen zu können. Im Dezember fand noch der letzte Wechsel statt: Semir Nuhija, der im Einkauf tätig war, übernahm den nicht gerade einfachen Posten als Finanzleiter. Nach einigen Diskussionen, wurde seine Absenz durch Mathias Deplazes kompensiert, der seine früheren Arbeiten in den Finanzen beendete.

Die Beschaffung erlebte Höhen und Tiefen, wie sicherlich die anderen Teams auch. Schwierig war die Situation aber im November. Auf Grund von Problemen mit der Wanduhr, die auf den folgenden Seiten ausführlich beschrieben werden, hatten einige mit Motivationsschwierigkeiten zu kämpfen.

Deshalb trafen wir uns anfangs Dezember zu einer internen Krisensitzung. Zurückblickend auf die vergangenen Monate war diese Sitzung von grosser Bedeutung. Nach dieser Aussprache konnte man spüren, dass die Aufträge wieder termingerecht erledigt wurden und vor allem das Teamgefühl gestärkt wurde.

Rückblickend stellen wir fest, dass wir Fehler gemacht haben, die verheerend waren. Auch wenn Fehler immer etwas Negatives an sich haben, behauptete ich, dass wir von diesen Fehlern enorm profitiert haben. Es gab schwierige Zeiten in der Beschaffung, aber wir können stolz auf die letzten sechs Monate zurückblicken, da wir uns nach anfänglichen Schwierigkeiten aufgerichtet haben.





## Schlechte Zeiten wegen einer Uhr

Jede Firma hat ihre Sorgenkinder und bei der JUFA sollte es nicht anders sein: Die Wanduhr war im Verkauf ein Renner und schon von Beginn waren gute Verkaufszahlen zu verzeichnen. Doch im Bereich der Beschaffung war die Uhr nicht gerade das beliebteste Produkt, denn schon bei der Entwicklung gab es einige Probleme: Für unsere Produkte mussten wir oft noch nach Zukaufteilen suchen. Einige Anbieter und Hersteller hatten wir gefunden, doch darunter befanden sich nur wenige die annähernd unseren Preisvorstellungen entsprachen. Durch die vom Verkauf durchgeführte Kundenumfrage wussten wir etwa, wie hoch die Herstellungskosten und der Verkaufspreis werden dürften und da bei der Uhr viele Teile mehrmals verwendet werden (z.B. die Klammer), mussten wir besonders dort auf einen günstigen Zulieferer achten.


### **Die Klammern:**

Jeden Tag werden irgendwelche Visitenkartenhalter mit sogenannten Krokodilklammern auf den Markt gebracht - aber scheinbar haben sie alle einen geheimen Zulieferer. Stundenlang durchforsteten wir Herstellerkataloge und Webseiten um diese Klammern möglichst günstig zu finden. Einige Anbieter hatten wir gefunden, doch die meisten verlangten 1.- Franken pro Stück – was für uns zu viel war, denn für jede Uhr hätten wir demnach 12.- Franken ausgeben müssen. Eines Tages wurden wir dann aber, eher durch Zufall, auf den Lieferanten der Lehrwerkstatt aufmerksam, welcher ähnliche Klammern für 56 Rappen das Stück anbot, dazu noch kostenlose Lieferung

innert zwei Tagen. Das liessen wir uns nicht zweimal sagen und schon hatten wir den ersten Zulieferer für die Uhr gefunden.

### **Das Uhrwerk:**

Auch hier haben wir alle möglichen Lieferanten abgeklappert und haben folgende Ergebnisse erzielt: Im Migros-Baumarkt um die Ecke kostet ein solches Uhrwerk inkl. Zeiger 13 CHF. Diese wurden auch für den Prototyp verwendet, aber für das fertige Produkt erschien uns das zu teuer. Als Alternative fanden wir bei Conrad-Elektronics ein Uhrwerk, mit drei Varianten an Zeigern inklusive, für nur 6.40 CHF. Der Hacken? Es gibt keinen – oder besser gesagt, es gab keinen: Diese Uhrwerke hatten keine Aussparung mit der man die Uhr an einem Nagel aufhängen hätte können. Eine Wanduhr ohne Möglichkeit, diese an einer Wand zu befestigen – ausser vielleicht durch kleben – erschien uns als nicht ausreichend. Also weitersuchen. Bei Swissmania fanden wir dann ein Uhrwerk, inklusive Zeiger und Wandhalterung, für nur 5.25 CHF. Das klang nun zu schön um Wahr zu sein. War es auch. Die von uns bestellten Uhrwerke wurden selbst nach 4 Wochen (!) nicht geliefert. Das ist eine lange Zeit und „Zeit“ war genau das, was wir nicht hatten. Nachdem wir gemerkt hatten, dass diese Uhrwerke wahrscheinlich niemals ankommen würden, musste schnell ein Ersatz organisiert werden. In der Schrybi in Buchs fanden wir anschliessend Uhrwerke für ~7 CHF. Doch auch hier gab's Probleme: Die Zeiger kosteten 6 CHF extra.



Und es kam noch besser: Die Schrybi erhöhte fast jeden Monat den Preis für die Uhrwerke und schliesslich kostete ein Uhrwerk inklusive Zeiger über 16 CHF. Das sind 3 CHF mehr als wir bei den „zu teuren“ Migros-Uhrwerken bezahlt hätten. Und es ging noch weiter: Nicht nur, dass die Uhrwerke immer teurer wurden – nein, es gab auch einige, die nicht funktionstüchtig waren. Nach ungefähr zwei Stunden blieben die Zeiger einfach immer stehen – ein Fehler, der beim Ausliefern noch nicht sichtbar war und deshalb erst durch Reklamationen von unseren Kunden erkannt werden konnte.

#### **Das Schweissen:**

Rohteile, wie die runde Platte und die zwölf Stangen, waren keine Probleme: Die Stangen konnten fertig als Meterware bezogen werden und mussten nur noch auf Länge abgetrennt werden. Arbeiten wie Schleifen oder alle auf die gleiche Länge anzupassen waren nicht erforderlich, da beide Enden nach dem Zusammenbau nicht mehr sichtbar waren und konnten in der Mitte mit Längendifferenzen von über +/- 5mm locker noch platziert werden.

Die runde Platte in der Mitte bezogen wir einseitig geschliffen und fertig gelasert von der Lasertechnik AG in Balzers. Doch der grösste „Kostenhammer“ der uns einen gewaltigen Dämpfer – moralisch wie auch kostentechnisch – verpasst hatte, war das Schweissen: Wir kalkulierten die Kosten mit dem Stundensatz, den wir mit der Lehrwerkstatt vereinbart hatten, doch unsere Teile wurden, als ob es selbstverständlich wäre, einem externen Mitarbeiter der Hilti, resp. Der Bruno Oehri AG übergeben. Dies steigerte die Kosten von den anfänglich berechneten 67 Rappen auf über 21.50 CHF!

# Die Bilanz

## Kalkulation

Angaben pro Uhr in CHF!

Bezeichnung	Bestellt bei	Kosten Plan	Kosten Ist	Kostendifferenz
Draht	LW	5.04	2.75	-2.29
Rohling Rund	Lasertechnik	6.20	5.00	-1.20
Klemmen	Distrelec	9.00	7.56	- 1.44
Uhrwerk	Schrybi Buchs	5.78	11.47	+ 5.69
Batterie		0.33	0.36	+ 0.03
Montagekosten	LW	3.00	~ 3.00	-
Schweissen	LW / Bruno Oehri AG	0.67	21.50	+20.83
<b>TOTAL</b>		<b>29.35</b>	<b>51.64</b>	<b>+22.29</b>

Produkterfolgsrechnung

	Herstellungskosten	Verkaufspreis	Marge
<b>Geplant</b>	29.35	42.00	30.1%
<b>Ist</b>	51.64	42.00	-22.9%

Nachdem wir dieses Problem festgestellt haben, wurde der Verkauf und die Produktion der Uhr sofort eingestellt – bereits bestellte und bezahlte Uhren wurden aber natürlich noch ausgeliefert. Später haben wir versucht, die Uhr so zu optimieren, dass wir sie wieder ins Sortiment hätten aufnehmen können. Dabei wurde uns dann aber schnell klar, dass der Preis auf mindestens 60.- Franken erhöht werden müsste. Aufgrund einer durchgeführten Marktumfrage zu diesem Produkt wussten wir aber, dass unsere Kunden den neuen Preis nicht zahlen würden.

### Fazit:

Die Wanduhr war ein sehr beliebtes Produkt, aber trotzdem war es, aus unserer Sicht, ein Fass ohne Boden: Die immer teurer werdenden Uhrwerke und eine Panne beim Schweissen führten zu einer Kostenexplosion, die dann schliesslich ein Loch in unsere Produktlinie riss – und mit der erfolglosen Bemühung die Uhr wieder an Bord zu holen, erkannten wir: „Es hat halt nicht sollen sein – Schwamm drüber, die Juniorenfirma geht weiter!“

## Plan / Ist Vergleich der Produktion und des Einkaufs

### Produktion 2007/2008

Produkt	Produktionsmenge: PLAN							
	Sep 07	Okt 07	Nov 07	Dez 07	Jan 08	Feb 08	Mar 08	Total
Windspiel	100	-	-	100	-	-	-	200
Wanduhr	100	-	-	-	-	-	-	100
Flaschenöffner	25	30	30	30	25	-	-	140
Fotorahmen	50	50	50	20	20	10	-	200

Produkt	Produktionsmenge: IST							
	Sep 07	Okt 07	Nov 07	Dez 07	Jan 08	Feb 08	Mar 08	Total

Windspiel	100	-	100	-	-	-	-	200
Wanduhr	25	8	-	-	-	-	-	33
Flaschenöffner	25	30	25	30	40	-	-	150
Fotorahmen	50	30	35	40	40	-	30	225

### Einkauf 2007/2008

Produkt	Einkaufsmenge: PLAN							
	Sep 07	Okt 07	Nov 07	Dez 07	Jan 08	Feb 08	Mar 08	Total
Schlüsselanhänger	50	-	50	-	-	-	-	100
Mausmatte	100	-	-	-	-	-	-	100
Brieföffner	50	-	50	-	-	-	-	100
Geruchskiller Mund	15	20	30	25	-	-	-	90
Geruchskiller Schuhe Herren	30	20	10	10	-	-	-	70
Geruchskiller Schuhe Damen	20	10	10	10	-	-	-	50

Produkt	Einkaufsmenge: IST							
	Sep 07	Okt 07	Nov 07	Dez 07	Jan 08	Feb 08	Mar 08	Total
Schlüsselanhänger	100	-	100	100	-	-	-	300
Mausmatte	100	-	-	-	-	-	-	100
Brieföffner	100	-	-	-	-	-	-	100
Geruchskiller Mund	15	7	15	10	-	-	-	47
Geruchskiller Schuhe Herren	17	20	7	7	-	-	-	51
Geruchskiller Schuhe Damen	20	20	10	8	-	-	-	58



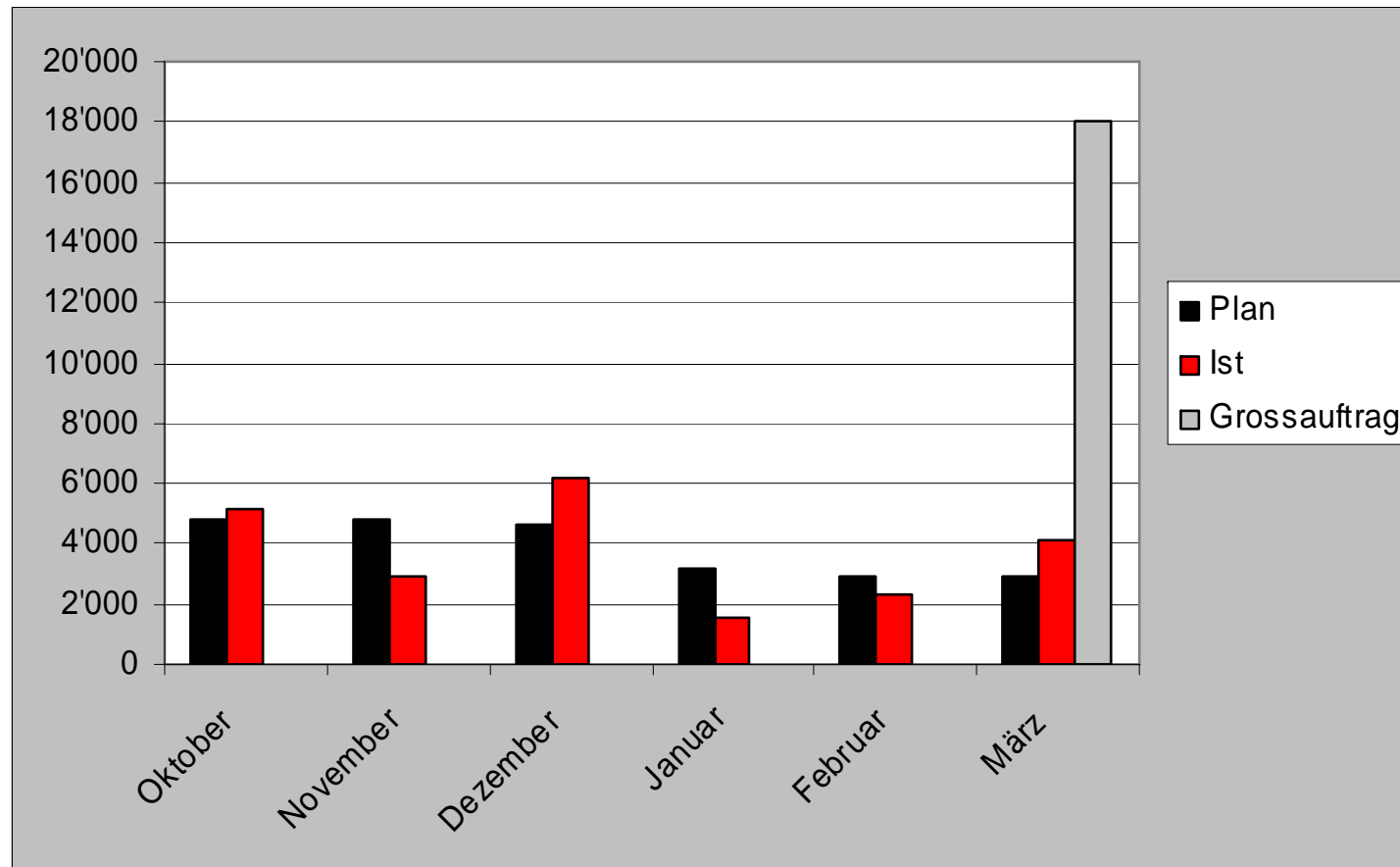
## Betriebserfolgsrechnung

	Ist	Plan
Erträge		
Warenertrag	22'178.17	23'335.00
<b>Ausserordentlicher Erträge</b>		
- Grossauftrag	18'000.00	-
Betriebsertrag	40'178.17	23'335.00
Aufwände		
Material- und Warenaufwand	13'644.65	11'818.65
Hilfs- und Betriebsstoffe	541.00	300.00
Abschreibungen	1'199.67	-
Büroaufwand	64.48	-
Fahrzeug- und Transportaufwand	601.29	-
Werbeaufwand	453.90	1'000.00
Teamanlass	560.85	1'000.00
Übriger Betriebsaufwand	248.63	300.00
<b>Ausserordentlicher Aufwände</b>		
- Grossauftrag	6'915.28	-
Betriebsaufwand	24'229.75	14'418.65
Reingewinn		
- Kernsortiment	4'863.70	8'916.35
- Grossauftrag	11'084.72	-
Total	15'948.42	8'916.35



## Umsatz pro Monat 07/08 (in CHF)

	Oktober	November	Dezember	Januar	Februar	März
<b>Plan</b>	4'842	4'842	4'634	3'189	2'915	2'915
<b>Ist</b>	5'143	2'906	6'163	1'508	2'344	4'115
<b>Grossauftrag</b>	-	-	-	-	-	18'000





## Produkterfolgsrechnung

Produkt	Verkaufsumsatz in CHF			Bruttomarge	
	Ist	Plan	Abw in % zum Plan	Ist	Plan
Schlüsselanhänger	3'066.60	1'290.00	138%	42.1%	47.0%
Mausmatte	1'658.40	2'370.00	-30%	26.9%	43.0%
Brieföffner	401.00	500.00	-20%	75.6%	77.0%
Windspiel	4'038.70	4'980.00	-19%	49.4%	62.0%
Uhr	1'386.00	3'780.00	-63%	-22.1%	30.0%
Flaschenöffner	1'248.63	1'386.00	-10%	40.6%	35.0%
Fotorahmen	3'382.42	3'980.00	-15%	50.4%	65.0%
Geruchskiller Mund	407.50	2'061.00	-80%	37.2%	44.0%
Geruchskiller Damen	276.60	1'494.00	-81%	38.2%	44.0%
Geruchskiller Herren	923.98	1'494.00	-38%	36.6%	44.0%
Kernsortiment	16'789.83	23'335.00	-28%	38.9%	49.0%
Aktionen	5'388.34	-	-	37.0%	-
Grossauftrag	18'000.00	-	-	61.6%	-
<b>Gesamt</b>	<b>40'178.17</b>	<b>23'335.00</b>		<b>48.8%</b>	<b>49%</b>





# Grossauftrag

## Anfrage des Kunden

Am Donnerstag, 11. Dezember 2007 haben wir eine Anfrage von einem Hilti Produktmanager bekommen. Es ging darum, dass sein Dübel im Jahr 2008 Jubiläum feiert und er dazu für eine Messe Give-aways haben möchte.

Seine Idee war, einfach ein Loch in den Dübel zu bohren und dann mit Schlüsselringen zu bestücken, sodass ein Schlüsselanhänger entsteht. Bei der Menge, dachte der Kunde an 15000 Stück.

## Erstellung der Offerte

Noch am gleichen Tag haben sich dann 4 Mitglieder der JUFA zusammengesetzt und in kürzester Zeit mit grösstem Einsatz eine Offerte zusammengestellt. Es wurden Preise

mit dem Lieferanten der Schlüsselringe ausgehandelt, die Produktionskosten mit der Lehrwerkstatt vereinbart, die benötigte Zeit kalkuliert und schliesslich eine gute Offerte erstellt.

Dear Mr. Kijel,

You have recently requested a quote from our company. Please find our offer below.

Quantity	Description	Price
15`000	HST Anchor (M8x75) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Drilling of a hole (5mm)</li> <li>• Key ring (25mm)</li> <li>• Put the key ring through the hole</li> </ul>	18`000
	Total	18`000
	MwSt	Incl.
	Total	<b>18`000</b>
	Delivery date	<b>29.02.2008</b>

Please note: All prices are in CHF! HST Anchors will be delivered to us by you.

Thank you very much for you interest in our company. We would be very happy to do this job for you!

•



## Feedback JUFA Mitarbeiter

### Was hast du während der JUFA Zeit gelernt?

- die Kommunikation untereinander so wichtig ist. Auch konnte ich einiges im Bereich Organisation und Aufbau einer Firma "mitnehmen".
- Eine Homepage zu pflegen, auf fremde Menschen zuzugehen und sie zum Zuhören zu bewegen.
- Ich habe gelernt, dass ich geduldiger sein muss und vielleicht auch ein bisschen besser zuhören. Zudem habe ich gelernt, dass nicht alle Menschen zuverlässig sind und ich deshalb mehr Zeit einplanen muss.
- Auch mal Dinge zu tun, die ich nicht so gerne mache. Auch Verantwortung zu übernehmen

### Was hat dir gar nicht gefallen? Was fandest du schlecht?

- Das Versprechen zu Beginn, dass jeder bereit ist zu verkaufen und dann doch immer dieselben gegangen sind.
- Teilweise die Teamarbeit, Zuverlässigkeit.
- Fast kein Verständnis von der GL für Leute, die in der Produktion Arbeiten.
- Dass die 5 h nicht eingehalten wurden!! Es waren meistens mehr! Dass man einfach zugeteilt wurde!!
- Vielfach hatte man zu viel Stress während der JUFA-Zeit. Immer ging etwas schief...

### Welche Erfahrungen nimmst du mit auf den Weg?

- Grosse Verantwortung, man kann es nicht allen recht machen und muss aber eine möglichst gute Lösung finden, Kritik nicht persönlich nehmen, Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser :)
- Ohne Fleiss kein Preis.
- Man nimmt es am besten selber in die Hand, wenn es gut werden muss und gibt nicht immer alles weiter.
- Zusammen geht es einfacher als alleine.
- Kommunikation ist sehr wichtig.