

ZERTIFIZIERUNG



ÜBUNGSFIRMA

PRODIO OG

HLP Oberwart

Betreuungslehrer:innen:

Astrid Kloiber-Koch, astrid.kloiber-koch@bildung.gv.at

Andreas Freiberber, andreas.freiberger@bildung.gv.at

Schuljahr 2025/26

Inhaltsverzeichnis

1	Einverständniserklärung	3
2	Geschäftsmodell: betriebliche Struktur, Zielsetzung, Jahresplanung	4
2.1	Beschreibung des Kerngeschäfts/der Geschäftsidee.....	4
2.2	Datenbankauszug.....	7
2.3	Organigramm	8
2.4	Kurzbeschreibung der Hauptaufgaben einer Abteilung	9
2.5	Jahresziele	10
3	Veranstaltung, reales Projekt	11
3.1	Projektauftrag (Bestätigung, Auftraggeber)	11
3.2	Ziele.....	13
3.3	Projektstrukturplan.....	14
3.4	Risikoanalyse und -bewertung inkl. Maßnahmenplan.....	15
3.5	Meilensteinplan in Zeitstruktur	16
3.6	Arbeitspakete.....	17
4	Anwendung Marketingtools / Service-Design	18
4.1	Stakeholder Map/Projektumfeldanalyse inkl. Maßnahmen.....	18
4.2	Personas/Zielgruppe	20
4.3	Design Moodboard	22
5	Betriebliche Prozesse.....	23
5.1	Grafische Darstellung eines Kernprozesses	23
5.2	Dokumentation von Geschäftsfällen in Form von Belegen	24
5.3	Kaufmännisches Schriftstück in einer Fremdsprache	32
6	Qualitätsmanagement und Reflexion.....	33
6.1	Protokoll von zwei aufeinander folgenden Aufzeichnungen der individuellen Tätigkeiten (Arbeitsprotokoll) ODER der gesamten Organisation ODER Abteilung.....	33
6.2	Zielerreichungsanalyse.....	36
6.3	Dokumentation/Abschlussbericht einer Veranstaltung/eines Projektes	37
6.4	Reflexion Veranstaltung / Projekt.....	38
7	Dokumentation der Förderung von Social Skills.....	39
7.1	Dokumentation über Maßnahmen zur Steigerung der sozialen Kompetenz	39

1 Einverständniserklärung

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

Oberwart, 12. Mai 2026



Astrid Kloiber-Koch



Andreas Freiberger

2 Geschäftsmodell: betriebliche Struktur, Zielsetzung, Jahresplanung

2.1 Beschreibung des Kerngeschäfts/der Geschäftsidee

Kurze Version

Wir ermöglichen anderen Übungsfirmen, ihre Audio-Werbung über unseren Radiosender auszustrahlen. Auf Wunsch können die Werbespots auch direkt von der Prodio OG produziert werden. Unser Angebot umfasst Sendetarife für Haupt- und Nebenzeiten sowie günstige Sondertarife.

Zudem richten sich unsere Merchandising-Artikel in erster Linie an Privatkund:innen für den Personaleinkauf.

Lange Version

Kerngeschäft

Die **Prodio OG** betreibt einen Radiosender, der speziell auf Übungsfirmen zugeschnitten ist. Unser Hauptziel ist es, diesen Firmen eine Plattform zu bieten, auf der sie ihre Produkte und Dienstleistungen über Audiowerbung bekannt machen können. Auf Wunsch erstellen wir individuelle Werbespots für unsere Kund:innen.

Neben regulären Sendezeiten, sowohl in Haupt- als auch in Nebenzeiten, bieten wir auch besonders attraktive Sondertarife an.

Ergänzend dazu umfasst unser Angebot eine breite Auswahl an Merchandising-Artikeln, die sich insbesondere an Mitarbeiter:innen von Übungsfirmen richten und für den privaten Einkauf gedacht sind.

Darstellung der Geschäftsidee

1. Kund:innensegmente / Customer Segments

Wir sprechen zwei zentrale Zielgruppen an:

- **Firmenkund:innen**
Übungsfirmen, die ihre Marke sowie Produkte und Dienstleistungen über Radiowerbung präsentieren möchten.
- **Mitarbeiter:innen von Übungsfirmen**
Für diese Zielgruppe bieten wir ein attraktives Sortiment an Merchandising-Produkten, das speziell auf deren Bedürfnisse abgestimmt ist.

2. Wertangebote / Value Proposition

Segment Firmenkund:innen

Wir unterstützen Übungsfirmen dabei, ihre Bekanntheit zu steigern und dadurch ihre Verkaufszahlen zu erhöhen, durch gezielte Werbung auf unserem Sender.

Segment Übungsfirmen-Mitarbeiter:innen

Unsere Merchandising-Artikel sind auf die Bedürfnisse dieser Zielgruppe zugeschnitten. Wir möchten sie dazu ermutigen, unsere Produkte zu kaufen und somit gleichzeitig als Werbeträger für die Prodio OG zu fungieren.

3. Kanäle / Channels

Webshop-Verkauf

Unsere Merchandising-Artikel sowie Sendezeiten werden über den Marketplace und die ACTION Mall vertrieben. Die Homepage der Prodio OG ist mit dem Marketplace bzw. der ACTION Mall verlinkt, und der Link ist zudem in jeder E-Mail-Signatur enthalten.

Hello Cash

Ab Jänner 2026 können auch Barverkäufe (bevorzugt für Merchandising-Artikel) durchgeführt werden.

Angebote per E-Mail

Mindestens einmal pro Schuljahr wird ein exklusives Spezialangebot per E-Mail an ausgewählte Übungsfirmen versendet.

4. Kund:innenbeziehungen / Customer Relationships

Der Kontakt zu unseren Kund:innen erfolgt überwiegend über E-Mail.

Zudem nehmen wir an mindestens einer Übungsfirmenmesse teil, um neue und bestehende Kund:innen persönlich anzusprechen.

5. Einnahmequellen / Revenue Streams

Unsere Umsätze generieren wir durch den Verkauf von Werbezeiten und Merchandising-Artikeln.

6. Schlüsselressourcen / Key Resources

Unsere wichtigste Ressource ist das Know-how unseres Teams. Ein kreatives Programm steigert die Reichweite des Radiosenders, und unser Produktionsteam entwickelt gezielt wirkungsvolle Werbespots für andere Übungsfirmen.

Auch die Auswahl unseres Merchandising-Sortiments spielt eine zentrale Rolle: Die Produkte sollen den Geschmack unserer Kund:innen treffen und aktuelle Trends widerspiegeln.

7. Schlüsselaktivitäten / Key Activities

Zu den zentralen Aufgaben zur Sicherung unserer Einnahmen gehören:

- Ständige Optimierung und Erweiterung des Sortiments
- Laufende Aktualisierung von Website, Marketplace und ACTION Mall
- Pflege des Kundenkontakts via E-Mail und Eigenwerbung im Radio
- Professionelle Präsenz auf Übungsfirmenmessen sowie ein moderner Online-Auftritt

8. Schlüsselpartner / Key Partners

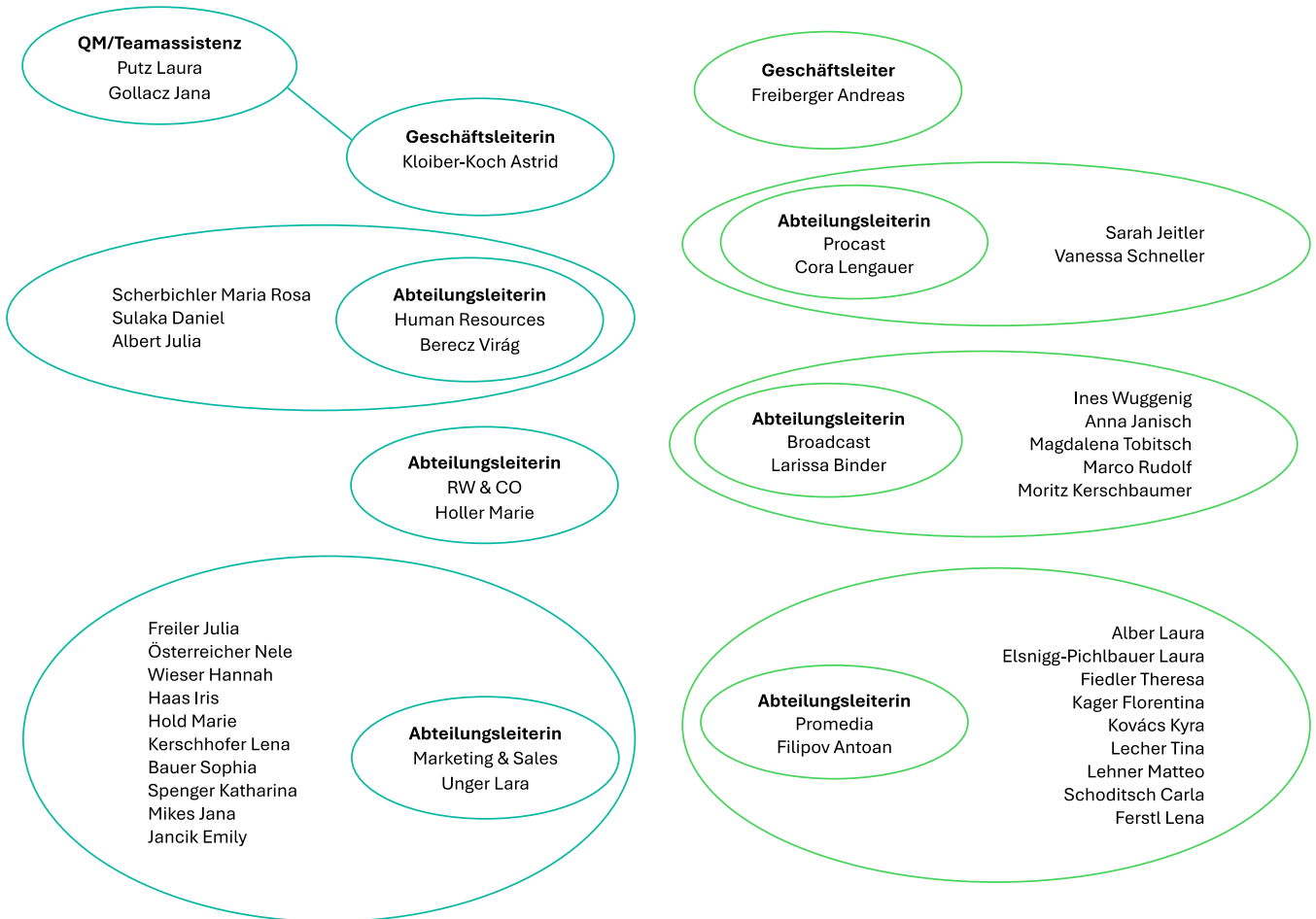
Unsere wichtigsten Partner:innen sind die Lieferant:innen unserer Merchandising-Artikel. Mit ihnen pflegen wir eine enge Zusammenarbeit, um Qualität und Lieferfähigkeit sicherzustellen.

9. Kostenstruktur / Cost Structure

Den größten Anteil an unseren Ausgaben machen die Personalkosten aus, insbesondere für die kreative Gestaltung der Radiospots und die Betreuung unserer Verkaufsplattformen.

2.3 Organigramm

Organigramm mit Abteilungen/Bereiche, Funktionen/Aufgaben und Namen der SchülerInnen einfügen.



2.4 Kurzbeschreibung der Hauptaufgaben einer Abteilung

Beschreiben Sie die Hauptaufgaben einer von Ihnen gewählten Abteilung.

Fügen Sie eine Stellenbeschreibung dieser Abteilung mit Aufgaben, benötigten Qualifikationen der MitarbeiterInnen und Platzierung im Organigramm ein.

Abteilungsleiterin - Human Resources: Virág Berecz

Aufgaben:

- Leitung der HR-Abteilung
- Durchführung der Gehaltsabrechnungen und Überweisungen
- Anmeldung und Abmeldung von Mitarbeiter:innen auf Elda
- Dienstzeugnisse und Stellenbeschreibungen verfassen
- Unterstützung bei Mitarbeiter:innengesprächen und Personalbeurteilungen
- Planung und Umsetzung von Personalentwicklungsmaßnahmen für Mitarbeiterinnen
- Organisation von Teambuilding-Maßnahmen und Firmenevents (z.B. Weihnachtsfeier, Betriebsausflug)

Profil:

- Führungsqualität und Teamfähigkeit
- Kenntnisse in Personalverrechnung (Abrechnung, Überweisungen)
- Erfahrung mit ELDA (elektronische Anmeldung/Abmeldung von Mitarbeitern)
- Kreativität und Organisationsgeschick für Events und Schulungen
- Sicherer Umgang mit Office-Programmen (z. B. Excel, Word)

Übergeordnete Stellen:

- Astrid Kloiber-Koch

Untergeordnete Stellen:

- Daniel Sulaka
- Julia Albert
- Maria Scherbichler

2.5 Jahresziele

Formulieren Sie mindestens **zwei Ziele** (SMART formuliert = spezifisch, messbar, attraktiv, realistisch und terminisiert).

1. Homepage der Prodio OG bis 15. Oktober 2025 aktualisieren und laufend weiterentwickeln.
2. Marketplace für unsere Werbezeiten bzw. für unsere neuen Merchandising-Artikel (Berücksichtigung der SDGs) aktualisieren. Dabei sollen mindestens drei Service-Design-Tools von den Mitarbeiter:innen angewendet werden und mindestens 3 neue Merchandising-Artikel bzw. 3 Sonderangebote bis 31. Oktober 2025 hinzugefügt werden.
3. **Werbezeiten-Umsatz € 15.000,00 von September bis 1. Mai 2026**
4. **Umsatzes mit Merchandising-Artikeln € 4.000,00 von September bis 1. Mai 2026**
5. Teilnahme an der burgenländischen Übungsfirmenmesse
Umsatz: € 8.000,00 bei der Messe, davon € 6.500,00 Werbezeitenumsatz und € 1.500,00 Umsatz mit Mechandising-Artikeln
6. Durchführung von mindestens drei Maßnahmen bis Mai 2026 zur Verbesserung der internen Kommunikation (z. B. Weihnachtsfeier, Verkaufsschulung, Teambuilding, Betriebsausflug).
7. Alle Mitarbeiter:innen arbeiten im gesamten Geschäftsjahr mit individuellen Zielvereinbarungen.
8. Zertifizierung *hum unternehmen* – Unterlagen vollständig und termingerecht bis 13. Mai 2026 einreichen und Zertifizierung erhalten
9. Übungsfirmen Upgrade 2026 erhalten

3 Veranstaltung, reales Projekt

3.1 Projektauftrag (Bestätigung, Auftraggeber)

Visuelle Begleitung des Werte-Events zur Förderung von SDG 8

standard projekthandbuch 001	PROJEKT- AUFTRAG				
Projektstartereignis: <ul style="list-style-type: none"> • Initiales Projektstart - Meeting 		Projektstarttermin: <ul style="list-style-type: none"> • 29.01.2026 			
Inhaltliches Projektendereignis: <ul style="list-style-type: none"> • Projektzusage/Fixierung • Durchführung Event – Dokumentation Formales Projektendereignis: <ul style="list-style-type: none"> • Projektabschluss (Datenübergabe) 		Projektendtermine: <ul style="list-style-type: none"> • 05.02.2026 • 26.02.2026 • 05.03.2026 			
Projektziele: <ul style="list-style-type: none"> • Fotografische Dokumentation • Erstellung Recap – Video • Produktion von 5-10 Reels • Formatadaption für Instagram, LinkedIn, Facebook • Professionelle Aufbereitung der Werte/Inhalte 		Nicht-Projektziele: <ul style="list-style-type: none"> • Live-Streaming des Events • Langfristige Social Media Betreuung • Erstellung von Print-Werbemitteln 			
Hauptaufgaben (Projektphasen): <ul style="list-style-type: none"> • Initialisierungsphase: (29.01) • Planungsphase: (Zusage bis 05.02) • Durchführung: Content Creation am Event • Post – Produktion: Schnitt & Bearbeitung • Abschluss: Freigabe & Übergabe 		Projektressourcen und –kosten*:			
		Ressourcen- /Kostenart	Mengen- einheit	Kosten (in Euro)	
		Kameras, Mikrofone, Schnitt – Software	13	0€	
Projektteam „Promedia“	8	400€			
ProjektauftraggeberIn: <ul style="list-style-type: none"> • Andreas Freiberger 		ProjektleiterIn: <ul style="list-style-type: none"> • Antoan Filipov 			

Projektteam:

- Antoan Filipov
- Matteo Lehner
- Carla Schoditsch
- Laura Alber
- Laura Elsnigg
- Lena Ferstl
- Florentina Kager
- Theresa Fiedler

Andreas Freiberger

Vorname Nachname, (ProjektauftraggeberIn)



Antoan Filipov

Vorname Nachname, (ProjektleiterIn)



3.2 Ziele

Formulieren Sie für Ihre Veranstaltung **drei Ziele** (SMART formuliert = spezifisch, messbar, attraktiv, realistisch und terminisiert), wobei **mindestens eines einem SDG** zugeordnet wird.

PROJEKTZIELE-PLAN		
Zielart	Projektziele	Adaptierte Projektziele per ...
Ziele: * Hauptziele	<p>Produktion und Nachbearbeitung von mindestens 100 hochauflösenden Fotos und 5 plattformoptimierten Reels des Werte-Events bis zum 11.03.2026.</p> <p>Erstellung eines 1:30-minütigen Recap-Videos zur Förderung der internen Unternehmenskultur fertiggestellt bis zum 11.03.2026.</p> <p>Erfolgreicher Abschluss des strukturierten Freigabeprozesses und finale Übergabe aller Daten im abgestimmten Format bis spätestens 11.03.2026, 12:00 Uhr.</p> <p>Termingerechte Übergabe aller Ergebnisse bis spätestens 11.03.2026.</p> <p>Durch die mediale Dokumentation des Werte-Events wird SDG 8, insbesondere Target 8.8, unterstützt, indem gemeinsame Werte sichtbar gemacht und ein respektvolles sowie motivierendes Arbeitsumfeld gefördert werden.</p> <p>Employer Branding: Steigerung der Arbeitgeberattraktivität der Raiffeisenbank durch authentische Einblicke in das Event auf Social Media.</p> <p>Portfolio-Erweiterung: Erfolgreiche Umsetzung eines Realprojekts zur Schärfung des professionellen Profils des Teams „Promedia“.</p> <p>Nachhaltigkeit: Bereitstellung eines Content-Pools zur langfristigen Wiederverwendung für die externe Imagekommunikation.</p>	
Nicht-Ziele	<p>Aufgaben wie Planung oder Organisation des Events sind nicht Teil des Projekts. Das Projekt umfasst nur Foto- und Videoproduktion.</p> <p>Es werden maximal 100 Fotos und 5 – 10 Reels erstellt. Weitere Inhalte sind nicht vorgesehen.</p> <p>Eine langfristige Betreuung der Social-Media-Kanäle nach Projektende ist nicht Teil des Projekts.</p>	

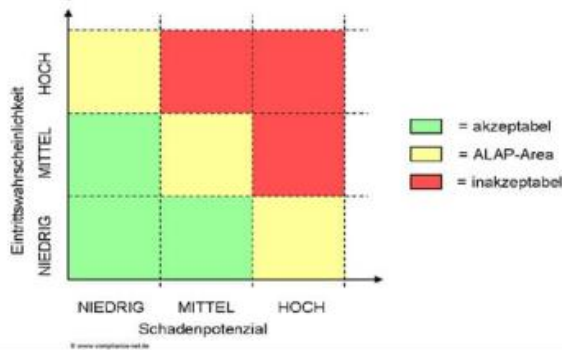
3.3 Projektstrukturplan

Fügen Sie den Projektstrukturplan Ihrer Veranstaltung ein (auch Foto, Screenshot möglich).

Werte-Event				
1.1 PM-Phase	1.2 Pre-Production	1.3 Production	1.4 Postproduction	1.5 Projektabschluss
1.1.1 Projekt gestartet M1	1.2.1 Briefing durchgeführt	1.3.1 Event gestartet M4	1.4.1 Rohschnitt abgeschlossen M5	1.5.1 Interne Qualitätskontrolle durchgeführt
1.1.2 Projektkoordination	1.2.2 Zieldefinition & Erwartungsklärung	1.3.2 Aufbau & Techniktest durchgeführt	1.4.2 Farbkorrektur	1.5.2 Einrechnung der Ergebnisse durchgeführt M6
1.1.3 Projektcontrolling	1.2.3 Projekt zugesagt M2	1.3.3 Eventfotografie erledigt	1.4.3 Sounddesign ausgesucht	1.5.3 Dokumentation abgeschlossen
1.1.4 Projekt abgeschlossen M7	1.2.4 Storyboard erstellt	1.3.4 Videodreh abgeschlossen	1.4.4 Reel-Produktion abgeschlossen	1.5.4 Reflexion erledigt
	1.2.5 Storyboard abgeschlossen M3	1.3.5 Interviewaufnahmen durchgeführt		
	1.2.6 Technikplanung durchgeführt	1.3.6 Social-Media-Sequenzen aufgenommen		
	1.2.7 Rollenverteilung durchgeführt			

3.4 Risikoanalyse und -bewertung inkl. Maßnahmenplan

Fügen Sie die Risikoanalyse inkl. Bewertung und Maßnahmenplan Ihrer Veranstaltung ein (auch Foto, Screenshot möglich).



PSP-Code	Arbeitspaket-bezeichnung	Risikobeschreibung	Bewertung laut Risikomatrix	Korrekte Maßnahme
1.2.6	Technikplanung	Kameraausfall: Technischer Defekt der Ausrüstung am Event-Tag.	ALAP-Area (Gelb)	Ersatzgerät bereithalten und Funktionstest (AP 1.3.1) priorisieren.
1.3	Datensicherung	Datenverlust: Defekt der SD-Karte oder Verlust der Rohdaten vor dem Schnitt.	inakzeptabel (Rot)	Sofortige doppelte Sicherung auf zwei getrennten Festplatten direkt nach dem Dreh.
1.3.	Ressourcenplanung	Team-Ausfall: Projektfortschritt stockt wegen Krankheit eines Mitglieds.	ALAP-Area (Gelb)	Flexible Rollenverteilung (AP 1.1.2) sicherstellen; Wissen im Team teilen.
1.4.1	Videoschnitt	Zeitdruck: Der Aufwand für den Schnitt wird unterschätzt (Meilenstein 05.03. gefährdet).	ALAP-Area (Gelb)	Pufferzeit einplanen und Zwischenstände im Team-Controlling (AP 1.1.3) prüfen.
1.5.2	Kundenfreigabe	Verzögerte Freigabe: Raiffeisenbank gibt Rückmeldung zu spät für finale Abgabe.	ALAP-Area (Gelb)	Deadline für Feedback klar kommunizieren; frühzeitige Erwartungsklä rung (AP 1.2.2).

3.5 Meilensteinplan in Zeitstruktur

Fügen Sie eine Zeitstruktur Ihrer Wahl ein und kennzeichnen Sie die Meilensteine, zusätzlich zu Projektstart und Projektende ODER fügen Sie eine Meilensteinliste ein.

PROJEKT- MEILENSTEINPLAN				
PSP-Code	Meilenstein	Basis- termine	Aktuelle Plantermine	Ist Termine
1.1.1	Projektstart M1	29.01.2026	29.01.2026	29.01.2026
1.2.3	Projekt zugesagt M2	05.02.2026	05.02.2026	05.02.2026
1.2.5	Storyboard abgeschlossen M3	15.02.2026	15.02.2026	15.02.2026
1.3.1	Event gestartet M4	26.02.2026	26.02.2026	26.02.2026
1.4.1	Rohschnitt abgeschlossen M5	05.03.2026	05.03.2026	05.03.2026
1.5.2	Einreichung der Ergebnisse durchgeführt M6	11.03.2026	11.03.2026	11.03.2026
1.1.4	Projekt abgeschlossen M7	11.03.2026	11.03.2026	11.03.2026

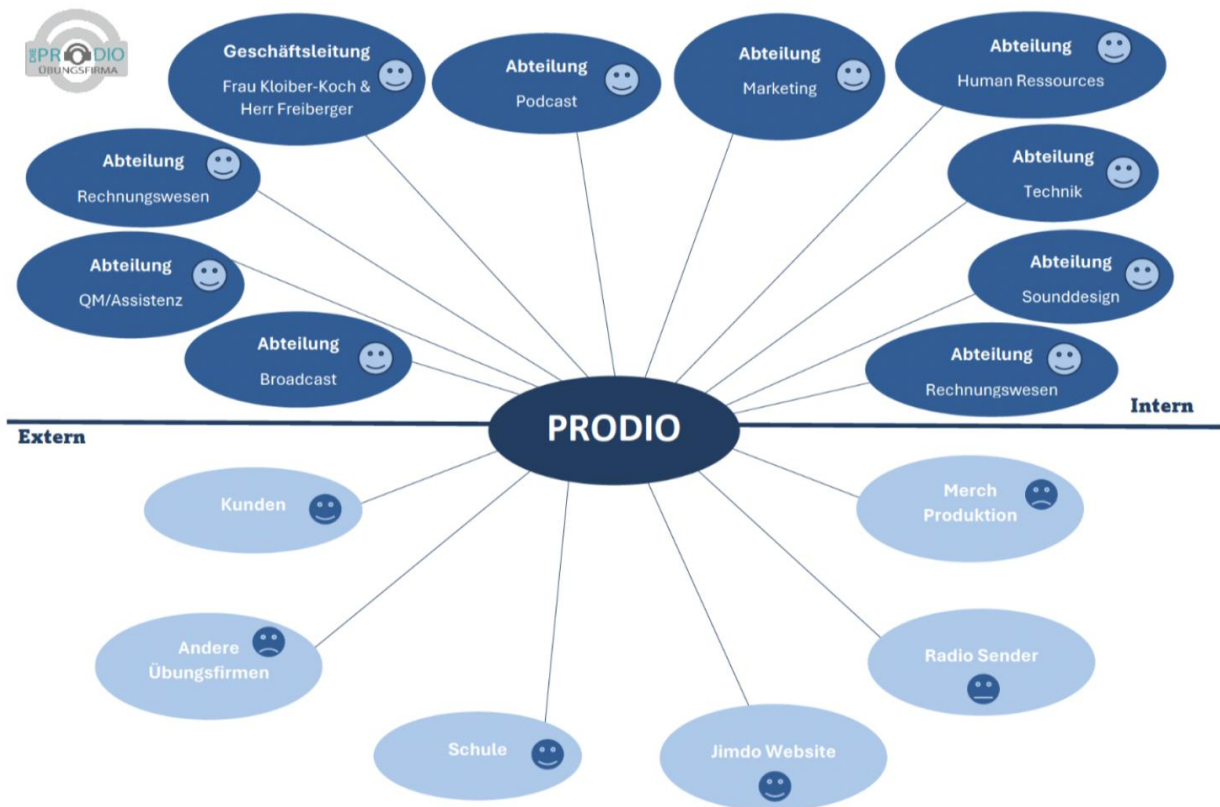
3.6 Arbeitspakete

Fügen Sie die Beschreibung eines ausgewählten Arbeitspaketes (Inhalt, Ergebnisse) ein. Achtung die Bezeichnung des Arbeitspaketes muss mit dem Projektstrukturplan übereinstimmen.

standard projekthandbuch 001		ARBEITSPAKET- SPEZIFIKATIONEN
PSP-Code, AP-Bezeichnung 1.3.5 Interview- aufnahmen durchgeführt	AP-Inhalt (<i>Was soll getan werden?</i>)	Grundkonzept erarbeitet Interviewleitfaden mit 10 abgestimmten Fragen erstellt Interviewpartner recherchiert
	AP-Nicht-Inhalte (<i>Was soll nicht getan werden?</i>)	Interviewpartner darf die Fragen selbst aussuchen
	AP-Ergebnisse (<i>Was liegt nach Beendigung des Arbeitspaketes vor?</i>)	Fertiger Gesprächsstoff für die Interviewer
	AP-Leistungsfortschrittmessung (<i>Wie wird der Fortschritt gemessen?</i>)	Wöchentliche Abstimmung mit Projektleitung und Abgleich mit Zeitplan

4 Anwendung Marketingtools / Service-Design

4.1 Stakeholder Map/Projektumfeldanalyse inkl. Maßnahmen (evtl. als Fotodokumentation)



Stakeholder	Beziehungen (Potenzial/Konflikte)	Maßnahmen
Schule: Schulleitung/Bereichs- leitung/Fachvorständin	Zu wenig Information	TdoT, gemeinsamer Messebesuch
Geschäftsleiter:innen	Fehlende Kommunikation	Regelmäßige Besprechungen
Mitarbeiter:innen	Fehlende Motivation, mangelhafte Kompetenzen, mangelhaftes Zeitmanagement, zu wenig Eigenverantwortung	Teambuilding, Weiterbildungen Gemeinsame Zielvereinbarungen

Übungsfirmen als Lieferanten/ Merchproduktion	Lieferverzug, mangelhafte Lieferungen bzw. Rechnungen	Mängelrügen schreiben, Korrekturen anfordern, neue, zuverlässige Lieferanten auswählen
Übungsfirmen als Kunden:innen	Mangel an Interesse, Zahlungsverzögerungen	Aufmerksamkeit gezielt wecken z.B. Angebote per E-Mail aussenden; Leistungen auf Instagram präsentieren Mahnwesen
Jimdo Website	Probleme mit der Homepage	Kommunikation mit Jimdo, aktiv Informationen einholen

4.2 Personas/Zielgruppe

Persona	
	
<p>„ Zu viel Stil für die Schule, zu viele Ideen für den Unterricht. „</p>	
<p>Interessen, Freizeitgestaltung</p> <p>Zeichnen digitale Medien Musik Streetwear</p>	<p>Bedürfnisse, Erwartungen, Wünsche, Ziele</p> <p>Mehr kreative Freiheit in der Schule</p> <p>Ein Bild, das Cartoon, Clipart, Menschliches Gesicht, Darstellung enthält.</p> <p>Medien- oder Designstudium</p> <p>eigene künstlerische Projekte starten</p>
<p>Name ELLE VATOR Alter 17</p> <p>Beruf Schülerin (Oberstufe, Kunst- und Medienzweig)</p> <p>Lebenssituation, Umfeld Lebt bei den Eltern, engagiert sich in der Schülervertretung</p>	<p>Persönlichkeit</p> <p>kreativ unabhängig kritisch etwas ungeduldig zielstrebig</p>

Persona	
	
<p>„ Fotosynthese ist mein Spirit Animal. „</p>	
<p>Interessen, Freizeitgestaltung</p> <p>lesen, wandern gehen, Umweltprojekte, Podcast hören</p>	<p>Bedürfnisse, Erwartungen, Wünsche, Ziele</p> <p>unterstützt Kolleg:innen mit Herz</p> <p>schafft Freiraum für kreative Ideen</p> <p>macht Unterricht lebendig und praxisnah</p> <p>setzt auf Vertrauen und Teamgeist</p> <p>nutzt Technik und Räume effektiv</p>
<p>Name POLLY ESTHER Alter 29</p> <p>Beruf Lehrerin für Naturwissenschaften (Biologie & Chemie)</p> <p>Lebenssituation, Umfeld Frisch im Beruf lebt mit Partner engagiert sich in Schulprojekten</p>	<p>Persönlichkeit</p> <p>hat ein Auge fürs Detail und den Überblick zugleich</p> <p>bringt Wärme und Verständnis in jede Situation</p> <p>offen für Neues und Veränderung</p>

Persona	
	
<p>“ Geschichte ist wie Netflix – nur ohne Pause-Taste. ”</p>	
<p>Interessen, Freizeitgestaltung: Lesen, Kochen, Klassenausflüge planen, Schulgartenprojekt</p>	
<p>Bedürfnisse, Erwartungen, Wünsche, Ziele: Schüler für gesellschaftliche Themen zu begeistern Sie aktiv in die Gestaltung ihrer Lernumgebung einzubeziehen Er möchte die Schule stärker digitalisieren, um Unterrichtsinhalte zeitgemäß und interaktiv zu vermitteln.</p>	
<p>Name: Peter Sille</p>	<p>Alter: 46</p>
<p>Beruf: Lehrer für Geschichte & Ethik</p>	
<p>Lebenssituation, Umfeld: Verheiratet, zwei Kinder (selbst im Schulalter)</p>	
<p>Persönlichkeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Humorvoll, reflektiert und engagiert • umfassende pädagogische Erfahrung • motiviert seine Schüler auf kreative Weise 	

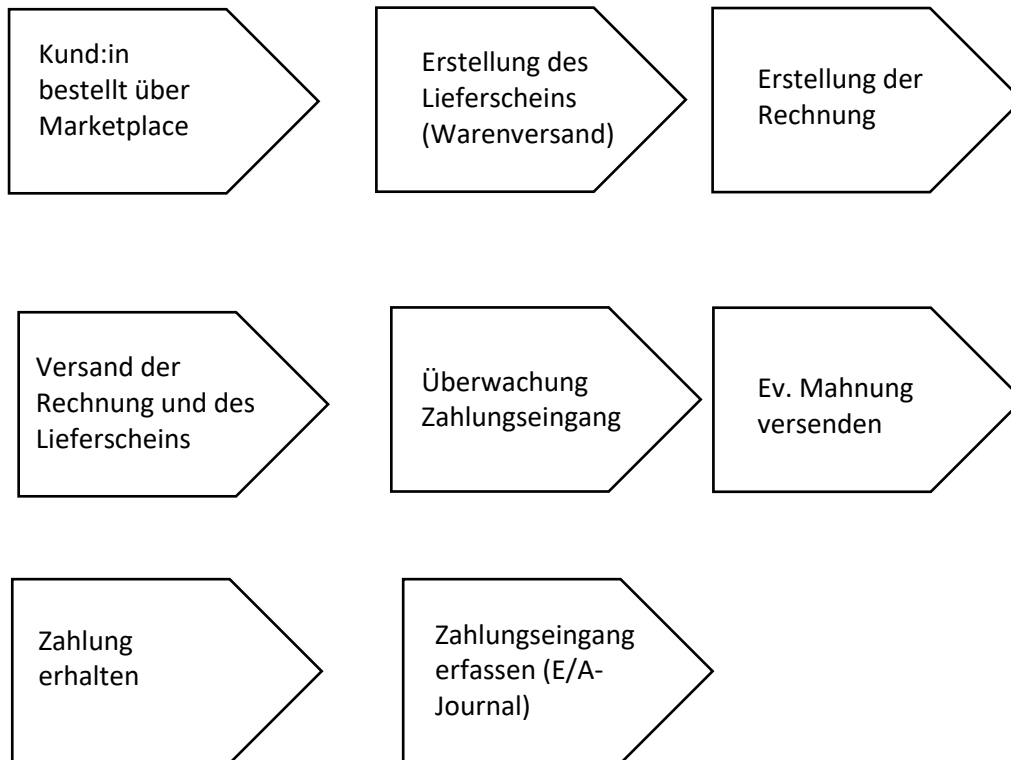
4.3 Design Moodboard



5 Betriebliche Prozesse

5.1 Grafische Darstellung eines Kernprozesses

(Beispiel für Einkauf, Verkauf, Produktion... Form = frei, max. 1 A4-Seite)



5.2 Dokumentation von Geschäftsfällen in Form von Belegen

Dokumentation von zwei abgeschlossenen Geschäftsfällen.

Das umfasst Schriftverkehr, Belege (Rechnungslegung) und Erfassung der Geldflüsse in der Unternehmensrechnung (EAR, FIBU)

Geschäftsfall 1

Bestellnummer (Verkauf): 104587

Kunde

Name der Übungsfirma	@was schlauer GmbH	Verkäufer	Prodio O.G.
Kundenart	Übungsfirma	Datum	27.11.2025
USt-IdNr. / Steuernummer	ATU80292791	Bestellnummer	104587
Kontakt	Sahla ELKHASHAB	Zahlungsfrist (in Tagen)	14
Kontakt E-Mail	schlauer2927@uebungsfirmen.at	Lieferfrist (in Tagen)	14
Adresse	Oberlaaer Straße 276	Aktueller Status	vollständig
Stadt/Region	Wien		
Postleitzahl	1230		
Land	Österreich		

Produkt	Artikelnummer	Stück/Menge	Menge	Preis netto
 Spezialangebot 1 Nebenzeit	005	1	1	EUR 300,00
Zwischensumme (1) Produkte				EUR 300,00
keine Liefergebühren				--
Insgesamt				EUR 300,00

PRODIO



Prodio OG
Badgasse 5
7400 Oberwart
Tel.: +43 03352 34414
Fax: +43 3352 344 14 125

@was schlauer GmbH
Sahla Elkhatab
Oberlaaer Straße 276
1230 Wien

Sachbearbeiter: Sophia Bauer
Bestelldatum: 27.11.2025
Bestellnummer: 104587
Lieferdatum: 03.12.2025
Rechnungsdatum: 03.12.2025

Sendezeitbestätigung

Nr.99

Artikel	Ausstrahlungszeit
Spezialangebot 1 Nebenzeit	zwischen 03.12.2025 bis 04.12.2025

Vielen Dank für Ihren Auftrag!

prodio551@uebungsfirmen.at
www.prodio-og.jimdo.com
Firmenbuchnummer: 551
UID-Nr.: ATU50055158
IBAN: AT 469900000370034893
BIC: ACTBATW0



PRDIO



Prodio OG
 Badgasse 5
 7400 Oberwart
 Tel.: +43 03352 34414
 Fax: +43 3352 344 14 125

@was schlauer GmbH
 Sahla Elkhashab
 Oberlaaer Straße 276
 1230 Wien

Sachbearbeiter: Sophia Bauer
Bestelldatum: 27.11.2025
Bestellnummer: 104587
Lieferdatum: 03.12.2025
Rechnungsdatum: 03.12.2025

Rechnung

Nr.99

Bezeichnung	Anzahl	Artikelnummer	Einzelpreis in €	Preis in €
Spezialangebot 1 Nebenzeit	1	5	€ 300,00	€ 300,00
			Nettobetrag	€ 300,00
			Ust. 20%	€ 60,00
			Bruttobetrag	€ 360,00

Vielen Dank für Ihren Auftrag!

Bitte begleichen Sie die Rechnung innerhalb von 14 Tagen

prodio551@uebungsfirmer.at
www.prodio-og.jimdo.com
 Firmenbuchnummer: 551
 UID-Nr.: ATU50055158
 IBAN: AT 469900000370034893
 BIC: ACTBATW0



ACTBank

Kunde

Prodio O.G.
Badgasse 5
7400 Oberwart

Kontoauszug

Konto nur für Trainingszwecke!

IBAN / BIC	Kontoname	Währung	Erstellungsdatum	Nummer / Jahr
AT469900000370034893 / ACTBATW0	Prodio O.G.	EUR	16.12.25	83/2025

Datum	Text	Valuta	Betrag
15.12.25	Kontonummer 370084351 bei ACTBATW0 @was schlauer GmbH Rg.Nr. 99 vom 03.12.2025	15.12.25	360,00

Alter Kontostand	Summe der Lastschriften	Summe der Gutschriften	Neuer Kontostand
156.356,52	0	360,00	156.716,52

Lfd. Nr.	Datum	Beleg	Text	Bank (brutto)		Ust	VSt	Aufgliederung Einnahmen (netto)		Aufgliederung Ausgaben (netto)				
				Einnahmen	Ausgaben			Erlöse	Übrige Einnahmen	Personal	Geb. Konto und Kk	Wareneinkauf	Übrige Ausgaben	
0			Übertrag	156.700,45 €										
1	03.12.25	B78	Prodio O.G. Päckchen S 87193		3,30 €									3,30 €
2	03.12.25	B78	Prodio O.G. Päckchen M87194		4,75 €									€ 4,75
3	05.12.25	B79	Dessous & Babymoden GesmbH ReNr. 91	60,00 €		10,00 €		50,00 €						
4	04.12.25	B79	ACC Händler: Prodio O.G.	18,98 €		3,16 €		15,82 €						
5	06.12.25	B79	Kreditkartengebühr		0,07 €		0,01 €				0,06 €			
6	10.12.25	B80	ACT Finanzamt		82,36 €					82,36 €				
7	10.12.25	B80	ACT Finanzamt		289,05 €									
8	10.12.25	B80	ACT-Stadtkasse		57 €					57 €				
9	10.12.25	B80	ACT Finanzamt		106,36 €									
10	11.12.25	B81	Office Point Handel GmbH ReNr. 104	60,00 €		10,00 €		50,00 €						
11	12.12.25	B82	F.S.K. Fliesen-Sanitär-Kachelöfen GmbH ReNr.100	59,98 €		10,00 €		49,98 €						
12	15.12.25	B83	@was schlauer GmbH ReNr. 99 (vom 3.12.25)	360,00 €		€ 60,00		€ 300,00						
13	16.12.25	B84	ACT Krankenkasse		685,9 €					685,9 €				
14	18.12.25	B85	BiOnear GmbH ReNr.98	95,04 €		€ 15,84		€ 79,20						
15	31.12.25	B86	Überweisung Gehalt Dezember - Albert Julia		2.150,96 €					2.150,96 €				
			Summen	654,00 €	3.379,75 €	109,00 €	0,01 €	545,00 €	0,00 €	2.976,22 €	0,06 €	0,00 €		8,05 €
			Salden, Ust-Zahllast		153.974,70 €		108,99 €							

Geschäftsfall 2:

Bestellnummer (Verkauf): 94001

Kunde

Name der Übungsfirma	GP - Solar Handels GmbH	Verkäufer	Prodio O.G.
Kundenart	Übungsfirma	Datum	22.9.2025
USt-IdNr. / Steuernummer	ATU50155558	Bestellnummer	94001
Kontakt	GP-Solar GmbH Jorden	Zahlungsfrist (in Tagen)	14
Kontakt E-Mail	gp_solar1555@uebungsfirmen.at	Lieferfrist (in Tagen)	14
Adresse	Schillerstraße 7b	Aktueller Status	vollständig
Stadt/Region	Feldkirch		
Postleitzahl	6800		
Land	Österreich		

Produkt	Artikelnummer	Stück/Menge	Menge	Preis netto
 Kombi Angebot 1	007	1	3	EUR 1 200,00
Zwischensumme (1) Produkte				EUR 1 200,00
keine Liefergebühren				--
Insgesamt				EUR 1 200,00

PRODIO



Prodio OG
Badgasse 5
7400 Oberwart
Tel.: +43 03352 34414
Fax: +43 3352 344 14 125

GP - Solar Handels GmbH

Schillerstraße 7b
6800 Feldkirch

Sachbearbeiter: Katharina Spenger
Bestelldatum: 22.09.2025
Bestellnummer: 94001
Lieferdatum: 01.10.2025
Rechnungsdatum: 01.10.2025

Sendezeitbestätigung

Nr.81

Artikel	Ausstrahlungszeit
Kombi Angebot 1	zwischen 22.09.2025 bis 13.10.2025

Vielen Dank für Ihren Auftrag!

prodio551@uebungsfirmen.at
www.prodio-og.ijmdo.com
Firmenbuchnummer: 551
UID-Nr.: ATU50055158
IBAN: AT 469900000370034893
BIC: ACTBATW0



PRODIO



Prodio OG
 Badgasse 5
 7400 Oberwart
 Tel.: +43 03352 34414
 Fax: +43 3352 344 14 125

GP - Solar Handels GmbH

Schillerstraße 7b
 6800 Feldkirch

Sachbearbeiter: Katharina Spenger
 Bestelldatum: 22.09.2025
 Bestellnummer: 94001
 Lieferdatum: 01.10.2025
 Rechnungsdatum: 01.10.2025

Rechnung

Nr.81

Bezeichnung	Anzahl	Artikelnummer	Einzelpreis in €	Preis in €
Kombi Angebot 1	3	007	€ 400,00	€ 1.200,00
			Nettobetrag	€ 1.200,00
			Ust. 20%	€ 220,00
			Bruttobetrag	€ 1.440,00

Vielen Dank für Ihren Auftrag!

Bitte begleichen Sie die Rechnung innerhalb von 14 Tagen

prodio551@uebungsfirmen.at
www.prodio-og.jimdo.com
 Firmenbuchnummer: 551
 UID-Nr.: ATU50055158
 IBAN: AT 469900000370034893
 BIC: ACTBATW0



ACTBank

Kunde

Prodio O.G.
Badgasse 5
7400 Oberwart

Kontoauszug

Konto nur für Trainingszwecke!

IBAN / BIC	Kontoname	Währung	Erstellungsdatum	Nummer / Jahr
AT46990000370034893 / ACTBATW0	Prodio O.G.	EUR	11.11.25	72/2025


Datum	Text	Valuta	Betrag
10.11.25	Kontonummer 637099995 bei BUSYATW1 Kitz O.K. GesmbH Traunsteinerweg 11 Kitzbühel Rechnungsnummer: 94	12.11.25	60,00
10.11.25	Kontonummer 100023142 bei ACTBATW0 GP - Solar Handels GmbH Nr. 81	10.11.25	1.440,00


Alter Kontostand	Summe der Lastschriften	Summe der Gutschriften	Neuer Kontostand
156.510,45	0	1.500,00	158.010,45

Lfd. Nr.	Datum	Beleg	Text	Bank (brutto)		Ust	VSt	Aufgliederung		Aufgliederung Ausgaben (netto)				
				Einnahmen	Ausgaben			Erlöse	Übrige Einnahmen	Personal	Geb. Konto und Kk	Wareneinkauf	Übrige Ausgaben	
0			Übertrag	156.062,32 €										
1	03.11.25	B68	Office Furniture GmbH Solutions ReNr:70	12,99 €		2,17 €		10,83 €						
2	05.11.25	B69	ITDS GmbH ReNr:44		351,60 €		58,60 €					€ 293,00		
3	06.11.25	B70	Cafe + Co GmbH ReNr:97	720,00 €		120,00 €		600,00 €						
4	08.11.25	B71	ACC Händler: Prodio O.G.	66,98 €		11,16 €		55,82 €						
5	08.11.25	B71	Kreditkartengebühr		0,24 €		0,04 €					0,20 €		
6	10.11.25	B72	Kitz O.K. GesmbH ReNr:94	60,00 €		10,00 €		50,00 €						
7	10.11.25	B72	GP - Solar Handels GmbH ReNr:81	1.440,00 €		240,00 €		1.200,00 €						
8	13.11.25	B73	Shelf Esteem Büromöbel GmbH ReNr:73	30,00 €		5,00 €		25,00 €						
9	15.11.25	B74	Body Change KG ReNr:96	155,88 €		25,98 €		129,90 €						
10	17.11.25	B75	HEFTTIGER SchreibwarenhandelsgesmbH ReNr:87	60,00 €		10,00 €		50,00 €						
11	17.11.25	B75	HEFTTIGER SchreibwarenhandelsgesmbH ReNr:95	15,59 €		2,60 €		12,99 €						
12	20.11.25	B76	Shelf Esteem Büromöbel GmbH ReNr:33	15,59 €		2,60 €		12,99 €						
13	26.11.25	B77	Prodio O.G. - Überweisung Gehalt Albert		1587,06 €							1587,06 €		
			Summen	2.577,03 €	1.938,90 €	429,51 €	58,64 €	2.147,53 €	0,00 €	1.587,06 €	0,20 €	293,00 €	0	
			Salden,											
			Ust-Zahllast		156.700,45 €		370,87 €							

5.3 Kaufmännisches Schriftstück in einer Fremdsprache

Renseignements sur vos produits [Zusammenfassen](#)

 Prodio O.G. 😊 ↶ ↷ 📄 ⋮
An: felix.digital@euroentent.net Mi, 26.11.2025 16:32

 Diese Nachricht befindet sich in Französisch [Übersetzen nach Deutsch](#) [Nie aus Französisch übersetzen](#)

Madame, Monsieur,

Nous nous permettons de revenir vers vous, car nous n'avons pas encore reçu de réponse à notre précédente demande datée du 22.10.2025.

Nous serions très reconnaissants si vous pouviez nous fournir des informations sur vos produits et, si possible, votre catalogue ou votre liste de prix.

Nous vous remercions par avance pour votre attention et votre retour, et restons à votre disposition pour toute information complémentaire.

Veillez agréer, Madame, Monsieur, l'expression de nos salutations distinguées,

Katharina Spenger
Marketing & Sales

Prodio OG
Übungsfirma der HLP und Modeschule Oberwart
Badgasse 5
7400 Oberwart
Mittwoch 15:15 Uhr bis 17:30 Uhr

6 Qualitätsmanagement und Reflexion

6.1 Protokoll von zwei aufeinander folgenden Aufzeichnungen der individuellen Tätigkeiten (Arbeitsprotokoll) ODER der gesamten Organisation ODER Abteilung.

Arbeitsprotokoll		Nr.: 5	Datum: 01.10.2025
NAME: Jana Gollacz			
<input checked="" type="checkbox"/> QM/Assistenz <input type="checkbox"/> HR-Management Abteilung: <input type="checkbox"/> Marketing & Sales <input type="checkbox"/> Rechnungswesen			
(PLAN) Ziele der heutigen Übungsfirmen-Einheit: E-Mails bearbeiten, hum unternehmen Zertifizierung und Upgrade2026 (Infos auf der ACT-Seite), in die Anforderungen der beiden Zertifikate einarbeiten und planen, welche Abteilung Daten liefern.			
(DO) Tätigkeiten	Sozialform (EA, T, PL)	Zeit	Output
E-Mails bearbeiten	EA	20 min	E-Mail gelesen und zurückgeschrieben
Mahnung eines Lieferanten bearbeiten	EA	15 min	E-Mail mit Liefermahnung gesendet
Fotos für Instagram erstellen	T	15 min	Fotos für den Instaaccount gemacht
Anforderungen für die Zertifizierungen <i>hum unternehmen</i> und <i>Upgrade2026</i> einarbeiten	EA	50 min	Überblick über benötigte Dokumente erarbeitet
Übersicht, welche Abteilungen, welche Dateien bzw. Daten bis wann für die Zertifizierungen liefern sollen	T	50 min	Liste in Teams hochgeladen mit Daten und Terminen

Eigene Initiativen	In den Dokumenten aus dem Vorjahr Informationen für die Zertifizierungen gesucht. Liefermahnung übernommen.
Sonstiges	Lieferanten E-Mails gesendet, dass wir ausschließlich per E-Mail kommunizieren iS „papierloses Büro“.
(CHECK) Unerledigte Arbeiten: vorgemerkt für nächste Einheit	
Zertifizierung hum unternehmen und Upgrade2026 mit GL besprechen	
Reflexion der Einheit	
(CHECK) Was habe ich heute gelernt? Viele neue Informationen über die beiden Zertifizierungen – Recherche in unterschiedlichen Quellen durchführen.	
(ACT) Was möchte ich in der nächsten Übungsfirmen-Einheit verbessern? Noch besser in die Zertifizierungen einlesen und mit der Bearbeitung der Dokumentation beginnen.	

Arbeitsprotokoll		Nr.: 6	Datum: 15.10.2025
NAME: Jana Gollacz			
Abteilung: <input checked="" type="checkbox"/> QM/Assistenz <input type="checkbox"/> HR-Management <input type="checkbox"/> Marketing & Sales <input type="checkbox"/> Rechnungswesen			
(PLAN) Ziele der heutigen Übungsfirmen-Einheit: E-Mailverkehr, <i>hum unternehmen</i> Zertifizierung und <i>Upgrade2026</i> , Vorlage für <i>hum unternehmen</i> Zertifizierung mit der Version von der ACT-Seite abgleichen			
(DO) Tätigkeiten	Sozialform (EA, T, PL)	Zeit	Output
Mails bearbeiten	EA	30 min	Mails bearbeitet und zurückgeschrieben
Besprechung mit GL zu den Zertifizierungen	T	20min	Offene Fragen abgeklärt
Beginn mit dem Einarbeiten von Daten für die <i>hum unternehmen</i> Zertifizierung	T	50 min	Formatvorlage teilweise bearbeitet
Wettbewerb für das gelungenste Moodboard planen	T	50 min	Information an alle Mitarbeiterinnen via Teams veröffentlicht
Eigene Initiativen	Wettbewerb für das schönste Moodboard geplant.		
Sonstiges			
(CHECK) Unerledigte Arbeiten: vorgemerkt für nächste Einheit			
-			
Reflexion der Einheit			
(CHECK) Was habe ich heute gelernt? Motivierende Gestaltung eines Wettbewerbs für das gesamte Team.			
(ACT) Was möchte ich in der nächsten Übungsfirmen-Einheit verbessern? -			

6.2 Zielerreichungsanalyse

(zu zwei angeführten Jahreszielen oder für zwei Ziele für das Projekte; Ziele bitte anführen)

Werbezeiten-Umsatz € 15.000,00 von September bis 1. Mai 2026

Geplanter Umsatz - Werbezeiten	Tatsächlicher Umsatz - Werbezeiten	Abweichung in €	Abweichung in %
€ 15 000,00	€ 8 977,76	- € 6 022,24	- 40,15%

Der tatsächliche Werbezeitenumsatz liegt **um € 6.022,24 bzw. 40,15 %** unter dem geplanten Zielwert. Das Umsatzziel wurde somit nicht erreicht, es liegt eine negative Zielabweichung vor.

Die negative Abweichung beim Werbezeitenumsatz ist zum Großteil auf den Wegfall eines Stammkunden zurückzuführen, der sein Werbebudget aus wirtschaftlichen Gründen kürzen musste. Der dadurch entstandene Umsatzausfall konnte nicht durch eine gezielte Marketing- und Vertriebsstrategie (z. B. verstärkte Neukundenakquise oder kurzfristige Aktionsangebote) kompensiert werden.

Umsatzes mit Merchandising-Artikeln € 4.000,00 von September bis 1. Mai 2026

Geplanter Umsatz – Merchandising-Artikel	Tatsächlicher Umsatz – Merchandising-Artikel	Abweichung in €	Abweichung in %
€ 5 000,00	€ 9 472,56	€ 4 472,56	+ 89,45%

Der Umsatz mit Merchandising-Artikeln überstieg den geplanten Zielwert deutlich. Mit einem Ist-Umsatz von € 9.472,56 wurde der geplante Umsatz von € 5.000,00 um **€ 4.472,56 bzw. 89,45 %** überschritten.

Diese positive Abweichung ist vor allem auf erfolgreiche Verkaufsmaßnahmen (z. B. attraktive neue Produkte, gezielte Werbemaßnahmen) sowie eine gute Platzierung der Artikel auf den Verkaufsplattformen zurückzuführen.

6.3 Dokumentation/Abschlussbericht einer Veranstaltung/eines Projektes (einschließlich Fotodokumentation)

Erfolgreicher Messeauftritt der Übungsfirmen PRODIO bei der 8. burgenländischen Übungsfirmenmesse

Mit großem Erfolg präsentierte sich die Übungsfirma PRODIO am 26. Jänner 2026 bei der 8. burgenländischen Übungsfirmenmesse in der HAK/HAS Oberpullendorf. Die Mitarbeiter:innen beeindruckten dabei mit hoher Professionalität, fachlicher Kompetenz und bemerkenswertem Engagement.

Im Mittelpunkt des Messeauftritts stand ein authentisches, wirtschaftsnahes Auftreten, eine wertvolle Vorbereitung auf die Anforderungen künftiger beruflicher Herausforderungen. Die Messe bot den Mitarbeiterinnen die Möglichkeit, ihr theoretisches Wissen in einem praxisorientierten Umfeld anzuwenden und zu vertiefen.

Die Schülerinnen des 4. Jahrgangs überzeugten mit souveräner Gesprächsführung und unternehmerischem Geschick. Ihnen gelang es, zahlreiche erfolgreiche Geschäftsabschlüsse zu tätigen und neue Geschäftskontakte zu knüpfen. Gleichzeitig nutzten die Mitarbeiterinnen die Veranstaltung, um die Bekanntheit ihrer Übungsfirmen im Netzwerk der Übungsfirmen zu stärken.



6.4 Reflexion Veranstaltung / Projekt

Was würde man beim nächsten Mal beibehalten bzw. anders machen? (Bezogen auf das gesamte Schuljahr z.B. Learning-List)

Reflexionsbereich	Das wollen wir beibehalten...	Verbesserungsvorschläge
Arbeitsweise	Selbstständiges Arbeiten nach Zielvereinbarungen, freie und flexible Arbeitseinteilung Aufgaben konnten eigenverantwortlich erledigt werden	Noch klarere Zieldefinitionen zu Beginn einzelner Arbeitsphasen. Mehr Bewegung in den Workflow integrieren (im Sinne von körperlicher Aktivität).
Team und Zusammenarbeit	Gute Arbeitsaufteilung im Team	Intensivere Zusammenarbeit/Austausch zwischen den Abteilungen und GL-Bereichen.
Kommunikation	Gute Möglichkeit zum Kennenlernen anderer Mitarbeiter:innen und für bereichsübergreifenden Austausch.	Mehr regelmäßige Informationen aus den anderen Abteilungen.
Praxis und Aufgaben	Praxisnahes Arbeiten	Genauerer Einarbeiten/strukturierte Einführung durch die Vorjahres-Mitarbeiter:innen.
Events, Teambuilding	Weihnachtsfeier Verkaufsschulung Messebesuch Teambuilding	

7 Dokumentation der Förderung von Social Skills

7.1 Dokumentation über Maßnahmen zur Steigerung der sozialen Kompetenz

Weihnachtsfeier – 17. Dezember 2025



Die **Weihnachtsfeier** fand am 17. Dezember 2025 statt und bildete einen bewussten Abschluss des Arbeitsjahres. Alle Mitarbeiter:innen kamen in einem italienischen Restaurant zusammen, um bei köstlichem Essen Gespräche über die bisher geleistete Arbeit in den einzelnen Abteilungen zu führen.

Der Fokus lag auf dem gegenseitigen Verständnis für abteilungsübergreifende Abläufe, der Kommunikation zwischen den Abteilungen sowie dem Austausch mit den beiden Geschäftsleitungsbereichen. Ebenso wurden kommende Ziele und Entwicklungsmöglichkeiten gemeinsam reflektiert.

Die Weihnachtsfeier bot den Mitarbeiter:innen die Möglichkeit, soziale Kompetenzen wie **Teamfähigkeit, Kommunikationsfähigkeit, aktives Zuhören, Wertschätzung und konstruktiven Umgang miteinander** zu stärken. Der offene Dialog über Erfahrungen, Erfolge und Herausforderungen förderte Transparenz, Vertrauen und ein positives Betriebsklima. Durch den gemeinsamen Abschluss des Jahres wurde das Gemeinschaftsgefühl innerhalb der Übungsfirma gestärkt und die Identifikation mit der Übungsfirma Prodio OG vertieft.

Verkaufsschulung für die Übungsfirmenmesse am 21. Jänner 2026

Am 21. Jänner 2026 nahmen jene Prodio-Mitarbeiterinnen, die auch bei der Übungsfirmenmesse im Einsatz sein werden, an Workshops zur Vorbereitung auf die Messe am 26. Jänner in der HAK Oberpullendorf teil. Die Schulung wurde von der HR- sowie der Marketing-&-Sales-Abteilung organisiert.

In Kleingruppen arbeiteten die Teilnehmer:innen an verschiedenen Themen wie Messeangeboten, Messezielen, der Gestaltung des Messestands sowie Verkaufsgesprächen. Außerdem wurden Aufgaben zur Erkundung anderer Messestände und zur Auswahl von Merchandising-Artikeln bearbeitet. Auch die Anmeldung im Marketplace bzw. in der ACTION Mall wurde geübt, um Kund:innen auf der Messe kompetent unterstützen zu können.

Teambuilding - 1. April 2026

Um den Teamzusammenhalt und die Kommunikation zu stärken, wurde in der letzten Einheit vor dem Osterurlaub „TABU“ gespielt. Beim Spiel mussten Begriffe innerhalb einer bestimmten Zeit erklärt werden, ohne das Wort selbst oder vorgegebene „Tabu-Wörter“ zu verwenden. Dadurch wurden kreatives Denken, klare Ausdrucksweise und aktives Zuhören gefördert. Die Mitarbeiterinnen arbeiteten in Teams zusammen, unterstützten sich gegenseitig und suchten gemeinsam nach passenden Lösungswegen.

Während des Spiels wurde viel gelacht, es herrschte eine lockere und positive Atmosphäre. Der Fokus lag auf Zusammenarbeit, gegenseitiger Motivation und Kommunikation. Das Gewinnen war dabei nur nebensächlich.

