

Vorbereitungsunterlage für JUNIOR WETTBEWERBE



BEWERTUNGS- SITUATION

Der Wettbewerbstag soll eine mögliche Real-situation für die Junior Company darstellen. Dabei empfehlen wir den teilnehmenden Teams sich auf eine Haltung, einzustellen, als würden die Jungunternehmer/innen vor po-tentiellen Investor/innen bzw. Geschäfts-partner/innen präsentieren, die daran interes-siert sind, in das Unternehmen, das Produkt oder die Dienstleistung und vor allem (!) in das Team zu investieren. Folgende Punkte sollten deshalb in jedem Fall im Fokus behal-ten werden:

- Professionalität der Unterlagen („Corpo-rate Identity“)
- Übersichtlichkeit und Lesefluss
- leichte Verständlichkeit
- Originalität
- USP / Unique Selling Point/ Alleinstel-lungsmerkmal und Innovation des Pro-dukts / der Dienstleistung
- Darstellung des Teams als Einheit
- Aufzeigen von Erfahrungswerten und Lösungsmöglichkeiten für persönliche Herausforderungen des Teams

DIE BEWERTUNG DURCH DIE JURY ERFOLGT IN FOLGENDEN PHASEN:



**GESCHÄFTS-
BERICHT**



**JURY-
INTERVIEW**



**VERKAUFS-
GESPRÄCH**



**BÜHNENPRÄ-
SENTATION**

ALLGEMEINE RICHTLINIEN / FORMALKRITERIEN

TEILNAHMEBEDINGUNGEN

ANZAHL TEILNEHMERINNEN PRO JUNIOR COMPANY:

→ **Max. 5 Schüler/innen**

Natürlich sind alle Junior Unternehmer/innen beim Wettbewerb herzlich willkommen, es dürfen jedoch nur die **5 angemeldeten Schüler/innen** offiziell die Junior Company beim Präsentationsstand, auf der Bühne sowie beim Juryinterview vertreten.

GESCHÄFTSBERICHT

Max. 10 SEITEN im **Format A4** (weniger als 10 Seiten sind erlaubt, bei mehr als 10 Seiten gibt es Punktabzug). Deckblatt und Rückblatt zählen nicht zu den 10 Seiten. Anhänge und Inhaltsverzeichnis sind in den 10 Seiten inbegriffen.

SCHRIFTGRÖSSE: 12pt

Das **DECKBLATT** muss Folgendes beinhalten:

- Name der Junior Company
- Schuljahr
- Name des Bundeslandes
- Namen der Junior Expert/innen
- Namen der Junior Betreuungslehrer/innen
- Ein Inhaltsverzeichnis
- Eine Zusammenfassung (Executive bzw. Management Summary)

BÜHNENPRÄSENTATION

Es dürfen **nicht mehr als die FÜNF (5) angemeldeten Schüler/innen AUF** der **BÜHNE** mitwirken. Es besteht jedoch die Möglichkeit, dass eine zusätzliche Person die Powerpoint-Präsentation oder Prezi-Präsentation bedient. Bei Nichteinhaltung der Teilnehmer/innenanzahl gibt es einen Punktabzug!

Die Präsentation darf **MAXIMAL VIER (4) MINUTEN** dauern. Das Anbrechen der letzten Minute wird signalisiert.

ACHTUNG: Für die Überschreitung des Zeitlimits über 6 Sekunden gibt es Punktabzug!

BEWERTUNGSKATEGORIEN

Formalkriterien (bis zu max. 10 Punkte Abzug möglich)

**Innovation,
Mehrwert-
Schaffung
und Unter-
nehmertum**

(max. 10 Punkte)

**Produkt-
/Dienstleis-
tungsent-
wicklung
und Ziel-
gruppenfo-
kus**

(max. 10 Punkte)

**Finanz-
ergebnis**

(max. 10 Punkte)

**Zielsetzung,
Planung und
Reflexion,
Unterneh-
mensorgani-
sation**

(max. 10 Punkte)

**Auf- und
Ausbau von
Wissen und
Können**

(max. 10 Punkte)

Sonderkategorie

Innovation, Mehrwert-Schaffung und Unternehmertum

In diesem Punkt soll der Jury klarwerden, was/welche Überlegungen euer Unternehmen einzigartig bzw. innovativ machen. Der Innovationsgehalt kann sich sowohl auf das Produkt/die Dienstleistung selbst beziehen, aber auch in einer besonders neuartigen Umsetzung, Herangehensweise oder Werbestrategie gegeben sein. Soziale, gesellschaftliche und umwelttechnische Überlegungen (wenn vorhanden) sollten hier ebenfalls aufgezeigt und klar verständlich erklärt werden.

Folgende Fragen sind hier möglich (KEIN Anspruch auf Vollständigkeit!):

- Welches der folgenden Dinge weist besonderes Innovationsgehalt auf? Produkt/Dienstleistung, Unternehmensmodell, Marketing, Zusatzwert/Mehrwert der Veränderung von gekauften Produkten?
- Könnt ihr den Bedarf eures Produkts/eurer Dienstleistung erklären, die Innovation und den Wert für euer Unternehmen?
- Habt ihr kontinuierlich an der Idee oder der Weiterentwicklung der ursprünglichen Idee (z. B. basierend auf Empfehlungen, Vorschlägen) gearbeitet, die einen Mehrwert für das Unternehmen generiert haben?
- Hat sich euer Unternehmen mit sozialen, ethischen oder umwelttechnischen Themen befasst?

Produkt-/Dienstleistungsentwicklung und Zielgruppenfokus

Bei diesem Schwerpunkt ist es wichtig, herauszustreichen, durch welche Maßnahmen die Idee zum realen Produkt/der realen Dienstleistung entwickelt wurde. Hierzu sind die Zielgruppe und die Kenntnis über die Bedürfnisse selbiger von besonderer Bedeutung.

Folgende Fragen sind hier möglich (KEIN Anspruch auf Vollständigkeit!):

- Können die Teammitglieder die Entwicklung des Unternehmens von der Idee bis zum fertigen Produkt/der fertigen Dienstleistung beschreiben und darstellen?
- In welchem Ausmaß und zu welchem Punkt im Entwicklungsprozess wurden Kund/innenbedürfnisse bewertet?
- Deckt euer Produkt/eure Dienstleistung spezielle Kund/innenbedürfnisse oder löst es für diese ein konkretes Problem?
- Habt ihr eine Marktanalyse gemacht und verstanden, wie die Ergebnisse eure Umsetzungs idee beeinflussen? Inwiefern habt ihr aufgrund der Ergebnisse Adaptierungen durchgeführt?
- Habt ihr alle Elemente einer erfolgreichen Marketing-Strategie beachtet? Wie seid ihr vorgegangen?
- Wie habt ihr auf Kund/innenwünsche bzw. -beschwerden reagiert?
- Welche Marketingtechniken habt ihr zur Maximierung euers Gewinns genutzt und wie erfolgreich waren sie bezogen auf Zielgruppe?
- Wo habt ihr eure Produkte platziert? Habt ihr auch Erfahrungen außerhalb der Schule/des schulnahen Umfeldes gesammelt und wie seid ihr hier vorgegangen?
- Verstehen die Teammitglieder, warum euer Produkt/eure Dienstleistung erfolgreich ist/war?

Finanzverständnis

Ein Unternehmen wird meist mit der Absicht der Gewinnmaximierung gegründet. Deshalb sind das finanzielle Ergebnis und das Verständnis, wie dieses zustande kommt, von besonderer Bedeutung.

Folgende Fragen sind hier möglich (KEIN Anspruch auf Vollständigkeit!):

- Konnte eure Junior Company im Rahmen ihrer Möglichkeiten einen akzeptablen Gewinn erwirtschaften?
- Verstehen eure Teammitglieder das Finanzergebnis und wirtschaftlich relevante Konzepte wie Cash-Flow, Gewinn und Verlust, Break Even Point, usw.?
- Wissen eure Teammitglieder, welche Faktoren den Preis eures Produkts/eurer Dienstleistung beeinflussen und welcher Zusammenhang zwischen Kosten und Preis besteht?
- Habt ihr euch ein Gehalt/einen Lohn ausgezahlt und wisst, wieviel für eure Leistung am Markt derzeit in der Realität gezahlt werden würde? Könnt ihr in groben Zügen die Personalnebenkosten benennen, die zusätzlich zum Nettobetrag anfallen und wisst, wofür diese gezahlt werden?

Zielsetzung, Planung und Reflexion sowie Unternehmensadministration

Bei einem Unternehmen ist planvolles Vorgehen bzw. auch die Überprüfung von einmal gesetzten Zielen ein wesentliches Tool, um den Unternehmenserfolg zu sichern.

Folgende Fragen sind hier möglich (KEIN Anspruch auf Vollständigkeit!):

- Hattet ihr ein klares Unternehmensziel für das Junior Jahr? Wurde es erreicht oder übertroffen?
- Wurden die Ziele regelmäßig überprüft und bei Bedarf adaptiert und aktualisiert?
- Wie seid ihr als Team bzw. einzelne Teammitglieder bei der Lösung von Problemen vorgegangen, die während dem Junior-Jahr aufgetreten sind? Wie effektiv waren eure Problemlösungsansätze?
- Wie war die Junior Company aufgebaut und wurde diese während des Jahres bei Bedarf adaptiert?
- Wie wurden die Unternehmensziele während des Jahres überprüft und bei Bedarf adaptiert?
- Hattet ihr ein System, um eure Aktivitäten zu organisieren und zu dokumentieren?
- Hattet ihr rechtliche Herausforderungen während dem Junior Jahr (z.B. Copyright, rechtliche Rahmenbedingungen, Versicherungsfälle, Import/Export)?

Auf- und Ausbau von Wissen und Können

Beim Junior Company Programm werden im Laufe des Unternehmensjahres etliche unternehmerische Fähigkeiten auf- und ausgebaut. Macht diese während des gesamten Wettbewerbes sichtbar.

Unter unternehmerischen Fähigkeiten werden folgende Kompetenzen verstanden (siehe auch „ESP Self-Assessment“):

- Kreativität
- Selbstvertrauen
- Einfallsreichtum
- Teamwork
- Verantwortungsbewusstsein
- Ausdauer
- Eigeninitiative

Des Weiteren ist in jeder Wettbewerbsphase das erlangte Wissen anhand von folgenden Punkten festzustellen und zu bewerten:

GESCHÄFTS- BERICHT

- Informationsgehalt und Aufbau des Berichts
- Darstellung des Unternehmens im Rahmen der Exekutive Summary
- Darstellung und Korrektheit des Finanzergebnisses in Form einer Einnahmen-Ausgaben-Rechnung sowie Darstellung von unterstützten Finanzanalysen.
- Darstellung des Teamverständnisses für das allgemeine Unternehmensergebnis, Profitabilität und ein mögliches Zukunftspotenzial des Unternehmens.
- Sichtbarkeit der unternehmerischen Fähigkeiten und Kompetenzen (wie oben beschrieben)

JURYINTERVIEW

- Fähigkeit, alle Jury-Fragen zufriedenstellend zu beantworten.
- Darstellung der eigenen Meinung zusätzlich zu der rein inhaltlichen Beantwortung der Fragen.
- Verständnis für das Betriebsergebnis und die Gründe für die Performance sowie Entwicklungsschritte des Unternehmens während des Company Jahres und für eine mögliche Zukunft.
- Erkennbarkeit von Teamarbeit und Unterstützung der anderen Teilnehmer/innen während des Interviews.
- Sichtbarkeit der unternehmerischen Fähigkeiten und Kompetenzen (wie oben beschrieben).

VERKAUFS- GESPRÄCH

- Sichtbarkeit und Erkennbarkeit des Zwecks und passende Corporate Identity des Verkaufsstands zum restlichen Auftreten der Junior Company (Bericht/Bühne etc.).
- Besonderheiten/Einzigartige Standfeatures und Verständnis der Mitarbeiter/innen für diese.
- Fähigkeit der Schüler/innen, potenzielle Kund/innen durch ein ansprechendes Verkaufsgespräch zu leiten – vom Gesprächseinstieg bis zum Verkaufsabschluss.
- Unterstützung der Verkäufer/in (Zuarbeiten, Einspringen bei Fragen, etc.) bei Bedarf während Verkaufsgesprächen
- Sichtbarkeit der unternehmerischen Fähigkeiten und Kompetenzen (wie oben beschrieben).

BÜHNEN- PRÄSENTATION

- Zusammenfassung der Kernerlebnisse und Kernerrungenschaften des Unternehmens
- Professionalität der Produkt-, Service-darstellung und dessen Nutzen sowie derer gemachten Erfahrungen
- Erfolg der für die Zielgruppe interessanten Darstellung der einzigartigen Story der Junior Company
- Übereinstimmung der Präsentation mit dem gezeigten Unternehmensimage der Junior Company
- Sichtbarkeit der unternehmerischen Fähigkeiten und Kompetenzen (wie oben beschrieben)

WETTBEWERBSPHASEN - DETAILERLÄUTERUNGEN

GESCHÄFTSBERICHT

SPRACHE

Der Geschäftsbericht wird **auf Deutsch** verfasst.

GESTALTUNG & INHALT

EXECUTIVE SUMMARY

Die Executive Summary ist DIE Möglichkeit, den potenziellen Geschäftspartner/innen „Lust“ auf das Unternehmen zu machen. Viele **potenzielle Investor/innen** haben **nicht mehr Zeit, als sich die erste Seite eines Geschäftskonzepts** durchzulesen, deshalb sollten hier **alle wesentlichen Informationen** (Produkt, Zielgruppe, Unternehmensziel, ...) erfasst werden. Hier geht es darum, **sein Unternehmen zu vermarkten** und die **einzigartigen Merkmale** hervorzuheben, damit der/die Leser/in mehr erfahren möchte und weiterliest.

Folgende Kernpunkte könnten in der Executive Summary enthalten sein und sollten möglichst interessant aufbereitet werden:

- Name der Junior Company
- Leitbild oder Leitsatz der Junior Company
- Produkt- oder Dienstleistungsbeschreibung
- Zusammenfassung des Finanzergebnisses
- Kurzbeschreibung des Geschäftsjahres/ der Junior Company (inkl. Highlights)

Tipp: Suche auch im Netz nach Inputs/Ideen, wie andere Unternehmen Executive Summaries gestalten!

ZIELGRUPPE

Hier haben die Schüler/innen die Möglichkeit zu zeigen, dass sie sich als Team potenziellen Geschäftspartner/innen möglichst effizient präsentieren, die Prozesse im Unternehmen übersichtlich und klar abbilden, die IST-Ergebnisse (finanziell und nicht finanziell) gegenüber den SOLL-Zielen deutlich machen und das Zukunftspotential der Firma ansprechend darstellen können.

Nachdem das Junior Company Programm ein Schulprojekt ist, sollen außerdem die Erfahrungswerte und die daraus resultierenden Erkenntnisse in den Geschäftsbericht einfließen.

Bitte achtet auch besonders auf den Lesefluss und die Konsistenz – keine potenziellen Geschäftspartner/innen lesen gerne langweilige Berichte!

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Folgende Punkte sollten in der allgemeinen Unternehmensdarstellung berücksichtigt werden, um dem/der Leser/in einen möglichst guten Überblick über das Unternehmen zu geben:

- **Unternehmensübersicht** (inkl. Gründungsgeschichte, Unternehmensziel, Unternehmensstrategie)
- **Produkt/Dienstleistung** (inkl. USP, Zielgruppe, Marketingstrategie, Entwicklungsgeschichte)
- **Operatives** (inkl. Übersicht über Arbeitsabläufe, Produktionskosten, Gewinnspanne, Rohstoffeinsatz und –herkunft)
- **Marktanalyse und Marketingstrategie** (inkl. Marktbeschreibung, Konkurrenzanalyse, Sponsoring)
- **Verkauf und Promotion** (inkl. zielgruppengerechte Marketingaktivitäten, Kundenübersicht, Preisstrategie)
- **Management** (inkl. Organisationsstruktur, Kommunikationsstrategie, Problemanalyse, Motivationsmaßnahmen für Mitarbeiter/innen)
- **Mögliches Zukunftspotenzial des Unternehmens** (Verständnis für Stärken/Schwächen, bestehendes Unternehmensmodell und mögliche Entwicklungspotenziale für den Fall einer realen Gründung)

ALLGEMEINES GESCHÄFTS ERGEBNIS & PROFITABILITÄT

In dieser (maximal einen) Seite sollten die Kernelemente des allgemeinen Geschäftsergebnisses zusammengefasst werden. Hier sollte klar hervorgehen, welche Profite die Junior Company erwirtschaftet hat und wodurch diese möglich wurden (Bewusstsein über Gewinnspanne, Verhältnis von fixen und variablen Kosten etc.). Die Planbarkeit von Kosten und die Entwicklung von Umsatz, Kosten und Profit im Fall einer Expansion sind ebenfalls Überlegungen, die in dieser Kategorie dargestellt werden sollen. Wo im Bericht dieser Punkt angeführt ist, ist frei wählbar. Achtet bei der Struktur auf die leichte Les- und Auffindbarkeit der Informationen für die Leser/innen.

FINANZ ERGEBNIS

Hier soll das finanzielle Ergebnis des Geschäftsjahres wahrheitsgemäß und übersichtlich angegeben werden (**Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanzaufstellung**). Wichtig ist, alle Einnahmen zu erfassen und auch nachweislich festzuhalten, woher die Einnahmen kamen (Verkaufserlöse, Gelder aus Sponsoring, etc.). Mit Hilfe von **Fußnoten** können die einzelnen Werte genauer beschrieben werden und so von den Leser/innen leichter nachvollzogen werden. Auch der **Vergleich des tatsächlichen Unternehmensergebnisses mit dem erwarteten Ergebnis** ist hier anzuraten.

Folgende Analysen sollten ebenfalls enthalten sein:

- Liquidationsplan des Unternehmens und vorläufige Gewinnverteilung auf die Stakeholder
- Eingesetzte Mittel und Übersicht über Mittelverwendung
- Anteilseigner-Kapital
- Annahmen zu Finanzen und
- Soll-Ist-Vergleich mit dem ursprünglich geplanten Finanzplan.

ACHTUNG:

Der Jahresabschluss im Geschäftsbericht muss von dem/von der Junior Company Experten/Expertin geprüft und unterschrieben werden.

JURYINTERVIEW

DAUER

Die Interviews finden in einem separaten Raum statt. Bei den ca. **10 – 15 Minuten** dauernden Interviews sind nur die Schüler/innen, nicht aber die Lehrer/innen anwesend. Die Jury wird je zu bewertendem Themenfeld 3 Fragen stellen, davon können auch **1 – 2 Fragen auf Englisch** gestellt werden.

KENNTNISSE DARÜBER, WIE UNTERNEHMEN & DEREN PROZESSE FUNKTIONIEREN SOWIE FINANZWISSEN

Hier soll aus den Antworten hervorgehen, inwiefern die Jungunternehmer/innen die unternehmerischen Zusammenhänge, denen ein Unternehmen ausgesetzt ist (Angebot und Nachfrage, Zielgruppe, Kostenbewusstsein, etc.) verstehen und wie sich mögliche Änderungen der Einflussfaktoren (z.B. Rohstoffe werden teurer, Personalkosten steigen, keine freien Kapazitäten, etc.) auf den Unternehmenserfolg auswirken können.

FÄHIGKEIT DER ANWENDUNG VON ERFAHRUNGSWERTEN AUF NEUE SITUATIONEN SOWIE PERSÖNLICHE KOMPETENZEN UND TEAMGEIST

Hier wird überprüft, inwiefern die Schüler/innen persönliche Kompetenzen (Reflexionsfähigkeit, Anpassungsfähigkeit, Planungskompetenz, Prioritäten setzen etc.) ausgebaut haben und welche Beispiele sie aus den Erfahrungen mit ihrer Junior Company anführen können, die diese Entwicklung unterstützt haben. Des Weiteren ist es wichtig, dass die Schüler/innen glaubhaft machen können, wie sie die neuen Erkenntnisse in zukünftigen Situationen nutzen können. Außerdem wird bei diesem Punkt speziell auch das Zusammenspiel der Gruppe beim Interview genauer beobachtet, was einen wichtigen Indikator für den Teamgeist und die gewonnene Teamfähigkeit der einzelnen Mitglieder darstellt.

Tipp: Beim Interview wird erwartet, dass das Team sowohl einzeln als auch als Team auftritt, das heißt, bei Fragen ist die Aufmerksamkeit von allen Teilnehmer/innen notwendig, um Ergänzungen vorzunehmen oder bei der Beantwortung von Fragen den Teamgeist in den Vordergrund zu stellen.

ZIELGRUPPE

Für ein junges Unternehmen ist es oft entscheidend, **bei potenziellen Geschäftspartner/innen** schnell und klar zu überzeugen und auf gestellte Fragen möglichst konkret und mit persönlichen Beispielen zu antworten, damit das Gegenüber eine gute Vorstellung von den Jungunternehmer/innen hat. Viele Investoren im Start-up-Bereich suchen bei jungen Talenten vor allem nach guten Teamqualitäten und Prozessverständnis und weniger nach den konkreten Produktideen selbst.

VERKAUFGESPRÄCH AM STAND

DAUER

Die Besichtigungsdauer und das kurze Interview obliegen dem Ermessen des Jurymitgliedes. Sollte jedoch nicht länger als ca. 10 Minuten dauern.

OPTISCHE AUFMACHUNG

Jedem Junior Unternehmen wird beim Wettbewerb ein „Messestand“ zur Verfügung gestellt. Die Wände können mit Produkten, Plakaten, Fotos, Logos, Pressemeldungen, Computergraphiken, etc. ansprechend gestaltet werden. Die Mitglieder der Jury werden einzeln zu den Ständen kommen, um sich einen Eindruck von den Aktivitäten zu machen aber auch um die Schüler/innen zu befragen.

Beim optischen Eindruck zählt vor allem, ob bei der Junior Company eine klare Struktur (Corporate Identity) erkennbar ist, ob auf einen Blick ersichtlich ist, welche Produkte und/oder Dienstleistungen angeboten werden und inwiefern die Standgestaltung und die Präsentation der Produkte/Dienstleistungen diese unterstützt und einen positiven Eindruck auf potenzielle Kund/innen macht. Auch Wiedererkennungswert und Einzigartigkeit werden in dieser Kategorie bewertet.

→ **TIPP:** Schaut Euch doch auf www.junior.cc/galerie ein paar Impressionen der vergangenen Events an!

ZIELGRUPPE

Natürlich ist es für potenziellen Investor/innen von Interesse, ob ein Unternehmensteam in der Lage ist, die angebotenen Produkte/Dienstleistungen auch **Kund/innen** interessant zu präsentieren und zu einem Verkaufsabschluss zu kommen. Demnach ist der/die Juror/in hier so zu behandeln, als hätte man eine reale Kundin/einen realen Kunden vor sich.

VERKAUFSTECHNIKEN, PERSÖNLICHES AUFTRETEN, PRODUKT-/DIENSTLEISTUNGSWISSEN IM KUNDENGESPRÄCH SOWIE TEAMGEIST

Hier ist das proaktive Verkaufstalent der Schüler/innen gefragt. Es gilt, auf Kund/innenbedürfnisse gezielt einzugehen, die Kund/innenwünsche zu er- und hinterfragen und das Produkt bzw. die Dienstleistung so interessant wie möglich und so detailliert wie nötig zu beschreiben. Es ist äußerst wichtig, Interesse an den jeweiligen Kund/innen zu zeigen und auch aktiv auf potenzielle Kund/innen zuzugehen. Entscheidend ist auch, ob das Verkaufsteam sich gegenseitig unterstützt (z.B. durch Hilfeleistung bei Produktdemonstrationen, Ergänzung von Informationen etc.) und ob es gelingt, potenzielle Kund/innen bis zum Abschluss zu begleiten. Spezielles Interesse liegt hier darauf, inwiefern es dem Team gelingt, ein „maßgeschneidertes“ Kund/innen-Erlebnis zu schaffen und gezielt auf die Bedürfnisse und Anforderung der Person einzugehen.

BÜHNENPRÄSENTATION

UMFANG

Die Verwendung von Power Point – Präsentationen sowie Prezi ist gestattet. Dabei dürfen auch Videos sowie Musik verwendet werden, diese müssen jedoch passend in die Präsentation eingebunden sein.

Es dürfen **maximal die fünf (5) angemeldeten (!) Schüler/innen** auf der Bühne mitwirken. Es besteht jedoch die Möglichkeit, dass eine zusätzliche Person die Präsentation bedient.

AUFBAU & RELEVANZ DER PRÄSENTATION

Die Präsentation soll alle wesentlichen Erfahrungen und Errungenschaften des Unternehmens aufzeigen. Der Fokus liegt sowohl auf den Hochs als auch auf den Tiefs des Unternehmerjahres und soll den einzigartigen Weg der Junior Company umfassend abdecken.

ZIELGRUPPE

Ziel ist es auch hier, **mögliche Businesspartner/innen** von den Qualitäten des Unternehmens und der Jungunternehmer/innen zu überzeugen. Die Präsentation soll geschäftsmäßig sein und alle wesentlichen Inhalte des Unternehmens enthalten, darf aber durchaus auch Humor und Witz enthalten, um den Geschäftspartner/innen gut in Erinnerung zu bleiben. Wichtig ist es auch hier möglichst **authentisch** aufzutreten und zum Produkt / zur Dienstleistung passende Unterstützungselemente zu wählen.

Folgende Punkte sollten abgedeckt werden:

- Einleitung
- Beschreibung des Produkts / der Dienstleistung
- Fokus auf den Hauptbereichen der Erfahrungen c
Jungunternehmer/innen
 - Hochs & Tiefs
 - Erfahrungswerte und Entwicklungen des l
ternehmens, Erfolge bei der innovativen Ei
wicklung von neuen Ideen und Aspekten k
der Unternehmensführung
- Finanzübersicht
- Zukunftspläne / Erkenntnisse
- Abschluss

PRÄSENTATIONSTECHNIK, OPTISCHE HILFSMITTEL, ORIGINALITÄT

Hier wird beurteilt, inwieweit es das Präsentationsteam schafft, das Publikum in die Präsentation einzubinden und für ihr Produkt / ihre Dienstleistung zu begeistern. Außerdem wird beobachtet, inwiefern der Teamgeist auf der Bühne sichtbar ist und ein Zusammenhang zwischen den einzelnen Teilen der Präsentation erkennbar ist.

Bilder, Symbole, Videos bzw. Sketches sollen die verbale Präsentation bestmöglich unterstützen und authentisch zu Produkt / Dienstleistung und Unternehmen passen.

Tipp: Es ist möglich, für die Jury ein Handout zur Verfügung zu stellen. Dieses muss spätestens zu Beginn des Wettbewerbstages beim Organisationsteam in Jurystärke ausgedruckt abgegeben werden.

- ➔ Die Ausgabe von Produktmustern oder Geschenken während der Präsentation ist **NICHT** zulässig!
- ➔ Auf diesem Kanal könnt ihr die Präsentationen der nationalen Siegerteams auf europäischen Wettbewerben ansehen und euch inspirieren lassen: <https://www.youtube.com/@JAEurope>

SONDERKATEGORIE

In dieser Kategorie können herausragende Leistungen einer Junior Company durch die Jury anerkannt und mit einem Special Award gewürdigt werden. Diese können sich auf verschiedene Aspekte des Unternehmens beziehen, z.B. besonderes Augenmerk auf die Nachhaltigkeit, ausgesprochen hoher Innovationsgrad usw.