

## Euregionaler Unternehmenstag

Dozentenhandbuch

2008

Danièle Hamdan  
Karin Schwering



Geschäftsstelle für EU-Projekte und  
berufliche Qualifizierung der  
Bezirksregierung Düsseldorf  
LernInLande Euregio

provincie limburg



Die Landesregierung  
Nordrhein-Westfalen



**ROC** NIJMEGEN



# Euregionaler Unternehmenstag

Verleg' Deine Grenze: Schüler gestalten einen euregionalen Unternehmenstag

Dozentenhandbuch

2008

Berufskolleg Viersen  
[www.berufskolleg-viersen.de](http://www.berufskolleg-viersen.de)

Danièle Hamdan,  
Karin Schwering

ROC de Leijgraaf  
[www.leijgraaf.nl](http://www.leijgraaf.nl)

Jo Giesbers  
Freek de Koning

## Vorwort

Im Rahmen des Interregprojekts „Bausteine für die euregionale Wirtschaft“ haben im Zeitraum 2007-2008 diverse deutsche und niederländische berufsbildende Schulen im Grenzgebiet gemeinsam Unterrichtsmodule produziert. Hintergrund der Initiative war die Tatsache, dass bei den teilnehmenden Schulen ein deutliches Bedürfnis festgestellt worden war, bestimmte Lehrinhalte den spezifischen Anforderungen anzupassen, die der Arbeitsmarkt im Grenzgebiet an die Qualifizierung von Auszubildenden stellt. Lehrer an berufsbildenden Schulen eines breiten Spektrums von Ausbildungsgängen sowie Vertreter aus der betrieblichen Praxis haben deshalb die Initiative ergriffen, um – mit der Unterstützung durch das Interregprojekt – fachbezogene Unterrichtsmodule zu entwickeln. Diese lassen sich unmittelbar im Unterricht einsetzen und sind so euregional von großem Nutzen.

Die folgenden Titel sind dabei zustande gekommen:

- Planung und Erstellung eines Reisekonzeptes für deutsche und niederländische Jugendgruppen
- Ausgekocht , Rezept zur Herstellung eines Deutsch – Niederländischen Schüleraustausches
- Kunden aus dem Nachbarland
- Was ist eigentlich Glühwein? Marketing-Analysen euregionaler Märkte
- Euregionaler Unternehmenstag
- Schaffung von Wettbewerbsvorteilen für junge Arbeitnehmer und KMUs in der Euregio
- Konzept zur Bekämpfung von Entstehungsbränden
- Sprache & Kultur. Die Niederlande und die Niederländer

Alle oben genannten Produkte sind frei und unentgeltlich verfügbar. Dies bedeutet auch, dass Interessenten die Materialien kostenlos unter Nennung der Quellen – Interreg sowie Die Lernende Euregio - in der beruflichen Bildung einsetzen können. Das Lehrmaterial wird auch digital auf der Website [www.lernende-euregio.com](http://www.lernende-euregio.com) bzw. [www.lerende-euregio.com](http://www.lerende-euregio.com) unter „Informationsmaterial / Publikationen“ zur Verfügung stehen. Nutzer können die Materialien selbst vervielfältigen und nach ihren eigenen Bedürfnissen anpassen. Für den letztgenannten Fall möchten wir Sie jedoch bitten, uns ein Exemplar des angepassten Moduls per E-Mail zuzusenden. Für eventuelle Fragen zum Einsatz des Lehrmaterials im Unterricht können Sie sich an die Autoren des jeweiligen Moduls wenden.

Auf der „Lernenden Euregio“-Website finden Sie zugleich auch andere relevante Publikationen, Hintergründe des Projektes „Bausteine für die euregionale Wirtschaft“ sowie weiterer, ähnlicher Projekte im Grenzgebiet, bei denen die Themen „Berufsbildung“ und „Arbeitsmarkt“ im Mittelpunkt stehen.

Das Projektmanagement des Projekts „Bausteine für die euregionale Wirtschaft“ wünscht Ihnen viel Spaß und Erfolg mit dem Einsatz des Lehrmaterials.

Lambert Teerling  
Barbara von der Bank  
Christoph Harnischmacher  
Renie Hesseling.

ROC Nijmegen, Wolfskuilseweg 279, NL-6542AA Nijmegen, Tel: (0031)-(0)24-3813200

Geschäftsstelle für EU-Projekte und berufliche Bildung der Bezirksregierung Düsseldorf (GEB), Fischerstrasse 10, D-40477 Düsseldorf, Tel: (0049)-(0)211-4755666

## **Inhaltsangabe**

### **Vorwort**

### **Inhaltsangabe**

### **Einleitung**

#### **Projektbeschreibung**

*Projektziel*

*Zielgruppe*

*Partner*

*Integration in die Ausbildung*

*Arbeitsweise*

*Bewertung&Normierung*

#### **Vorbereiten und Durchführen**

*Finanzierung*

*Organisation*

*Ablauf*

*Inhaltliche Vorbereitung*

*Vorbereitung pro Unterrichtseinheit*

### **Abschluss**

#### **Anlagen**

*Liste Anlagen*

*Kontakt*

## Einleitung

Die beiden Partnerschulen veranstalteten in diesem Projekt gemeinsam eine eintägige Informationsmesse, auf der über zwanzig Unternehmen und Institutionen der Euregio vorgestellt wurden.

In der Vor- und der Nachbereitungsphase der Veranstaltung standen bi-nationale Schülerteams über eine als Organisationsbüro eingerichtete Arbeits- und Kommunikations-Plattform miteinander in Verbindung, vereinbarten gemeinsame Ziele und informierten sich gegenseitig über ihre Arbeitsfortschritte.

Die Schüler<sup>1</sup> führten in dem jeweiligen Einzugsgebiet ihrer Kollegs eine Recherche über die Unternehmen durch, die auf der Messe präsentiert werden sollten. Sie vereinbarten Termine mit Unternehmensvertretern und nahmen diese selbstständig wahr. Ihre Rechercheergebnisse verwendeten die Schüler als Basis für Präsentationen über die Unternehmen und für die Gestaltung der Messestände. Ein besonderer Schwerpunkt lag dabei inhaltlich neben allgemeinen Profilen der Unternehmen auf den von ihnen angebotenen Ausbildungs- und Praktikumsmöglichkeiten.

Während eines gemeinsamen eintägigen Workshops wurden die Vorbereitungen für den Unternehmenstag weiter konkretisiert. An dem Messetag selbst, der einer breiteren euregionalen Öffentlichkeit zugänglich war, agierten die Projektschüler als Firmenvertreter und beantworteten die Fragen der Besucher. Ein zuvor gemeinsam geplantes Vortrags- und Show-Programm verstärkte den Messecharakter der Veranstaltung.

Für das ROC de Leijgraaf und das Berufskolleg Viersen schloss dieses Projekt an ein im vorhergegangenen Schuljahr gemeinsam durchgeführtes Marketing-Projekt an, in dessen Verlauf verschiedene euregionale Märkte analysiert worden waren. Die beiden Projekte lassen sich gut nacheinander durchführen, wobei die Progression von der Marktbeobachtung und –Analyse hin zur kreativen Gestaltung eines Marktes führt.

## Projektbeschreibung

### *Projektziel*

Hauptziel des Projekts war es, sowohl bei den direkt Beteiligten als auch bei den Schülern, die den Unternehmenstag besuchten, ein Bewusstsein dafür zu schaffen, welche beruflichen Chancen der euregionale Arbeitsmarkt bietet.

Mittelfristig wird angestrebt, dass sich Schüler der Partnerschulen in dem jeweiligen Nachbarland für Praktika bewerben. Dieses Ziel ist in einem Fall bereits erreicht worden. Alle Schüler sollten Kontakte zu Unternehmen der Euregio aufbauen, sie kennenlernen und ihr Potential als Ausbilder und zukünftige Arbeitgeber begreifen.

Außerdem war es ein wichtiges Anliegen des Projektes, reale und virtuelle Begegnungen zwischen Jugendlichen aus beiden Ländern zu fördern und ihnen durch das gemeinsame Hinarbeiten auf ein großes Ziel Erfahrungen zu vermitteln, die zum Abbau von Vorurteilen beitragen.

### *Zielgruppe*

Auf deutscher Seite waren 24 Schüler der Unterstufe des Bildungsgangs "Höhere Berufsfachschule für Wirtschaft und Verwaltung" (Höhere Handelsschule) an der Durchführung des Projekts beteiligt. Für eine erneute Durchführung des Projekts böte sich auch eine Oberstufe der Höheren Handelsschule, eine Klasse des Wirtschaftsgymnasiums oder eine kaufmännische Berufsschulklasse an.

Auf niederländischer Seite wurde das Projekt mit 30 Schülern des folgenden Bildungsgangs durchgeführt: Zweite Klasse der drei-/vierjährigen MBO-Ausbildung zum „Medewerker Marketing en Communicatie“ (MBO Niveau 3/4).

---

<sup>1</sup> Aus Gründen der Einfachheit wird auf die Nennung der weiblichen Form verzichtet.

Neben diesen an der Organisation des Unternehmenstages beteiligten Jugendlichen profitierte eine weit größere Zahl von Schülern der Partnerschulen sowie verschiedener anderer Schulen als Besucher der Messe von dem Projekt.

#### *Partner*

Die Projektpartner waren das ROC de Leijgraaf in Oss sowie das Berufskolleg Viersen in Viersen. Hier einige Informationen zu diesen beruflichen Schulen:

#### Berufskolleg Viersen:

Das Berufskolleg Viersen ist eine Bündelschule mit den Abteilungen Wirtschaft und Verwaltung, Sozialwesen und Hauswirtschaft sowie Technik. Zur Zeit unterrichten etwa 90 Lehrer knapp 2200 Schüler aus der Stadt Viersen und ihrer ländlichen Umgebung. Das Kolleg bietet 32 verschiedene Bildungsgänge an. Der überwiegende Teil der Schüler besucht die Teilzeitklassen des Kollegs im Rahmen einer dualen Berufsausbildung; andere Schüler qualifizieren sich durch vollzeitschulische Bildungsgänge weiter. An dem vorliegenden Projekt war ein solcher Vollzeitbildungsgang, die „Höhere Berufsfachschule“ der Abteilung Wirtschaft und Verwaltung, beteiligt.

#### ROC de Leijgraaf:

Das ROC de Leijgraaf ist ein Regionales Ausbildungszentrum für berufsbildenden Sekundarunterricht. Sein Einzugsgebiet umfasst den Nordosten der Provinz Nordbrabant, wo es praxisorientierte Berufsausbildungen, Schulungen und Kurse auf fünf verschiedenen Qualifikationsniveaus anbietet. Insgesamt sind in dem Kompetenzzentrum etwa 620 Mitarbeiter für eine in den letzten Jahren auf ca. 9.000 gestiegene Zahl von Auszubildenden und Kursteilnehmern tätig. Das ROC de Leijgraaf verfügt über die Abteilungen Wirtschaft, Gesundheitswesen und Pflege, Informations- und Telekommunikationstechnologien (IKT) sowie Technik.

An dem vorliegenden Projekt war die Abteilung Wirtschaft mit der Fachrichtung „Handel“ beteiligt.

Beide Partnerschulen arbeiteten in dem Projekt eng mit den Unternehmen zusammen, die auf der Messe präsentiert wurden. Auf deutscher Seite waren zehn Unternehmen beteiligt; sie alle haben Auszubildende, die den schulischen Teil ihrer Ausbildung am Berufskolleg Viersen absolvieren.

Darüber hinaus konnten von der deutschen Partnerschule Vertreterinnen des IMBSE (Institut für Maßnahmen zur Förderung der beruflichen und sozialen Eingliederung) e.V. gewonnen werden, die das Projekt „Euregionale Ausbildungsplatzbörse“ vorstellten. Auch eine niederländische Hochschule war mit einem Stand auf der Messe vertreten.

#### *Integration in die Ausbildung*

Das Projekt wurde auf deutscher Seite zum ganz überwiegenden Teil im Rahmen des Differenzierungsbereichs in dem Fach „Spezielle Betriebswirtschaftslehre: Berufswahlorientierung“<sup>2</sup> durchgeführt, dessen Lerninhalte im Folgenden dargestellt werden.

#### Lerninhalte der Projektfächer

Das Fach „Berufswahlorientierung“ lässt sich bezüglich der Lerninhalte in fünf Lernfeldbereiche unterteilen:

##### Lernfeldbereich A

Die eigenen Vorstellungen analysieren:

- Gedankenspiel: Ich in zwei Jahren ...
- „Der Schlüssel zum Beruf“ – Schlüsselqualifikationen
- Wo liegen meine persönlichen und beruflichen Stärken?

---

<sup>2</sup> Der Schwerpunkt „Berufswahlorientierung“ wird im Rahmen des Differenzierungsbereichs gemäß § 4 APO-BK, Anlage C, sowie der dazugehörigen VV zu § 4, insbesondere Nr. 4.2, unterrichtet.

## Lernfeldbereich B

### Entscheidungshilfen:

- Anlaufstellen zur Berufsberatung und Berufswahl
- Chance Praktikum: Einen Praktikumsplatz suchen und im Praktikum gemachte Erfahrungen auf den weiteren Berufswahlprozess beziehen
- Berufsbilder erarbeiten
- Die duale Berufsausbildung
- Studium

## Lernfeldbereich C

### Projektarbeit,

z.B. Projekt „Euregionaler Unternehmenstag“:

- Unternehmen in der Region kennen lernen
- Sich intensiv mit verschiedenen Ausbildungsberufen auseinandersetzen
- Auszubildende kennen lernen und etwas über ihren Alltag erfahren

## Lernfeldbereich D

### Informationsbeschaffung und Bewerbung:

- Die Stellensuche mit verschiedenen Informationsquellen
- Die richtige Nutzung der Informationsquellen
- Bewerbungsunterlagen

### Simulation:

- Bewerberauswahl im Personalbüro
- Checkliste für die Bewerbungsunterlagen
- Auswahltests und Vorstellungsgespräche
- Wie geht man mit Absagen um?
- Individuelle Planung der Bewerbungsphase

## Lernfeldbereich E

### Der Einstieg ins Berufsleben:

- Entlohnung
- Sozialversicherung
- Betriebliche Mitbestimmung

### Finanzierung eines eigenen Haushalts:

- Wohnung, Versicherungen
- Zum Umgang mit Geld

### Risiko Arbeitslosigkeit:

- Wandel der Arbeitswelt
- Vorbeugende Maßnahmen
- Hilfe im Ernstfall

Für das Projekt war insbesondere der Lernfeldbereich C relevant.

## Kompetenzen/ Fertigkeiten

Die Schüler erwarben und schulten durch das Projekt sowohl personale als auch methodische, soziale und fachliche Fertigkeiten:

### Personale Kompetenz:

- Übernahme von Verantwortung für übernommene Aufgaben
- Eigenverantwortliche Durchführung der in einem Arbeitsplan vorgegebenen Schritte
- Einhalten von Absprachen
- Professionelles Auftreten in Unternehmen und auf der Messe
- Durchhaltevermögen in fachlich und sozial anstrengenden Situationen
- Mittelfristiges Ziel: Mut für eine Bewerbung um eine Praktikums- oder Ausbildungsstelle im Nachbarland

Methodenkompetenz:

- Gesteigerte IT-Kompetenz, insbesondere Umgang mit Präsentations-Software, Nutzung einer Arbeits- und Kommunikationsplattform und gezielte Verwendung des Internet als Recherchemedium
- Methodisch geschicktes Vorgehen bei der Vorbereitung und beim Halten einer Präsentation
- Anwendung von Methoden zur Strukturierung komplexer Aufgaben und zur Erstellung eines Arbeitsplans

Soziale Kompetenz:

- Überwindung von Hemmschwellen bei der Kontaktaufnahme mit Unternehmen
- Bereitschaft und Fähigkeit zur Zusammenarbeit in binationalen Teams, z.B. Akzeptanz interkultureller Unterschiede, Berücksichtigung unterschiedlicher fachlicher und sprachlicher Kompetenzen, pünktliche Information der Partner über Zwischenarbeitsergebnisse
- Abbau von Vorurteilen gegenüber den Nachbarn in der Euregio

Fachkompetenz:

- Kenntnisse über die Profile euregionaler Unternehmen dies- und jenseits der deutsch-niederländischen Grenze
- Gefestigte Kenntnisse über verschiedene kaufmännische Ausbildungsberufe
- Wissen über Praktikums- und Ausbildungsmöglichkeiten in der Euregio
- Basiswissen über die professionelle Organisation einer großen Veranstaltung
- Gefestigte Fremdsprachenkompetenz bei der Verwendung des Englischen als Vehikelsprache

Lehrinhalte (kurz)

Die Schüler lernten während der Projektarbeit sowohl durch Recherchen in der Schule als auch durch persönliche Besuche Unternehmen der Euregio kennen. Sie setzten sich intensiv mit verschiedenen Ausbildungsberufen auseinander und führten Gespräche mit Auszubildenden über deren Berufsalltag.

Die Projektschüler wurden im Rahmen der bi-nationalen Kooperation in die sinnvolle Nutzung einer digitalen Arbeits- und Kommunikationsplattform eingeführt und verwendeten außerdem das Internet für Recherchen über euregionale Unternehmen. Mit Hilfe der Software „Power Point“ fertigten sie Präsentationen an.

An mehreren gemeinsamen Projekttagen mit ihren niederländischen Partnern beschäftigten sich die Schüler mit der inhaltlichen und organisatorischen Vorbereitung eines euregionalen Unternehmenstages.

Beteiligte Unterrichtsfächer

Das Projekt wurde hauptsächlich im Rahmen des Differenzierungsfachs „Spezielle Betriebswirtschaftslehre: Berufswahlorientierung“ durchgeführt. Auch das Fach „Informationswirtschaft“ war an dem Projekt beteiligt.

Eine Ausweitung des Projekts auf weitere Unterrichtsfächer ist gut vorstellbar. Zum Beispiel könnten im betriebswirtschaftlichen Unterricht Unternehmensformen behandelt werden; die Gespräche der Schüler mit Unternehmensvertretern und mit Besuchern der Messe könnten im Deutschunterricht vor- und nachbereitet werden. Niederländischunterricht könnte die Kommunikation der Projektschüler untereinander fördern.



## *Arbeitsweise*

### Gruppengröße

Das Projekt wurde auf deutscher Seite mit 24 Schülern durchgeführt.

Es wäre auch möglich, das Projekt mit zwei oder mehr Parallelklassen durchzuführen, so dass jede Teilgruppe für ein – statt wie im Pilotprojekt – für zwei Unternehmen verantwortlich wäre.

Eine Zusammenarbeit mit weiteren niederländischen und deutschen Partnerschulen bei der Vorbereitung einer dann noch größer angelegten Veranstaltung wäre denkbar.

### Unterrichtsmethodik

Die Projektarbeit erfüllte alle Kriterien für handlungsorientierten Unterricht. Die Schüler arbeiteten zum großen Teil eigenverantwortlich an der Vorbereitung und Durchführung des euregionalen Unternehmenstages. Ihr Lernen fand beim Handeln statt, das auf die Erreichung dieses Zieles hingerrichtet war, und die komplexe Projektaufgabe bot den Teilnehmern die Gelegenheit, alle Sinne zu aktivieren. Ansporn für den Lernprozess war nicht zuletzt die Tatsache, dass das Produkt des Projektes, der gemeinsam gestaltete Unternehmenstag, einen praktischen Nutzen sowohl für die ausstellenden Schüler als auch für die Besucher hatte.

### Betreuung

Die Lehrkräfte hatten in dem Projekt größtenteils begleitende und unterstützende Funktion. Sie waren dafür verantwortlich, Klarheit über die gemeinsam mit den niederländischen Partnern zu erreichenden Ziele zu schaffen und die Fortschritte der Arbeitsgruppen zu überwachen, um ggfs. Hilfestellung zu leisten und größere Abweichungen vom Zeitplan zu vermeiden. Vor Beginn der eigentlichen Projektphase informierten die Lehrer die Projektunternehmen über den Projektplan, um ihre Zustimmung zu erbitten, und um die spätere Kontaktaufnahme durch die Schüler vorzubereiten.

### *Bewertung & Normierung*

Die von den Schülern im Rahmen des Projekts erbrachten Leistungen gingen in die "Sonstigen Leistungen" im Fach Berufswahlorientierung ein. Ein besonderes Gewicht hatte dabei die in Gruppen vorbereitete Power Point-Präsentation über ein Unternehmen. Außerdem wurden die von den Schülern geführten Projektprotokolle der Gruppen eingesammelt und bewertet. Auch Beobachtungen des Lehrers über das Verhalten der Schüler während der Gruppenarbeitsphasen wurden berücksichtigt.

Die genauen Kriterien für die Beurteilung der Projektarbeit wurden den Schülern in der zweiten Unterrichtseinheit des Projektes mitgeteilt.

Gegen Ende der Projektlaufzeit erhielten die Projektteilnehmer Zertifikate, die ihre jeweiligen Aktivitäten auflisteten, und die sowohl von Vertretern der eigenen Schule als auch von Verantwortlichen der Partnerschule unterschrieben waren (s. Anlage 22).

## Vorbereiten und Durchführen

### *Finanzierung*

Das Projekt wurde zum größten Teil durch das Programm „Bausteine für die euregionale Wirtschaft“ finanziert. Das Berufskolleg Viersen nahm für Sachmittel finanzielle Unterstützung durch die Euregio in Höhe von 5000,- EUR in Anspruch. Davon wurden Kosten für die folgenden Gegenstände getragen:

Stellwände für die Messe

Verbrauchsmaterialien zur Erstellung der Präsentationen und der Messestände, z.B.

Druckerpatronen und farbige Pappen

ein Notebook für Präsentationen

Verbrauchsmaterialien für die Bewirtung der Messebesucher, z.B. Pappbecher und –Teller

Lebensmittel für die Bewirtung der Messebesucher

Am Vortag der Messe, welcher der Vorbereitung der Stände und einer „Generalprobe“ des Ablaufs diente, entstanden Kosten für:

Verpflegung der Teilnehmer am Berufskolleg Viersen

Gemeinsames abendliches Bowling

Folgende Reisekosten fielen während der Projektlaufzeit an:

Fahrten zu Besprechungen der teilnehmenden Lehrer

Eine Busfahrt nach Oss zur gemeinsamen Abschlussveranstaltung der Partnerschüler und -Lehrer

Einige Partnerunternehmen boten dem Berufskolleg Viersen von sich aus ihre Unterstützung an: So spendete eine Großbäckerei Teilchen zur Verköstigung der Gäste während der Messe im Wert von 500,- EUR; eine Bank übernahm den Druck der Programme, die den Messebesuchern zur Verfügung gestellt wurden. Einige Preise für das auf der Messe durchgeführte Quiz wurden von einem Handelsunternehmen bereitgestellt.

### *Organisation*

Die organisatorischen Vorbereitungen begannen bereits vor der Bekanntgabe der Projektidee an die Schüler. Die betreuenden Lehrer nahmen schon Wochen vorher telefonisch und per Email Kontakt zu den Ausbildungsunternehmen auf, um sie für eine Teilnahme an dem Projekt zu gewinnen und ihr Einverständnis für die spätere Kontaktaufnahme durch Schüler einzuholen. Ein wichtiges Kriterium für die Auswahl der Unternehmen war, dass sie junge Menschen in kaufmännischen Berufen am Berufskolleg Viersen ausbildeten. Sie sollten darüberhinaus bereit sein, Projektschüler zu Gesprächen zu empfangen und bei den Vorbereitungen der Messe zu unterstützen. Bereits im Vorfeld wurden die Unternehmen außerdem darauf angesprochen, ob sie ggfs. Praktikanten, auch aus den Niederlanden, für Praktika aufnehmen würden.

Wichtig für die Organisation ist auch die frühzeitige Entscheidung für geeignete Veranstaltungsräume. Ein bis zwei geräumige „Messehallen“ und ein Cateringbereich sollten zur Verfügung stehen. Für das Pilotprojekt wurden die Aula des Berufskollegs Viersen als Ausstellungshalle, ein Schüler-Aufenthaltsraum als Cafeteria und ein Foyer als Empfangshalle und Informationsbereich ausgewählt.

Die Projektschüler sollten früh, zumindest durch Bilder, einen Eindruck von den Räumlichkeiten bekommen; am Tag des die Messe vorbereitenden Workshops sollten sie Zugang zu ihnen haben.

**Ablauf**

Der im Folgenden dargestellt Projektablaufplan gibt einen Überblick über die durchgeführten Unterrichtseinheiten, die verfolgten Ziele und vermittelten Kompetenzen.

**Projektablaufplan:**

Vorbereitung und Durchführung eines deutsch-niederländischen Unternehmenstages

<b>Nr</b>	<b>Dauer</b>	<b>Ziel(e)</b>	<b>Kompetenzen</b>	<b>Inhalte</b>
1	90 Min.	Die Projektidee kennen lernen	Methodenkompetenz, Fachkompetenz	Die Schüler lernen die Projektidee sowie die wesentlichen Projekthalte und -anforderungen kennen. Gemeinsam wird ein Zeitplan für die gemeinsame Projektarbeit erstellt
2	90 Min.	Bildung der Projektgruppen; Zuteilung der Unternehmen	Methodenkompetenz, Sozialkompetenz	Die Schüler bilden Gruppen (4-5 Mitglieder) für die weitere Projektarbeit. Die Projekt-Unternehmen werden den einzelnen Gruppen zugeteilt (2 Betriebe pro Gruppe). Die Beurteilungsgrundlagen für die weitere Projektarbeit werden den einzelnen Gruppen transparent gemacht.
3	45 Min.	Kennenlernen der niederländischen Partnerschüler/ -gruppen	Methodenkompetenz, Sozialkompetenz	Inhalte Die Schüler legen Profile in der Lernplattform „It's learning“ an. Sie lernen so die niederländischen Partnerschüler und -gruppen kennen und kommunizieren erstmals miteinander. Diese Kommunikation über „It's learning“ wird im Verlauf der gesamten weiteren Projektarbeit fortgesetzt.
4	135 Min.	Informationsbeschaffung über die Projekt-Unternehmen	Fachkompetenz, Sozialkompetenz	Die Schüler sammeln mit Hilfe einer Internetrecherche Informationen über die ihnen zugeteilten Projekt-Unternehmen.
5	45 Min.	Organisation der eigenen Arbeitsschritte	Methodenkompetenz, Sozialkompetenz	Die einzelnen Gruppen erstellen einen detaillierten Arbeitsplan mit Zeiten, Aufgabenbereichen und Zuständigkeiten (z.B. „Wer nimmt Kontakt zu den Unternehmen auf?“, „Wer schreibt wann das Projekt-Protokoll?“ usw.).
6	90 Min.	Planung der Messeprodukte	Fachkompetenz, Sozialkompetenz	Die Schüler überlegen, wie sie die Messe-Stände gestalten möchten und was sie dafür benötigen. Sie erstellen eine Liste mit den von ihnen benötigten Materialien
7	270	Anfertigung der Produkte für die Messe-Stände	Fachkompetenz, Sozialkompetenz	Inhalte Die Schüler fertigen Informations-Plakate für die Messe-Stände an (Unternehmensprofile, Ausbildungsmöglichkeiten)
8	45	Erstellung des Handouts für den Workshop	Fachkompetenz, Methodenkompetenz	Die Schüler erstellen kurze Handouts über „ihre“ Projekt-Unternehmen für den Workshop. Mit Hilfe der Handouts informieren sie die niederländischen Partnerschüler auf dem Workshop über

				die Unternehmen.
9	Projekttag (Workshop)	Persönliches Kennenlernen; Organisation der Zuständigkeiten	Fachkompetenz, Sozialkompetenz	Die Schüler lernen die niederländischen Partnerschüler und -gruppen persönlich kennen. In Zusammenarbeit mit ihren Partnergruppen stellen sie sich die Projekt-Unternehmen gegenseitig vor. Die Zuständigkeiten für die weitere Projektarbeit werden an die einzelnen Gruppen und ihre jeweiligen niederländischen Partnergruppen verteilt. Die Schüler arbeiten so an den <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inhaltsbereichen</li> <li>• Raumaufteilung</li> <li>• Organisation</li> <li>• Messe als Event</li> <li>• Ablauf der Messe (Szenario)</li> <li>• Medien/PR.</li> <li>• Sie präsentieren ihre Ergebnisse.</li> </ul> Im weiteren Projektverlauf kommunizieren die Partnergruppen im Rahmen ihrer Zuständigkeitsbereiche, holen Informationen ein und leiten sie weiter.
10	270 Min.	Erstellung der Power Point-Präsentationen für die Messe	Fachkompetenz, Methodenkompetenz	Die Schüler erstellen Power Point-Präsentationen über die Projektunternehmen zur Vorstellung auf der Messe.
11	90 Min.	Probe der Präsentationen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz	Die Schüler proben die Power Point-Vorträge für die Messe.
12	45 Min.	Abstimmung mit den Projekt-Unternehmen	Sozialkompetenz	Die Schüler treffen telefonisch oder per Email letzte Abstimmungen mit den Projektbetrieben bzgl. der Präsentationen und Informationen an den Ständen
13	Projekttag	Vorbereitung/ Aufbau der Messe	Sozialkompetenz	Gemeinsam mit den niederländischen Partnerschülern werden die Messe-Stände aufgebaut und vorbereitet. Zudem wird eine Generalprobe der Vorträge durchgeführt. Am Abend gehen niederländische und deutsche Schüler gemeinsam bowlen.
14	Projekttag	Euregionaler Unternehmenstag (Messe)	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Sozialkompetenz	Die Schüler betreuen die Messe-Stände, informieren interessierte Besucher an den Ständen und halten die Vorträge zu „ihren“ Unternehmen.
15	180 Min.	Evaluation der Messe	Fachkompetenz, Methodenkompetenz	Die Schüler lernen das Instrument der Evaluation kennen. Gemeinsam erstellen sie eine Liste der zu evaluierenden Bereiche. In den Gruppen wird die Evaluation durchgeführt. Die Evaluationsergebnisse präsentieren die Schüler durch eine Power Point-Präsentation.

Bei der Vorbereitung und Nachbereitung der Messeveranstaltung fiel auch eine Vielzahl von Tätigkeiten an, die außerhalb des regulären Unterrichts von den Projektlehrern und – Schülern erledigt wurden.

Dazu gehörten ab dem gemeinsamen Workshop (Unterrichtseinheit 9) u.a.

- das Einüben von Gesang und Tanz für das Rahmenprogramm der Messe
- das Verfassen von Einladungsschreiben mit Rücklaufformularen an potentielle externe Besucher der Messe, wie z.B. Zubringerschulen, Unternehmen, Vertreter des Kreises, der Euregio und der Schulaufsicht (s. Anlage 16)
- das Verfassen von Einladungen an Kollegen und Schüler des eigenen Kollegs mit Rücklaufabschnitten (s. Anlage 17)
- das Verfassen von Dankeschreiben an Gäste (s. Anlage 18)
- PR-Arbeit, z.B. das Schreiben von Pressemitteilungen und von Artikeln für die Schulwebsite und die Zeitung (s. Anlagen 19 – 21)
- das telefonische Einholen von Rückmeldungen zu der Veranstaltung, z.B. bei Betrieben und Zubringerschulen
- die Abstimmung mit der Klasse, die für das Catering verantwortlich war (s.a. Tipps).

### **Tipps**

*Als wichtigster Tipp kann Schulen, die an einer Durchführung eines solchen euregionalen Unternehmenstages interessiert sind, mit auf den Weg gegeben werden, dass sie noch mehr Zeit einkalkulieren sollten als hier angegeben ist. Die Vorbereitung einer Veranstaltung dieser Größe ist sehr aufwändig, so dass eine Zahl von vier – statt der im Pilotprojekt gegebenen zwei – Wochenstunden nicht zu hoch gegriffen scheint. Es wäre z.B. denkbar, zusätzlich zu den zwei Stunden "Berufswahlorientierung", in denen die inhaltliche Vorbereitung der Messestände und – Präsentationen geleistet wird, zwei Stunden für organisatorische Zwecke und für die Kommunikation mit den niederländischen Partnern einzuplanen.*

*Um die gemeinsame Arbeit der Schüler auf der von den niederländischen Partnern eingerichteten Arbeits- und Kommunikationsplattform (in diesem Falle „It's learning“) zu erleichtern, ist es empfehlenswert, eine gesonderte Einführung in dieses Thema – z.B. im Rahmen des informationswirtschaftlichen Unterrichts einzuplanen. Auch ist es unabdingbar, dass vor Beginn des Projekts parallele Unterrichtszeiten an beiden Schulen für den Austausch von Emails eingeplant werden, um sicher zu stellen, dass sich alle Schüler daran beteiligen.*

*Wie die Erfahrung der Projektteilnehmer zeigte, waren viele Unternehmen bereit, sich durch Einsatz von Personal- und Sachmitteln an der Messe zu beteiligen. Die Mitarbeit der Betriebe in dem Projekt sollte von Anfang an durch verschiedene Maßnahmen gefördert und intensiviert werden. Beispielsweise könnte die Schule ihre Ansprechpartner in den Unternehmen zu einem vorbereitenden Treffen mit Schülern und Projektkollegen einladen, um das Bewusstsein für das gemeinsame Ziel zu stärken, und um die weiteren organisatorischen Schritte abzusprechen. Auch sollten die Schüler ermuntert werden, in Gesprächen mit Unternehmensvertretern nicht zu scheu zu sein und legitime Bitten, wie z.B. die um Bereitstellung von Werbematerialien und Giveaways für die Stände, selbstsicher vorzutragen.*

*Ein nicht unerheblicher Teil der Vorbereitungen der Messe hängt mit der Frage zusammen, wie die Besucher verpflegt werden sollen. Die Einrichtung einer Cafeteria verstärkt den authentischen Charakter der Veranstaltung. In dem Pilotprojekt wurde diese Aufgabe einer Klasse der Handelsschule (Berufsfachschule für Wirtschaft und Verwaltung) als gesondertes Projekt übertragen. Auch andere Vorgehensweisen wie etwa die Beauftragung eines externen Unternehmens sind denkbar.*

### *Inhaltliche Vorbereitung*

Die Schüler hatten vor dem Beginn des Projekts im Fach Betriebswirtschaft gelernt, welche Teilelemente in ein Unternehmensprofil eingehen.

Im Fach "Informationswirtschaft" hatten die Schüler Kenntnisse über Präsentationen erworben und sich Fertigkeiten bei der Verwendung der Präsentationssoftware "PowerPoint" angeeignet.

### Hinführung zum Thema

Die Schüler erhielten als Vorbereitung auf das Projekt im Differenzierungsfach "Berufswahlorientierung" grundlegende Informationen über duale Ausbildung und über einige Profile typischer kaufmännischer Ausbildungsberufe.

Darüber hinaus setzten sie sich mit den Anforderungen an heutige Auszubildende auseinander (Schlüsselqualifikationen).

In Bezug auf die Zielsetzung des Projekts, den Schülern künftig bei der Berufswahl und der Suche nach geeigneten Praktikums- bzw. Ausbildungsstellen Hilfestellung zu geben, ist es sinnvoll, im vorangegangenen Unterricht berufliche Vorstellungen und Erwartungen der Schüler sowie die persönlichen und beruflichen Stärken und Schwächen der Einzelnen zu thematisieren, um die Schüler in ihrer Selbstwahrnehmung zu schulen und so gezielter auf die Wahl eines Berufes vorzubereiten.

### *Vorbereitung pro Unterrichtseinheit*

Sie finden hier genauere Darstellungen der im Ablaufplan aufgelisteten Unterrichtseinheiten incl. Verweisen auf nützliche Anlagen, in denen z.B. Arbeitsblätter und –Ergebnisse präsentiert werden.

Unter „Bemerkungen“ werden bei einzelnen Einheiten Tipps für den reibungslosen Ablauf oder Alternativvorschläge gemacht.

Das separat erhältliche Schülerhandbuch richtet sich an die Projektschüler und enthält kurze Darstellungen der Unterrichtseinheiten mit Verweisen auf die Arbeitsblätter, die den Teilnehmern von den Lehrern zu gegebener Zeit ausgehändigt werden. Es wäre nicht sinnvoll, den Schülern bereits zu Beginn des Projekts alle Arbeitsaufträge zur Verfügung zu stellen, da sich ihre Sinnhaftigkeit meist erst aus dem Projektverlauf heraus erschließt.

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 1***

Zeitlicher Rahmen: 90 Minuten

Unterrichtsziel(e): Die Schüler lernen die Projektidee, den Projektaufbau und die Projektinhalte kennen

Geförderte Kompetenzen: Methoden- und Fachkompetenz

Ablauf: Die Schüler erhalten Informationen über die Projektidee, den Projektaufbau und die -inhalte. Sie erhalten die Möglichkeit, Fragen zu stellen. Gemeinsam wird ein Ablaufplan über die im Folgenden anfallende Projektarbeit erstellt, um eine ausreichende Transparenz zu gewährleisten.

Anlagen:

1. Übersicht des Projekts
2. Ablaufplan

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 2***

Zeitlicher Rahmen: 90 Minuten

Unterrichtsziel(e): Die Schüler bilden die Arbeitsgruppen für die Projektarbeit

Geförderte Kompetenzen: Methoden- und Sozialkompetenz

Ablauf: Die Schüler bilden Gruppen mit 4-5 Mitgliedern und benennen Gruppensprecher. In diesen Gruppen werden sie im weiteren Verlauf der Projektarbeit zusammenarbeiten. Die einzelnen Gruppen erhalten die Namen der von ihnen zu betreuenden Projekt-

Unternehmen (2 Betriebe pro Gruppe). Im Anschluss an die Gruppenbildung erhalten die Schüler Informationen über die Grundlagen der Beurteilung der Projektarbeit.

Anlagen:

3. Tafelbild „Grundlagen der Beurteilung“
4. Projekt-Protokoll

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 3***

Zeitlicher Rahmen: 45 Minuten

Unterrichtsziel(e): Kennenlernen der niederländischen Partnerschüler

Geförderte Kompetenzen: Methoden- und Sozialkompetenz

Ablauf: Die Schüler legen Profile auf der Lernplattform „It's learning“ an, die auch von den niederländischen Partnerschülern genutzt wird. So können sich die Schüler über ihre Profile erstmalig kennen lernen und über die Plattform kommunizieren.

Darüber hinaus werden den einzelnen Gruppen im Hinblick auf die weitere Projektarbeit niederländische Partnergruppen zugewiesen.

Im Rahmen der Lernplattform entstehen so kleine Büros, mit deren Hilfe die einzelnen Gruppen kommunizieren, Informationen einholen und austauschen können.

Bemerkungen: Es muss sichergestellt sein, dass die zur Verfügung stehenden Computer den Anforderungen zur Nutzung der Lernplattform genügen. Darüber hinaus sollte der Lehrer sich zuvor mit der Funktionsweise und den Möglichkeiten der Lernplattform vertraut machen und auch die Schüler in die Lernplattform und ihre Funktionen einweisen.

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 4***

Zeitlicher Rahmen: 135 Minuten

Unterrichtsziel(e): Informationen über die Projekt-Unternehmen einholen

Geförderte Kompetenzen: Fach- und Sozialkompetenz

Ablauf: Die Schüler sammeln in ihren Gruppen Informationen über die ihnen zugeteilten Projekt-Unternehmen. Hierzu nutzen sie insbesondere das Internet als Informationsquelle. Eventuell auftretende Fragen oder Unklarheiten werden aufgeschrieben und können später mit den Vertretern der Unternehmen im persönlichen Gespräch geklärt werden. Abschließend tauschen die Schüler sich über die im Rahmen der Internetrecherche gesammelten Informationen aus und halten diese schriftlich fest.

Bemerkungen:

Spätestens ab Unterrichtseinheit 4 nehmen die Schüler telefonisch Kontakt zu ihren jeweiligen Betrieben auf und vereinbaren Gesprächstermine, um noch offene Fragen zu klären. Diese Termine finden außerhalb der regulären Unterrichtszeit statt. Sofern die Möglichkeit besteht, empfiehlt es sich, Auszubildende der Projekt-Unternehmen mit den Projektschülern bekannt zu machen, so dass diese in die Informationsbeschaffung einbezogen werden können.

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 5***

Zeitlicher Rahmen: 45 Minuten

Unterrichtsziel(e): Die notwendigen Arbeitsschritte strukturieren und organisieren

Geförderte Kompetenzen: Methoden- und Sozialkompetenz

Ablauf: Die Schüler erstellen in ihren Gruppen einen detaillierten Arbeitsplan, in dem sie festhalten, welche Aufgaben die Gruppe in der nächsten Zeit zu erledigen hat, wie viel Zeit für die Erledigung dieser Aufgaben zur Verfügung steht und welches Gruppenmitglied sich für die einzelnen Aufgaben verantwortlich zeigt, z.B. wer nimmt Kontakt zu den Unternehmen auf und vereinbart Termine, wer schreibt zu welchem Arbeitsschritt das Projekt-Protokoll usw..

Anlage:

## 5. Arbeitsauftrag

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 6***

Zeitlicher Rahmen: 90 Minuten

Unterrichtsziel(e): Planung der Messeprodukte

Geförderte Kompetenzen: Fach- und Sozialkompetenz

Ablauf: Die Schüler erarbeiten in ihren Gruppen Ideen zur Gestaltung der Messe-Stände. Sie überlegen, welche Informationen über die Unternehmen sie an den Ständen ausstellen wollen und in welcher Form dies geschehen soll. Abschließend erstellen sie eine Liste über die von ihnen benötigten Materialien zur Anfertigung der Messe-Produkte. Diese Liste wird beim Lehrer abgegeben, so dass dieser die notwendigen Materialien besorgen kann.

Bemerkungen: Wenn die Zeit es zulässt, ist es empfehlenswert, mit den Schülern inhaltlich die Funktion und Gestaltung von Messe-Ständen mit Hilfe von Beispielen zu erarbeiten und zunächst gemeinsam zu überlegen, welche Funktionen ein Messe-Stand erfüllen soll, und wie diese Ziele erreicht werden können. Idealerweise könnte vorher ein gemeinsamer Ausflug zu einer Messe stattfinden, auf der Beobachtungen über die Gestaltung von Messe-Ständen gemacht werden können.

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 7***

Zeitlicher Rahmen: 270 Minuten

Unterrichtsziel(e): Anfertigung der Messe-Produkte

Geförderte Kompetenzen: Fach- und Sozialkompetenz

Ablauf: Die Schüler fertigen die Informationsmaterialien für die Messe-Stände an. Hierbei kann es sich um Plakate, Grafiken, Fotos oder auch um Handzettel mit relevanten Informationen handeln, die an den Ständen zur Mitnahme für interessierte Besucher ausgelegt werden. Inhaltlich sollen an den Ständen die jeweiligen Unternehmensprofile sowie vor allem die Ausbildungsmöglichkeiten bei den Projekt-Unternehmen vorgestellt werden.

Bemerkungen: Es empfiehlt sich, dass die einzelnen Gruppen zuvor Erkundigungen bei den Unternehmen eingeholt haben, ob diese sie bei der Gestaltung der Messe-Stände unterstützen und mit welchen Materialien (Poster, Flyer, Produkte, Giveaways usw.). Diese Informationen sind bei der Gestaltung der Informationsmaterialien für die Stände zu beachten.

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 8***

Zeitlicher Rahmen: 45 Minuten

Unterrichtsziel(e): Erstellung der Handouts für den Workshop

Geförderte Kompetenzen: Fach- und Methodenkompetenz

Ablauf: Die Schüler erstellen kurze Handouts über die von ihnen betreuten Projekt-Unternehmen. Mit Hilfe dieser Handouts sollen sie „ihre“ Betriebe den niederländischen Partnerschülern vorstellen. Die Schüler müssen beachten, dass die Handouts nur zur Unterstützung dienen und die eigentliche Informationsübermittlung verbal geschieht. Auf diese Kurzvorträge sollen sich die einzelnen Gruppen nach der Verschriftlichung des Handouts vorbereiten.

Bemerkungen: Es ist möglich, dass die in dieser Phase erstellten Handouts später vervielfältigt werden und als Informationsmaterial zur Mitnahme an den Ständen ausgelegt werden.



### **Darstellung Unterrichtseinheit 9**

Zeitlicher Rahmen: Projekttag (Workshop)

Unterrichtsziel(e): Persönliches Kennenlernen; Organisation der Zuständigkeiten;

Vorbereitung der Messe in bi-nationalen Arbeitsgruppen

Geförderte Kompetenzen: Fach- und Sozialkompetenz

Ablauf: Vor dem gemeinsamen Workshop einigen sich die Partner auf ein Tagesprogramm. Dem Workshop am Berufskolleg Viersen lag die folgende Planung zu Grunde:

Programm:

- |       |  |
|-------|--|
| 10:00 | Ankunft der Gäste, Begrüßungskaffee <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorstellung des Programms für den Tag</li> <li>• Breaking-the-ice Activity in zwei Teilgruppen</li> </ul>   |
| 10:30 | Bildung von fünf bi-nationalen Arbeitsgruppen <ul style="list-style-type: none"> <li>• Statements der deutschen und niederländischen Gruppensprecher über die bisherige Arbeit</li> <li>• Kurz-Profile der bearbeiteten Unternehmen und Rückfragen durch die Zuhörer</li> </ul>  |
| 11:15 | Pause  |
| 11:30 | Kurze Einführung in das Projekt durch Kollegen und Vorstellung der Arbeitsthemen für die Gruppenarbeit   |
| 11:45 | Arbeitsteilige Gruppenarbeit der bi-nationalen Teams unter den folgenden Fragestellungen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie soll die Raumaufteilung in den „Messehallen“ des BK Viersen aussehen?</li> <li>• Welche organisatorischen Maßnahmen müssen getroffen werden, um maximale Übersichtlichkeit der Messe, Bequemlichkeit für die Besucher und Praktikabilität für die Abläufe am Messetag zu erreichen?</li> <li>• Was können wir tun, damit die Messe Eventcharakter bekommt und die Atmosphäre stimmt?</li> <li>• Wie sieht der Ablauf der Messe aus? Wer sind die Beteiligten? Wer macht was am Tag der Messe?</li> <li>• Welche Medien sollten für die Messe erstellt werden? Welche PR-Maßnahmen sollten durchgeführt werden, um sie bekannt zu machen?</li> </ul> |
| 13:15 | Mittagsimbiss  |
| 13:45 | Präsentation der Ergebnisse der Gruppenarbeit (PowerPoint oder Plakate)  |
| 14:30 | Abschiedstrunk   |
| 14:45 | Abfahrt der Gäste  |

Für die „Breaking-the-ice Activity“ wird die Gesamtgruppe so geteilt, dass jeweils zwei bis drei bi-nationale Projektgruppen die Aktivität gemeinsam durchführen. Jeder Schüler erhält eine Karte gemäß den Beispielen in der Anlage. Niederländische Schüler sprechen deutsche Schüler an und umgekehrt; sie lernen sich über Smalltalk kennen.

Wenn die Gesamtgruppe wieder zusammen kommt, antworten einzelne Schüler auf die Frage, „Habt Ihr etwas Überraschendes erfahren?“

Für den Informationsaustausch über die Unternehmen werden Stuhlkreise ohne Tische gebildet, damit die Schüler möglichst eng zusammen sitzen und sich gegenseitig gut verstehen können.

Durch die kurze Einführung in das Projekt in Form eines Lehrervortrages werden die bis zu diesem Zeitpunkt vorgenommenen Planungen zum Unternehmenstag benannt. Dadurch wird sichergestellt, dass alle Schüler auf dem gleichen Wissensstand sind, bevor sie in ihren Gruppen in Detailplanungen einsteigen. In dem Pilotprojekt wurden in einem Power Point-Vortrag die folgenden Informationen aufgeführt: Termine und Zeiten für den Aufbau der Messe und den Tag der Messe selbst, Örtlichkeiten, ausstellende Unternehmen, erwartete Besucher auf der Messe, notwendige Vorbereitungen.

Für die Bearbeitung ihrer Aufgaben in bi-nationaler Gruppenarbeit stehen den Schülern Arbeitstische, Notebooks bzw. PCs und weitere Präsentationsmedien und -materialien zur Verfügung. Sie haben jederzeit Zugang zu den für die Messe vorgesehenen Räumlichkeiten.

Bemerkungen: Die Gruppenarbeitsaufgabe Nr. 4 – Erstellung eines Szenarios – könnte in 5 umbenannt und den anderen Aufgaben nachgeschaltet werden, d.h. dass auf dem Workshop zunächst die anderen Aufgaben bearbeitet werden, deren Ergebnisse dann in das Szenario eingehen. In diesem Fall ist es denkbar, dass Vertreter der "Szenario"-Gruppe jeweils als Beobachter in den anderen Gruppen sitzen, sich gegenseitig informieren, erste Ideen für das Szenario entwickeln und es nach dem Workshop mittels der gemeinsamen Arbeitsplattform ausarbeiten.

Die Arbeitsgruppen des Pilotprojekts erledigten die von ihnen auf dem Workshop übernommenen Aufgaben im weiteren Projektverlauf eigenverantwortlich und selbstständig. Die Abstimmung darüber mit den niederländischen Partnern erfolgte durch die Gruppensprecher über die Plattform „It's learning“. Sie fand z.T. während des Unterrichts statt.

Anlagen:

- 6. Karten für die Breaking-the-ice Activity für niederländische und deutsche Schüler
- 7. Arbeitsaufträge für die bi-nationale Gruppenarbeit

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 10***

Zeitlicher Rahmen: 270 Minuten

Unterrichtsziel(e): Erstellung der Power Point-Präsentationen für die Messe

Geförderte Kompetenzen: Fach- und Methodenkompetenz

Ablauf: Die Schüler erstellen Power Point-Präsentationen, mit deren Hilfe sie auf der Messe „ihre“ Projektunternehmen sowie die dortigen Ausbildungsmöglichkeiten im Rahmen eines Vortrags vorstellen.

Über die Erstellung der Präsentation hinaus beraten die Gruppen, wer die Präsentation übernimmt und wer während der Präsentation auf der Messe die Betreuung des Stands gewährleistet. Außerdem rekapitulieren die Schüler, was sie im Unterrichtsfach „Informationswirtschaft“ über die Gestaltung und das Halten von Power Point-Vorträgen gelernt haben.

Die Ergebnisse dieser wiederholenden Erarbeitung wenden sie auf ihre eigene Präsentation und ihren eigenen Vortrag an.

Anlage:

- 8. Power Point-Präsentation für die Messe (Beispiel des Unternehmens ITC Logistic)

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 11***

Zeitlicher Rahmen: 90 Minuten

Unterrichtsziel(e): Probe der Power Point-Präsentationen für die Messe

Geförderte Kompetenzen: Fach- und Methodenkompetenz

Ablauf: Die Schüler proben die Vorträge der Power Point-Präsentationen, mit deren Hilfe sie auf der Messe „ihre“ Projektunternehmen sowie die dortigen

Ausbildungsmöglichkeiten vorstellen.

Die jeweils zuhörenden Schüler geben den Vortragenden Schülern unter Beachtung der entsprechenden Verhaltensregeln ein Feedback zur Präsentation. Dabei handelt es sich sowohl um ein inhaltliches Feedback als auch um ein Feedback im Hinblick auf die Vortragstechnik.

Bemerkungen: Es muss sichergestellt sein, dass den Schülern sowohl die wesentlichen Kriterien zur Vortragstechnik als auch die Feedback-Regeln (z.B. aus dem EDV-Unterricht) bekannt sind. Wenn dies nicht der Fall ist, sollte man beide Inhalte zuvor mit der Klasse erarbeiten.

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 12***

Zeitlicher Rahmen: 45 Minuten

Unterrichtsziel(e): Abstimmung mit den Projekt-Unternehmen

Geförderte Kompetenzen: Sozialkompetenz

Ablauf: Die Schüler treffen telefonisch oder per E-Mail letzte Abstimmungen mit den Projekt-Unternehmen. Hierbei geht es insbesondere darum, das Einverständnis der Unternehmen bezüglich der Informationen an den Ständen und der Power Point-Präsentationen einzuholen und eventuelle Anmerkungen und Änderungswünsche einzuarbeiten.

Darüber hinaus können letzte Absprachen getroffen werden, welche Materialien von Seiten der Unternehmen für die Messe zur Verfügung gestellt werden, wann diese übergeben werden usw..

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 13***

Zeitlicher Rahmen: Projekttag

Unterrichtsziel(e): Aufbau und Vorbereitung der Messe

Geförderte Kompetenzen: Sozialkompetenz

Ablauf: Nach der Ankunft der niederländischen Partnerschüler werden die Räumlichkeiten vorbereitet, die Messe-Stände hergerichtet und vorbereitet sowie die technische Ausrüstung installiert und getestet. Darüber hinaus wird eine Generalprobe der Vorträge durchgeführt. Am Abend fand eine gemeinsame Veranstaltung in einem Bowling-Center statt.

Der folgende Zeitplan ist realistisch und drückt aus, dass ein kompletter Tag für die Vorbereitung der Messe notwendig ist.

10:00	Ankunft der niederländischen Partner. Begrüßungsgetränk und -kuchen
10:15	Aufbau der Stände
12:30	Mittagsimbiss an der Schule
13:00	Weiterer Aufbau der Stände
15:30	Generalprobe
17:00	Fahrt der niederländischen Partner zur Jugendherberge
20:00	Gemeinsamer Bowling-Abend

Bemerkungen: Im Sinne des Team-Building ist es empfehlenswert, dass am Abend eine gemeinsame Aktivität durchgeführt wird, so dass die Schüler sich gemeinsam auf den Unternehmenstag einstimmen können.

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 14***

Zeitlicher Rahmen: Projekttag

Unterrichtsziel(e): Euregionaler Unternehmenstag (Messe)

Geförderte Kompetenzen: Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz

Ablauf: Die Schüler betreuen ihre Messe-Stände, informieren interessierte Besucher an den Ständen und präsentieren ihre Power Point-Vorträge. Die Reihenfolge der Vorträge und das Rahmenprogramm – Gesang und Tanz – sind in einer Programmübersicht aufgelistet, die den Besuchern ausgehändigt wird.

Alle Gäste werden aufgefordert an einem Quiz teilzunehmen. Die Beantwortung der darin aufgeführten Fragen setzt voraus, dass die Informationsmedien an den Ständen aufmerksam studiert bzw. die Betreuer der Stände befragt werden.

Schüler, die als Besucher an die Messestände kommen und sich für ein Praktikum bei einem der ausstellenden Betriebe interessieren, können sich in entsprechende Listen eintragen.

Anlagen:

9. Tagesprogramm für die Veranstaltung (Vorderseite; auf der Rückseite waren die Namen der ausstellenden deutschen und niederländischen Unternehmen / Organisationen aufgeführt)

10. Quizfragen (deutscher Teil)

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 15***

Zeitlicher Rahmen: 180 Minuten

Unterrichtsziel(e): Evaluation der Messe

Geförderte Kompetenzen: Fach- und Methodenkompetenz

Ablauf: Die Schüler lernen das Instrument der Evaluation kennen. Sie erarbeiten gemeinsam eine Liste von Bereichen, die evaluiert werden sollen. Diese Liste bringen sie in eine sinnvolle Reihenfolge und bewerten die einzelnen Bereiche. Dabei ist zu beachten, dass alle Wertungen hinreichend begründet werden.

Für die Bereiche, die negativ beurteilt wurden, sollten die Schüler -wenn möglich- Verbesserungsvorschläge anbringen. Die Ergebnisse ihrer Evaluation präsentieren die Schüler mit Hilfe eines Power Point-Vortrags der Gesamtgruppe. So ergibt sich die Möglichkeit, Verständnisfragen zu stellen und Verbesserungsvorschläge/Alternativlösungen zu diskutieren.

Anlagen:

11. Informationsblatt „Was ist Evaluation?“

12. Liste der zu evaluierenden Bereiche

13. Arbeitsauftrag Evaluation

14. Power Point-Präsentation zur Evaluation

## Abschluss

Einige Tage nach dem euregionalen Unternehmenstag bedanken sich die Partnerschulen schriftlich bei den teilnehmenden Unternehmen für ihre Unterstützung während der Projektzeit. Außerdem holen die Projektschulen bei Besuchern der Messe – Mitarbeitern von Unternehmen, Lehrern von Zubringerschulen etc. – ein Feedback zu der Veranstaltung ein.

Die niederländischen und deutschen Partner informieren sich gegenseitig über dieses Feedback und über die Ergebnisse ihrer eigenen Projektevaluation.

Einige Wochen nach der gemeinsamen Veranstaltung kommen die Projektbeteiligten zu einer Abschlussveranstaltung zusammen, die der Stärkung des Wir-Gefühls dient und die Schüler motiviert, auch über das Projekt hinaus Kontakt miteinander zu pflegen.

Die Projektschüler werden ermuntert, sich für ein Praktikum im Nachbarland bei einem der ausstellenden Unternehmen zu bewerben. Sie erhalten in diesem Fall Unterstützung durch die Projektlehrer für den Bewerbungsverfahren, die Suche nach einer Gastfamilie usw.

### Zertifikate

Die Projektschüler des Berufskollegs Viersen erhielten nach Abschluss der Auswertungs- und Evaluationsphase des Projekts qualifizierte und an die individuellen Leistungen angepasste Zertifikate, die von zuständigen Kollegen an beiden Partnerschulen unterschrieben wurden.

Anlage:

22. Zertifikat (Vorderseite)

## Anlagen

Alle Anlagen stehen auf der Website [www.lernende-euregio.com](http://www.lernende-euregio.com) unter „Informationsmaterial / Publikationen“ zur Verfügung.

Sie können die Materialien selbst vervielfältigen und nach ihren eigenen Bedürfnissen anpassen.

### *Liste Anlagen*

Außer den bei der Darstellung der Unterrichtseinheiten genannten Anlagen finden Sie auf dieser Website folgende Dokumente:

15. Projektbeschreibung für Interessierte: eine kurze Darstellung, die z.B. interessierten Unternehmen vorgelegt werden kann
16. Einladung externer Besucher: Brief der Schule an mögliche Besucher der Messe, hier an eine Zubringerschule
17. Einladung schulintern: Informationsschreiben an Klassenlehrer der eigenen Schule, die mit ihren Schülern zur Messe eingeladen werden
18. Beispiel-Dankesschreiben: Brief an ein beteiligtes Unternehmen, das den Dank des Projektteams für die Unterstützung ausdrückt
19. Pressemitteilung: Information über den anstehenden euregionalen Unternehmenstag
20. Artikel Rheinische Post: Beispiel für einen über die Messe veröffentlichten Zeitungsartikel
21. Artikel Internet (Schulhomepage): einer der Texte, die im Verlauf der Projektzeit für die schuleigene Homepage erstellt wurden

*Kontakt*

Berufskolleg Viersen  
Heesstr. 95  
D-41751 Viersen  
Tel.: 0049 (0) 2162 – 95 49 70  
Fax: 0049 (0) 2162 – 95 49 751  
[www.berufskolleg-viersen.de](http://www.berufskolleg-viersen.de)

ROC de Leijgraaf  
Postbus 420  
NL-5460 AK Veghel  
Tel.: 0031 (0) 413 – 35 30 00  
Fax: 0031 (0) 412) – 63 15 12  
[www.leijgraaf.nl](http://www.leijgraaf.nl)

Danièle Hamdan  
[hamdan@berufskolleg-viersen.de](mailto:hamdan@berufskolleg-viersen.de)

Karin Schwering  
[karin-schwering@t-online.de](mailto:karin-schwering@t-online.de)

Jo Giesbers  
[Jo.Giesbers@leijgraaf.nl](mailto:Jo.Giesbers@leijgraaf.nl)

Freek de Koning  
[Freek.Koning@leijgraaf.nl](mailto:Freek.Koning@leijgraaf.nl)

GEB- Geschäftsstelle für EU-Projekte und berufliche Qualifizierung der Bezirksregierung  
Düsseldorf  
Postfach 30 08 65  
40408 Düsseldorf  
Fischerstraße 10  
D-40477 Düsseldorf  
Deutschland  
Tel: +49 (0)211 475-0  
[www.geb.nrw.de](http://www.geb.nrw.de)  
Kontaktperson: Barbara von der Bank

ROC Nijmegen (Regionaal Opleidingen Centrum Nijmegen)  
Postbus 6560  
6503 GB Nijmegen  
Die Niederlande  
Tel: +31 (0)24 3500942  
[info@roc-nijmegen.nl](mailto:info@roc-nijmegen.nl)  
Kontaktperson: Renie Hesseling

## Euregionaler Unternehmenstag

Studentenhandbuch

2008

Danièle Hamdan  
Karin Schwering



Geschäftsstelle für EU-Projekte und  
berufliche Qualifizierung der  
Bezirksregierung Düsseldorf

provincie limburg



Die Landesregierung  
Nordrhein-Westfalen



**ROC** NIJMEGEN



# Euregionaler Unternehmenstag

Verleg' Deine Grenze: Schüler gestalten einen euregionalen Unternehmenstag

Schülerhandbuch

2008

Berufskolleg Viersen  
[www.berufskolleg-viersen.de](http://www.berufskolleg-viersen.de)

Danièle Hamdan,  
Karin Schwering

ROC de Leijgraaf  
[www.leijgraaf.nl](http://www.leijgraaf.nl)

Jo Giesbers  
Freek de Koning



## Vorwort

Deutschland und die Niederlande sind als Handelsnationen eng miteinander verbunden. Das trifft natürlich besonders auf den Grenzraum zu. In den letzten Jahren haben immer mehr Menschen eine Wohnung auf der anderen Seite der Grenze gekauft; man besucht die gegenseitigen Discos, und im Allgemeinen wird viel gegenseitig gekauft.

Der berufliche Unterricht hat diesen Trend in den Unterricht eingebunden. Im Rahmen des Interregprojekts „Bausteine für die euregionale Wirtschaft“ haben im Zeitraum 2007-2008 diverse deutsche und niederländische berufsbildende Schulen im Grenzgebiet gemeinsame Unterrichtsmodule produziert.

Die folgenden Titel sind dabei zustande gekommen:

- Planung und Erstellung eines Reisekonzeptes für deutsche und niederländische Jugendgruppen
- Ausgekocht, Rezept zur Herstellung eines deutsch-niederländischen Schüleraustausches
- Kunden aus dem Nachbarland
- Was ist eigentlich Glühwein? Marketing-Analysen euregionaler Märkte
- Euregionaler Unternehmenstag
- Schaffung von Wettbewerbsvorteilen für junge Arbeitnehmer und KMUs in der Euregio
- Konzept zur Bekämpfung von Entstehungsbränden
- Sprache & Kultur. Die Niederlande und die Niederländer

Mehr wissen?

Besuche unsere Website [www.lernende-euregio.com](http://www.lernende-euregio.com)

Das Projektmanagement des Projekts „Bausteine für die euregionale Wirtschaft“ wünscht Ihnen viel Spaß und Erfolg mit dem Einsatz des Lehrmaterials.

Lambert Teerling  
Barbara von der Bank  
Christoph Harnischmacher  
Renie Hesseling

# Inhaltsangabe

## Vorwort

## Inhaltsangabe

## Einleitung

## Projektbeschreibung

*Projektziel*

*Zielgruppe*

*Integration in die Ausbildung*

*Arbeitsweise*

*Bewertung & Normierung*

## Projekt

*Einführung*

*Durchführung*

*Planung*

*Unterrichtseinheiten & Arbeitsaufträge*

*Abschluss*

## Einleitung

Das Berufskolleg Viersen der Stadt Viersen und das ROC de Leijgraaf in Oss haben im Rahmen des Projektes „Bausteine für die euregionale Wirtschaft“ ein Unterrichtskonzept für die Vorbereitung und Durchführung eines euregionalen Unternehmenstages durch Schüler aus dem Berufsfeld „Wirtschaft und Verwaltung“ entwickelt.

Das Projekt wird in diesem Schuljahr von Ihrem Berufskolleg und seiner niederländischen Partnerschule durchgeführt.

Es wird Sie in Kontakt mit niederländischen Auszubildenden bringen, und Sie werden Unternehmen dies- und jenseits der Grenze kennenlernen.

In bi-nationalen Gruppen werden Sie die Organisation eines Messtages übernehmen, an dem sich sowohl niederländische als auch deutsche Ausbildungsbetriebe der Euregio präsentieren. Alle Projektschüler<sup>1</sup> werden während dieser euregionalen Veranstaltung als Mitarbeiter von Unternehmen auftreten und qualifizierte Auskünfte über sie geben.

## Projektbeschreibung

### *Projektziel*

Durch die Projektarbeit wird Ihnen bewusst werden, dass Sie sich nicht nur in Deutschland, sondern auch in den Niederlanden für Praktika bewerben können, und dass Ihnen die gesamte Euregio für Ihre Ausbildung und Ihre spätere berufliche Zukunft Chancen bietet.

Es wird angestrebt, dass mittelfristig der ein oder andere von Ihnen die Chance ergreift, sich für einen Praktikumsplatz oder eine Ausbildungsstelle bei einem der ausstellenden Unternehmen zu bewerben.

Sie werden per Email Jugendliche von Ihrer niederländischen Partnerschule kennenlernen, jeweils in eine bi-nationale Arbeitsgruppe eingebunden sein und während des Projekts regelmäßig mit Ihren Teampartnern über eine speziell eingerichtete Internetplattform kommunizieren. Dabei werden Sie merken, dass es spannend aber auch manchmal schwierig ist, wenn Menschen in Teams arbeiten, die verschiedene Sprachen sprechen, und die unterschiedliche Denk- und Arbeitsweisen haben. Es ist ein wichtiges Ziel dieses Projekts, dass Sie lernen, positiv und gelassen mit solchen Unterschieden umzugehen.

### *Zielgruppe*

Am Berufskolleg Viersen: die Unterstufe der zweijährigen Höheren Berufsfachschule für Wirtschaft und Verwaltung (Höhere Handelsschule)

Am ROC de Leijgraaf: Schüler im zweiten Jahr des 3-/4-jährigen MBO-Bildungsgangs „Marketing en Communicatie“

### *Integration in die Ausbildung*

Das Projekt wird zum überwiegenden Teil im Differenzierungsbereich in dem Fach „Spezielle Betriebswirtschaftslehre: Berufswahlorientierung“ durchgeführt. Sie werden Unternehmen in der Euregio kennen lernen, sich intensiv mit verschiedenen Ausbildungsberufen auseinandersetzen, deutsche und niederländische Auszubildende kennenlernen und etwas über ihren Alltag erfahren.

### *Arbeitsweise*

Sie werden in dem Projekt selbstständiger und vom Lehrer unabhängiger arbeiten als Sie es aus traditionellem Unterricht gewohnt sind. Schon zu Beginn des Projekts werden auf nationaler und bi-nationaler Ebene Teams gebildet, die die Verantwortung für Projektaufgaben übernehmen, die selbstständig ihre Arbeitsschritte planen und ihre

---

<sup>1</sup> Aus Gründen der Einfachheit wird auf die Nennung der weiblichen Form verzichtet.

Arbeitsfortschritte überwachen. Ihre Lehrer werden Ihnen dabei unterstützend zur Seite stehen.

Die Kommunikation innerhalb der bi-nationalen Arbeitsgruppen erfolgt zum großen Teil digital über eine Internetplattform. Dort können z.B. in der Vorbereitungsphase der Messe Zwischenarbeitsergebnisse zur weiteren Bearbeitung durch die Partner hinterlegt werden.

Über die Kooperation im virtuellen Raum hinaus sind mehrere bi-nationale Begegnungstage vorgesehen, an denen alle Teilnehmer real zusammenkommen. Einer dieser Projektstage wird als Workshop zur Vorbereitung der Messe organisiert werden; ein anderer dient dem Aufbau der Messestände. Die Messe selbst wird der Höhepunkt der Zusammenarbeit sein und die Projektteilnehmer als „Mitarbeiter von Unternehmen“ mit einem größeren Publikum aus der Euregio zusammenbringen.

#### *Bewertung&Normierung*

Die Leistungen, die von Ihnen im Rahmen des Projekts erbracht werden, gehen in Ihre „Sonstigen Leistungen“ ein und wirken sich damit direkt auf Ihre Zeugnisnote aus. Zentraler Bestandteil der Projektleistung wird die Präsentation über ein Unternehmen sein, die Sie an dem Messetag zu halten haben.

Die von den Arbeitsgruppen zu führenden Gruppenprotokolle werden eingesammelt werden. Außerdem werden Ihre Lehrer z.B. festhalten, welche organisatorischen Tätigkeiten Sie zur Vorbereitung des gemeinsamen Events leisten, und wie Sie sich generell in die Gruppenarbeit einbringen.

Genauere Informationen über die Kriterien für die Beurteilung Ihrer Projektarbeit erhalten Sie von Ihren Lehrern in der zweiten Unterrichtseinheit des Projektes.

Über die Bewertung der Projektleistungen als Unterrichtsleistungen hinaus, wird Ihnen die erfolgreiche Teilnahme an dem Projekt durch ein Zertifikat bescheinigt werden, das Ihre Projektaktivitäten auflistet, und das sowohl von Vertretern Ihrer eigenen Schule als auch von Verantwortlichen der Partnerschule unterschrieben wird. Dieses Zertifikat werden Sie potentiellen Arbeitgebern bei Bewerbungen vorlegen können.

## Projekt

### *Einführung*

Die niederländischen und deutschen Projektteilnehmer richten gemeinsam eine eintägige Informationsmesse aus, auf der über zwanzig Unternehmen und Institutionen der Euregio vorgestellt werden.

Sie werden zu Beginn des Projekts mit Ihren Klassenkameraden Teams bilden, die sich wiederum mit niederländischen Teams zu größeren Organisationsgruppen zusammenschließen. Die Einrichtung dieser bi-nationalen Arbeitsgruppen erfolgt über eine Arbeits- und Kommunikationsplattform im Internet, die es den Teilnehmern während der gesamten Projektzeit ermöglicht, miteinander in Verbindung zu bleiben, Ziele zu vereinbaren und sich gegenseitig über Projektfortschritte zu informieren.

Die deutschen und die niederländischen Schüler werden jeweils in dem Einzugsgebiet ihrer Schule Informationen über dort ansässige Betriebe einholen. Sie werden Termine mit Unternehmensvertretern vereinbaren und diese selbstständig wahrnehmen. Die Rechercheergebnisse werden für Sie als Grundlage dienen, um Messestände über die Unternehmen zu gestalten. Außerdem werden Sie Präsentationen über die Unternehmen erstellen, die an dem Informationstag vorgestellt werden. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei für Sie inhaltlich neben allgemeinen Profilen der Unternehmen auf den von ihnen angebotenen Ausbildungs- und Praktikumsmöglichkeiten.

Während eines gemeinsamen eintägigen Workshops mit Ihren Partnern werden die Vorbereitungen für den Unternehmenstag weiter konkretisiert. Die deutsch-niederländischen Arbeitsgruppen übernehmen jeweils die Verantwortung für Themen wie „Raumaufteilung“, „Die Messe als Event“ oder „PR-Maßnahmen“. Nach dem Workshop wird die Arbeit an diesen Themen fortgesetzt.



Am Tag vor der Messe werden Sie wieder mit Ihren Partnern zusammenkommen, um gemeinsam die Stände aufzubauen und sich auf die Veranstaltung einzustimmen. An dem Unternehmenstag selbst, der einer breiteren euregionalen Öffentlichkeit zugänglich sein wird, präsentieren sich alle Projektschüler als Firmenvertreter und beantworten die Fragen der Besucher. Ein zuvor gemeinsam geplantes Vortrags- und Show-Programm wird den Messecharakter der Veranstaltung verstärken.

### *Durchführung*

Um Ihnen einen Überblick über das Gesamtprojekt zu geben, erhalten Sie im Folgenden einen Ablaufplan, aus dem hervorgeht, wieviele Unterrichtseinheiten es umfasst, welche Ziele jeweils angestrebt werden, und welche Kompetenzen Sie erwerben bzw. festigen werden. Die letzte Spalte, „Inhalte“, zeigt auf, was konkret in den einzelnen Unterrichtseinheiten getan wird.

*Planung*

## Vorbereitung und Durchführung eines deutsch-niederländischen Unternehmenstages

Nr	Dauer	Ziel(e)	Kompetenzen	Inhalte
1	90 Min.	Die Projektidee kennen lernen	Methodenkompetenz, Fachkompetenz	Die Schüler lernen die Projektidee sowie die wesentlichen Projekthinhalte und -anforderungen kennen. Gemeinsam wird ein Zeitplan für die gemeinsame Projektarbeit erstellt
2	90 Min.	Bildung der Projektgruppen; Zuteilung der Unternehmen	Methodenkompetenz, Sozialkompetenz	Die Schüler bilden Gruppen (4-5 Mitglieder) für die weitere Projektarbeit. Die Projekt-Unternehmen werden den einzelnen Gruppen zugeteilt (2 Betriebe pro Gruppe). Die Beurteilungsgrundlagen für die weitere Projektarbeit werden den einzelnen Gruppen transparent gemacht.
3	45 Min.	Kennenlernen der niederländischen Partnerschüler/ -gruppen	Methodenkompetenz, Sozialkompetenz	Inhalte Die Schüler legen Profile in der Lernplattform „It's learning“ an. Sie lernen so die niederländischen Partnerschüler und -gruppen kennen und kommunizieren erstmals miteinander. Diese Kommunikation über „It's learning“ wird im Verlauf der gesamten weiteren Projektarbeit fortgesetzt.
4	135 Min.	Informationsbeschaffung über die Projekt-Unternehmen	Fachkompetenz, Sozialkompetenz	Die Schüler sammeln mit Hilfe einer Internetrecherche Informationen über die ihnen zugeteilten Projekt-Unternehmen.
5	45 Min.	Organisation der eigenen Arbeitsschritte	Methodenkompetenz, Sozialkompetenz	Die einzelnen Gruppen erstellen einen detaillierten Arbeitsplan mit Zeiten, Aufgabenbereichen und Zuständigkeiten (z.B. „Wer nimmt Kontakt zu den Unternehmen auf?“, „Wer schreibt wann das Projekt-Protokoll?“ usw.)
6	90 Min.	Planung der Messeprodukte	Fachkompetenz, Sozialkompetenz	Die Schüler überlegen, wie sie die Messe-Stände gestalten möchten und was sie dafür benötigen. Sie erstellen eine Liste mit den von ihnen benötigten Materialien
7	270	Anfertigung der Produkte für die Messe-Stände	Fachkompetenz, Sozialkompetenz	Inhalte Die Schüler fertigen Informations-Plakate für die Messe-Stände an (Unternehmensprofile, Ausbildungsmöglichkeiten)
8	45	Erstellung des Handouts für den Workshop	Fachkompetenz, Methodenkompetenz	Die Schüler erstellen kurze Handouts über „ihre“ Projekt-Unternehmen für den Workshop. Mit Hilfe der Handouts informieren sie die niederländischen Partnerschüler auf dem Workshop über die Unternehmen.
9	Projekttag (Works	Persönliches Kennenlernen; Organisation der	Fachkompetenz, Sozialkompetenz	Die Schüler lernen die niederländischen Partnerschüler und -gruppen persönlich kennen.

	hop)	Zuständigkeiten		<p>In Zusammenarbeit mit ihren Partnergruppen stellen sie sich die Projekt-Unternehmen gegenseitig vor. Die Zuständigkeiten für die weitere Projektarbeit werden an die einzelnen Gruppen und ihre jeweiligen niederländischen Partnergruppen verteilt.</p> <p>Die Schüler arbeiten so an den</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inhaltsbereichen</li> <li>• Raumaufteilung</li> <li>• Organisation</li> <li>• Messe als Event</li> <li>• Ablauf der Messe (Szenario)</li> <li>• Medien/PR.</li> <li>• Sie präsentieren ihre Ergebnisse</li> </ul> <p>Im weiteren Projektverlauf kommunizieren die Partnergruppen im Rahmen ihrer Zuständigkeitsbereiche, holen Informationen ein und leiten sie weiter.</p>
10	270 Min.	Erstellung der Power Point-Präsentationen für die Messe	Fachkompetenz, Methodenkompetenz	Die Schüler erstellen Power Point-Präsentationen über die Projektunternehmen zur Vorstellung auf der Messe.
11	90 Min.	Probe der Präsentationen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz	Die Schüler proben die Power Point-Vorträge für die Messe.
12	45 Min.	Abstimmung mit den Projekt-Unternehmen	Sozialkompetenz	Die Schüler treffen telefonisch oder per Email letzte Abstimmungen mit den Projektbetrieben bzgl. der Präsentationen und Informationen an den Ständen
13	Projekttag	Vorbereitung/ Aufbau der Messe	Sozialkompetenz	Gemeinsam mit den niederländischen Partnerschülern werden die Messe-Stände aufgebaut und vorbereitet. Zudem wird eine Generalprobe der Vorträge durchgeführt. Am Abend gehen niederländische und deutsche Schüler gemeinsam bowlen.
14	Projekttag	Euregioer Unternehmenstag (Messe)	Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Sozialkompetenz	Die Schüler betreuen die Messe-Stände, informieren interessierte Besucher an den Ständen und halten die Vorträge zu „ihren“ Unternehmen.
15	180 Min.	Evaluation der Messe	Fachkompetenz, Methodenkompetenz	Die Schüler lernen das Instrument der Evaluation kennen. Gemeinsam erstellen sie eine Liste der zu evaluierenden Bereiche. In den Gruppen wird die Evaluation durchgeführt. Die Evaluationsergebnisse präsentieren die Schüler durch eine Power Point-Präsentation.

### *Unterrichtseinheiten & Arbeitsaufträge*

Nachdem Sie nun schon in etwa wissen, was in dem Projekt auf Sie zukommt, werden im Folgenden die einzelnen Unterrichtseinheiten genauer beschrieben.

Es macht Sinn, diese Beschreibungen jeweils zur Vorbereitung auf Projektstunden oder –Tage durchzulesen. Konkrete Arbeitsaufträge sowie Materialien, die Sie zur Erledigung der Aufgaben benötigen, werden Ihnen von Ihren Lehrern zu gegebener Zeit zur Verfügung gestellt werden, oder Sie werden sie im Verlauf der Projektarbeit selbst erstellen.

*Sammeln Sie alle Projektunterlagen in diesem Hefter, und bringen Sie ihn immer zum Projektunterricht mit!*

Viel Spaß bei der Vorbereitung und Durchführung des euregionalen Unternehmenstages.

#### **Darstellung Unterrichtseinheit 1**

Sie erhalten Informationen über die Projektidee, den Projektaufbau und die –inhalte.

Dann haben Sie die Möglichkeit, Fragen zu stellen.

Gemeinsam wird in der Projektklasse ein Ablaufplan über die im Folgenden anfallende Projektarbeit erstellt, damit jeder Schüler sich immer wieder darüber informieren kann, welche Teilschritte schon getan sind, und was noch geleistet werden muss.

#### **Darstellung Unterrichtseinheit 2**

In der Projektklasse werden Gruppen mit 4-5 Mitgliedern gebildet. In diesen Gruppen werden Sie im weiteren Verlauf des Projekts zusammenarbeiten. Die einzelnen Gruppen erhalten die Namen der von ihnen zu betreuenden Projekt-Unternehmen.

Im Anschluss an die Gruppenbildung erhalten Sie Informationen über die Grundlagen der Beurteilung der Projektarbeit.

#### **Darstellung Unterrichtseinheit 3**

Sie legen Profile auf der Lernplattform an, die auch von den niederländischen Partnerschülern genutzt wird. So können Sie sich über Ihre Profile erstmalig kennen lernen und über die Plattform kommunizieren.

Darüber hinaus werden den einzelnen Gruppen im Hinblick auf die weitere Projektarbeit niederländische Partnergruppen zugewiesen. Im Rahmen der Lernplattform entstehen so kleine Büros, mit deren Hilfe die einzelnen Gruppen kommunizieren, Informationen einholen und austauschen können.

#### **Darstellung Unterrichtseinheit 4**

Sie sammeln in Ihrer Gruppe Informationen über die Ihnen zugeteilten Projekt-Unternehmen.

Hierzu nutzen Sie insbesondere das Internet als Informationsquelle. Eventuell auftretende Fragen oder Unklarheiten werden aufgeschrieben und können später mit den Vertretern der Unternehmen im persönlichen Gespräch geklärt werden. Abschließend tauschen Sie sich über die im Rahmen der Internetrecherche gesammelten Informationen aus und halten diese schriftlich fest.



#### **Darstellung Unterrichtseinheit 5**

Sie erstellen in ihren Gruppen einen detaillierten Arbeitsplan, in dem Sie festhalten, welche Aufgaben die Gruppe in der nächsten Zeit zu erledigen hat, wie viel Zeit für die Erledigung dieser Aufgaben zur Verfügung steht und welches Gruppenmitglied sich für die einzelnen Aufgaben verantwortlich zeigt, z.B. wer nimmt Kontakt zu den Unternehmen



auf und vereinbart Termine, wer schreibt zu welchem Arbeitsschritt das Projekt-Protokoll usw.

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 6***

Sie erarbeiten in Ihren Gruppen Ideen zur Gestaltung der Messe-Stände. Sie überlegen, welche Informationen über die Unternehmen Sie an den Ständen ausstellen wollen und in welcher Form dies geschehen soll. Abschließend erstellen Sie eine Liste über die von Ihnen benötigten Materialien zur Anfertigung der Messe-Produkte. Diese Liste wird beim Lehrer abgegeben, so dass dieser die notwendigen Materialien besorgen kann.

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 7***

Sie fertigen die Informationsmaterialien für die Messe-Stände an. Hierbei kann es sich um Plakate, Grafiken, Fotos oder auch um Handzettel mit relevanten Informationen handeln, die an den Ständen zur Mitnahme für interessierte Besucher ausgelegt werden. Inhaltlich sollen an den Ständen die jeweiligen Unternehmensprofile sowie vor allem die Ausbildungsmöglichkeiten bei den Projekt-Unternehmen vorgestellt werden.

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 8***

Sie erstellen kurze Handouts über die von Ihnen betreuten Projekt-Unternehmen. Mit Hilfe dieser Handouts werden Sie am Projekttag (Unterrichtseinheit 9) „Ihre“ Betriebe den niederländischen Partnerschülern vorstellen. Sie müssen beachten, dass die Handouts nur zur Unterstützung dienen, und die eigentliche Informationsübermittlung verbal geschehen wird.

Auf diese Kurzvorträge sollen sich die einzelnen Gruppen nach der Verschriftlichung des Handouts vorbereiten.

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 9***

Bei dieser Unterrichtseinheit handelt es sich um einen Projekttag, der als gemeinsamer Workshop zur Vorbereitung der Messe konzipiert ist. Am Morgen des Projekttag werden Sie über das genaue Programm informiert.

Es wird für Sie aufregend sein, Ihre niederländischen Partner persönlich kennen zu lernen. Sie werden sich gegenseitig über Ihre bisherigen Arbeitsergebnisse informieren.



Im weiteren Verlauf des Tages werden die bi-nationalen Gruppen verschiedene Aufgaben übernehmen, deren Erledigung für das Gelingen der Messe unabdingbar ist. Sie betreffen die Inhaltsbereiche

- Raumaufteilung
- Organisation
- Messe als Event
- Ablauf der Messe (Szenario)
- Medien/PR.

Die bi-nationalen Teams präsentieren ihre Ergebnisse der Gesamtgruppe.

In den nächsten Wochen werden die Arbeitsgruppen die von ihnen auf dem Workshop übernommenen Aufgaben eigenverantwortlich und selbstständig erledigen. Die Abstimmung darüber mit den niederländischen Partnern erfolgt durch die Gruppensprecher über die Internet-Plattform.

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 10***

Sie erstellen Power Point-Präsentationen, mit deren Hilfe Sie auf der Messe „Ihre“ Projektunternehmen sowie die dortigen Ausbildungsmöglichkeiten im Rahmen eines Vortrags vorstellen. Über die Erstellung der Präsentation hinaus müssen sich die Gruppen

beraten, wer die Präsentation übernimmt, und wer während der Präsentation auf der Messe die Betreuung des Standes gewährleistet.

Darüber hinaus werden Sie rekapitulieren, was Sie an der Schule bereits über Power Point-Vorträge gelernt haben und worauf Sie besonders achten sollten. Die Ergebnisse dieser wiederholenden Erarbeitung werden Sie auf Ihre eigene Präsentation und Ihren eigenen Vortrag anwenden.

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 11***

Sie proben die Vorträge der Power Point-Präsentationen, mit deren Hilfe Sie auf der Messe „Ihre“ Projektunternehmen sowie die dortigen Ausbildungsmöglichkeiten vorstellen.

Die jeweils zuhörenden Schüler geben den Vortragenden Schülern unter Beachtung der entsprechenden Verhaltensregeln ein Feedback zur Präsentation. Dabei handelt es sich sowohl um ein inhaltliches Feedback als auch um ein Feedback im Hinblick auf die Vortragstechnik.

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 12***

Sie treffen telefonisch oder per Email letzte Abstimmungen mit den Projekt-Unternehmen. Hierbei geht es insbesondere darum, das Einverständnis der Unternehmen bezüglich der Informationen an den Ständen und der Power Point-Präsentationen einzuholen und eventuelle Anmerkungen und Änderungswünsche einzuarbeiten.

Darüber hinaus können letzte Absprachen getroffen werden, welche Materialien von Seiten der Unternehmen für die Messe zur Verfügung gestellt werden, wann diese übergeben werden usw.

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 13***

Sie werden zwei Projekttag mit Ihren niederländischen Partnerschülern verbringen (Unterrichtseinheit 13 und 14).

Nach der Ankunft der niederländischen Partnerschüler werden alle Schüler über das Programm für die beiden kommenden Tage informiert. Dann werden die Räumlichkeiten für die Messe hergerichtet, die Messe-Stände aufgebaut und vorbereitet sowie die technische Ausrüstung installiert und getestet.

Darüber hinaus wird eine Generalprobe der Vorträge durchgeführt. Am Abend findet eine gemeinsame Veranstaltung statt, die das Zusammengehörigkeitsgefühl zwischen Ihnen und Ihren Partnern stärken wird, so dass Sie positiv gestimmt in den nächsten Tag gehen werden.

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 14***

Dieser Projekttag ist der Höhepunkt des Projektes. Nach einer gemeinsamen Vorbereitungsphase in den Messeräumen wird die Veranstaltung eröffnet. Sie betreuen Ihre Messe-Stände, informieren interessierte Besucher und präsentieren Ihre Power Point-Vorträge. Die Reihenfolge der Vorträge und das zuvor gemeinsam geplante Rahmenprogramm sind in einer Programmübersicht aufgelistet, die den Besuchern ausgehändigt wird.

Alle Gäste werden aufgefordert an einem Quiz teilzunehmen. Die Beantwortung der darin aufgeführten Fragen setzt voraus, dass die Informationsmedien an den Ständen aufmerksam studiert bzw. die Betreuer der Stände befragt werden. Es ist deshalb damit zu rechnen, dass viele Besucher Ihnen zu Ihrem Unternehmen Fragen stellen.

Nach Beendigung der offiziellen Öffnungszeit der Messe beteiligen sich alle Schüler an den Aufräumarbeiten.



### ***Darstellung Unterrichtseinheit 15***

Sie lernen das Instrument der Evaluation kennen. Gemeinsam erarbeiten Sie eine Liste von Projektbereichen, die evaluiert werden sollen. Diese Liste bringen Sie in eine sinnvolle Reihenfolge und bewerten die einzelnen Bereiche. Dabei ist zu beachten, dass alle Wertungen hinreichend begründet werden.

Für die Bereiche, die negativ beurteilt wurden, sollten Sie - wenn möglich - Verbesserungsvorschläge anbringen.

Die Ergebnisse Ihrer Evaluation präsentieren Sie mit Hilfe eines Power Point-Vortrags der Gesamtgruppe. So ergibt sich die Möglichkeit, Verständnisfragen zu stellen und Verbesserungsvorschläge/Alternativlösungen zu diskutieren.

### ***Abschluss***

Einige Tage nach dem euregionalen Unternehmenstag bedanken sich die Partnerschulen schriftlich bei den teilnehmenden Unternehmen für ihre Unterstützung während der Projektzeit. Außerdem holen die Projektschulen bei Besuchern der Messe – Mitarbeitern von Unternehmen, Lehrern von Zubringerschulen etc. – ein Feedback zu der Veranstaltung ein.

Die niederländischen und deutschen Partner informieren sich gegenseitig über dieses Feedback und über die Ergebnisse ihrer eigenen Projektevaluation.

Einige Wochen nach der gemeinsamen Veranstaltung kommen die Projektbeteiligten zu einer Abschlussveranstaltung zusammen, die der Pflege des Wir-Gefühls dient und die Schüler motiviert, auch über das Projekt hinaus Kontakt miteinander zu pflegen.

Die an dem Projekt beteiligten Schüler werden ermuntert, sich für ein Praktikum im Nachbarland bei einem der ausstellenden Unternehmen zu bewerben. Sie erhalten in diesem Fall Unterstützung durch die Projektlehrer für den Bewerbungsvorgang, die Suche nach einer Gastfamilie usw..

## Anlagen zum Unternehmenstag-Projekt

Anlage Nr.	Titel
<b>1</b>	Übersicht
<b>2</b>	Ablaufplan
<b>3</b>	Tafelbild „Beurteilung“
<b>4</b>	Projekt-Protokoll
<b>5</b>	Arbeitsauftrag
<b>6</b>	Breaking-the-ice
<b>7</b>	Arbeitsaufträge binationale GA
<b>8</b>	Messe-Präsentation ITC (Power Point)
<b>9</b>	Tagesprogramm
<b>10</b>	Quizfragen
<b>11</b>	Informationsblatt Evaluation
<b>12</b>	Liste der zu evaluierenden Bereiche
<b>13</b>	Arbeitsauftrag Evaluation
<b>14</b>	Power Point Evaluation (Beispiel)
<b>15</b>	Projektbeschreibung für Interessierte
<b>16</b>	Einladung externe Besucher
<b>17</b>	Einladung schulintern
<b>18</b>	Beispiel-Dankeschreiben
<b>19</b>	Pressemitteilung
<b>20</b>	Artikel Rheinische Post
<b>21</b>	Artikel Internet (Schulhomepage)
<b>22</b>	Zertifikat

## Anlage 1: Übersicht des Projekts

### Projekt zur Berufswahlorientierung:

#### „Verleg Deine Grenze“ - Vorbereitung und Durchführung einer Ausbildungs-Informations-Messe“

##### **Projektbeteiligte:**

- Berufskolleg Viersen (HH 71)
- ROC de Leijgraaf (NL); Bildungsgang „Marketing“

##### **Projektidee:**

- Organisation einer Messe/ Ausstellung, auf der Schüler verschiedene Unternehmen der Region präsentieren.
- Dabei sollen sowohl allgemeine Informationen über die Unternehmen zur Verfügung gestellt werden (Unternehmensprofil) als auch speziell die Ausbildungs- und Praktikumsmöglichkeiten in den verschiedenen Unternehmen vorgestellt werden (Schwerpunkt).

##### **Projektzeitraum**

- August 2007 bis Januar 2008
- gemeinsamer Workshop am 16.11.07
- Termin der Messe: **Mittwoch, 16. Januar 2008**

##### **Projektziele**

- Verschiedene Unternehmen in der Region Viersen und in den Niederlanden kennen lernen
- Informationen zu verschiedenen Ausbildungsberufen erhalten
- Praktikumsmöglichkeiten kennen lernen (und ggf. nutzen; auch in NL?)
- Kontakte zu Mitarbeitern in den verschiedenen Unternehmen herstellen
- Auszubildende in den verschiedenen Unternehmen kennen lernen und an deren Erfahrungen/ Kenntnissen teilhaben
- Weitgehend selbständige Erarbeitung der Messeprodukte in Kleingruppen; Stärkung der Teamfähigkeit und Zuverlässigkeit durch die eigenverantwortliche Arbeit
- Reflexion von Arbeitsprozessen durch ein gemeinsames Projekt-Protokoll
- Organisation und inhaltliche Vorbereitung von Gesprächsterminen und Gesprächen (mit den Verantwortlichen der jeweiligen Unternehmen)
- Vertiefung der Computerkenntnisse durch die Arbeit mit dem Internet und MS Office

## **Anlage 2: Ablaufplan**

### **Projekt-Ablaufplan: Verleg Deine Grenze!**

1. Bildung der Projektgruppen (4-5 Gruppentmitglieder); Zuteilung der Projekt-Unternehmen auf die einzelnen Gruppen
2. Information über das Verfahren und die Bestandteile der Beurteilung der Projektarbeit
3. Kennen lernen der niederländischen Partnerschüler (Lernplattform „It's learning“)
4. Internetrecherche der einzelnen Gruppen über die Projekt-Unternehmen
5. Erstellung eines Arbeitsplans durch die einzelnen Gruppen (Aufgabenbereiche und Zuständigkeiten)
6. Kontaktaufnahme und Terminvereinbarung mit den Projekt-Unternehmen
7. Ideensammlung zur Gestaltung der Messe-Stände und Messe-Produkte; Aufstellung einer Liste über das benötigte Material
8. Realisierung der Messe-Produkte
9. Erstellung von Handouts über die Projekt-Unternehmen zur Nutzung auf dem Workshop
10. Workshop mit den niederländischen Partnerschülern am BK Viersen
11. Erstellung der Power Point-Präsentationen für die Messe
12. Proben der Vorträge; Abgabe der Projekt-Protokolle
13. Vorbereitung/Aufbau der Messe
14. Messe
15. Evaluation der Messe

### Anlage 3: Tafelbild „Grundlagen der Beurteilung“

#### Grundlagen der Beurteilung der Projektarbeit

- Beteiligung an gemeinsamen Erarbeitungsphasen
- Beobachtungen des Lehrers über das Verhalten während der Gruppenarbeitsphasen
- Eigene Bewertung der Gruppen über das Arbeitsverhalten am Ende des Projekts (auch für die außerunterrichtliche Arbeit, die vom Lehrer nicht zu beobachten ist)
- Projekt-Protokolle:
  - o Werden zu jeder Arbeitsphase (auch außerunterrichtlichen) geschrieben
  - o Rotationsprinzip
  - o Die Protokolle zu jeder Arbeitsphase sind in der jeweils darauf folgenden Woche beim Lehrer abzugeben
  - o Die Protokolle werden in einer Mappe gesammelt
- Handouts
- Messe-Präsentationen
- Evaluation des Projekts

Hinweis: Die Gestaltung der Messe-Stände fließt nicht in die Beurteilung an, da diese stark von der Kooperationsbereitschaft der Unternehmen abhängt und somit von Seiten der Schüler nur bedingt zu beeinflussen ist.

# Projekt-Protokoll

## Gruppe 1

### Namen der Gruppenmitglieder

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

### Unternehmen:

---



**Projektphase 1:**

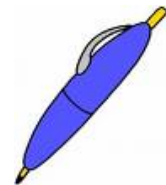
*Kurze Beschreibung der Inhalte und Arbeitsschritte:*

*Was klappte gut...*

*Wo gab es Probleme...*

## Anlage 5: Arbeitsauftrag

1. Erstellen Sie in Ihren Gruppen einen detaillierten Plan über die Arbeitsschritte, die bis zur Messe im Januar noch erledigt werden müssen. Denken Sie daran, **alle notwendigen Arbeiten** einzubeziehen, z.B. auch die Kontaktaufnahme zu den Unternehmen sowie den gemeinsamen Workshop im November.
2. Überlegen Sie dann gemeinsam, wie viel Zeit sie für die einzelnen Aufgaben benötigen dürfen, um bis zur Messe alle Arbeiten erledigt zu haben. Bedenken Sie, dass es sinnvoll sein kann, einen **zeitlichen Puffer** einzuplanen, falls sich die Erledigung einer Aufgabe mal verzögern sollte.
3. Einigen Sie sich abschließend darauf, welches Gruppenmitglied sich für die einzelnen Aufgaben verantwortlich zeigt. Diese Person hat jeweils darauf zu achten, dass die anfallenden Arbeiten fristgerecht erledigt werden.
4. Alle Gruppenmitglieder halten den Arbeitsplan schriftlich fest. Ein Exemplar muss am Ende der heutigen Unterrichtsstunde abgegeben werden!



## Anlage 6: Karten für die Breaking-the-ice activity

### a) für niederländische Schüler

<p><i>Finde jemanden, ...</i> <b>1</b></p> <p>1) der Ski fahren kann _____</p> <p>2) der keinen Führerschein hat _____</p> <p>3) der an demselben Tag Geburtstag hat wie du _____</p> <p>4) der schon einmal im Fernsehen war _____</p> <p>5) der den Namen der niederländischen Königin weiß _____</p>	<p><i>Finde jemanden, ...</i> <b>2</b></p> <p>1) der noch nie mit dem Flugzeug geflogen ist _____</p> <p>2) der kein Kaugummi mag _____</p> <p>3) dessen Vater „Peter“ heißt _____</p> <p>4) der weiß, was „Ich liebe dich“ auf Niederländisch heißt _____</p> <p>5) der in Elmt woht _____</p>
<p><i>Finde jemanden, ...</i> <b>3</b></p> <p>1) der heute noch nicht Bus gefahren ist _____</p> <p>2) der noch nie geraucht hat _____</p> <p>3) der zwei Schwestern hat _____</p> <p>4) der heute vor sechs Uhr aufgestanden ist _____</p> <p>5) der noch nie an der holländischen Küste („kust“) war _____</p>	<p><i>Finde jemanden, ...</i> <b>4</b></p> <p>1) der mehr als sechs Tassen Kaffee oder Tee pro Tag trinkt _____</p> <p>2) dessen Vater oder Mutter aus den Niederlanden kommt _____</p> <p>3) der zwei Brüder hat _____</p> <p>4) der schon einmal in Schottland war _____</p> <p>5) der ein Musikinstrument spielt _____</p>
<p><i>Finde jemanden, ...</i> <b>5</b></p> <p>1) der Noten lesen kann _____</p> <p>2) der keinen Alkohol trinkt _____</p> <p>3) der nicht heiraten möchte _____</p> <p>4) der heute vor sechs Uhr aufgestanden ist _____</p> <p>5) der noch nie an der holländischen Küste war _____</p>	<p><i>Finde jemanden, ...</i> <b>6</b></p> <p>1) der keine Noten lesen kann _____</p> <p>2) der heute noch nicht gefrühstückt hat _____</p> <p>3) der eine(n) Verlobte(n) („verloofde“) hat _____</p> <p>4) der Mathematik hasst _____</p> <p>5) der schon einmal in Amsterdam war _____</p>
<p><i>Finde jemanden, ...</i> <b>7</b></p> <p>1) der in Mönchengladbach geboren wurde _____</p> <p>2) der gestern nach 24:00 Uhr ins Bett ging _____</p> <p>3) der jeden Tag Fernsehen guckt _____</p> <p>4) der ein Fan von Bayern München ist _____</p> <p>5) der kein Bier mag _____</p>	<p><i>Finde jemanden, ...</i> <b>8</b></p> <p>1) der in einem kleinen Dorf wohnt _____</p> <p>2) der keine Hamburger mag _____</p> <p>3) der vier oder mehr Geschwister hat _____</p> <p>4) der dasselbe Hobby hat wie du _____</p> <p>5) der einen Mercedes oder BMW fährt _____</p>

b) für deutsche Schüler

<p><i>Finde jemanden, ...</i> <b>1</b></p> <p>1) der Extremsport macht _____</p> <p>2) der letzten Samstag im Kino war _____</p> <p>3) der jünger als 18 ist _____</p> <p>4) dessen Vater Jan heißt _____</p> <p>5) der zum ersten Mal in Deutschland ist _____</p>	<p><i>Finde jemanden, ...</i> <b>2</b></p> <p>1) der in einer Band spielt oder singt _____</p> <p>2) der kein Kaugummi mag _____</p> <p>3) der das jüngste Kind in seiner Familie ist _____</p> <p>4) der schon einmal im Kölner Dom war _____</p> <p>5) der Emails hasst _____</p>
<p><i>Finde jemanden, ...</i> <b>3</b></p> <p>1) der nie zu McDonald's geht _____</p> <p>2) der alleine wohnt _____</p> <p>3) der jeden Tag die Nachrichten guckt _____</p> <p>4) der zu Hause geboren wurde _____</p> <p>5) der schon einmal in Deutschland Urlaub gemacht hat _____</p>	<p><i>Finde jemanden, ...</i> <b>4</b></p> <p>1) der noch nie im Krankenhaus war _____</p> <p>2) der im November Geburtstag hat _____</p> <p>3) der schon mehr als drei verschiedene Jobs hatte _____</p> <p>4) der Angst vorm Fliegen hat _____</p> <p>5) der einen Hund hat _____</p>
<p><i>Finde jemanden, ...</i> <b>5</b></p> <p>1) der an einer Universität studieren möchte _____</p> <p>2) der denselben Sport betreibt wie du _____</p> <p>3) der schon Onkel bzw. Tante ist _____</p> <p>4) der mehr als 20 Bücher pro Jahr liest _____</p> <p>5) der noch nie im Internet gechattet hat _____</p>	<p><i>Finde jemanden, ...</i> <b>6</b></p> <p>1) der letzte Woche auf einer Fête war _____</p> <p>2) der normalerweise nicht frühstückt _____</p> <p>3) der sich vorstellen kann, in Deutschland zu leben _____</p> <p>4) der Briefmarken sammelt _____</p> <p>5) der schon einmal in Berlin war _____</p>
<p><i>Finde jemanden, ...</i> <b>7</b></p> <p>1) der ein Terrarium hat _____</p> <p>2) der mindestens einmal pro Woche Pizza isst _____</p> <p>3) der ein bisschen Angst hat, im Deutschen Fehler zu machen _____</p> <p>4) der den Namen des deutschen Bundespräsidenten weiß _____</p> <p>5) der regelmäßig Zug fährt _____</p>	<p><i>Finde jemanden, ...</i> <b>8</b></p> <p>1) der gestern Abend nicht Fernsehen geschaut hat _____</p> <p>2) der keine Pommes mag _____</p> <p>3) der vier oder mehr Geschwister hat _____</p> <p>4) der dasselbe Hobby hat wie du _____</p> <p>5) der ein deutsches Auto fährt _____</p>
<p><i>Finde jemanden, ...</i> <b>9</b></p> <p>1) der gerne Karaoke macht _____</p>	<p><i>Finde jemanden, ...</i> <b>10</b></p> <p>1) der in seiner Freizeit schauspielert _____</p>

2) der keinen Kuchen mag _____ 3) der regelmäßig in die Kirche geht _____ 4) der ein seltenes Hobby hat _____ 5) der nicht gerne reist _____	2) der gerne kocht _____ 3) der in demselben Monat Geburtstag hat wie du _____ 4) der ein Fan von Ajax Amsterdam ist _____ 5) der ein Morgenmuffel ist _____
<i>Finde jemanden, ...</i> <b>11</b>	<i>Finde jemanden, ...</i> <b>12</b>
1) der den Geburtstag seiner Mutter kennt _____ 2) der kein Handy hat _____ 3) der ein typisch deutsches Gericht kennt _____ 4) der mehr als einen Vornamen hat _____ 5) der Weihnachten nicht feiert _____	1) der Motorrad fährt _____ 2) dessen Vater oder Mutter nicht aus den Niederlanden kommt _____ 3) der keinen Nebenjob hat _____ 4) der schon einmal in Australien war _____ 5) der Fisch hasst _____
<i>Finde jemanden, ...</i> <b>13</b>	
1) der gerne Musicals mag _____ 2) der kein Fahrrad hat _____ 3) der regelmäßig in die Sauna geht _____ 4) der später gerne im Ausland leben möchte _____ 5) der sein Bett nicht selbst macht _____	

## Anlage 7: Arbeitsaufträge für die binationale Gruppenarbeit

Workshop „Schüler bereiten eine euregionale Messe vor“ (16.11.2007)

im Rahmen des Euregio-Projekt des ROC de Leijgraaf und des BK Viersen 2007/08

### AUFGABENBLATT Gruppe 1

#### Thema Raumaufteilung

Machen Sie einen **Entwurf für das Layout der Messeräume!**

Wie sollen die „Messehallen“ aussehen? Wie sollen die einzelnen Stände aufgebaut sein?

Gehen Sie durch die Räume und versuchen Sie sich vorzustellen, wie sie am Tag der Messe wirken sollen.

Bitte machen Sie im Einzelnen Entwürfe für die folgenden Räumlichkeiten:

a) **die Aula** -

Dies ist der Raum, in dem die Stände der circa 20 Unternehmen aufgebaut werden. Nach welchen Kriterien sollen sie angeordnet werden? Wie sollen die Stände im Raum verteilt werden?  
Wie stellen Sie sich den Aufbau der einzelnen Stände vor?



b) **der Filmraum** -

Dies ist der Raum, in dem Präsentationen über einzelne Unternehmen gehalten werden. Außerdem soll hier ein „Rahmenprogramm“ (Musikvorführungen etc.) dargeboten werden. Wie soll dieser Raum für den Tag der Messe ausgestattet werden?



c) **der Aufenthaltsraum** -

Dieser Raum soll am Tag der Messe für Restauration genutzt werden. Schüler einer Klasse des Berufskolleg werden hier Speisen und Getränke zum Verkauf anbieten. Wie könnte der Raum funktional und gleichzeitig ansprechend eingerichtet werden?



## **AUFGABENBLATT Gruppe 2**

### **Thema Organisation**

**Benennen Sie organisatorische Maßnahmen, die für die Messe getroffen werden müssen, um folgende Ziele zu erreichen:**

- a) **maximale Übersichtlichkeit und Klarheit**
- b) **Bequemlichkeit für die Besucher**
- c) **Praktikabilität für die Abläufe am Messetag.**



Versetzen Sie sich in die Lage eines Besuchers der Messe, und überlegen Sie, was getan werden kann, damit er sich einfach orientieren kann, damit er findet, was er sucht, und damit er den Messebesuch als so bequem und angenehm wie möglich empfindet.

Welche Maßnahmen können dazu beitragen, dass sich Besucher gut informiert aber nicht mit Informationen überladen fühlen?

Bedenken Sie auch, welche Sicherheitsvorkehrungen ggfs. zu treffen sind, damit das Zusammentreffen so vieler Menschen an einem Ort reibungslos funktioniert.

Hier ein paar Tipps:

- Bedenken Sie, dass die Ankunft eines Messebesuchers auf dem Parkplatz beginnt!
- Überlegen Sie, wie der Eingangsbereich der Schule am Tag der Messe genutzt werden kann! Es gibt dort z.B. die Möglichkeit, Informationen per „Laufschrift“ zu geben.
- Es wird unter den Messebesuchern auch „Ehrengäste“ geben, die besondere Aufmerksamkeit erfordern.

### **AUFGABENBLATT Gruppe 3**

#### **Thema Messe als Event**

Stellen Sie dar, welche Maßnahmen getroffen werden können, damit die Messe den Charakter eines „Event“ bekommt!

Überlegen Sie, wie Sie die richtige Atmosphäre auf der Messe wecken können, d.h. wie sie lebendig und attraktiv wird, so dass die Besucher und Aussteller sie positiv im Gedächtnis behalten!

Entwickeln Sie z.B. Ideen für mögliche „Highlights“, die die Messe zu einem besonderen Erlebnis machen! Bedenken Sie jedoch auch,

- a) dass eine Messe keine reine Show-Veranstaltung ist, und dass das Gleichgewicht zwischen Seriosität und Spaß bewahrt werden muss.
- b) dass die von Ihnen geplanten Maßnahmen realistisch durchführbar und bezahlbar sein müssen.





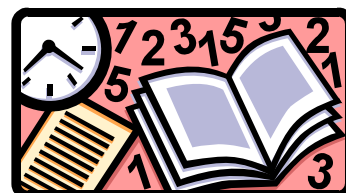
### **AUFGABENBLATT Gruppe 4**

Thema Szenario / Drehbuch

### **Machen Sie einen Entwurf für ein Szenario der Messe, in dem die auf ihr stattfindenden Abläufe dargestellt werden.**

Folgende Ablaufelemente stehen schon fest:

- Die Stände der Unternehmen in der Aula werden jeweils von den für sie zuständigen Projektschülern sowie evtl. einigen Vertretern der Unternehmen betreut.
- Als Besucher der Messe sind folgende Personen zu erwarten:
  - Weitere Schüler und Lehrer des ROC de Leijgraaf und des BK Viersen
  - Schüler von „Zubringerschulen“ (Sekundarstufe I) des BK Viersen
  - Weitere Mitarbeiter der ausstellenden Unternehmen
  - Vertreter des Kreises Viersen
  - Vertreter der Euregio und anderer Organisationen etc.
- Es ist wünschenswert, dass die Projektschüler an den Ständen möglichst viele Gespräche über „ihre“ Unternehmen mit Besuchern führen. Deshalb werden die anderen Schüler des ROC de Leijgraaf und des BK Viersen mit Arbeitsaufträgen ausgestattet werden, die sie nur mit Hilfe der Spezialisten an den Ständen erfüllen können.
- Die Projektschüler an den Ständen sollen die von ihnen geführten Gespräche schriftlich dokumentieren.
- Zu bestimmten Zeiten sollen im Filmraum des BK Viersen (PowerPoint-) Präsentationen einzelner Unternehmen vorgeführt werden. Außerdem soll dort ein „Rahmenprogramm“ (Musikvorführungen etc.) dargeboten werden.



*Wichtige Information für die Arbeit dieser Gruppe:*

*Es ist notwendig, dass in dieser Arbeitsgruppe die niederländischen Schüler ihren deutschen Partnern erklären, was sie bereits über das Szenario einer Messe gelernt haben.*

### **AUFGABENBLATT Gruppe 5**

**Thema Werbe-Maßnahmen für die Messe**

**Stellen Sie dar, welche Werbemaßnahmen und weiteren PR-Maßnahmen durchgeführt werden müssen, um die Messe bekannt zu machen und zu einem Erfolg zu führen.**

Überlegen Sie, wie die eingeplanten Besuchergruppen sowie die weitere Öffentlichkeit über die Messe informiert werden sollen und wie ihr Interesse daran geweckt werden kann.

Welche Medien sollten eingesetzt werden? Welche Informationen sollten in ihnen transportiert werden? Entwickeln Sie Ideen für Farbgestaltung und Design.

Bitte denken Sie auch darüber nach, wie eine Pressemappe für die Redaktionen von Zeitungen aussehen sollte. Welche Informationen müsste sie enthalten?

Versuchen Sie bei Ihren Überlegungen im Blick zu behalten, dass die von Ihnen geplanten Werbemaßnahmen realistisch durchführbar und bezahlbar sein müssen!



**Your better world of logistics!**



## Präsentationsüberblick:

1. ITC stellt sich vor
2. Zahlen, Daten und Fakten
3. Ausbildung als Kaufmann/-frau für Spedition und Logistik
4. Ausbildung als Fachkraft für Lagerlogistik
5. Ansprechpartner



# ITC stellt sich vor

Die strategische Ausrichtung der ITC Logistic Ges. mbH ist ein Full Service über die kontrollierte Beschaffung, Verwaltung, Lagerhaltung und Distribution sowohl National, International und Weltweit.

✓ **Gründungsjahr**

1975 durch Herrn Giuseppe Luce

✓ **Geschäftsführer**

Wolf-Peter Korth

✓ **Hauptsitz**

Willich- Schiefbahn

✓ **Niederlassungen**

ITC Bergamo, Italy

ITC Padova, Italy

ITC Rom, Italy

ITC Paris, France

ITC Koblenz, Germany

ITC Rimini, Italy

ITC Verona, Italy

ITC Brasov, Romania

ITC Stuttgart, Germany



# Transporte mit ITC

## Unser Service International

- ✓ **Transportberatung**  
direkter kompetente Ansprechpartner  
kurze und direkte Entscheidungswege
- ✓ **Auswahl und Kalkulation der Besten Transportwege**  
kundenorientierte Preiskalkulation
- ✓ **Transportabwicklung per See**  
all In Service
- ✓ **Besorgung der Notwendigen Importdokumente  
Einfuhrabfertigung/Verzollung**  
alle Abwicklungen am Zoll werden durch uns abgewickelt



# Transporte mit ITC

## Unser Service International

- ✓ **Voravisierung an Ihren Kunden**  
telefonisches Avis der Punkt genauen Zustellung
- ✓ **Angebotene Relationen**  
Europa Flächendenken inkl. Nicht – EU-Länder und Übersee
- ✓ **Sammelgut, Teil- und Komplettladungen**  
täglich in 31 Zielstationen Europas
- ✓ **Beschaffungslogistik**  
ausschließlich vertragliche gebundenen Partner in Europa und Weltweit



# Transporte mit ITC

## Unser Service National

- ✓ **Sammelgut, Teil- und Komplettladungen**  
täglich Deutschlandweit
- ✓ **Express und Kurier**  
zeitgenaue Zustellung im vorgegebenen Fenster
- ✓ **Paketversand**  
in Übergabe an die Deutsche Post Express
- ✓ **Beschaffungslogistik**  
organisiert in der ILN (International Logistic Network)





# Transporte mit ITC

## Unser Service für See- und Luftfracht

### ✓ Consolidation Shipments

Die günstige Alternative, wenn's mal nicht ganz so schnell gehen muss. Auf unseren Hauptrelationen bieten wir regelmäßige Abflüge für Sammelgut.

### ✓ Direct Shipments

Wenn Ihre Sendung doch nicht warten kann – auch kein Problem, mit dem Direct-Shipment Service ist auch eine termingerechte Zustellung möglich.

### ✓ Charter Verkehr

Ein Komplet charter ist, anders als die normalen Linienflüge, nicht durch Standardmaße beschränkt, sondern wird von uns, nach Ihren individuellen Bedürfnissen, organisiert.

## Kaufmann/-frau für Spedition und Logistik

- ✓ **Ausbildungsdauer**  
im normal Fall dauert die Ausbildung 3 Jahre  
3 Monate Probezeit
- ✓ **Vorraussetzung**  
Fachoberschulreife (Realschulabschluss)
- ✓ **Mindestvorraussetzung**  
Hauptschulabschluss
- ✓ **Weiterbildungsmöglichkeiten**  
Verkehrsfachwirt (3 Jahre Vollstudium z.B. in Roermond,  
Niederlande)
- ✓ **Ausbildungsplätze bei ITC**  
3 pro Jahr (Tendenz aufsteigend)

## Kaufmann/-frau für Spedition und Logistik

### ✓ Schulische Voraussetzungen

Gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift

Geographische Kenntnisse

PC-Kenntnisse

Gute Noten in Rechnungswesen bzw. Mathematik

### ✓ Persönliche Voraussetzungen

Teamgeist

selbstbewusstes Auftreten

Flexibilität & Belastbarkeit

Einsatzbereitschaft & engagiertes Arbeiten

Organisationstalent und selbständiges Arbeiten

kommunikationsstark

## Kaufmann/-frau für Spedition und Logistik

✓ **Ausbildungsvergütung (brutto)**

1. Lehrjahr: 470,00 €
2. Lehrjahr: 550,00 €
3. Lehrjahr: 610,00 €



## Zu durchlaufende Abteilungen

- Nationale Disposition
- Logistik
- Buchhaltung
- Marketing
- Internationale Disposition
- Abrechnung
- Verkauf
- Lager
- See/Luft/Zoll

## Fachkraft für Lagerlogistik

- ✓ **Ausbildungsdauer**  
im normal Fall dauert die Ausbildung 3 Jahre  
3 Monate Probezeit
- ✓ **Vorraussetzung**  
Fachoberschulreife (Realschulabschluss)
- ✓ **Ausbildungsvergütung**
  1. Lehrjahr: 470,00 €
  2. Lehrjahr: 550,00 €
  3. Lehrjahr: 610,00 €



# Ansprechpartner

## Wir haben Ihr Interesse geweckt?

Bei Fragen zur Ausbildung, wenden Sie sich bitte an:

**Rüdiger Dohmen**

Sales Manager

Tel.: +49 (0) 2154/815-602

Fax: +49 (0) 2154/815-902

[rd@itc-logic.com](mailto:rd@itc-logic.com)

Wir danken für Ihre Aufmerksamkeit!

Sollten Sie Fragen haben, stehen wir Ihnen an unserem Informationsstand von ITC Logistic zur Verfügung.

## **Anlage 9: Tagesprogramm für die Veranstaltung (Vorderseite)**

Auf der Rückseite des folgenden Tagesprogramms waren die niederländischen und deutschen Aussteller aufgeführt.

### Programm

11.00 Uhr	<b>Begrüßung</b>
11.10 Uhr	<b>Gesang</b>
11.20 Uhr	Präsentation <i>Name des Unternehmens</i>
11.30 Uhr	Mediaversa
11.35 Uhr	Präsentation <i>Name des Unternehmens</i>
11.45 Uhr	Bureau Internationalisering
11.50 Uhr	<b>Gesang</b>
12.00 Uhr	<b>Offizielle Eröffnung der Messe</b>
12.15 Uhr	Präsentation <i>Name des Unternehmens</i>
12.25 Uhr	<i>Name des Unternehmens</i>
12.30 Uhr	<b>Vortrag IMBSE: Das Ausbildungssystem in den Niederlanden</b>
12.45 Uhr	<b>Gitarrenmusik</b>
12.55 Uhr	Präsentation <i>Name des Unternehmens</i>
13.05 Uhr	<i>Name des Unternehmens</i>
13.10 Uhr	Präsentation <i>Name des Unternehmens</i>
13.20 Uhr	<i>Name des Unternehmens</i>
13.25 Uhr	Präsentation <i>Name des Unternehmens</i>
13.35 Uhr	<i>Name des Unternehmens</i>
13.40 Uhr	<b>Gesang</b>
13.50 Uhr	Präsentation <i>Name des Unternehmens</i>
14.00 Uhr	<i>Name des Unternehmens</i>
14.05 Uhr	Präsentation <i>Name des Unternehmens</i>
14.15 Uhr	<i>Name des Unternehmens</i>
14.20 Uhr	Präsentation <i>Name des Unternehmens</i>
14.30 Uhr	O&O stagebureau
14.35 Uhr	<b>Verlosung und Preisübergabe: Gewinnspiel</b>
14.45 Uhr	<b>Gesang</b>

Die Planung und Organisation der Ausbildungs-Informationsmesse erfolgte im Rahmen eines binationalen

Unterrichtsprojektes des ROC de Leijgraaf in Veghel und Oss sowie des Berufskolleg Viersen. Die Partnerschulen wurden unterstützt von der Euregio Rhein-Waal, von der GEB (Geschäftsstelle für EU-Projekte und berufliche Qualifizierung bei der Bezirksregierung Düsseldorf) sowie von den umseitig aufgeführten Betrieben und Institutionen.





## Anlage 11: Informationsblatt „Was ist Evaluation“

### Evaluation

...ist die **Auswertung** einer Erfahrung durch eine oder mehrere Personen.

Evaluation dient der rückblickenden **Wirkungskontrolle** (z.B.: Hat eine bestimmte Bildungsmaßnahme den angestrebten Erfolg erzielt?)

Gegenstand von Evaluation sollten **Prozesse** (Wie läuft etwas ab?) und **Outcomes** (Wie ist das Ergebnis?) sein.

Evaluation bezieht sich sowohl auf **positive** als auch auf **negative** Elemente!

## Anlage 12: Liste der zu evaluierenden Bereiche

### Bereiche der Evaluation:

- Zusammenarbeit zwischen niederländischen und deutschen Schülern
- Aufbau und Ausstattung der Messe-Stände (Plakate, Material etc.)
- Aufbau der Messe
- Abbau der Messe
- Vorträge/Präsentationen auf der Messe
- Zusammenarbeit innerhalb der einzelnen Gruppen im Unterricht
- Gemeinsamer Workshop im November
- Technik in den Messe-Räumen
- Kooperation mit den Projekt-Unternehmen
- Besucher an den Ständen
- Zielgruppe/Messe-Besucher
- Quiz
- Nutzen aus dem Projekt
- Unterstützung durch Auszubildende der Projekt-Unternehmen

## Anlage 13: Arbeitsauftrag Evaluation

### Arbeitsauftrag

1. Bringen Sie die gesammelten Bestandteile des Projekts in eine für die Evaluation (Auswertung) sinnvolle **Struktur/Reihenfolge**.
2. Überlegen Sie dann in Ihren Gruppen, **wie** Sie die einzelnen Bestandteile bewerten (positiv/negativ) und **warum** Sie zu einer solchen Bewertung kommen (begründete Argumentation).
3. Betrachten Sie jetzt ausschließlich die Bestandteile des Projekts, die von Ihnen negativ bewertet wurden. Welche **Verbesserungsvorschläge** fallen Ihnen ein?
4. Fertigen Sie eine **Power-Point-Präsentation** an, die die von Ihnen erarbeitete Evaluation des Projektes veranschaulicht.
5. Bereiten Sie sich darauf vor, Ihre Ergebnisse der Gesamtgruppe zu präsentieren (d.h. was wird vorgetragen, wer trägt welchen Teil vor usw.).

*Evaluation der Binationalen  
Ausbildungsmesse am 16.01.2008*

*Eine Präsentation von:*

*Janine Küsters & Michelle Ruhnke*

*Ann-Kathrin Marticke & Hannah Holliday*

*Tram Vo*

## *Schulische Vorbereitung der Messe*

- Zusammenarbeit der Deutschen Gruppen
- Zusammenarbeit der NL - DE - Schüler
- Workshop

# *Zusammenarbeit der Deutschen Gruppen*

1. Gute Absprachen
2. Sinnvolle Arbeitsteilung
3. Gutes Zeitmanagement

**POSITIV**

# *Zusammenarbeit der NL – DE - Schüler*

1. Kaum Kontakt
2. Verständigungsprobleme
3. Wenig Zusammenarbeit

**NEGATIV**

# *Der Workshop*

1. Besseres Kennenlernen
2. Spaß
3. Nutzen für das Projekt

**POSITIV**



# *Vorbereitung der Messe*

- Aufbau der Messe
- Abbau der Messe
- Technik in der Aula

# *Aufbau der Messe*

1. gute Zusammenarbeit
2. Relativ schnell
3. Jeder hat geholfen

**POSITIV**

# *Abbau der Messe*

1. Wenige haben geholfen
2. Unorganisiert
3. Viele frühzeitig gegangen

**NEGATIV**

## *Technik in der Aula*

1. Viel Zeit in Anspruch genommen
2. Probleme
3. Ungünstiger Standort

**NEGATIV**

# *Ablauf der Messe*

- Vorstellung der Präsentationen
- Besucher am Stand
- Quiz

## *Präsentationen*

1. keiner hat zugehört
2. Schlechter Standort
3. Zu laut
4. Falscher Zeitplan

**NEGATIV**

## *Besucher am Stand*

1. Kein Interesse
2. Nur Werbegeschenke mitgenommen
3. Nicht freiwillig
4. Zu lange; zum Schluss kaum noch Besucher

**NEGATIV**

# *Das Quiz*

1. Interessante Preise
2. Nutzen für den Besucher
3. Spaß

**POSITIV**



# *Kooperation mit den Unternehmen*

- Zusammenarbeit mit d. Unternehmen
- Aufbau u. Ausstattung der Stände
- Unterstützung durch Azubis am Stand

# *Zusammenarbeit mit den Unternehmen*

1. überwiegend gut
2. Freundliche Zusammenarbeit
3. Hilfsbereitschaft

**POSITIV**

# *Ausstattung der Stände*

## POSITIV

1. Teils sehr viel (Kaisers)
2. Werbematerial

## NEGATIV

1. Kein Material
2. Keine Unterstützung

# *Unterstützung durch Azubis*

1. Sehr freundlich
2. große Hilfe
3. Detailliertere Infos

## Bi-nationales Projekt zur Berufswahlorientierung

### **Projektbeteiligte:**

- Berufskolleg Viersen (Klasse HH71 des Bildungsgangs „Höhere Handelsschule“)
- ROC de Leijgraaf (NL); Bildungsgang „Marketing“

### **Projektidee:**

- Organisation einer Messe/ Ausstellung, auf der Schüler verschiedene Unternehmen der Region präsentieren.
- Dabei sollen sowohl allgemeine Informationen über die Unternehmen zur Verfügung gestellt werden (Unternehmensprofil) als auch speziell die Ausbildungs- und Praktikumsmöglichkeiten in den verschiedenen Unternehmen vorgestellt werden (Schwerpunkt).

### **Projektzeitraum**

- August 2007 bis April 2008
- gemeinsamer Workshop am 16.11.07
- Termin der Messe/ Ausstellung: **Mittwoch, 16. Januar 2008**

### **Projektziele**

- Verschiedene Unternehmen in der Region Viersen und in den Niederlanden kennen lernen
- Informationen zu verschiedenen Ausbildungsberufen erhalten
- Praktikumsmöglichkeiten kennen lernen
- Kontakte zu Mitarbeitern in den verschiedenen Unternehmen herstellen
- Auszubildende in den verschiedenen Unternehmen kennen lernen und an deren Erfahrungen/ Kenntnissen teilhaben
- Weitgehend selbstständige Erarbeitung der Messeprodukte in Kleingruppen; Stärkung der Teamfähigkeit und Zuverlässigkeit durch die eigenverantwortliche Arbeit
- Reflexion von Arbeitsprozessen durch ein gemeinsames Projekt-Protokoll
- Organisation und inhaltliche Vorbereitung von Gesprächsterminen und Gesprächen (mit den Verantwortlichen der jeweiligen Unternehmen)
- Vertiefung der Computerkenntnisse durch die Arbeit mit dem Internet und MS Office

### **Beteiligte Unternehmen auf deutscher Seite (Stand 18.10.2007):**

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
-



Berufskolleg Viersen Heesstraße 95 41751 Viersen

«Name»  
«Straße»  
«PLZ» «Ort»

Ihr Zeichen:  
Ihre Nachricht vom:  
Unser Zeichen:  
Unsere Nachricht vom:

Auskunft erteilt: Frau Hamdan 40/E 2  
Telefon: 02162 95497-0  
Fax: 02162 95497-51  
e-mail: berufskolleg.viersen@t-online.de  
www: <http://www.berufskolleg-viersen.de>

Datum: 29. November 2007

### **Einladung zur euregionalen Ausbildungs-Informations-Messe**

Sehr geehrte Damen und Herren,

wie Sie regelmäßig der Presse entnehmen können, pflegt unsere Schule vielfältige internationale Kontakte.

Im Rahmen eines binationalen Projekts organisiert in diesem Schuljahr eine Klasse unserer Höheren Handelsschule in Zusammenarbeit mit niederländischen Partnern vom ROC de Leijgraaf in Veghel und Oss eine Schülersmesse. Dabei werden Unternehmen der Euregio präsentiert. Insbesondere stellen die Schüler dar, welche Ausbildungs- bzw. Praktikumsmöglichkeiten die einzelnen Betriebe bieten.

Wir laden Sie herzlich zu der Messe ein und würden uns freuen, wenn Sie Ihr Kollegium und ihre Schülerinnen und Schüler darauf aufmerksam machen würden. Die Messe findet statt

**am Mittwoch, dem 16.01.2008**  
**von 11:00 bis 15:00 Uhr**  
**in der Aula und im Filmraum unseres Schulgebäudes Heesstr. 95 (Eingangsbereich A).**

Ein Tagesprogramm, aus dem hervorgeht, wann die Präsentationen der einzelnen Unternehmen durchgeführt werden, wird Ihnen zu einem späteren Zeitpunkt zugehen.

Aus organisatorischen Gründen wären wir Ihnen sehr verbunden, wenn Sie uns bei Teilnahme ganzer Schulklassen mittels beigefügtem Bogen kurz informieren würden. Eine Zusendung des Bogens erbitten wir bis zum 14.12.2007.

Mit freundlichen Grüßen

  
G. Werner  
Schulleiterin

D. Hamdan  
Beauftragte für  
Internationalisierung

K. Schwering  
Fachlehrerin  
Berufswahlorientierung

## Einladung zu einer Ausbildungs-Informationen-Messe

Liebe Klassenlehrerinnen und Klassenlehrer der Vollzeitklassen,

im Rahmen unseres diesjährigen EUREGIO-Projekts richtet die Klasse HH71 der Höheren Handelsschule zusammen mit Partnerschülern des ROC de Leijgraaf aus Veghel und Oss eine Messe aus. Dort werden niederländische und deutsche Unternehmen vorgestellt. Thematischer Schwerpunkt: Ausbildungs- und Praktikumsmöglichkeiten. Eine Liste der teilnehmenden Unternehmen finden Sie umseitig.

Wir laden Sie und Ihre Schüler herzlich zu der Veranstaltung ein.

Sie findet statt

**am Mittwoch, dem 16.01.2008  
von 11:00 bis 15:00 Uhr  
in der Aula und im Filmraum unseres  
Schulgebäudes Heesstr. 95.**



Bitte informieren Sie ggfs. weitere Kolleginnen und Kollegen, die in Ihrer Klasse unterrichten. Aus organisatorischen Gründen bitten wir um Rückgabe des anhängenden Abschnitts **bis Montag, 17.12.2007**, wenn Ihre Schüler die Messe besuchen werden.

Mit kollegialem Gruß

Danièle Hamdan

Karin Schwering

-----  
Name: \_\_\_\_\_

**Hiermit melde ich den Besuch der folgenden Klasse auf der Ausbildungs-Informationen-Messe am 16.01.2008 an:**

Klasse: \_\_\_\_\_

Anzahl Schülerinnen und Schüler: \_\_\_\_\_

Ungefähre Ankunftszeit: \_\_\_\_\_

Begleitlehrer/-lehrerin: \_\_\_\_\_

Projektteam „Verleg' deine Grenze!“  
Berufskolleg Viersen  
Heesstr. 95  
41751 Viersen

*Firmenname*  
*z.Hd. Ansprechpartner*  
*Straße*  
*Ort*

Viersen, den 07.02.2008

**Betreff: Berufsorientierungsmesse am Berufskolleg Viersen 16.01.2008**

Sehr geehrter Herr .....,

mit diesem Schreiben möchten wir Ihnen für die Unterstützung bei der Vorbereitung unserer Berufsinformationsmesse danken.

Sie haben uns in vielen Dingen unterstützt und uns wertvolle Tipps mit auf den Weg gegeben.

Ein großer Dank gilt auch Ihren Mitarbeitern, Herrn ..... und Herrn ....., die uns geholfen haben, unsere Power Point-Präsentation zu verbessern.

Ebenfalls möchten wir uns bei Ihrer Auszubildenden, ....., bedanken, die uns am Tag der Messe an unserem Stand sehr unterstützt hat.

Wir hoffen, dass wir Ihr Unternehmen positiv vertreten haben.

Mit freundlichen Grüßen

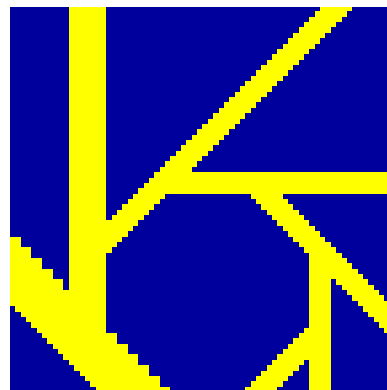
---

*(Unterschriften von Projektschülern und -lehrern)*



# Presseinformation des Berufskollegs Viersen

Heesstr. 95  
41751 Viersen  
Tel.: 02162 / 95497-0  
Fax: 02162 / 95497-51  
<http://www.Berufskolleg-Viersen.de>  
e-mail: [Berufskolleg.Viersen@t-online.de](mailto:Berufskolleg.Viersen@t-online.de)



## Verlege deine Grenze!

### Gemeinsame Ausbildungs-Informationsmesse von deutschen und niederländischen Schülern am Berufskolleg Viersen

Mobilität ist das eine, Information ist das andere. Beides fördert das Berufskolleg Viersen auf spezifische Weise. Deshalb fand am 16. Januar 2008 die erste Ausbildungs-Informationsmesse am Berufskolleg statt. Gemeinsam mit niederländischen Schülerinnen und Schülern vom ROC de Leijgraaf organisierten die Schüler der Handelschule und der Höheren Handelsschule eine Vorstellung von deutschen und niederländischen Unternehmen nicht nur aus der Grenzregion.

Und es gab wie erwartet viel zu erfahren: Wo kann ich im Nachbarland ein Praktikum machen? Welche Ausbildungsberufe gibt es jenseits der Grenze? Was haben Bewerber schon selbst an Erfahrungen gemacht? Ein reger Austausch war das Ziel, und das wurde erreicht. Schon in der Vorbereitungsphase hatte es viele Gespräche der jungen Menschen untereinander gegeben. Jetzt zogen sie gemeinsam von Stand zu Stand und befragten die Vertreter der Unternehmen. Nebenbei konnten die Jugendlichen dann aber auch feststellen, dass sich niederländische und deutsche Erwartungen und Vorstellungen gar nicht immer unterscheiden. So legen zukünftige Arbeitgeber auf beiden Seiten der Grenze neben ordentlichen Zeugnissen besonderen Wert auf Umgangsformen und eine gefestigte Persönlichkeit. Diese Gemeinsamkeit zu erkennen bedeutete für die Schüler einen großen Lernzuwachs.

Eingebettet in ein attraktives Rahmenprogramm mit Kultur und Kulinarischem gab es zudem ein Preisausschreiben, in dem Wissen über die ausstellenden Betriebe geprüft wurde. Aber auch wer keinen Sachpreis gewonnen hat, hat doch immerhin Erfahrung gewonnen, und das ist schon mehr als in vielen anderen Wettbewerben.

Beteiligte Unternehmen und Institutionen:

.....

## Info über Ausbildung

(RP) Schüler der Handelsschule und Höheren Handelsschule am **Berufskolleg in Dülken** haben kürzlich gemeinsame Sache mit Gleichaltrigen aus den Niederlanden gemacht. Sie organisierten mit Schüler des Regionalen Ausbildungszentrum de Leijgraaf die erste **Ausbildungs-Informationsmesse** in Dülken. Dabei stellten sich deutsche und niederländische Unternehmen nicht nur aus der Grenzregion vor. Bei der Messe sammelten die Berufsschüler Informationen über Ausbildungsmöglichkeiten bei den Unternehmen. Dabei wurde schnell klar: Sowohl in Deutschland als auch in den Niederlanden legen Arbeitgeber neben guten Zeugnissen besonderen Wert auf Umgangsformen und eine gefestigte Persönlichkeit.

Rheinische Post, 07.02.08

## **Ausbildungs-Informationsmesse zieht Besucher aus der Euregio an**

Die Aula der Schule als Messehalle? Jugendliche im Business-Outfit hinter Messeständen? Niederländische und deutsche Messebesucher fachsimpelnd im Catering-Bereich?

Diese Verwandlung unseres Berufskollegs in ein Messezentrum konnte am 16. Januar beobachtet werden. Nach Monaten gemeinsamer Vorbereitungen hatten die Schüler der Klasse HH71 der Höheren Handelsschule mit ihren Partnern vom ROC de Leijgraaf professionelle Messestände aufgebaut. Dort stellten sie interessierten Besuchern Unternehmen der Euregio mit ihren Ausbildungs- und Praktikummöglichkeiten vor.

Firmenpräsentationen, die die Schüler im Fach „Berufswahlorientierung“ erarbeitet hatten, und ein abwechslungsreiches Showprogramm mit Gesangs- und Tanzeinlagen rundeten das Event ab.

Für die Restauration zeichnete die Klasse HS61 verantwortlich, die die Messebesucher mit einem reichhaltigen Angebot an Speisen und Getränken verwöhnte.

„Die Atmosphäre stimmte; es war soviel los wie auf einer echten Profi-Messe“, zogen die Projektschüler ihr Fazit. Gina bekam sogar Lust darauf, ihr Praktikum im Sommer in einem niederländischen Betrieb zu absolvieren und hat sich bereits beworben. Ein greifbarer Erfolg der Veranstaltung!



**Berufskolleg Viersen**  
des Kreises Viersen  
Sekundarstufe II  
Heesstraße 95  
D-41751 Viersen



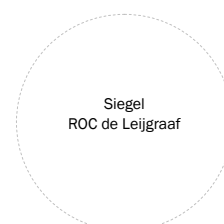
Zertifikat

Frau Vorname Nachname

hat in der Zeit vom 06.08.2007 bis zum 05.05.2008 an dem euregionalen Projekt „Verleg Deine Grenze: Organisation, Durchführung und Evaluation einer Ausbildungs-Informationsmesse am Berufskolleg Viersen“ mit Erfolg teilgenommen und dabei folgende Projektinhalte bearbeitet:

Kontaktaufnahme mit niederländischen Partnerschülern über E-Mail und die Lernplattform „It's learning“  
Recherche über verschiedene Ausbildungsunternehmen in der Region (s. umseitige Liste)  
Ermittlung von Informationen über die Ausbildungs- und Praktikumsangebote der Unternehmen  
Kontakte zu den Projektunternehmen herstellen und Gesprächstermine vereinbaren; Mitarbeiter und Auszubildende der jeweiligen Unternehmen kennen lernen  
Organisation und inhaltliche Vorbereitung der Gespräche mit den Unternehmensvertretern  
Persönliche Kontaktaufnahme zu den niederländischen Partnerschülern und Vorbereitung der Messe in bi-nationalen Gruppen im Rahmen eines ganztägigen Workshops am 16. November 2007  
Planung der Messestände und weitgehend selbstständige Erarbeitung der Messeprodukte in Kleingruppen  
Eigenverantwortliche Planung und Organisation von Gruppenarbeitsprozessen  
Reflexion von Arbeitsprozessen durch die Anfertigung von Projekt-Protokollen  
Erweiterung der Computerkenntnisse durch die Arbeit mit der Lernplattform „It's learning“, dem Internet und MS Office-Anwendungen (Word, Power Point)  
Organisation und aktive Mit-Gestaltung des Rahmenprogramms für die Messe (Tanz)  
Vorstellung eines Projektunternehmens (Unternehmensprofil und Ausbildungsmöglichkeiten) im Rahmen einer Power Point-Präsentation auf der Ausbildungs-Informationsmesse am 16. Januar 2008  
Selbstständige Evaluation der Projektphase und Präsentation der Evaluationsergebnisse  
Vorstellung des Projektes im Rahmen des Europatages am Berufskolleg Viersen am 05. Mai 2008

Viersen, 05. Mai 2008



---

StD' G. Werner  
(Schulleiterin)

---

OSTR' D. Hamdan  
(Beauftragte für  
Internationalisierung  
BK Viersen)

---

StRef' K. Schwing  
(Fachlehrerin „spez. BWL/  
Berufswahlorientierung“ )

---

Harman Tietema  
(Beauftragter für  
Internationalisierung  
ROC de Leijgraaf)

Die Projektarbeit wurde im Rahmen des zweijährigen Bildungsganges der Höheren Berufsfachschule Typ Wirtschaft und Verwaltung durchgeführt.  
Sie wurde von der Euregio Rhein-Waal gefördert.

Die Rückseite des Zertifikates erhielt unter der folgenden Überschrift eine Auflistung aller an der Messe beteiligten Unternehmen:

Die folgenden Unternehmen und Institutionen waren an dem Projekt beteiligt:

Deutsche Unternehmen und Institutionen	Niederländische Unternehmen und Institutionen
--	---



Lernende Euregio

# Was ist eigentlich Glühwein? Marketing-Analysen euregionaler Märkte

Dozentenhandbuch

2008

Danièle Hamdan  
Karin Schwering  
Gero Ufert



Geschäftsstelle für EU-Projekte und  
berufliche Qualifizierung der  
Bezirksregierung Düsseldorf

Lernende Euregio

provincie limburg



Die Landesregierung  
Nordrhein-Westfalen



Was ist eigentlich Glühwein? Marketing-Analysen euregionaler Märkte

Dozentenhandbuch

2008

Berufskolleg Viersen  
[www.berufskolleg-viersen.de](http://www.berufskolleg-viersen.de)

Danièle Hamdan  
Karin Schwering  
Gero Ufert

ROC de Leijgraaf  
[www.leijgraaf.nl](http://www.leijgraaf.nl)

Jo Giesbers  
Conny van den Hoogen

## Vorwort

Im Rahmen des Interregprojekts „Bausteine für die euregionale Wirtschaft“ haben im Zeitraum 2007-2008 diverse deutsche und niederländische berufsbildende Schulen im Grenzgebiet gemeinsam Unterrichtsmodule produziert. Hintergrund der Initiative war die Tatsache, dass bei den teilnehmenden Schulen ein deutliches Bedürfnis festgestellt worden war, bestimmte Lehrinhalte den spezifischen Anforderungen anzupassen, die der Arbeitsmarkt im Grenzgebiet an die Qualifizierung von Auszubildenden stellt. Lehrer an berufsbildenden Schulen eines breiten Spektrums von Ausbildungsgängen sowie Vertreter aus der betrieblichen Praxis haben deshalb die Initiative ergriffen, um – mit Hilfe der Unterstützung durch das Interregprojekt – fachbezogene Unterrichtsmodule zu entwickeln. Diese lassen sich unmittelbar im Unterricht einsetzen und sind so euregional von großem Nutzen.

Die folgenden Titel sind dabei zustande gekommen:

- Planung und Erstellung eines Reisekonzeptes für deutsche und niederländische Jugendgruppen
- Ausgekocht, Rezept zur Herstellung eines Deutsch – Niederländischen Schüleraustausches
- Kunden aus dem Nachbarland
- Was ist eigentlich Glühwein? Marketing-Analysen euregionaler Märkte
- Euregionaler Unternehmenstag
- Schaffung von Wettbewerbsvorteilen für junge Arbeitnehmer und KMUs in der Euregio
- Konzept zur Bekämpfung von Entstehungsbränden
- Sprache & Kultur. Die Niederlande und die Niederländer

Alle oben genannten Produkte sind frei und unentgeltlich verfügbar. Dies bedeutet auch, dass Interessenten die Materialien kostenlos unter Nennung der Quellen – Interreg sowie Die Lernende Euregio - in der beruflichen Bildung einsetzen können. Das Lehrmaterial wird auch digital auf der Website [www.lernende-euregio.com](http://www.lernende-euregio.com) bzw. [www.lerende-euregio.com](http://www.lerende-euregio.com) unter „Informationsmaterial / Publikationen“ zur Verfügung stehen. Nutzer können die Materialien selbst vervielfältigen und nach ihren eigenen Bedürfnissen anpassen. Für den letztgenannten Fall möchten wir Sie jedoch bitten, uns ein Exemplar des angepassten Moduls per E-Mail zuzusenden. Für eventuelle Fragen zum Einsatz des Lehrmaterials im Unterricht können Sie sich an die Autoren des jeweiligen Moduls wenden.

Auf der „Lernenden Euregio“-Website finden Sie zugleich auch andere relevante Publikationen, Hintergründe des Projektes „Bausteine für die euregionale Wirtschaft“ sowie weiterer, ähnlicher Projekte im Grenzgebiet, bei denen die Themen „Berufsbildung“ und „Arbeitsmarkt“ im Mittelpunkt stehen.

Das Projektmanagement des Projekts „Bausteine für die euregionale Wirtschaft“ wünscht Ihnen viel Spaß und Erfolg mit dem Einsatz des Lehrmaterials.

Lambert Teerling  
Barbara von der Bank  
Christoph Harnischmacher  
Renie Hesseling.

ROC Nijmegen, Wolfskuilseweg 279, NL-6542AA Nijmegen, Tel: (0031)-(0)24-3813200

Geschäftsstelle für EU-Projekte und berufliche Bildung der Bezirksregierung Düsseldorf (GEB), Fischerstrasse 10, D-40477 Düsseldorf, Tel: (0049)-(0)211-4755666



## **Inhaltsangabe**

### **Vorwort**

### **Inhaltsangabe**

### **Einleitung**

### **Projektbeschreibung**

*Projektziel*

*Zielgruppe*

*Partner*

*Integration in die Ausbildung*

*Arbeitsweise*

*Bewertung&Normierung*

### **Vorbereiten und Durchführen**

*Finanzierung*

*Organisation*

*Vorbereitung pro Unterrichtseinheit*

### **Abschluss**

### **Anlagen**

*Liste Anlagen*

*Kontakt*

## Einleitung

Nachdem die Lehrer des Berufskolleg Viersen und des ROC de Leijgraaf vielfältige Beziehungen geknüpft und bereits ein gemeinsames Forschungsprojekt durchgeführt hatten, wollten sie mit dem vorliegenden Marktanalyse-Projekt ihre Partnerschaft auf Schülerebene ausbauen und festigen.

Ihre Zielsetzung war es, ein kleines bi-nationales Marketingmodul zu entwickeln, das den Lehrplänen auf beiden Seiten gerecht wurde und durch gemeinsames Handeln intensivere Lernerlebnisse schuf. Die Schüler sollten lernen, sich auf andere Sicht- und Verhaltensweisen einzustellen und damit eine wichtige Kompetenz für zukünftige berufliche Tätigkeiten im europäischen Handel erwerben. Euregioleider geographischer Rahmen.

Das Projekt wurde in dem Gebiet der Euregio Rhein-Waal, der Euregio Rhein-Maas-Nord und der Euregio Maas-Rhein durchgeführt. Im Einzelnen fanden Projektaktivitäten in Oss, Arnheim, Viersen und Aachen statt.

## Projektbeschreibung

### *Projektziel*

#### Projektsequenz 1: „Mehr voneinander wissen“

In einer kurzen Kennenlernphase tauschten die Schüler der beiden Partnerkollegs per Email persönliche Informationen aus und stimmten sich auf den thematischen Rahmen der zweiten Projektsequenz, die Themen „Weihnachten“ und „weihnachtliche Märkte“, ein. Ein niederländischer Schüler war bei dem Email-Austausch jeweils einem deutschen Schüler fest zugeordnet.

#### Projektsequenz 2: Marketing-Schwerpunkt „Marktbeobachtung“

Nach einer Vorab-Analyse des Aachener Weihnachtsmarktes verständigten sich die beiden Projektteams auf ein Schema für die Analyse dieses Marktes. Im Rahmen eines Projekttagess führten binationale Teams von Schülern die Marktanalyse in Aachen durch. An einem weiteren Projekttag bereiteten sie gemeinsam ihre Ergebnisse auf und stellten sie mittels Plakatpräsentationen vor.

#### Projektsequenz 3: Marketing-Schwerpunkt „Besucherbefragung“

Die Schulen erhielten als „Marketingprofis“ den Auftrag von der Stiftung Gelre Galeries, eine Besucherbefragung auf der „Kunstbeurs“ in Arnheim durchzuführen. Nach der Erstellung eines Fragebogens besuchten nacheinander zwei Schülergruppen den Markt und führten die Befragung durch. Die Ergebnisse wurden in einem Bericht zusammengefasst, der den Auftraggebern zugeleitet wurde.

### *Zielgruppe*

Auf deutscher Seite waren folgende Bildungsgänge an der Durchführung des Projekts beteiligt:

- Die Oberstufe der zweijährigen Berufsfachschule ‚Wirtschaft und Verwaltung‘ (Handelsschule)
- Die einjährige Berufsfachschule ‚Wirtschaft und Verwaltung‘ für Schüler mit Fachoberschulreife.

Auf niederländischer Seite wurde das Projekt mit den folgenden Bildungsgängen durchgeführt:

- Die erste Klasse der drei/vierjährigen MBO-Ausbildung „Medewerker Marketing en Communicatie“ (MBO Niveau 3/4).
- Die erste Klasse der drei/vierjährigen MBO-Ausbildung „Managementassistent/ directiesecretaresse“ (MBO Niveau 3/4).

*Partner*

Die Projektschulen waren das ROC de Leigraaf in Oss sowie das Berufskolleg Viersen in Viersen. Hier einige Informationen zu diesen beruflichen Schulen:

Berufskolleg Viersen: Das Berufskolleg Viersen ist eine Bündelschule mit den Abteilungen Wirtschaft und Verwaltung, Sozialwesen und Hauswirtschaft sowie Technik. Zurzeit unterrichten etwa 90 Lehrer<sup>1</sup> knapp 2200 Schüler aus der Stadt Viersen und ihrer ländlichen Umgebung. Das Kolleg bietet 32 verschiedene Bildungsgänge an. Der überwiegende Teil der Schüler besucht die Teilzeitklassen des Kollegs im Rahmen einer dualen Berufsausbildung; andere Schüler qualifizieren sich durch vollzeitschulische Bildungsgänge weiter. An dem vorliegenden Projekt war ein solcher Vollzeitbildungsgang, die „Berufsfachschule“ aus der Abteilung Wirtschaft und Verwaltung, beteiligt

ROC de Leijgraaf: Das ROC de Leijgraaf ist ein Regionales Ausbildungszentrum für berufsbildenden Sekundarunterricht. Sein Einzugsgebiet umfasst den Nordosten der Provinz Nordbrabant, wo es praxisorientierte Berufsausbildungen, Schulungen und Kurse auf fünf verschiedenen Qualifikationsniveaus anbietet. Insgesamt sind in dem Kompetenzzentrum etwa 620 Mitarbeiter für eine in den letzten Jahren auf ca. 9.000 gestiegene Zahl von Auszubildenden und Kursteilnehmern tätig. Das ROC de Leijgraaf verfügt über die Abteilungen Wirtschaft, Gesundheitswesen und Pflege, Informations- und Telekommunikationstechnologien (IKT) sowie Technik. An dem vorliegenden Projekt war die Abteilung Wirtschaft mit dem Bildungsgang „Handel“ beteiligt.

Weitere Projektbeteiligte:

Der Auftrag zur Durchführung einer Befragung auf der « Kunstbeurs Arnhem » wurde den beiden Schulen durch die „Stichting Gelre Galeries“, einer Stiftung, in der 20 Kunstgalerien der Provinz Gelderland vereinigt sind, erteilt.

Website: [www.gelregalleries.nl](http://www.gelregalleries.nl)

*Integration in die Ausbildung*

Das Projekt war auf deutscher Seite in der Berufsfachschule für Wirtschaft und Verwaltung angesiedelt und wurde zum ganz überwiegenden Teil im Rahmen des Differenzierungsbereichs<sup>2</sup> in dem Fach „spezielle BWL (Marketing)“ durchgeführt, dessen Lerninhalte im Folgenden dargestellt werden.

Lerninhalte der Projektfächer

Spezielle Betriebswirtschaftslehre (Marketing)

Das Fach „spezielle BWL (Marketing)“ lässt sich bezüglich der Lerninhalte in sieben Lernfeldbereiche unterteilen, von denen für das Projekt insbesondere der Lernfeldbereich 2 relevant war:

Lernfeldbereich 1: Grundlagen des Marketing

- Aufgaben des Marketings in einem Unternehmen
- Marketingproblemstellungen strukturieren
- Ausarbeitung des Marketingprozesses

Lernfeldbereich 2: Marktforschung

- Ziele und Aufgaben der Marktforschung
- Marktforschungsinstrumente kennen lernen und anwenden
- Das eigene Angebot und die Konkurrenz analysieren
- Die Konsumenten analysieren (Kaufverhalten)

---

<sup>1</sup> Aus Gründen der Einfachheit wird auf die separate Nennung der weiblichen Form verzichtet.

<sup>2</sup> Vgl. Richtlinien zur Erprobung für das Berufsgrundschuljahr und für die Bildungsgänge der Berufsfachschule der Anlage B der APO-BK, Wirtschaft und Verwaltung.

## Lernfeldbereich 3: Produktpolitik

- Mittel der Produktgestaltung kennen und anwenden
- Produktplanung gemäß den Bedürfnissen ausgewählter Zielgruppen
- Produktmodifikationen

## Lernfeldbereich 4: Preispolitik

- Preispolitische Maßnahmen
- Ansätze der Preisbildung
- Preisstrategien unterscheiden und zweckmäßig auswählen

## Lernfeldbereich 5: Distributionspolitik

- Distributionswege kennen und beurteilen
- Kosten der Distributionsorgane errechnen und bewerten

## Lernfeldbereich 6: Kommunikationspolitik

- Wirkung und Zielkonformität von Werbemaßnahmen vor dem Hintergrund bestimmter Marketingkonzeptionen
- Eine Werbeanzeige konzipieren
- Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit (PR)
- Sponsoringmaßnahmen

## Lernfeldbereich 7: Marketing-Mix

- Unterschiedliche Marketinginstrumente zum Marketing-Mix integrieren
- Kombinationsprobleme und Zielkonflikte

Für die niederländische Partnerschule basierte das Projekt auf den Qualifikationszielen der Teilqualifikation 50160 (jetzt Kompetenzen) und der Kaufmännischen Berufsbildung 3, ART. 7.1.3.

Beteiligte Unterrichtsfächer

Das Projekt wurde ganz überwiegend im Rahmen des Differenzierungsfachs „Spezielle Betriebswirtschaftslehre: Marketing“ durchgeführt. Auch die Fächer „Deutsch/Kommunikation“ und „Informationswirtschaft“ waren an dem Projekt beteiligt.

Lernvoraussetzungen

Die deutsche Lerngruppe verfügte über Marketingkenntnisse, die sie im Laufe eines Jahres (Unterstufe) im Differenzierungsbereich erworben hatte. Sie war daher mit Grundbegriffen des Marketings vertraut, kannte Marketinginstrumente sowie methodische Vorgehensweisen für die Strukturierung komplexer Aufgaben. Das Projektthema ermöglichte der Klasse die Anwendung bereits zuvor erworbener Kompetenzen aus dem Lernfeldbereich „Marktforschung“. Auch der Begriff des „internationalen Marketing“ war vor Beginn des Projekts in der Klasse eingeführt worden.

Eine im Marketing unerfahrene Lerngruppe würde einen Vorlauf von etwa sechs Wochen (bei zwei Wochenstunden) benötigen, um das Minimum der erforderlichen Vorkenntnisse zu erwerben.

Die niederländischen Marketingschüler hatten in ihrem ersten Lehrjahr im Rahmen des Fachs „Handelslehre“ (commerciële beroepsvorming) gelernt, wie Produktinformationen ermittelt werden und wie eine Marktuntersuchung durchzuführen ist. Sie wussten

*Auf niederländischer Seite wurde das Projekt hauptsächlich von Marketingschülern in den folgenden Fächern durchgeführt: „Handelslehre“ (commerciële beroepsvorming) und „Deutsch für geschäftliche Kommunikation“ (zakelijke communicatie Duits). Daneben waren zu Beginn und am Ende des Projekts auch angehende Sekretärinnen im Rahmen der folgenden Unterrichtsfächer beteiligt: „Kommunikation in Deutsch als Allgemeinsprache“ (communicatie Duits in het algemeen) sowie „Sekretariatspraxis, insbesondere Organisation und Vorbereitung von Präsentationen“ (secretariaatspraktijk, inzonderheid organisatie en voorbereiding van presentaties).*

außerdem, wie der Weg der Produktentstehung durch eine Tabelle dargestellt werden kann, die aufzeigt, welche Betriebe aufeinander folgend bei der Erstellung eines bestimmten Produktes beteiligt sind (Unternehmensverflechtungen und Standortmix).

### Angestrebte Kompetenzen

Schwerpunktmäßig wurde in dem Projekt die Vermittlung der folgenden Kompetenzen angestrebt:

#### Fachkompetenz:

- Gefestigte Marketing-Kenntnisse über Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik
- Gesteigerte fremdsprachliche Fertigkeiten bei der Anwendung der deutschen Sprache (für die niederländischen Schüler)
- Gefestigte Fremdsprachenkompetenz bei der Verwendung des Englischen als Vehikelsprache (für die niederländischen und deutschen Schüler)
- Methodenkompetenz:
- Gesteigerte IT-Kompetenz, insbesondere souveräner Umgang mit den Medien Email (z.B. Verschicken von Datei-Anhängen) und Skype sowie sinnvolle Nutzung einer Kommunikationsplattform
- Gezielte Anwendung von Analysetechniken des Marketings, insbesondere von Beobachtung und Observierung, Forschung, Untersuchung, Analyse, Präsentation und Organisation
- Anwendung von Methoden zur Strukturierung komplexer Aufgaben

#### Soziale Kompetenz:

- Bereitschaft und Fähigkeit zur Zusammenarbeit in binationalen Teams, z.B. Akzeptanz interkultureller Unterschiede, Berücksichtigung unterschiedlicher fachlicher und sprachlicher Kompetenzen, pünktliche Information der Partner über Zwischenergebnisse
- Abbau von Vorurteilen gegenüber den Nachbarn in der Euregio
- Berücksichtigung psycho-sozialer Aspekte in Befragungssituationen

#### Personale Kompetenz:

- Übernahme von Verantwortung bei der Teamarbeit
- Einhaltung von Absprachen
- Durchhaltevermögen in fachlich und sozial anstrengenden Situationen

#### *Arbeitsweise*

Gruppengröße: Die erste und zweite Projektsequenz wurden mit 20 Schülern auf deutscher und 32 Schülern auf niederländischer Seite durchgeführt. Optimal wäre eine gleiche Anzahl niederländischer und deutscher Schüler. Für eine erneute Durchführung des Projekts würden die beteiligten Lehrer eine maximale Größe von insgesamt 40 Projektschülern empfehlen.

An der dritten Projektsequenz waren auf deutscher Seite 10 und auf niederländischer Seite 23 Schüler beteiligt. Die Zahl von 10 Schülern war für die Befragung auf der „Kunstbeurs“ ideal, da es sich bei der Ausstellung um eine kleinere Veranstaltung handelte und die Örtlichkeit, in der sie stattfand, eine Kirche, ruhiges und diskretes Auftreten der jungen Marktforscher erforderte.

Unterrichtsmethodik: Bei der Durchführung des Projekts wurde handlungsorientiert gearbeitet, d.h. der Unterricht war

- schülerorientiert und schüleraktivierend
- prozessorientiert: die Schüler lernten nach dem Prinzip „learning by doing“
- ganzheitlich: die Projektaufgaben waren komplex und boten die Gelegenheit, „mit Kopf, Herz und Hand“ zu lernen
- produktorientiert: es wurde auf die Erstellung von Produkten mit Gebrauchswert Wert gelegt (z.B. Marktforschungsbericht für die Gelre Galeries).

*Bewertung&Normierung*

Auf deutscher Seite wurden den beteiligten Schülern Zertifikate ausgestellt (s. Anlagen). Ein Zertifikat nach Ablauf der ersten Projektphase bescheinigte ihnen die Mitarbeit bei der Analyse des Aachener Weihnachtsmarktes. Ein Zertifikat, das am Ende der zweiten Projektphase ausgestellt wurde, bestätigte die Beteiligung an der Befragung der Besucher der „Kunstbeurs“. Auf niederländischer Seite wurde ebenso verfahren; dabei wurde die Teilnahme an einem Teilmodul „Märkte“ als Teil des Moduls „Werbung“ (Promotie) bescheinigt.

## Vorbereiten und Durchführen

### *Finanzierung*

Das Projekt wurde auf deutscher Seite durch das Programm Bausteine für die euregionale Wirtschaft finanziert. Die beantragten Mittel deckten die anfallenden Kosten für Fahrten, Projektmaterialien sowie die Bewirtung von Gästen ab (s. a. den Abschnitt über "Rahmenbedingungen").

Die niederländische Schule beantragte Mittel bei der Region Noord Brabant.

### *Organisation*

#### Hinweise für Lehrer

Im Folgenden finden interessierte Lehrer zunächst einen Ablaufplan des gesamten Projekts in tabellarischer Form, der ihnen einen Überblick über die Zahl der durchgeführten Unterrichtseinheiten, über die in ihnen vermittelten Inhalte, den dafür notwendigen Zeitbedarf und die in jeder Einheit angestrebten Ziele sowie allgemeineren Kompetenzen gibt.

Im Anschluss daran werden die einzelnen Unterrichtseinheiten genauer beschrieben, so dass sich Lehrer den Ablauf der Unterrichtsstunden bzw. –Projektstage besser vorstellen können. Die Darstellung der Unterrichtseinheiten wird durch Verweise auf Anlagen ergänzt, in denen Arbeitsblätter und Arbeitsergebnisse präsentiert werden. Unter „Bemerkungen“ werden bei einzelnen Einheiten Tipps für den reibungslosen Ablauf oder Alternativvorschläge gemacht.

Das Schülerhandbuch richtet sich an die Projektschüler und enthält kurze Darstellungen der Unterrichtseinheiten mit Verweisen auf die Arbeitsblätter, die der Gruppe von den Lehrern zu gegebener Zeit ausgehändigt werden. Es wäre nicht sinnvoll, den Schülern bereits zu Beginn des Projekts alle Arbeitsblätter zur Verfügung zu stellen, da sie sich zum großen Teil erst aus ihrer eigenen Arbeit heraus entwickeln.

#### Auswahl der Märkte

Bei einer Wiederholung sind nicht notwendig dieselben Märkte auszuwählen wie in diesem Pilotprojekt.

Bei der Wahl des ersten Marktes (Aachener Weihnachtsmarkt) spielten folgende Kriterien eine Rolle:

- Markt von euregionaler Bedeutung (z.B. Besucher aus der ganzen Euregio)
- Motivierend für die Schüler
- Verfügbarkeit von Informationsmaterial über den Markt für die Vorab-Analyse
- „Typisch deutscher“ Markt

Man sollte frühzeitig Kontakt zu den Organisatoren / Betreibern des zweiten Marktes aufnehmen, um einen „Auftrag“ für die Durchführung der dritten Projektsequenz, „Marketing-Schwerpunkt ‚Besucherbefragung‘“ zu bekommen.

Das letzte Kriterium war wichtig, da die niederländische Partnerschule in diesem Projekt u.a. landeskundliche Zielsetzungen verfolgte. Es bedeutete auch, dass die deutsche Schule in der Vorbereitung der gemeinsamen Analyse federführend war.

Bei der Wahl des zweiten Marktes (Kunstbeurs Arnheim) spielten folgende Kriterien eine Rolle:

- Markt von euregionaler Bedeutung (z.B. auch deutsche Besucher)
- Kontakt zu den „Auftraggebern“, die die Marktanalyse anforderten
- Spezifisch niederländischer Markt zur Kontrastierung mit dem zuvor besuchten deutschen Markt

Ablaufplan**Projektsequenz 1: „Mehr voneinander wissen“**

Unterrichtseinheit	Dauer	Ziel(e)	Kompetenzen	Inhalte
1	45 Min.	Die niederländischen Partnerschüler kennen lernen	Sozialkompetenz	Erste Kontaktaufnahme via Email in deutscher Sprache
2	45 Min.	Die niederländischen Partnerschüler besser kennen lernen und sich auf die gemeinsame Arbeit einstimmen	Sozialkompetenz	Austausch via Email über jeweils landestypische Sitten und Bräuche zur Weihnachtszeit.

**Projektsequenz 2: Marketing-Schwerpunkt „Marktbeobachtung“**

3	45 Min.	Die komplexe Aufgabenstellung der Marktanalyse des Aachener Weihnachtsmarktes in kleinere Teilaufgaben strukturieren und in eine für den Arbeitsprozess zweckmäßige Abfolge bringen	Methodenkompetenz	Die Klasse entwickelt einen Ablaufplan für das Projekt
4	90 Min.	Ein Marktanalyseschema für den Aachener Weihnachtsmarkt entwickeln	Methodenkompetenz , Fachkompetenz	Die Klasse entwickelt ein Marktanalyseschema entsprechend der Marketinginstrumente
5	45 Min.	Eine erste Marktanalyse anhand eines Informationstextes des Aachener Verkehrsvereins durchführen (Vorab-Analyse)	Fachkompetenz	Aus dem Informationstext werden die fachlich relevanten Informationen herausgefiltert und entsprechend dem Analyseschema systematisiert
6	45 Min.	Die niederländischen Schüler über die Ergebnisse der Vorab-Analyse informieren und das Feedback der niederländischen Schüler berücksichtigen	Personalkompetenz, Sozialkompetenz	Die Ergebnisse werden eingescannt und via Email an die niederländischen Partnerschüler geschickt. Die niederländischen Schüler erhalten einen ersten Überblick über den Aachener Weihnachtsmarkt, und ihre Anmerkungen können bei den weiteren Arbeitsschritten berücksichtigt werden
7	45 Min.	Vorschläge für einen Frage- bzw. Aufgabenbogen für die Marktanalyse in Aachen entwickeln	Fachkompetenz	Wo gibt es noch Lücken im Marktanalyseschema? Fragen, die durch die Vorab-Analyse nicht abschließend geklärt werden konnten, werden gesammelt



8	45 Min.	Feedback der niederländischen Schüler in der Vorab-Analyse berücksichtigen	Sozialkompetenz	Anmerkungen der niederländischen Schüler werden bei den weiteren Arbeitsschritten berücksichtigt
9	45 Min.	Die niederländischen Schüler über die Vorschläge für den Fragen- bzw. Aufgabenbogen informieren	Personalkompetenz, Sozialkompetenz	Die jeweiligen niederländischen Partnerschüler erhalten die Vorschläge für den Fragebogen und senden ihrerseits Vorschläge zurück
10	90 Min.	Einen Frage- bzw. Aufgabenbogen für die Marktanalyse gemeinsam mit den niederländischen Schülern entwickeln	Sozialkompetenz	Erstellung eines gemeinsamen Fragenkataloges; gemeinsame Auswahl zweckmäßiger Fragen
11	Projekttag	Eine Marktanalyse auf dem Aachener Weihnachtsmarkt durchführen	Sozialkompetenz, Fachkompetenz	Die niederländischen und die deutschen Schüler werden vom Aachener Verkehrsverein über den Weihnachtsmarkt informiert. Die Schüler bearbeiten in binationalen Gruppen ihren Frage- bzw. Aufgabenbogen
12	Projekttag	Eine Präsentation der Marktanalyse erstellen und gemeinsam vorstellen	Sozialkompetenz, Methodenkompetenz	Die binationalen Gruppen erstellen eine Präsentation zur Marktanalyse des Aachener Weihnachtsmarktes und stellen diese vor
13	45 Min.	Evaluation des Projektes	Methodenkompetenz	Die Schüler bewerten den bisherigen Projektverlauf mit Hilfe eines Evaluationsbogens. Im Anschluss erfolgt ein informeller Austausch mit den Projektlehrern über die bisherigen Erfahrungen

### Projektsequenz 3: Marketing-Schwerpunkt „Besucherbefragung“

14	45 Min.	Die Aufgabenstellung der Befragung auf der „Kunstbeurs“ strukturieren	Methodenkompetenz	Die Schüler machen sich mit der Aufgabenstellung der Befragung vertraut und bringen die notwendigen Arbeitsschritte in eine logische Abfolge
15	90 Min.	Das Instrument der persönlichen Befragung	Fachkompetenz	Die Schüler vertiefen ihre Kenntnisse zum Marktforschungsinstrument „persönliche Befragung“ und beschäftigen sich mit den Regeln der Fragebogenerstellung und Fragenformulierung

16	45 Min.	Ermittlung der (auf die Zielgruppe bezogenen) relevanten Fragen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz	Die Schüler stellen die Informationen heraus, die durch die Befragung ermittelt werden sollen
17	90 Min.	Erstellung eines praxistauglichen Fragebogens für die „Kunstbeurs“	Fachkompetenz, Sozialkompetenz	Die Schüler erstellen einen Fragebogen, der bei dem Besuch der „Kunstbeurs“ zum Einsatz kommt
18	Projekttag	Eine persönliche Befragung auf der „Kunstbeurs“ in Arnheim durchführen	Sozialkompetenz, Fachkompetenz	Kleingruppen führen mit Hilfe der selbst entwickelten Fragebögen eine Besucherbefragung auf der „Kunstbeurs“ in den Niederlanden durch
19	90 Min.	Auswertung der Befragungsergebnisse	Fachkompetenz	Die Kleingruppen werten ihre Befragungsergebnisse aus. Später werden alle Auswertungsergebnisse zusammengefügt. Es werden erste Schlussfolgerungen gesammelt und dort, wo es sinnvoll ist, werden Ergebnisse grafisch veranschaulicht
20	135 Min.	Erstellung eines Marktforschungsberichtes (Endprodukt)	Fachkompetenz, Methodenkompetenz	Die Schüler erstellen einen abschließenden Marktforschungsbericht, der im Anschluss der Stiftung „Gelre Galeries“ (Veranstalter der Kunstbeurs) zur Verfügung gestellt wird.

### Rahmenbedingungen

Die niederländischen Schüler sollten mindestens Grundkenntnisse der deutschen Sprache aufweisen (2. Lehrjahr). Bei der Zusammenstellung der Teams ist es günstig, wenn – wie in dem dargestellten Pilotprojekt – die sprachlichen Nachteile der niederländischen Schüler durch einen leichten inhaltlichen Vorsprung auf ihrer Seite ausgeglichen werden. Mögliche Kommunikationsschwierigkeiten sollten vorab mit den Schülern thematisiert werden! Die deutschen Schüler sind darauf hinzuweisen, dass sie Rücksicht auf sprachliche Defizite ihrer niederländischen Partner nehmen müssen und z.B. ihr Sprechtempo verringern sollten.

### Unterrichtsräume / Benötigte Medien und Materialien

Das Projekt wurde innerhalb der Partnerschulen in regulären Klassenräumen sowie in PC-Räumen mit Internetanschluss durchgeführt. Wie unten in der Darstellung der Unterrichtseinheiten ausgeführt wird, können die Installation von Webcams und das Herunterladen von „Skype“ auf die Schulrechner von Nutzen sein.

Die erste Projektsequenz, „Mehr voneinander wissen“, sollte den Austausch von Emails vorsehen und nicht ausschließlich über Skype o.Ä. erfolgen, da die schriftliche Kommunikation mehr Zeit zum Überlegen (in der Fremdsprache) lässt.

Die Einrichtung einer gemeinsamen digitalen Arbeits- und Kommunikationsplattform ist empfehlenswert. Die deutsche Partnerschule richtete z.B. für ihre Schüler Email-Accounts in „lo-net“ ein und stellte in einem Arbeitsbereich Zwischenarbeitsergebnisse ab, auf die die niederländischen Partner Zugriff hatten.

Führen Sie die teilnehmenden Lehrer und Schüler in die Handhabung der Arbeits- und Kommunikationsplattform ein! Der Einsatz moderner Kommunikationsmedien für die gemeinsame Arbeit setzt eine kleinschrittige gemeinsame Planung und genaueste zeitliche Abstimmung voraus.

Für den Projekttag am Berufskolleg Viersen (Unterrichtseinheit 12) wurde ein großer Arbeitsraum mit Gruppentischen bereitgestellt. Außerdem wurde ein Computerraum reserviert, da einige Schüler ihre Präsentation in PowerPoint vorbereiteteten.

Wenn die Stundenpläne inkompatibel sind, ist es sinnvoll, die Projektarbeit auf mehrere gemeinsame Projektstage zu verteilen.

Es ist bei einer Durchführung eines solchen Projekts darauf zu achten, dass verschiedene Präsentationsmaterialien in genügend großer Anzahl zur Verfügung stehen. So sollten mindestens ein Moderationskoffer sowie eine Präsentationsleinwand und mehrere Flipcharts für das Anbringen wichtiger Informationen am Präsentationstag (Tagesprogramm etc.) zur Verfügung stehen.

Die Aktivitäten der Projektbeteiligten wurden zur Dokumentation und aus Motivationsgründen fotografiert und gefilmt; ein Projektfilm wurde erstellt. Die Bereitstellung einer digitalen Filmkamera und Videobearbeitungssoftware war daher notwendig.

Weitere Kosten entstanden den Projektschulen aus Fahrten zu den Partnerschulen zu Teambesprechungen bzw. Projektaktivitäten sowie aus Fahrten zu den Märkten. An dem Projekttag am Berufskolleg Viersen fielen Kosten für die Bewirtung der Projektteilnehmer an.

*Vorbereitung pro Unterrichtseinheit*

## **PROJEKTSEQUENZ 1: „Mehr voneinander wissen“**

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 1***

Zeitlicher Rahmen: 45 Minuten

Unterrichtsziel(e): Die Schüler lernen ihre niederländischen Partner im virtuellen Raum kennen (Schwerpunkt Sozialkompetenz).

Ablauf: Die Schüler erhalten von ihrem Lehrer und über die Schul-Website Informationen über die Partnerschule und über die Zusammenarbeit zwischen beiden Schulen. Die Schüler lesen Emails von Partnerschülern, in denen diese sich vorstellen. In Gruppen besprechen sie, welche Schüler jeweils am besten zueinander passen. Einzeln schreiben die Schüler Emails an ihre gewählten Partner, in denen sie sich selbst vorstellen. Die Klasse tauscht sich darüber aus, welche Informationen aus den Emails für sie besonders interessant bzw. überraschend waren.

Bemerkungen: Wenn einzelne Schüler fehlen, sollte sichergestellt sein, dass trotzdem alle Partnerschüler eine Reaktion erhalten. Einzelne Schüler können z.B. Mails mit Kopie schreiben.

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 2***

Zeitlicher Rahmen: 45 Minuten

Unterrichtsziel(e): Die Schüler lernen ihre Partner besser kennen und stimmen sich auf die gemeinsame Arbeit ein (Schwerpunkt Sozialkompetenz).

Ablauf: Die Schüler lesen die Emails, die ihnen ihre Partner zurück geschrieben haben. In den Mails tauschen sich die Schüler darüber aus, wie in ihren Ländern Weihnachten

gefeiert wird, ob es in ihren Wohnorten Weihnachtsmärkte gibt und ob sie diese frequentieren

Bemerkungen: Die Phase des Kennenlernens per Email kann – z.B. im Rahmen des Deutsch-/Kommunikationsunterrichts auf weitere Unterrichtseinheiten ausgedehnt werden. Ein Kontakt per Skype oder in Chatrooms ist denkbar, erfordert aber genaueste zeitliche Abstimmung

## **PROJEKTSEQUENZ 2: Marketing-Schwerpunkt „Marktbeobachtung“**

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 3***

Zeitlicher Rahmen: 45 Minuten

Unterrichtsziel(e): Die Schüler entwickeln ausgehend von dem komplexen Projektthema einen zeitlichen Ablaufplan der notwendigen Arbeitsschritte (Schwerpunkt Methodenkompetenz).

Ablauf: Die Schüler werden über die Aufgabenstellung der ersten Projektphase informiert: „Welche kunden- und produktspezifischen Besonderheiten weist ein typisch deutscher Markt auf?“ Schüler erarbeiten in Gruppen die zu beantwortenden Teilfragen, die sich aus der komplexen Fragestellung ergeben, und ermitteln die notwendigen Arbeitsschritte für die erste Projektphase. Die Schritte werden auf Karten notiert, an die Tafel geheftet und dann geclustert. Von der gefundenen Ordnung ausgehend verständigen sich die Schüler auf eine zeitliche Abfolge der zu leistenden Arbeitsschritte.

Anlage: Ablaufplan

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 4***

Zeitlicher Rahmen: 90 Minuten

Unterrichtsziel(e): Die Schüler entwickeln ein Analyseschema für die Beobachtung des Weihnachtsmarktes (Schwerpunkt Fachkompetenz).

Ablauf: Mittels einer Kartenabfrage werden Marketinginstrumente gesammelt, die für die Beobachtung des Aachener Weihnachtsmarktes relevant sind. Im Unterrichtsgespräch stellen die Schüler die Instrumente zu einem Analyseschema zusammen.

Anlage: Marktanalyseschema

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 5***

Zeitlicher Rahmen: 45 Minuten

Unterrichtsziel(e): Die Schüler führen eine Vorab-Analyse des Weihnachtsmarktes durch (Schwerpunkt Fachkompetenz).

Ablauf: Die Schüler erhalten einen Informationstext des Aachener Verkehrsvereins über den Weihnachtsmarkt. In Gruppenarbeit entnehmen sie dem Text Informationen für das Marktanalyseschema und tragen sie dort ein. Die Ergebnisse werden zusammengetragen und auf Folie festgehalten

Bemerkungen:

Aktuelles Prospektmaterial sollte früh genug beim Aachener Verkehrsverein angefordert werden.

Es wäre denkbar, die Schüler selbst nach Informationstexten über den Weihnachtsmarkt suchen zu lassen.

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 6***

Zeitlicher Rahmen: 45 Minuten

Unterrichtsziel(e): Die Schüler informieren ihre Partner über ihr Zwischenergebnis (Schwerpunkt Sozialkompetenz).

Ablauf: Die Ergebnisse der Vorab-Analyse werden eingescannt und den niederländischen Schülern als Email-Anhang zugeschickt. Im Email-Text informieren die Schüler ihre Partner über ihre bisherige Arbeit und bitten sie um ein Feedback.

Bemerkungen: Das Marktanalyseschema könnte im Fach „Informationswirtschaft“ am Computer ausgefüllt und dann verschickt werden

### **Darstellung Unterrichtseinheit 7**

Zeitlicher Rahmen: 45 Minuten

Unterrichtsziel(e): Die Schüler entwickeln Vorschläge für einen Frage- bzw. Aufgabenbogen für die Marktanalyse in Aachen (Schwerpunkt Fachkompetenz).

Ablauf: In Gruppen besprechen die Schüler, welche Fragen über den Weihnachtsmarkt durch die Vorab-Analyse noch nicht geklärt werden konnten. Sie listen die fehlenden Fragen auf. Die ganze Klasse fasst schließlich die Ergebnisse zu gemeinsamen Fragen zusammen (in diesem Fall 11).

Anlagen: Liste mit noch unbeantworteten Fragen

### **Darstellung Unterrichtseinheit 8**

Zeitlicher Rahmen: 45 Minuten

Unterrichtsziel(e): Die Schüler arbeiten das Feedback ihrer niederländischen Partner in den Arbeitsprozess ein (Schwerpunkt Sozialkompetenz).

Ablauf: Die Schüler entnehmen den Emails ihrer Partner Änderungs- bzw. Ergänzungsvorschläge zur Vorab-Analyse, diskutieren sie und arbeiten sie in ihr Analyseschema ein.

Anlage: Aktualisierte Vorab-Analyse

Bemerkungen: Diese Unterrichtseinheit erfordert genaue Absprachen zwischen den Partnerschulen, damit die Feedback-Mails zum richtigen Zeitpunkt vollständig vorliegen und bearbeitet werden können.

### **Darstellung Unterrichtseinheit 9**

Zeitlicher Rahmen: 45 Minuten

Unterrichtsziel(e): Die Schüler unterbreiten ihren niederländischen Partnern einen Vorschlag für ein Befragungsinstrument (Schwerpunkt Sozialkompetenz).

Ablauf: Die Schüler senden die mit Hilfe der Vorschläge ihrer Partner modifizierte Vorab-Analyse an diese zurück und bitten sie um ein eventuelles weiteres Feedback.

Bemerkungen: s. Unterrichtseinheit 8

Es ist denkbar, diese Unterrichtseinheit mittels Skype als direktes Gespräch zwischen den Partnern durchzuführen.

### **Darstellung Unterrichtseinheit 10**

Zeitlicher Rahmen: 90 Minuten

Unterrichtsziel(e): Die Schüler erstellen den Fragebogen (Schwerpunkt Fachkompetenz).

Ablauf: Die Schüler erstellen in arbeitsteiliger Gruppenarbeit unter Beachtung der Vorschläge und Ideen ihrer niederländischen Partner den Bogen für die Beobachtung des Weihnachtsmarktes. Sie senden ihn zum Einholen von letzten Verbesserungsvorschlägen an ihre Partner.

*ALTERNATIVE für die Unterrichtseinheiten 3 bis 10  
Um die Schwierigkeiten der für die gemeinsame Arbeit notwendigen präzisen Terminabsprachen und der eventuellen Einrichtung paralleler Unterrichtszeiten zu vermeiden, ist es denkbar, die Unterrichtseinheiten 3 bis 10 im Rahmen eines gemeinsamen Projekttages durchzuführen.*

Anlage: Fragebogen

Bemerkungen: Wenn es möglich ist, die Schüler beider Kollegs zur selben Zeit an den Computer zu bringen, kann die Auswahl zweckmäßiger Fragen für den Bogen von binationalen Teams per Skype besprochen werden.

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 11***

Zeitlicher Rahmen: Projekttag

Unterrichtsziel(e): Die Schüler führen eine Marktanalyse des Aachener Weihnachtsmarktes durch (Schwerpunkt Sozial- und Fachkompetenz).

Ablauf: Die Schüler bilden binationale Gruppen. Sie informieren sich in Aachen zunächst bei einer Mitarbeiterin des Aachener Verkehrsvereins über den Weihnachtsmarkt. Dann bearbeiten sie ihren Frage- bzw. Aufgabenbogen weiter bei einem Gang über den Markt (ca. 2-stündig). Verschiedene Gruppen sind dabei für verschiedene Teile des Bogens verantwortlich.

Bemerkungen: Gespräche mit Mitarbeitern des Verkehrsvereins müssen frühzeitig gebucht werden. Jede Schülergruppe sollte mit nur einem Bogen ausgestattet werden, um sicherzustellen, dass zusammengearbeitet wird. Nach der Bearbeitung der Bogen sollten diese von den verantwortlichen Lehrern eingesammelt werden.

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 12***

Zeitlicher Rahmen: Projekttag

Unterrichtsziel(e): Die Schüler präsentieren die Ergebnisse ihrer Marktanalyse in binationalen Gruppen (Schwerpunkt Sozial- und Methodenkompetenz).

Ablauf: Die binationalen Gruppen fassen die Ergebnisse ihrer Marktanalyse in einem von ihnen gewählten Medium (z.B. Plakate, PowerPoint) stichwortartig zusammen (ca. 2 Stunden). Sie üben ihren gemeinsamen Vortrag. Die Schülerteams tragen ihre Ergebnisse vor Publikum (andere Projektschüler, Lehrer der Kollegs) vor.

Anlagen: Photos von Schülerpräsentationen

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 13***

Zeitlicher Rahmen: 45 Minuten

Unterrichtsziel(e): Die Schüler evaluieren das Projekt.

Ablauf: Die Projektschüler füllen einen Evaluationsbogen über den bisherigen Projektverlauf aus. Daran schließt sich ein informelles Gespräch mit Projektlehrern über die bisherigen Erfahrungen an.

Anlage: Evaluationsbogen

## **PROJEKTSEQUENZ 3: Marketing-Schwerpunkt „Besucherbefragung“**

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 14***

Zeitlicher Rahmen: 45 Minuten

Unterrichtsziel(e): Die Schüler entwickeln ausgehend von der komplexen Aufgabenstellung eine sinnvolle Struktur der notwendigen Arbeitsschritte (Schwerpunkt Methodenkompetenz).

Ablauf: Die Schüler werden - unterstützt durch eine Folie - mit der Aufgabenstellung und der „Kunstbeurs“ vertraut gemacht. Im Anschluss werden durch eine Kartenabfrage die im weiteren Verlauf notwendigen Arbeitsschritte ermittelt. Diese werden im gemeinsamen Unterrichtsgespräch in eine sinnvolle Reihenfolge gebracht.

Anlagen: Folie (siehe Anlage), Ergebnisse der Kartenabfrage (siehe Anlage)

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 15***

Zeitlicher Rahmen: 90 Minuten

Unterrichtsziel(e): Die Schüler machen sich - über die fachlichen Kenntnisse zum Instrument der Befragung hinaus - mit den psychischen und interkulturellen Aspekten einer Befragungssituation vertraut.

Darüber hinaus lernen sie die Regeln zur Fragebogenerstellung und Fragenformulierung kennen und üben deren Anwendung (Schwerpunkt Fachkompetenz).

Ablauf: Die Schüler erarbeiten „Verhaltensregeln“, auf die in einer Befragungssituation geachtet werden muss.

Darüber hinaus wird der Aspekt „Sprachschwierigkeiten“ besonders thematisiert, da die Schüler die Befragung in den Niederlanden in deutscher Sprache durchführen. Die Ergebnisse werden an der Tafel festgehalten.

In einem abschließenden Rollenspiel werden die „Verhaltens-regeln“ eingeübt und ein Feedback an die Schüler gegeben.

Im weiteren Verlauf der Stunde beschäftigen sich die Schüler mit dem konkreten Aufbau des Fragebogens und der Fragenformulierung. Einige der hier zu beachtenden „Regeln“ schließen an die zuvor erarbeiteten „Verhaltensregeln“ an

Anlagen: Tafelbild „Verhaltensregeln“ , Infotext: Regeln der Fragebogenerstellung

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 16***

Zeitlicher Rahmen: 45 Minuten

Unterrichtsziel(e): Die Schüler ermitteln die Informationen, die durch die Befragung gewonnen werden sollen (Schwerpunkte Fachkompetenz und Methodenkompetenz).

Ablauf: Von Seiten der Veranstalter der „Kunstbeurs“ (Stiftung Gelre Galeries) wurde kurz der gewünschte Rahmen der Informationsbeschaffung skizziert.

Davon ausgehend erarbeiten die Schüler konkrete Informationen, die durch die Befragung gewonnen werden sollen. Diese bilden die Zielperspektive für die anschließende Fragebogenerstellung.

Anlage: Ermittlung der (auf die Zielgruppe bezogenen) relevanten Fragen

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 17***

Zeitlicher Rahmen: 90 Minuten

Unterrichtsziel(e): Die Schüler entwickeln das vorläufige Endprodukt (Fragebogen) (Schwerpunkte Fachkompetenz und Sozialkompetenz).

Ablauf: Die Schüler erarbeiten vor dem Hintergrund ihrer Kenntnisse zur Erstellung eines Fragebogens und vor dem Hintergrund der zuvor erarbeiteten relevanten Informationen, die durch die Befragung gewonnen werden sollen, einen praxistauglichen Fragebogen. Dies geschieht zunächst in arbeitsgleicher Gruppenarbeit.

Die einzelnen Ergebnisse werden anschließend mit Hilfe von Plakaten im Rahmen eines „Marktes der Möglichkeiten“ vorgestellt.

Abschließend erfolgt eine Diskussion mit anschließender Einigung auf die geeignetsten Fragen, die dann zu einem Fragebogen zusammengefasst werden. Dieser kommt auf der „Kunstbeurs“ zum Einsatz.

Anlagen: Arbeitsauftrag, Endversion des Fragebogens

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 18***

Zeitlicher Rahmen: Projekttag

Unterrichtsziel(e): Die Schüler führen mit Hilfe des selbst erstellten Fragebogens eine persönliche Befragung auf der „Kunstbeurs“ in Arnheim (NL) durch (Schwerpunkte Sozialkompetenz und Fachkompetenz).

Ablauf: Die Schüler besuchen die „Kunstbeurs“ in Arnheim und werden dort von den Veranstaltern/ Galeristen begrüßt. Sie erhalten zunächst die Gelegenheit sich auf der „Kunstbeurs“ umzuschauen und sich mit der Umgebung vertraut zu machen. Danach führen sie in Teams die Befragung der Besucher durch.

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 19***

Zeitlicher Rahmen: 90 Minuten

Unterrichtsziel(e): Die Schüler werten selbstständig die von ihnen erhobenen Befragungsergebnisse aus (Schwerpunkt Fachkompetenz).

Ablauf: Die einzelnen Teams werten zunächst jeweils ihre Fragebögen aus. Diese Auswertung geschieht mit Hilfe eines Auswertungsbogens.

Anschließend werden die Auswertungsergebnisse aller Teams auf einem Ergebnisbogen zusammengefasst.

Nach der Zusammenfassung der Ergebnisse stellen die Schüler erste Schlussfolgerungen auf, die für die Veranstalter der „Kunstbeurs“ vor dem Hintergrund der Befragungsergebnisse relevant sein könnten.

Darüber hinaus äußern die Schüler erste Ideen, bei welchen Befragungsergebnissen eine grafische Veranschaulichung sinnvoll sein könnte.

Anlagen: Auswertungsbogen ,Ergebnisbogen

### ***Darstellung Unterrichtseinheit 20***

Zeitlicher Rahmen: 135 Minuten

Unterrichtsziel(e): Die Schüler lernen den Aufbau eines Marktforschungsberichtes kennen und erstellen einen solchen Bericht für die von ihnen durchgeführte Befragung (Schwerpunkte Fachkompetenz und Methodenkompetenz).

Ablauf: Die Schüler machen sich mit Hilfe eines kurzen Informationstextes mit dem Aufbau und Inhalt eines Marktforschungsberichtes vertraut.

Im Anschluss erstellen sie in arbeitsteiliger Gruppenarbeit die einzelnen Bestandteile eines Marktforschungsberichtes. Die Ergebnisse werden dann zu einem vollständigen Bericht zusammengefasst. Die Schüler ergänzen und helfen sich gegenseitig durch Verbesserungsvorschläge und Korrekturen.

Abschließend wird das Endprodukt den Veranstaltern der „Kunstbeurs“ zur Verfügung gestellt.

Anlagen: Informationstext: Die Präsentation von Marktforschungsdaten



## Abschluss

Der von den Schülern in der dritten Projektsequenz erstellte Marktforschungsbericht wurde an die Auftraggeber, die Stichting Gelre Galeries, zur weiteren Verwendung übersandt. Er wurde dort als so nützlich angesehen, dass eine Einladung an die Schule zur nächsten Kunstbeurs erfolgte.

## Anlagen

### *Liste Anlagen*

Alle Anlagen stehen auf der Website [www.lernende-euregio.com](http://www.lernende-euregio.com) unter „Informationsmaterial / Publikationen“ zur Verfügung.

Sie können die Materialien selbst vervielfältigen und nach ihren eigenen Bedürfnissen anpassen.

1. Ablaufplan
2. Marktanalyse
3. Liste mit noch unbeantworteten Fragen
4. Aktualisierte Vorab-Analyse
5. Fragebogen
6. Photos von Schülerpräsentationen
7. Evaluationsbogen
8. Folie (siehe Anlage)
9. Ergebnisse der Kartenabfrage (siehe Anlage)
10. Tafelbild „Verhaltensregeln“
11. Infotext: Regeln der Fragebogenerstellung
12. Ermittlung der (auf die Zielgruppe bezogenen) relevanten Fragen
13. Arbeitsauftrag
14. Endversion des Fragebogens
15. Auswertungsbogen
16. Ergebnisbogen
17. Informationstext: Die Präsentation von Marktforschungsdaten
18. Marktforschungsbericht
19. Zertifikat
20. Aachener Weihnachtsmarkt
21. Pressemitteilung
22. Artikel für die Website

*Kontakt*

Berufskolleg Viersen  
[www.berufskolleg-viersen.de](http://www.berufskolleg-viersen.de)

ROC de Leijgraaf  
[www.leijgraaf.nl](http://www.leijgraaf.nl)

Danièle Hamdan  
[danyhamdan@yahoo.de](mailto:danyhamdan@yahoo.de)

Karin Schwering  
[karin-schwering@t-online.de](mailto:karin-schwering@t-online.de)

Gero Ufert,  
[ufert@ajc-bk.de](mailto:ufert@ajc-bk.de)

Jo Giesbers  
[Jo.Giesbers@leijgraaf.nl](mailto:Jo.Giesbers@leijgraaf.nl)

Conny van den Hoogen  
[conny.hoogen@leijgraaf.nl](mailto:conny.hoogen@leijgraaf.nl)

GEB- Geschäftsstelle für EU-Projekte und berufliche Qualifizierung der Bezirksregierung  
Düsseldorf  
Postfach 30 08 65  
40408 Düsseldorf  
Fischerstraße 10  
D-40477 Düsseldorf  
Deutschland  
Tel: +49 (0)211 475-0  
[www.geb.nrw.de](http://www.geb.nrw.de)  
Kontaktperson: : Barbara von der Bank

ROC Nijmegen (Regionaal Opleidingen Centrum Nijmegen)  
Postbus 6560  
6503 GB Nijmegen  
Niederlande  
Tel: +31 (0)24 3500942  
[info@roc-nijmegen.nl](mailto:info@roc-nijmegen.nl)  
Kontaktperson: : Renie Hesseling

## Was ist eigentlich Glühwein? Marketing-Analysen euregionaler Märkte

Studentenhandbuch

2008

Danièle Hamdan  
Karin Schwering  
Gero Ufert



Geschäftsstelle für EU-Projekte und  
berufliche Qualifizierung der  
Bezirksregierung Düsseldorf

provincie limburg



Die Landesregierung  
Nordrhein-Westfalen



**ROC** NIJMEGEN



# **Was ist eigentlich Glühwein? Marketing-Analysen euregionaler Märkte**

Schülerhandbuch

2008

Berufskolleg Viersen, Viersen

Danièle Hamdan

Karin Schwering

Gero Ufert

ROC de Leijgraaf, Oss

Jo Giesbers

Conny van den Hoogen

## Vorwort

Deutschland und die Niederlande sind als Handelsnationen eng miteinander verbunden. Das trifft natürlich besonders auf den Grenzraum zu. In den letzten Jahren haben immer mehr Menschen eine Wohnung auf der anderen Seite der Grenzen gekauft, man besucht die gegenseitigen Discos und im Allgemeinen wird viel gegenseitig gekauft.

Der berufliche Unterricht hat diesen Trend in den Unterricht eingebunden. Im Rahmen des Interregprojekts "Bausteine für die euregionale Wirtschaft" haben im Zeitraum 2007-2008 diverse deutsche und niederländische berufsbildende Schulen im Grenzgebiet gemeinsame Unterrichtsmodule produziert.

Die folgenden Titel sind dabei zustande gekommen:

- Planung und Erstellung eines Reisekonzeptes für deutsche und niederländische Jugendgruppen
- Ausgekocht, Rezept zur Herstellung eines deutsch-niederländischen Schüleraustausches
- Kunden aus dem Nachbarland
- Was ist eigentlich Glühwein? Marketing-Analysen euregionaler Märkte
- Euregionaler Unternehmenstag
- Schaffung von Wettbewerbsvorteilen für junge Arbeitnehmer und KMUs in der Euregio
- Konzept zur Bekämpfung von Entstehungsbränden
- Sprache & Kultur. Die Niederlande und die Niederländer

Mehr wissen?

Besuch unserer Website [www.lernende-euregio.com](http://www.lernende-euregio.com)

Das Projektmanagement des Projekts Bausteine für die euregionale Wirtschaft wünscht Ihnen viel Spaß und Erfolg mit dem Einsatz des Lehrmaterials.

Lambert Teerling  
Barbara von der Bank  
Christoph Harnischmacher  
Renie Hesseling.

## **Inhaltsangabe**

### **Vorwort**

### **Inhaltsangabe**

### **Einleitung**

### **Projektbeschreibung**

*Projektziel*

*Zielgruppe*

*Integration in die Ausbildung*

*Arbeitsweise*

*Bewertung&Normierung*

### **Projekt**

*Einführung*

*Durchführung*

*Planung*

*Unterrichtseinheiten & Arbeitsaufträge*

*Abschluss*

## Einleitung

Das Berufskolleg Viersen der Stadt Viersen und das ROC de Leijgraaf in Oss haben im Rahmen des Projektes 'Bausteine für die euregionale Wirtschaft' ein Unterrichtskonzept 'Marketing-Analysen euregionaler Märkte' für Bildungsgänge im Berufsfeld 'Wirtschaft und Verwaltung' entwickelt.

Das Projekt wird in diesem Schuljahr von Ihrer Schule und Ihrer niederländischen Partnerschule durchgeführt. Es soll mittelfristig Ihre Perspektive auf dem deutschen bzw. niederländischen Arbeitsmarkt vergrößern. Durch das Zusammentreffen mit Partnerschülern aus den Niederlanden sollen Sie aber auch motiviert werden, die Sprache und Kultur der Nachbarn ebenso wie die Nachbarn selbst besser kennen zu lernen.

## Projektbeschreibung

### *Projektziel*

Sie werden per Email Jugendliche von Ihrer niederländischen Partnerschule kennenlernen und während des Projekts regelmäßig mit ihnen über eine speziell eingerichtete Internetplattform kommunizieren. So werden Sie viele Dinge über Ihr Nachbarland und seine Bewohner erfahren, die Ihnen vorher wahrscheinlich noch nicht klar waren. Gemeinsam werden Sie und Ihre Partner in diesem Projekt verschiedene Märkte der Euregio kennenlernen und professionell analysieren. Dadurch werden Sie Ihre Marketing-Kenntnisse über Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik vergrößern. Die Arbeitsergebnisse werden in die Internetplattform eingestellt und miteinander besprochen werden. Auf diese Weise werden Sie Ihre Kompetenz im Umgang mit Informationstechnologien steigern können. Außerdem sind Projekttagge eingeplant, an denen Sie real mit Ihren Partnern zusammentreffen. Sie werden merken, dass es spannend aber auch manchmal schwierig ist, wenn Menschen in Teams arbeiten, die verschiedene Sprachen sprechen, und die unterschiedliche Denk- und Arbeitsweisen haben. Es ist ein wichtiges Ziel dieses Projekts, dass Sie lernen, positiv und gelassen mit solchen Unterschieden umzugehen.



### *Zielgruppe*

Die Zielgruppe wird bei jeder Wiederholung des Projektes anders sein. Das Projekt ist geeignet für deutsche Schüler von der zweijährigen Berufsfachschule 'Wirtschaft und Verwaltung' (Handelsschule) und der einjährigen Berufsfachschule 'Wirtschaft und Verwaltung' für Schüler mit Fachoberschulreife. Auf niederländischer Seite: Schüler des 3-/4-jährigen Bildungsgangs „Ökonomie, Fachrichtung Marketing & Kommunikation“

### *Integration in die Ausbildung*

Spezielle Betriebswirtschaftslehre (Marketing)

Das Projekt wird auf deutscher Seite überwiegend im Rahmen des Differenzierungsbereichs in dem Fach „spezielle BWL (Marketing)“ durchgeführt. Insbesondere geht es darum, Kenntnisse über Marktforschungsinstrumente praktisch anzuwenden.

### *Arbeitsweise*

“Die Durchführung dieses Projektes bedeutet, dass Sie zusammen mit Ihren Klassenkameraden und Ihren niederländischen Partnerschülern an typischen Aufgaben aus der Marktforschung arbeiten werden.

Sie werden selbstständig diese komplexen Aufgaben strukturieren, Arbeitspläne erstellen und damit Ihre Tätigkeiten vorplanen.

Gemeinsam werden Sie wie professionelle Marktforscher verschiedene Märkte analysieren und auf die Erstellung qualitativ hochwertiger und nützlicher Produkte wie z.B. eines Marktforschungsberichtes hin arbeiten.

Höhepunkte der Kooperation werden die bi-nationalen Begegnungstage sein, an denen alle Teilnehmer zusammenkommen.

Die gemeinsame Arbeit wird nicht nur an der Schule oder auf der Internetplattform stattfinden, sondern Sie zu realen Märkten in der Euregio führen. Dort werden Sie die Gelegenheit zu Beobachtungen und Befragungen haben.

### *Bewertung&Normierung*

Die Leistungen, die von Ihnen im Rahmen des Projekts erbracht werden, gehen in Ihre Zeugnisnote ein. Außerdem wird Ihnen die erfolgreiche Teilnahme an dem Projekt durch ein Zertifikat bescheinigt werden, das Ihre Projektaktivitäten auflistet, und das sowohl von Vertretern Ihrer eigenen Schule als auch von Vertretern der Partnerschule unterschrieben wird.



## Projekt

### *Einführung*

Das Projekt ist in drei Sequenzen unterteilt: In einer ersten Phase werden Sie Ihre Partnerschüler per Email kennenlernen und sich auf die gemeinsame Arbeit einstimmen. In der zweiten und dritten Projektphase werden Sie sich mit dem Hauptthema des Projekts beschäftigen: der Analyse euregonaler Märkte mittels typischer Methoden des Marketing.

Die folgenden zwei Märkte sind für das Projekt ausgewählt worden: der Aachener Weihnachtsmarkt und die Kunstbeurs in Arnheim, auf der Galeristen der Provinz Gelderland Werke verschiedener Künstler ausstellen.

Von den Organisatoren der Kunstbeurs liegt ein Auftrag zur Durchführung einer professionellen Besucherbefragung vor.

Sie werden im Projektverlauf beide Märkte besuchen und dort verschiedene Analyseinstrumente des Marketings anwenden.



### *Durchführung*

Im Folgenden werden die drei genannten Projektsequenzen genauer beschrieben, um Ihnen einen Überblick über den Gesamtverlauf des Projektes zu geben.

Sie finden danach einen Ablaufplan in tabellarischer Form, aus dem hervorgeht, wie viele Unterrichtseinheiten das Projekt umfasst, welche Ziele jeweils angestrebt werden, und welche Kompetenzen Sie erwerben bzw. festigen werden.

Die letzte Spalte, „Inhalte“, zeigt auf, was konkret in den einzelnen Unterrichtseinheiten getan wird.

#### 1. Projektsequenz: „Mehr voneinander wissen“

In einer kurzen Kennenlernphase tauschen die Schüler beider Partnerkollegs per Email persönliche Informationen aus und stimmen sich auf den thematischen Rahmen der zweiten Projektsequenz, die Themen „Weihnachten“ und „weihnachtliche Märkte“, ein.

#### 2. Projektsequenz: Marketing-Schwerpunkt „Marktbeobachtung“

Nach einer Vorab-Analyse des Aachener Weihnachtsmarktes mit Hilfe von Prospektmaterial verständigen sich die beiden Projektteams auf ein Schema für die Analyse dieses Marktes. Im Rahmen eines Projekttagess führen binationale Teams von Schülern die Marktanalyse in Aachen durch. An einem weiteren Projekttag bereiten sie gemeinsam ihre Ergebnisse auf und stellen sie mittels Plakatpräsentationen vor.

#### 3. Projektsequenz: Marketing-Schwerpunkt „Besucherbefragung“

Die Schulen erhalten als „Marketingprofis“ den Auftrag, eine Besucherbefragung auf der „Kunstbeurs“ in Arnheim durchzuführen. Nach der Erstellung eines Fragebogens besuchen Schülergruppen den Markt und führen eine Befragung durch.

Ablaufplan**Projektsequenz 1: „Mehr voneinander wissen“**

Unterrichtseinheit	Dauer	Ziel(e)	Kompetenzen	Inhalte
1	45 Min.	Die niederländischen Partnerschüler kennen lernen	Sozialkompetenz	Erste Kontaktaufnahme via E-Mail in deutscher Sprache
2	45 Min.	Die niederländischen Partnerschüler besser kennen lernen und sich auf die gemeinsame Arbeit einstimmen	Sozialkompetenz	Austausch via E-Mail über jeweils landestypische Sitten und Bräuche zur Weihnachtszeit.

**Projektsequenz 2: Marketing-Schwerpunkt „Marktbeobachtung“**

3	45 Min.	Die komplexe Aufgabenstellung der Marktanalyse des Aachener Weihnachtsmarktes in kleinere Teilaufgaben strukturieren und in eine für den Arbeitsprozess zweckmäßige Abfolge bringen	Methodenkompetenz	Die Klasse entwickelt einen Ablaufplan für das Projekt
4	90 Min.	Ein Marktanalyseschema für den Aachener Weihnachtsmarkt entwickeln	Methodenkompetenz , Fachkompetenz	Die Klasse entwickelt ein Marktanalyseschema entsprechend der Marketinginstrumente
5	45 Min.	Eine erste Marktanalyse anhand eines Informationstextes des Aachener Verkehrsvereins durchführen (Vorab-Analyse)	Fachkompetenz	Aus dem Informationstext werden die fachlich relevanten Informationen herausgefiltert und entsprechend dem Analyseschema systematisiert
6	45 Min.	Die niederländischen Schüler über die Ergebnisse der Vorab-Analyse informieren und das Feedback der niederländischen Schüler berücksichtigen	Personalkompetenz, Sozialkompetenz	Die Ergebnisse werden eingescannt und via Email an die niederländischen Partnerschüler geschickt. Die niederländischen Schüler erhalten einen ersten Überblick über den Aachener Weihnachtsmarkt, und ihre Anmerkungen können bei den weiteren Arbeitsschritten berücksichtigt werden

7	45 Min.	Vorschläge für einen Frage- bzw. Aufgabenbogen für die Marktanalyse in Aachen entwickeln	Fachkompetenz	Wo gibt es noch Lücken im Marktanalyseschema? Fragen, die durch die Vorab-Analyse nicht abschließend geklärt werden konnten, werden gesammelt
8	45 Min.	Feedback der niederländischen Schüler in der Vorab-Analyse berücksichtigen	Sozialkompetenz	Anmerkungen der niederländischen Schüler werden bei den weiteren Arbeitsschritten berücksichtigt
9	45 Min.	Die niederländischen Schüler über die Vorschläge für den Fragen- bzw. Aufgabenbogen informieren	Personalkompetenz, Sozialkompetenz	Die jeweiligen niederländischen Partnerschüler erhalten die Vorschläge für den Fragebogen und senden ihrerseits Vorschläge zurück
10	90 Min.	Einen Frage- bzw. Aufgabenbogen für die Marktanalyse gemeinsam mit den niederländischen Schülern entwickeln	Sozialkompetenz	Erstellung eines gemeinsamen Fragenkataloges; gemeinsame Auswahl zweckmäßiger Fragen
11	Projekttag	Eine Marktanalyse auf dem Aachener Weihnachtsmarkt durchführen	Sozialkompetenz, Fachkompetenz	Die niederländischen und die deutschen Schüler werden vom Aachener Verkehrsverein über den Weihnachtsmarkt informiert. Sie bearbeiten in binationalen Gruppen ihren Frage- bzw. Aufgabenbogen
12	Projekttag	Eine Präsentation der Marktanalyse erstellen und gemeinsam vorstellen	Sozialkompetenz, Methodenkompetenz	Die binationalen Gruppen erstellen eine Präsentation zur Marktanalyse des Aachener Weihnachtsmarktes und stellen diese vor
13	45 Min.	Evaluation des Projektes	Methodenkompetenz	Sie bewerten den bisherigen Projektverlauf mit Hilfe eines Evaluationsbogens. Im Anschluss erfolgt ein informeller Austausch mit den Projektlehrern über die bisherigen Erfahrungen

**Projektsequenz 3: Marketing-Schwerpunkt „Besucherbefragung“**

14	45 Min.	Die Aufgabenstellung der Befragung auf der „Kunstbeurs“ strukturieren	Methodenkompetenz	Sie machen sich mit der Aufgabenstellung der Befragung vertraut und bringen die notwendigen Arbeitsschritte in eine logische Abfolge
15	90 Min.	Das Instrument der persönlichen Befragung	Fachkompetenz	Sie vertiefen Ihre Kenntnisse zum Marktforschungsinstrument „persönliche Befragung“ und beschäftigen sich mit den Regeln der Fragebogenerstellung und Fragenformulierung
16	45 Min.	Ermittlung der (auf die Zielgruppe bezogenen) relevanten Fragen	Fachkompetenz, Methodenkompetenz	Sie stellen die Informationen heraus, die durch die Befragung ermittelt werden sollen
17	90 Min.	Erstellung eines praxistauglichen Fragebogens für die „Kunstbeurs“	Fachkompetenz, Sozialkompetenz	Sie erstellen einen Fragebogen, der bei dem Besuch der „Kunstbeurs“ zum Einsatz kommt
18	Projekttag	Eine persönliche Befragung auf der „Kunstbeurs“ in Arnheim durchführen	Sozialkompetenz, Fachkompetenz	Kleingruppen führen mit Hilfe der selbst entwickelten Fragebögen eine Besucherbefragung auf der „Kunstbeurs“ in den Niederlanden durch
19	90 Min.	Auswertung der Befragungsergebnisse	Fachkompetenz	Die Kleingruppen werten ihre Befragungsergebnisse aus. Später werden alle Auswertungsergebnisse zusammengefügt. Es werden erste Schlussfolgerungen gesammelt und dort, wo es sinnvoll ist, werden Ergebnisse grafisch veranschaulicht
20	135 Min.	Erstellung eines Marktforschungsberichtes (Endprodukt)	Fachkompetenz, Methodenkompetenz	Sie erstellen einen abschließenden Marktforschungsbericht, der im Anschluss der Stiftung „Gelre Galeries“ (Veranstalter der Kunstbeurs) zur Verfügung gestellt wird.

*Unterrichtseinheiten & Arbeitsaufträge*

Nachdem Sie nun schon in etwa wissen, was in dem Projekt auf Sie zukommt, werden im Folgenden die einzelnen Unterrichtseinheiten genauer beschrieben.

Es macht Sinn, diese Beschreibungen jeweils zur Vorbereitung auf Projektstunden oder – Tage durchzulesen. Arbeitsaufträge und Materialien, die Sie zur Erledigung der Aufgaben benötigen, werden Ihnen von Ihren Lehrern zur Verfügung gestellt werden, oder Sie werden sie im Verlauf der Projektarbeit selbst erstellen.

**Sammeln Sie alle Projektunterlagen in diesem Hefter, und bringen Sie ihn immer zum Projektunterricht mit!**

Viel Vergnügen bei den euregionalen Marktanalysen!

**PROJEKTSEQUENZ 1: „Mehr voneinander wissen“**Unterrichtseinheit 1

Der Lehrer präsentiert die Website der Partnerschule, gibt Informationen über die Schulkooperation im Allgemeinen und über das Marktanalyse-Projekt.

Auf der Internet-Plattform finden Sie die ersten Emails Ihrer niederländischen Partner, in denen diese sich vorstellen. Sie beantworten die Mails.

Unterrichtseinheit 2

Unter Ihren Projekt-Emailadressen finden Sie Emails von ihren Partnern, die diese im Rahmen ihres Deutschunterrichts vorbereitet haben. Es geht darin um wichtige Feste in den Niederlanden und speziell darum, wie das Weihnachtsfest gefeiert wird. Die Emails enthalten Fragen, die von den deutschen Schülern beantwortet werden.

**PROJEKTSEQUENZ 2: Marketing-Schwerpunkt „Marktbeobachtung“**Unterrichtseinheit 3

Sie haben in einer projektunabhängigen vorhergehenden Unterrichtssequenz Grundgedanken des internationalen Marketings kennen gelernt und sind daher mit der Tatsache vertraut, dass Marketing in verschiedenen Ländern unterschiedliche Ausprägungsformen hat.

„Welche kunden- und produktspezifischen Besonderheiten weist ein typisch deutscher Markt auf?“ Ausgehend von dieser Frage werden Sie in Gruppen selbstständig Teilfragen für die Beobachtung des Aachener Weihnachtsmarktes ermitteln.

Dann werden Sie einen Ablaufplan mit den notwendigen Arbeitsschritten entwickeln.

Unterrichtseinheit 4

Der Lehrer präsentiert der Klasse den von ihr entwickelten Ablaufplan auf Folie und stellt die Frage nach dem weiteren Vorgehen. Sie und Ihre Mitschüler sammeln per Kartenabfrage passende Marketinginstrumente. Diese sind Ihnen aus Ihrem vorhergehenden Unterricht im Fach Marketing vertraut, und der Lehrer wird Sie anhalten, bei Bedarf die entsprechenden Aufzeichnungen in Ihren Unterlagen zu konsultieren.

Unterrichtseinheit 5

Der Lehrer wird Ihnen einen Text und weiteres Prospektmaterial über den Aachener Weihnachtsmarkt zur Informationsentnahme vorlegen.

Sie tragen die Informationen, die Sie daraus ermitteln, in Ihr Marktanalyseschema ein.

Unterrichtseinheit 6

Sie werden das von Ihnen ausgefüllte Marktanalyseschema als Dateianhang per Email an Ihre Partner verschicken. In dem Text der Email informieren Sie die Partner über Ihre bisherige Arbeit und bitten sie um ein Feedback.

Unterrichtseinheit 7

Der Lehrer fordert Sie auf, ihr teilweise ausgefülltes Marktanalyseschema daraufhin zu untersuchen, welche Fragen bei der Vorab-Analyse offen geblieben sind. Sie erarbeiten offene Fragen zunächst in Gruppen und fassen Ihre Arbeitsergebnisse anschließend in einem Unterrichtsgespräch zusammen.

Unterrichtseinheit 8

In dieser Unterrichtseinheit haben Sie wieder Zugang zur binationalen Arbeits- und Kommunikationsplattform. Sie lesen die Emails ihrer Partnerschüler, in denen diese Änderungs- bzw. Ergänzungsvorschläge zur Analyse unterbreiten. Über die Bedeutung dieser Vorschläge sprechen Sie miteinander und arbeiten sie in Ihre Vorab-Analyse ein.

Unterrichtseinheit 9

Wie in Unterrichtseinheit 8 arbeiten Sie auch jetzt mit der Arbeits- und Kommunikationsplattform. Sie informieren die Partner über Ihre Diskussionen in den vorangegangenen Unterrichtseinheiten und senden ihnen Ihre noch unbeantworteten Fragen mit der Bitte um Feedback.

Unterrichtseinheit 10

Sie entnehmen der Kommunikationsplattform letzte Ergänzungsvorschläge Ihrer niederländischen Partner und verwenden sie für die Erarbeitung des Fragebogens in Gruppen.

Unterrichtseinheit 11

Ihre Partner kommen zu Ihnen an die Schule, wo binationale Gruppen (4 – 6 Personen) gebildet werden. Sie werden über das Tagesprogramm informiert.

Dann fahren Sie gemeinsam nach Aachen. Zunächst informieren Sie sich bei einer Mitarbeiterin des Aachener Verkehrsvereins über den Weihnachtsmarkt.

Dann bearbeiten die Teams ihre Fragebogen weiter bei einem Gang über den Markt. Verschiedene Gruppen sind dabei für verschiedene Teile des Bogens verantwortlich.

Wenn der Bogen Ihrer Gruppe bearbeitet ist, wird er bei Ihrem Lehrer abgegeben.

*Bemerkung:* Bitte beachten Sie bei der Kommunikation mit Ihren Partnern, dass Deutsch eine Fremdsprache für sie ist! Sprechen Sie also langsam und deutlich, und wiederholen Sie bei Bedarf, was Sie gesagt haben!

Unterrichtseinheit 12

Sie kommen an diesem Projekttag wieder in Ihren binationalen Gruppen zusammen. Sie werden über das Tagesprogramm informiert. Zusammen mit dem von Ihnen ausgefüllten Bogen erhalten Sie einen Arbeitsauftrag. Sie werden die Ergebnisse Ihrer Marktanalyse in Aachen mit Ihren Partnern besprechen und gemeinsam eine Präsentation darüber vorbereiten. Die Präsentationen werden eingeübt und vor Publikum gehalten.

*Bemerkung:* s. Bemerkung zu Unterrichtseinheit 11

Unterrichtseinheit 13

Sie erhalten einen Evaluationsbogen über den bisherigen Projektverlauf, den Sie individuell ausfüllen. Die Evaluationsergebnisse werden Sie mit Ihrem Lehrer besprechen.



### PROJEKTSEQUENZ 3: Marketing-Schwerpunkt „Besucherbefragung“

#### Unterrichtseinheit 14

Durch eine Folie gewinnen Sie einen ersten Eindruck von der „Kunstbeurs“ in Arnheim, und Sie werden angeregt, Ideen zu äußern, welche Zielsetzungen bei einer persönlichen Befragung der Besucher dieser „Beurs“ zu Grunde zu legen sind. Im Folgenden erarbeiten Sie mit Hilfe einer Kartenabfrage die notwendigen Arbeitsschritte für die Durchführung der Befragung.

#### Unterrichtseinheit 15

Im Rahmen eines Lehrer-Schüler-Gesprächs erarbeiten Sie „Verhaltensregeln“ für die Befragungssituation.

Im Anschluss beschäftigen Sie sich mit Hilfe eines Arbeitsblattes, das Ihnen der Lehrer vorlegen wird, mit den „Regeln“ für die Fragebogenerstellung.

#### Unterrichtseinheit 16

Der Lehrer informiert Sie darüber, was die Veranstalter der „Kunstbeurs“ durch die Besucherbefragung herausfinden möchten. Im Folgenden erarbeiten Sie konkrete Informationen, die durch die Befragung gewonnen werden sollen, und die somit als Zielvorgabe für die Fragebogenerstellung gelten können.

#### Unterrichtseinheit 17

Angeleitet durch einen Arbeitsauftrag, den Ihnen Ihr Lehrer geben wird, erstellen Sie in arbeitsgleicher Gruppenarbeit einen möglichen Fragebogen für die Besucherbefragung auf der Kunstbeurs.

Im Rahmen eines „Marktes der Möglichkeiten“ informiert sich die Gesamtgruppe über die verschiedenen Vorschläge. Dann wird gemeinsam aus allen Gruppenarbeitsergebnissen ein Fragebogen entwickelt, der am Projekttag zur Anwendung kommen soll.

#### Unterrichtseinheit 18

Im Rahmen eines Projekttagess nutzen Sie die von Ihnen selbst erstellten Fragebögen, indem Sie in Teams eine persönliche Befragung der Besucher auf der „Kunstbeurs“ in Arnheim durchführen.

#### Unterrichtseinheit 19

Die einzelnen Teams erhalten einen Auswertungsbogen, um die von ihnen erhobenen Befragungsergebnisse zu sammeln und auszuwerten. Anschließend werden die Ergebnisse aller Teams in einem Ergebnisbogen zusammengefasst, um ein Gesamtbild der Befragung zu erhalten.



#### Unterrichtseinheit 20

Zur Erstellung eines Endproduktes fügen Sie die von ihnen erhobenen, ausgewerteten und interpretierten Daten zu einem Marktforschungsbericht zusammen. Mit Hilfe eines Arbeitsblattes, das Ihnen der Lehrer zur Verfügung stellen wird, machen Sie sich mit dem Aufbau eines solchen Berichtes vertraut.

### *Abschluss*

Der von Ihnen und Ihren Projektpartnern erstellte Marktforschungsbericht wird an die "Auftraggeber", die Organisatoren der Kunstbeurs, weitergeleitet.

Die Leistungen, die von Ihnen im Rahmen des Projekts erbracht werden, gehen in Ihre Zeugnisnote ein.

Außerdem wird Ihnen die erfolgreiche Teilnahme an dem Projekt durch ein Zertifikat bescheinigt werden, das Ihre Projektaktivitäten auflistet, und das sowohl von Vertretern Ihrer eigenen Schule als auch von Vertretern der Partnerschule unterschrieben wird.

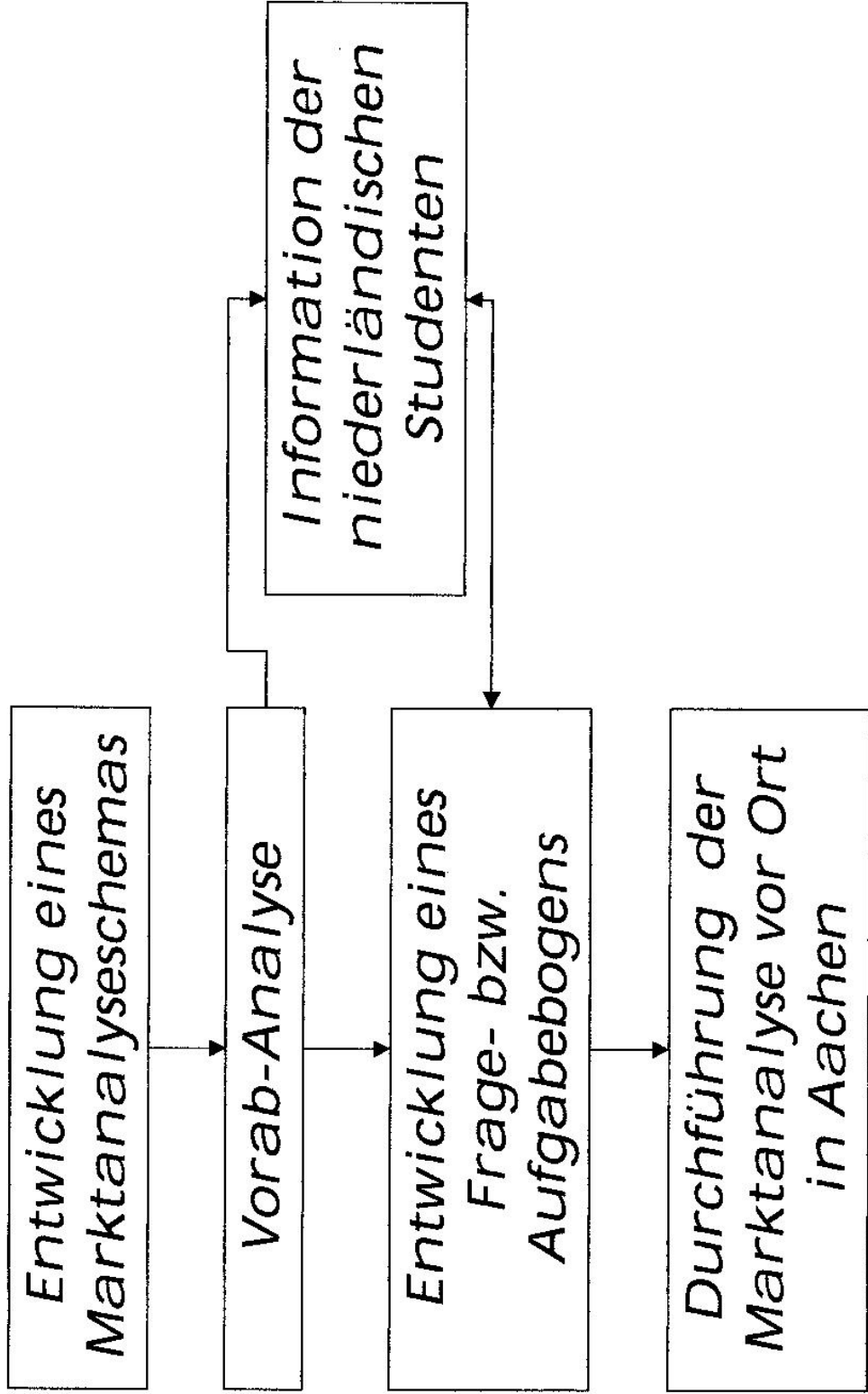


# Anlagen-Übersicht

## Weihnachtsmarkt

1. Ablaufplan
2. Marktanalyse
3. Liste mit noch unbeantworteten Fragen
4. Aktualisierte Vorab-Analyse
5. Fragebogen
6. Photos von Schülerpräsentationen
7. Evaluationsbogen
8. Folie (siehe Anlage)
9. Ergebnisse der Kartenabfrage (siehe Anlage)
10. Tafelbild „Verhaltensregeln
11. Infotext: Regeln der Fragebogenerstellung
12. Ermittlung der (auf die Zielgruppe bezogenen) relevanten Fragen
13. Arbeitsauftrag
14. Endversion des Fragebogens
15. Auswertungsbogen
16. Ergebnisbogen
17. Informationstext: Die Präsentation von Marktforschungsdaten
18. Marktforschungsbericht
19. Zertifikat
20. Aachener Weihnachtsmarkt
21. Pressemitteilung
22. Artikel für die Website

## Marktanalyse des Aachener Weihnachtsmarkts



# Marktanalyse

Klasse:	1. Arbeitsblatt: Marktanalyse des Weihnachtsmarktes in Aachen	Datum:
---------	---	--------

## Zielgruppen

Welche Informationen zu den Zielgruppen können Sie den Informationsmaterialien entnehmen?	
Geografische Merkmale: Wohnort, Region, Land usw.	
Demografische Merkmale: Geschlecht, Alter, Familienstand, Haushaltsgröße usw.	
Soziografische Merkmale: Beruf, Einkommen, Ausbildung, Religion, Kultur usw.	
Psychografische Merkmale: Einstellungen, Persönlichkeitsmerkmale, Gewohnheiten usw.	
Verhaltensorientierte Merkmale: Informations- und Kommunikationsverhalten, Markentreue usw.	
Größe der Zielgruppe:	

Notizen:

Weihnachtsmarkt in Aachen

Welche allgemeinen Informationen zum Weihnachtsmarkt in Aachen können Sie den Informationsmaterialien entnehmen?	
Allgemeine Informationen zum Weihnachtsmarkt: Standort, Öffnungszeiten, Veranstalter usw.	

Produkt- bzw. Sortimentspolitik

Welche Informationen zur Produkt- bzw. Sortimentspolitik können Sie den Informationsmaterialien entnehmen?	
Welche Produkte werden auf dem Weihnachtsmarkt angeboten?	
Welche Dienstleistungen werden auf dem Weihnachtsmarkt angeboten?	
Welche Unternehmen bieten Produkte oder Dienstleistungen an?	

Notizen:

### Preispolitik

Welche Informationen zur Preispolitik können Sie den Informationsmaterialien entnehmen?	
Preispolitik: Hochpreispolitik, Niedrigpreispolitik usw.	

### Kommunikationspolitik

Welche Informationen zur Kommunikationspolitik können Sie den Informationsmaterialien entnehmen?	
Welche Werbemittel und Werbeträger werden verwendet?	

### Servicepolitik

Welche Informationen zur Servicepolitik können Sie den Informationsmaterialien entnehmen?	
Welche Serviceleistungen werden angeboten?	

Notizen:

## Liste mit noch unbeantworteten Fragen

Welche Fragen sind nach der Vorab-Analyse noch unbeantwortet?

1. Wer hat den Weihnachtsmarkt in Aachen erschaffen?
2. Welche weiteren Produkte/Dienstleistungen gibt es für Kinder/Erwachsene?
3. Wie alt sind die einzelnen Zielgruppen?
4. Welche Art von Marktständen gibt es?
5. Warum ist der Markt so gut besucht?
6. Wie oft waren Sie schon hier?
7. Was machen Sie hier am liebsten?
8. Was ist am Weihnachtsmarkt in Aachen so interessant für Sie?
9. Welches Produkt wird am meisten verkauft?
10. Wie alt ist der Weihnachtsmarkt?
11. Aus welchen Ländern/Städten kommen die Besucher?

Diese Fragen würden wir gerne bei der Marktanalyse in Aachen klären.

# Aktualisierte Vorabanalyse

HS51	1. Arbeitsblatt: Marktanalyse des Weihnachtsmarktes in Aachen	06.12.2006
------	---	------------

## Zielgruppen

Welche Informationen zu den Zielgruppen können Sie den Informationsmaterialien entnehmen?	
Geografische Merkmale: Wohnort, Region, Land usw.	Aachen und Umgebung; Holland; Belgien; Frankreich; England
Demografische Merkmale: Geschlecht, Alter, Familienstand, Haushaltsgröße usw.	Familien; Kinder; Erwachsene
Soziografische Merkmale: Beruf, Einkommen, Ausbildung, Religion, Kultur usw.	
Psychografische Merkmale: Einstellungen, Persönlichkeitsmerkmale, Gewohnheiten usw.	Finden Weihnachten gut, gesellig
Verhaltensorientierte Merkmale: Informations- und Kommunikationsverhalten, Markentreue usw.	Kollegen und Freunde treffen
Größe der Zielgruppe:	Ca. 1.5 Mio

## Aktualisierte Vorab-Analyse

HS51	2. Arbeitsblatt: Marktanalyse des Weihnachtsmarktes in Aachen	06.12.2006
------	---	------------

### Weihnachtsmarkt in Aachen

Welche allgemeinen Informationen zum Weihnachtsmarkt in Aachen können Sie den Informationsmaterialien entnehmen?	
Allgemeine Informationen zum Weihnachtsmarkt: Standort, Öffnungszeiten, Veranstalter usw.	seit den 70er Jahren; Rund um das Aachener Rathaus; 24.11-23.12; 11:00 bis 20:30 Uhr; Buden + Stände; Aachen Touristik e. V.; 4.000 m2 Ausstellungsfläche (Nr. 3 in Deutschland); über 100 Stände; Verkaufsfläche 4m2

### Produkt- bzw. Sortimentspolitik

Welche Informationen zur Produkt- bzw. Sortimentspolitik können Sie den Informationsmaterialien entnehmen?	
Welche Produkte werden auf dem Weihnachtsmarkt angeboten?	Kunsth Handwerk (getöpftes, gemaltes); Speisen + Getränke aus Aachen: Glühwein, Waffeln, Reibekuchen, Bockwurst, Printen, Dominosteine, Spitzkuchen und Marzipanbrot.
Welche Dienstleistungen werden auf dem Weihnachtsmarkt angeboten?	Karussellfahrten; Märchentante
Welche Unternehmen bieten Produkte oder Dienstleistungen an?	Unternehmen aus Aachen



aktualisierte Vorab-Analyse

HS51	3. Arbeitsblatt: Marktanalyse des Weihnachtsmarktes in Aachen	06.12.2006
------	---	------------

Preispolitik

Welche Informationen zur Preispolitik können Sie den Informationsmaterialien entnehmen?	
Preispolitik: Hochpreispolitik, Niedrigpreispolitik usw.	

Kommunikationspolitik

Welche Informationen zur Kommunikationspolitik können Sie den Informationsmaterialien entnehmen?	
Welche Werbemittel und Werbeträger werden verwendet?	Informationstext, Internet

Servicepolitik

Welche Informationen zur Servicepolitik können Sie den Informationsmaterialien entnehmen?	
Welche Serviceleistungen werden angeboten?	Rahmenprogramm; Parkmöglichkeiten; Lieferservice

Notizen:

# Fragebogen

**Frage (Allgemeine Informationen):**

Wer hat den Weihnachtsmarkt in Aachen ins Leben gerufen, und wie lange gibt es ihn schon?

Tipp: Informieren Sie sich auch bei Frau Becker (*Anm.: Angestellte des Aachener Verkehrsvereins*)

---

---

---

---

---

**Frage (Zielgruppe/Produktpolitik):**

Welche weiteren – nicht in der Vorab-Analyse genannten - Produkte und Dienstleistungen werden auf dem Weihnachtsmarkt speziell den Erwachsenen angeboten? Notieren Sie sich diese Produkte oder Dienstleistungen.

1: \_\_\_\_\_

2: \_\_\_\_\_

3: \_\_\_\_\_

4: \_\_\_\_\_

5: \_\_\_\_\_

6: \_\_\_\_\_

7: \_\_\_\_\_

8: \_\_\_\_\_

9: \_\_\_\_\_

10: \_\_\_\_\_

**Frage (Zielgruppe/Produktpolitik):**

Welche weiteren – nicht in der Vorab-Analyse genannten - Produkte und Dienstleistungen werden auf dem Weihnachtsmarkt speziell den Kindern angeboten?

Notieren Sie sich diese Produkte oder Dienstleistungen.

1: \_\_\_\_\_

2: \_\_\_\_\_

3: \_\_\_\_\_

4: \_\_\_\_\_

5: \_\_\_\_\_

6: \_\_\_\_\_

7: \_\_\_\_\_

8: \_\_\_\_\_

9: \_\_\_\_\_

10: \_\_\_\_\_

**Frage (Produkt- bzw. Sortimentspolitik):**

Welche Art von Marktständen gibt es?

Gehen Sie wie folgt vor: Notieren Sie sich alle Produkte eines Standes, und überlegen Sie sich anschließend eine Bezeichnung für diese Art von Marktstand.

	Art des Standes:	Produkte bzw. Sortiment:
Bsp.	Glühweinstand	Glühwein
Bsp.	Imbiss-Stand	Bockwurst, Curry-Wurst, Pommes, Wasser, Cola, Limonade, usw.
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		

**Frage (Zielgruppe):**

Aus welchen Gründen besucht die Zielgruppe der Erwachsenen den Weihnachtsmarkt?

---

---

---

---

---

---

Was macht diese Zielgruppe am liebsten auf dem Weihnachtsmarkt?

Tipp: Beobachten Sie, an welchen Ständen sich die Zielgruppe aufhält.

---

---

---

---

---

---

Wie oft besucht die Zielgruppe den Weihnachtsmarkt?

---

---

---

---

---

---

**Frage (Zielgruppe):**

Aus welchen Gründen besucht die Zielgruppe der Kinder den Weihnachtsmarkt?

---

---

---

---

---

---

Was macht diese Zielgruppe am liebsten auf dem Weihnachtsmarkt?

Tipp: Beobachten Sie, an welchen Ständen sich die Zielgruppe aufhält.

---

---

---

---

---

---

Wie oft besucht die Zielgruppe den Weihnachtsmarkt?

---

---

---

---

---

---

Frage (Allgemeine Informationen):

In Deutschland gibt es viele Weihnachtsmärkte. Was ist gerade am Aachener Weihnachtsmarkt so interessant?

---

---

---

---

---

---

Frage (Produktpolitik):

Welches Produkt wird auf dem Aachener Weihnachtsmarkt am meisten verkauft?

---

---

---

---

---

---

Frage (Zielgruppe):

Welche Zielgruppe ist wie stark auf dem Weihnachtsmarkt vertreten?

Führen Sie eine Stichprobe durch: Stellen Sie sich mit Ihrer Gruppe 15 Minuten an einen Zugangsweg zum Markt und zählen Sie die Anzahl der Besucher je Zielgruppe.

Anzahl der Kinder		Anzahl der Erwachsenen	
davon weiblich	davon männlich	davon weiblich	davon männlich

Frage (Produktpolitik):

Vergleichen Sie die Preise eines Produkts an unterschiedlichen Ständen.

Führen Sie diesen Preisvergleich für drei unterschiedliche Produkte durch.

Produkt:		Produkt:		Produkt:	
Stand:	Preis:	Stand:	Preis:	Stand:	Preis:
1	€	1	€	1	€
2	€	2	€	2	€
3	€	3	€	3	€
4	€	4	€	4	€
5	€	5	€	5	€
6	€	6	€	6	€
7	€	7	€	7	€
8	€	8	€	8	€
9	€	9	€	9	€
10	€	10	€	10	€

# Photos von Schülerpräsentationen





# Evaluationsbogen

Liebe Schüler!

Wir möchten mit diesem Bogen Ihre Meinung über die Fahrt nach Aachen und den Projekttag an unserer Schule erfahren. Bitte füllen Sie ihn in Ruhe aus und geben ihn ihrem Lehrer zurück!

Bitte schreiben Sie zu jedem Punkt kurz Ihre Meinung:

Sprachprobleme:

Zusammenarbeit:

Organisation:

Was hat Ihnen am besten gefallen?

Was hat Ihnen überhaupt nicht gefallen?

Verbesserungsvorschläge:

Folie

# Galeriebeurs Arnhem

08. -11. März

11-18 Uhr



## Ergebnisse der Kartenabfrage

Wie muss ein Fragebogen aufgebaut sein?

Worauf ist bei der Formulierung der Fragen zu achten?

Worauf muss ich als „Befragender“ achten?

Was soll überhaupt abgefragt werden?

# Tafelbild Verhaltensregeln

Tafelbild: „Verhaltensregeln“ in der Befragungssituation

sicheres Auftreten/seriöses Auftreten

angemessene Kleidung

Freundlichkeit

Höflichkeit, z.B. bei Sprachschwierigkeiten

bei der Fragestellung langsam und deutlich sprechen

Sauberkeit/ Ordnung (z.B. keine geknickten Fragebögen)

Konzentration während der Befragung

# Infotext Regeln der Fragebogenerstellung

## Infotext: Die 12 Regeln der Fragebogenerstellung

### § 1 Jede Frage dient der Zielsetzung der Befragung.

Befragungen sind aufwändig und kostspielig. Es dürfen daher nur Fragen in den Fragebogen aufgenommen werden, die nachweislich dazu dienen, die Befragungsziele des Auftraggebers zu erreichen.

### § 2 Jede Frage ist leicht verständlich formuliert.

Der Entwickler des Fragebogens darf nicht davon ausgehen, dass der Befragte über denselben Kenntnishintergrund zum Thema verfügt. Außerdem ist der Befragte nicht mit der Fachsprache vertraut, die für den Entwickler des Fragebogens selbstverständlich ist.

**Schlechtes Beispiel** „In welcher Größenordnung sollte der Hersteller dieses Produkt aus Ihrer Perspektive preislich positionieren?“

**Gutes Beispiel** „Wie viel darf dieses Produkt aus Ihrer Sicht höchstens kosten?“

### § 3 Fragen dürfen nicht die Beantwortung nachfolgender Fragen erübrigen.

Häufig erübrigt sich eine Frage in Abhängigkeit von der Beantwortung der vorangegangenen Fragen.

**Beispiel** Der Frage „Kaufen Sie Lebensmittel in Konserven?“ folgt die Frage „Wie viel geben Sie durchschnittlich pro Woche für Konserven aus?“. Wurde die erste Frage mit „Nein“ beantwortet, erübrigt sich die zweite Frage.

**Merke:** Bei Auftreten dieses Problems Filterfragen einsetzen (siehe „Fragetechniken“ im Anhang).

### § 4 Jede Frage bezieht sich auf nur einen Sachverhalt.

Sowohl bei der Beantwortung als auch bei der Auswertung schleichen sich sonst Ungenauigkeiten ein.

**Schlechtes Beispiel** „Wurden Sie von unseren Verkäufern freundlich und qualifiziert bedient?“

**Gutes Beispiel** „Ich erlebte die Verkäufer als ...  höflich  qualifiziert  usw.“

### § 5 Jede Frage ist grundsätzlich neutral formuliert, sodass der Befragte nicht beeinflusst wird.

**Schlechtes Beispiel** „Sind auch Sie der Meinung, dass Zigaretten besser nicht im Supermarkt verkauft werden sollten?“ (Suggestivfrage)

**Gutes Beispiel** „Welcher der folgenden Aussagen würden Sie zustimmen?  
 Zigaretten sollten weiterhin im Supermarkt verkauft werden.  
 Zigaretten sollten nicht im Supermarkt verkauft werden.“

### § 6 Geschlossene Fragen schließen keine sinnvollen Antworten aus.

Alle Antwortmöglichkeiten müssen ausreichend differenziert sein, um alle Antwortmöglichkeiten einzuschließen. Darüber hinaus können sie zu Hybridfragen (siehe „Fragetechniken“ im Anhang) erweitert werden.

**Schlechtes Beispiel** „Mit welchem Verkehrsmittel gelangen Sie zur Arbeit?  
 Auto  Bahn  Fahrrad  zu Fuß“

**Gutes Beispiel** „Mit welchem Verkehrsmittel gelangen Sie zur Arbeit?  
 Auto  Bahn  Fahrrad  Motorrad  zu Fuß  
 Ich wohne bei meiner Arbeitsstätte  andere: ...“

**Merke:** Sofern der Befragte aus gutem Grunde unsicher in seiner Antwort sein kann, müssen geschlossene Fragen eine Ausweichantwort wie „weiß nicht“, „keine Meinung“ usw. anbieten. Sonst wird der Befragte zu nicht zutreffenden Antworten gezwungen und das Ergebnis unnötig verfälscht.



**§ 7 Negative und positive Antwortmöglichkeiten bei geschlossenen Fragen halten sich die Waage.**

**Schlechtes Beispiel** „Wie hat Ihnen dieses Produkt gefallen?  
 sehr gut  gut  zufrieden stellend  weniger gut“

**Gutes Beispiel** „Wie hat Ihnen dieses Produkt gefallen?  
 sehr gut  gut  durchschnittlich  weniger gut“  
 überhaupt nicht“

**§ 8 „Zustimmungsfragen“ zu einer vorgegebenen Aussage werden vermieden.**

Hintergrund ist das Problem, dass Befragte mit geringerem Selbstbewusstsein dazu neigen, einer Aussage – unabhängig vom Inhalt – zuzustimmen. Man geht davon aus, dass diese grundsätzliche „Zustimmungstendenz“ eine Strategie vieler Menschen ist, Konflikte und Probleme zu vermeiden.

**Schlechtes Beispiel** „Nehmen Sie zu folgender Aussage Stellung: Alkohol sollte im Supermarkt verkauft werden.“  
 stimme zu  stimme nicht zu

**Gutes Beispiel** „Welcher der folgenden Aussagen würden Sie zustimmen?“  
 Alkohol sollte im Supermarkt verkauft werden.  
 Alkohol sollte nicht im Supermarkt verkauft werden.

**§ 9 Fragen beziehen sich stets auf konkrete, objektive Sachverhalte**

Fragen sollten sich immer auf konkrete und objektiv nachprüfbar Sachverhalte beziehen. Fragen nach Handlungsabsichten in der Zukunft sowie Fragen nach Meinungen, Einstellungen und Überzeugungen haben wenig Aussagewert.

Antworten auf solche Fragen spiegeln oft nicht die Wirklichkeit wider, denn in vielen Fällen antwortet der Befragte unbewusst unwahr auf solche Fragen (so genannte „Antwortverzerrungen“), da er sich durch Überzeugungen, Ideale oder Verklärungen selbst täuscht.

**Schlechtes Beispiel** „Würden Sie zukünftig umweltfreundliche Haushaltsmittel kaufen?“

**Gutes Beispiel** „Welche Haushaltsprodukte setzen Sie zurzeit ein?“

**§ 10 Zu jedem komplexen Themenbereich werden mehrere Fragen gestellt.**

Jeder erfragte Themenbereich sollte durch mehrere Fragen erschlossen werden („multiple Indikatoren“), die den Sachverhalt aus verschiedenen Richtungen beleuchten. Auf diese Weise wird die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass die Antworten der Realität entsprechen.

**§ 11 Dem Befragten darf nicht suggeriert werden, seine Meinung sei sozial unerwünscht.**

Hintergrund ist das Problem, dass Befragte nicht ehrlich antworten, wenn sie glauben, dass ihre Antwort vom Interviewer oder Auftraggeber missbilligt wird. Gerade Personen mit geringem Selbstbewusstsein passen ihre Antworten den vermuteten Antworterwartungen des Interviewers an („soziale Erwünschtheit“). In solchen Fällen werden typischerweise indirekte Fragen eingesetzt.

**Schlechtes Beispiel** „Essen Sie bei McDonald's?“ (abhängig von der Persönlichkeit des Interviewers)

**Gutes Beispiel** „Warum, glauben Sie, ist McDonald's so erfolgreich?“

**§ 12 Demografische Fragen werden am Schluss gestellt.**

Der Befragte teilt ungern Informationen zu seiner Person mit, solange er den Fragebogen nicht kennt. Werden demografische Fragen zu Beginn eines Interviews gestellt, so kann das zum Abbruch des Interviews oder zur bewusst unwahren Beantwortung von Fragen führen.

# Ermittlung der relevanten Fragen

## Ergebnisse der Erarbeitung

### Besucher:

Woher kommen die Besucher?

Wie alt sind die Besucher?

Geschlecht

### Vorwissen:

Woher wissen die Besucher, dass die Ausstellung stattfindet?

Wissen die Besucher, wer die Ausstellung organisiert?

### Besuch der Ausstellung:

Ist es der erste Besuch auf der Ausstellung?

Was ist der Grund des Besuchs?

Regt eine solche Ausstellung zum erneuten Besuch an?

Haben die Besucher schon mal Kunstwerke gekauft?

Wie ist die Auswahl der Künstler/ Galerien in der Ausstellung?

Gibt es andere Erwartungen bzw. Verbesserungsvorschläge?

### Kunst/ Ausstellungen/ Galerien:

Welche Zeitungen/ Zeitschriften lesen die Besucher?

Halten die Besucher die hier erhältlichen Informationen zu Kunst, Galerien usw. für ausreichend?

Wird auch das Internet als Informationsquelle genutzt?

Welche Internetseiten werden bevorzugt?

# Arbeitsauftrag

## Gruppenarbeit

Entwickeln Sie mit Hilfe des Arbeitsblattes „Die 12 Regeln der Fragebogenerstellung“ einen Fragebogen, den Sie auf der Galeriebörse in Arnheim anwenden können. Als Grundlage dafür, welche Informationen durch die Befragung ermittelt werden sollen, dient das Tafelbild.

Achten Sie bei der Erstellung des Fragebogens auch auf folgende Aspekte:  
Verwenden Sie möglichst einfache Formulierungen.  
Bieten sie, wo es möglich ist, Auswahlantworten an, denn es erleichtert sowohl die Beantwortung der Fragen als auch die spätere Auswertung der Bögen.

Halten Sie die Fragen, die sie in Ihren Fragebogen aufnehmen wollen, auf einem Plakat fest. Denken Sie daran, deutlich und groß zu schreiben.







# Endversion des Fragebogens

## Fragebogen Arnheim

### A. Besuch / Börse

1. Woher wissen Sie, dass diese stattfindet?

Internet  Zeitung  Bekannte  Sonstige

1a. Haben Sie den Weg zur Börse gut gefunden?

Ja  Nein

2. Wissen Sie, wer diese Börse organisiert?

Ja  Nein

3. Ist das Ihr erster Besuch auf dieser Börse?

Ja  Nein

Wenn nein, wie oft waren sie schon hier? \_\_\_\_\_

4. Was ist der Grund Ihres Besuches?

kaufen  informieren/gucken  Sonstiges

5. Würden Sie diese Kunstbörse erneut besuchen?

Ja  Nein  weiß nicht

6. Haben Sie konkrete Verbesserungsvorschläge für diese Börse?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

7. Haben Sie schon mal ein Kunstwerk gekauft?

Ja  Nein

8. Sind Sie mit den angebotenen Kunstwerken auf dieser Börse zufrieden?

Ja  Nein  weiß nicht

9. Haben Sie eine Zeitung abonniert?

Ja \_\_\_\_\_  Nein

10. Wenn ja, finden Sie dort ausreichend Informationen über Künstler, Ausstellungen etc. ?

Ja       Nein

11. Nutzen Sie auch das Internet, um Informationen über Kunst, Galerien, Ausstellungen zu bekommen?

Ja       Nein

Wenn ja, welche Adresse? www. \_\_\_\_\_

**B. Zur Person:**

12. Woher kommen Sie?      Ort: \_\_\_\_\_       keine Angabe

13. Wie alt sind Sie?      Alter: \_\_\_\_\_       keine Angabe

14. Geschlecht:       weiblich       männlich

# Auswertungsbogen

Auswertung der Befragung in Arnheim

Besuch/Börse

Woher wissen Sie, dass die Börse stattfindet?

Internet \_\_\_\_\_ Zeitung \_\_\_\_\_ Bekannte \_\_\_\_\_ Sonstiges \_\_\_\_\_

Haben Sie den Weg zur Börse gut gefunden?

Ja \_\_\_\_\_ Nein \_\_\_\_\_

Wissen Sie, wer diese Börse organisiert?

Ja \_\_\_\_\_ Nein \_\_\_\_\_

Ist das Ihr erster Besuch auf dieser Börse?

Ja \_\_\_\_\_ Nein \_\_\_\_\_ →

1x \_\_\_\_\_

2x \_\_\_\_\_

3x \_\_\_\_\_

4x \_\_\_\_\_

6x \_\_\_\_\_

Was ist der Grund Ihres Besuches?

Kaufen \_\_\_\_\_ Informieren/Gucken \_\_\_\_\_ Sonstiges \_\_\_\_\_

Würden Sie diese Kunstbörse erneut besuchen?

Ja \_\_\_\_\_ Nein \_\_\_\_\_ Weiß nicht \_\_\_\_\_

Haben Sie konkrete Verbesserungsvorschläge für diese Börse?

Vorschlag	Anzahl
_____	_____
_____	_____
_____	_____

Haben Sie schon einmal ein Kunstwerk gekauft?

Ja \_\_\_\_\_ Nein \_\_\_\_\_

Sind Sie mit den angebotenen Kunstwerken auf dieser Börse zufrieden?

Ja \_\_\_\_\_ Nein \_\_\_\_\_ Weiß nicht \_\_\_\_\_

Haben Sie eine Zeitung abonniert?

Ja \_\_\_\_\_ Nein \_\_\_\_\_

Wenn ja, welche?

\_\_\_\_\_

Finden Sie in Zeitungen ausreichend Informationen über Künstler, Ausstellungen etc.?

Ja \_\_\_\_\_ Nein \_\_\_\_\_

Nutzen Sie auch das Internet, um Informationen über Kunst, Galerien, Ausstellungen zu bekommen?

Ja \_\_\_\_\_ Nein \_\_\_\_\_

Wenn ja, unter welchen www-Adressen?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Zur Person

Woher kommen Sie?

Ort	Anzahl	Ort	Anzahl
_____	_____x	_____	_____x
_____	_____x	_____	_____x
_____	_____x	_____	_____x

Wie alt sind Sie?

<25 \_\_\_\_\_ 26-35 \_\_\_\_\_ 36-45 \_\_\_\_\_ 46-55 \_\_\_\_\_ 56-65 \_\_\_\_\_ 66-75 \_\_\_\_\_ > 70\_\_\_\_\_

Geschlecht

männlich \_\_\_\_\_ weiblich \_\_\_\_\_

# Ergebnisbogen

Auswertung der Befragung in Arnheim (Zahl der befragten Personen: 77)

Besuch/Börse

Woher wissen Sie, dass die Börse stattfindet?  
(Mehrfachnennungen möglich)

Internet	9	Zeitung	35	Bekannte	20	Sonstiges	17
----------	---	---------	----	----------	----	-----------	----

1a. Haben Sie den Weg zur Börse gut gefunden?

Ja	71	Nein	4	keine Angabe	2
----	----	------	---	--------------	---

Wissen Sie, wer diese Börse organisiert?

Ja	42	Nein	33	keine Angabe	2
----	----	------	----	--------------	---

Ist das Ihr erster Besuch auf dieser Börse?

Ja	32	Nein	45
----	----	------	----

Wenn nein, wie oft waren sie bereits da?

1x	6
2x	15
3x	10
4x	5
öfter als 4x	9

Was ist der Grund Ihres Besuches?  
(Mehrfachnennungen möglich)

Kaufen	8	Informieren/Gucken	56	Sonstiges	15
--------	---	--------------------	----	-----------	----

Würden Sie diese Kunstbörse erneut besuchen?

Ja	57	Nein	9	weiß nicht	11
----	----	------	---	------------	----

Haben Sie konkrete Verbesserungsvorschläge für diese Börse?

Vorschlag	Anzahl
Mehr Werbung	1x
Wärmer	2x
Keine Verbesserungsvorschläge	74x

Haben Sie schon einmal ein Kunstwerk gekauft?

Ja	47	Nein	30
----	----	------	----

Sind Sie mit den angebotenen Kunstwerken auf dieser Börse zufrieden?

Ja	57	Nein	7	weiß nicht	13
----	----	------	---	------------	----

Haben Sie eine Zeitung abonniert?

Ja	22	Nein	55
----	----	------	----

Wenn ja, welche?

genannte Zeitungen:
El Dorado
Kunstbild
NRC
Atelier
De Gelderlander

Finden Sie in Zeitungen ausreichend Informationen über Künstler, Ausstellungen etc.?

Ja	25	Nein	47	keine Angabe	5
----	----	------	----	--------------	---

Nutzen Sie auch das Internet, um Informationen über Kunst, Galerien, Ausstellungen zu bekommen?

Ja	40	Nein	37
----	----	------	----

Wenn ja, unter welchen www-Adressen?

genannte www-Adressen:
www.google.nl
www.marktplaats.nl
www.galleries.nl
www.fotografie.nl

Zur Person

Woher kommen Sie?

Ort	Anzahl
Arnhem	37
Nijmegen	6
Duiven	2
Didam	1
Venlo	2
Waalwijk	1
Doetinchem	1
Rheden	2
Rotterdam	1
Wageningen	1
Naarden	1

Ort	Anzahl
Huissen	1
Den Haag	1
Elst	2
Reykjavik	1
Zeewolde	2
Druten	1
Groningen	1
Pannerden	1
Westervoort	2
Apeldoorn	2
Zevenaar	1

keine Angabe: 7

Wie alt sind Sie?

Altersgruppe	Anzahl
unter 25 Jahren	1
26-35 Jahre	4
36-45 Jahre	9
46-55 Jahre	14
56-65 Jahre	26
66-75 Jahre	10
älter als 75 Jahre	2

keine Angabe: 11

Geschlecht

männlich	36	weiblich	41
----------	----	----------	----

# Informationstext Die Präsentation von Marktforschungsdaten

## Die Präsentation der Marktforschungsdaten

Sind die Marktforschungsdaten ausgewertet, müssen sie zu einem Marktforschungsbericht zusammengefasst und somit präsentiert werden.

Ein Marktforschungsbericht kann folgendermaßen aufgebaut sein:

- Titel
- Inhaltsverzeichnis
- Einführung
- Zusammenfassung der Ergebnisse
- Schlussfolgerungen und Empfehlungen
- Anhang (Tabellen und Grafiken)

Der Titel des Berichtes kann z.B. das Thema der Untersuchung, die Anzahl der geführten Interviews, die Zielgruppe und das Datum der Befragung umfassen.

Dem Marktforschungsbericht vorangestellt wird ein möglichst differenziertes Inhaltsverzeichnis, das dem Leser als Wegweiser durch das Datenmaterial dient.

Der eigentliche Bericht beginnt dann mit der Einführung, die alle wichtigen Aspekte der Befragung enthalten sollte und über deren Ablauf Auskunft gibt (z.B. Ziel der Befragung, Anzahl der Befragten, Zahl der Befrager und Zahl der Fragebögen je Befrager, Zeitpunkt der Befragung, Besonderheiten).

Auf die Einführung erfolgt eine Zusammenfassung der Ergebnisse der Untersuchung.

Den Abschluss des Textteils bilden Schlussfolgerungen und Empfehlungen, die aus den Ergebnissen der Befragung gezogen werden können.

Im Anhang befinden sich Tabellen und Schaubilder, die die ermittelten Ergebnisse veranschaulichen sollen (nur wo dies sinnvoll erscheint !!!). Als zu verwendende Grafiken gelten besonders das Kreis -und das Säulendiagramm.



## Marktforschungsbericht

Eine persönliche Befragung der Besucher auf der Galerie-Börse in Arnheim am 09. März 2007

Berufskolleg Viersen  
Heesstraße 95  
41751 Viersen

Klasse: HSG 62

## Inhaltsverzeichnis

	Seite
Einführung.....	3
Fragebogen.....	4
Zusammenfassung der Ergebnisse.....	5
Schlussfolgerungen und Empfehlungen.....	9
Anhang.....	10
Fotos der Befragung in Arnheim am 09. März 2007.....	13

## 1. Einführung

Die Schülerinnen und Schüler der Klasse HSG 62 des Berufskollegs Viersen nahmen im Schuljahr 2006/2007 auf Einladung der niederländischen Partnerschule an einem Marketingprojekt teil. Im Rahmen dieses Projektes führten Sie nach einer Vorbereitungsphase im Zuge des Marketingunterrichts am 09.03.2007 eine persönliche Befragung auf der Galerie-Börse in Arnheim durch.

Insgesamt wurden 77 Personen von 5 Gruppen, die aus jeweils 2 Schülerinnen und Schülern bestanden, befragt. Die Befragung fand von 11:00 Uhr bis 14:00 Uhr statt. Eine Besonderheit an diesem Tag war das Frühstück, welches die Lehrer und Schüler der HSG 62 bei Ihrer Ankunft bekommen haben.

Ziel der Befragung war es, die Zufriedenheit der Besucher der Galerie-Börse zu ermitteln.

## 2. Fragebogen

Der folgende Fragebogen wurde von den Schülern der Klasse HSG 62 erarbeitet und am 09. März auf der Galerie-Börse in Arnheim zur Befragung genutzt.

### Fagebogen Arnheim

#### A. Besuch / Börse

1. Woher wissen Sie, dass diese stattfindet?

Internet  Zeitung  Bekannte  Sonstige

1a. Haben Sie den Weg zur Börse gut gefunden?

Ja  Nein

2. Wissen Sie, wer diese Börse organisiert?

Ja  Nein

3. Ist das Ihr erster Besuch auf dieser Börse?

Ja  Nein

Wenn nein, wie oft waren sie schon hier? \_\_\_\_\_

4. Was ist der Grund Ihres Besuches?

kaufen  informieren/gucken  Sonstiges

5. Würden Sie diese Kunstbörse erneut besuchen?

Ja  Nein  weiß nicht

6. Haben Sie konkrete Verbesserungsvorschläge für diese Börse?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

7. Haben Sie schon mal ein Kunstwerk gekauft?

Ja  Nein

8. Sind Sie mit den angebotenen Kunstwerken auf dieser Börse zufrieden?

Ja  Nein  weiß nicht

9. Haben Sie eine Zeitung abonniert?

Ja \_\_\_\_\_  Nein

10. Wenn ja, finden Sie dort ausreichend Informationen über Künstler, Ausstellungen etc. ?

Ja       Nein

11. Nutzen Sie auch das Internet, um Informationen über Kunst, Galerien, Ausstellungen zu bekommen?

Ja       Nein

Wenn ja, welche Adresse? www.\_\_\_\_\_

### **B. Zur Person:**

12. Woher kommen Sie?      Ort: \_\_\_\_\_       keine Angabe

13. Wie alt sind Sie?      Alter: \_\_\_\_\_       keine Angabe

14. Geschlecht:       weiblich       männlich

### 3. Zusammenfassung der Ergebnisse

Auf der Kunstausstellung in Arnheim wurden 77 Besucher der Börse befragt.

Auf die Frage "Woher wissen Sie, dass die Börse stattfindet", haben 35 von 77 befragten Gästen geantwortet, sie wüssten es durch die Zeitung und 20 haben es von Bekannten erfahren. Die Börse war gut zu erreichen.

42 der Befragten wussten, wer die Börse organisiert, jedoch war es 33 von 77 Befragten nicht geläufig. Der größere Teil (45) war schon zum zweiten oder dritten Mal auf dieser Börse, 32 besuchten diese zum ersten Mal. Die Kunstbörse wurde überwiegend zum informieren und gucken genutzt, lediglich 8 Besucher sind mit dem Vorhaben zur Börse gekommen, etwas kaufen zu wollen. 57 Besucher würden die Börse ein weiteres Mal besuchen und 96% waren mit der Ausstellung vollkommen zufrieden und haben keine Verbesserungsvorschläge. 47 Besucher haben schon mal ein Kunstwerk erworben und 57 waren mit den Angeboten auf dieser Ausstellung zufrieden.

"Haben Sie eine Zeitung abonniert?" - lediglich 22 von 77 Befragten haben diese Frage mit "Ja" beantwortet. Von diesen Befragten wurden die Zeitungen El Dorado, Kunstbild, NRC, Atelier und de Gelderlander angegeben. 47 Besucher finden in Zeitungen nicht ausreichend Informationen über Künstler, Ausstellungen etc. und deswegen nutzen 40 Befragte auch das Internet als Informationsquelle.

Folgende www-Adressen wurden von den Befragten angegeben:

www.google.nl  
www.marktplaats.nl  
www.galleries.nl  
www.fotografie.nl

Die meisten Besucher (37) der Kunstausstellung in Arnheim kamen auch aus Arnheim, 6 aus Nijmegen und jeweils 2 aus Duiven, Venlo, Rheden, Elst, Zeewolde, Westervoort und Apeldoorn. Die Interessenten dieser Ausstellung befanden sich überwiegend (26) im Alter zwischen 56 und 65 Jahren, 14 waren zwischen 46 und 55 Jahren und 10 waren im Alter von 66 bis 75 Jahren. Die Börse wurde von 36 männlichen Besuchern und 41 weiblichen Besuchern besucht.

Eine detaillierte Übersicht über die einzelnen Befragungsergebnisse findet sich in folgender Übersicht:

## Besuch/Börse

Woher wissen Sie, dass die Börse stattfindet?  
(Mehrfachnennungen möglich)

Internet	9	Zeitung	35	Bekannte	20	Sonstiges	17
----------	---	---------	----	----------	----	-----------	----

1a. Haben Sie den Weg zur Börse gut gefunden?

Ja	71	Nein	4	keine Angabe	2
----	----	------	---	--------------	---

Wissen Sie, wer diese Börse organisiert?

Ja	42	Nein	33	keine Angabe	2
----	----	------	----	--------------	---

Ist das Ihr erster Besuch auf dieser Börse?

Ja	32	Nein	45
----	----	------	----

Wenn nein, wie oft waren sie bereits da?

1x	6
2x	15
3x	10
4x	5
öfter als 4x	9

Was ist der Grund Ihres Besuches?  
(Mehrfachnennungen möglich)

kaufen	8	informieren/gucken	56	Sonstiges	15
--------	---	--------------------	----	-----------	----

Würden Sie diese Kunstbörse erneut besuchen?

Ja	57	Nein	9	weiß nicht	11
----	----	------	---	------------	----

Haben Sie konkrete Verbesserungsvorschläge für diese Börse?

Vorschlag	Anzahl
Mehr Werbung	1x
Wärmer	2x
Keine Verbesserungsvorschläge	74x

Haben Sie schon einmal ein Kunstwerk gekauft?

Ja	47	Nein	30
----	----	------	----

Sind Sie mit den angebotenen Kunstwerken auf dieser Börse zufrieden?

Ja	57	Nein	7	weiß nicht	13
----	----	------	---	------------	----

Haben Sie eine Zeitung abonniert?

Ja	22	Nein	55
----	----	------	----

 Wenn ja, welche?

genannte Zeitungen:
El Dorado
Kunstbild
NRC
Atelier
De Gelderlander

Finden Sie in Zeitungen ausreichend Informationen über Künstler, Ausstellungen etc.?

Ja	25	Nein	47	keine Angabe	5
----	----	------	----	--------------	---

Nutzen Sie auch das Internet, um Informationen über Kunst, Galerien, Ausstellungen zu bekommen?

Ja	40	Nein	37
----	----	------	----

Wenn ja, unter welchen www-Adressen?

genannte www-Adressen:
www.google.nl
www.marktplaats.nl
www.galleries.nl
www.fotografie.nl

### Zur Person

#### Woher kommen Sie?

Ort	Anzahl
Arnhem	37
Nijmegen	6
Duiven	2
Didam	1
Venlo	2
Waalwijk	1
Doetinchem	1
Rheden	2
Rotterdam	1
Wageningen	1
Naarden	1

Ort	Anzahl
Huissen	1
Den Haag	1
Elst	2
Reykjavik	1
Zeewolde	2
Druten	1
Groningen	1
Pannerden	1
Westervoort	2
Apeldoorn	2
Zevenaar	1

keine Angabe: **7**

#### Wie alt sind Sie?

Altersgruppe	Anzahl
unter 25 Jahren	1
26-35 Jahre	4
36-45 Jahre	9
46-55 Jahre	14
56-65 Jahre	26
66-75 Jahre	10
älter als 75 Jahre	2

#### Geschlecht

männlich	36	weiblich	41
----------	----	----------	----

keine Angabe: **11**

Graphische Darstellungen der wichtigsten Befragungsergebnisse finden sich im Anhang dieses Berichtes.



#### 4. Schlussfolgerungen und Empfehlungen

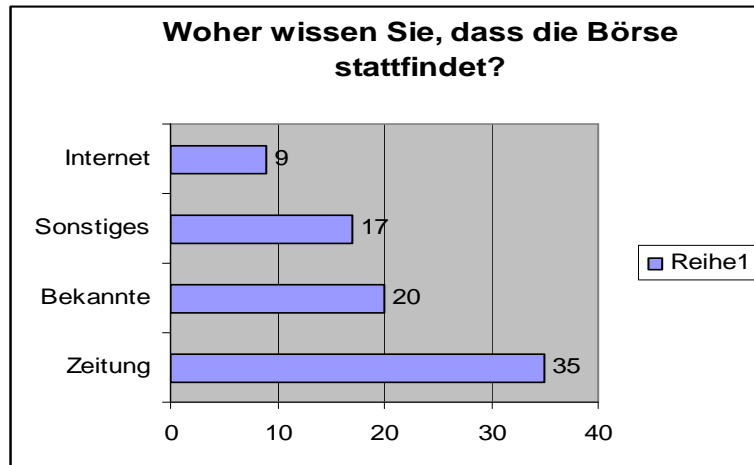
Die meisten Börsenbesucher wissen durch die Zeitung und das Internet, wann und wo die Börse stattgefunden hat. Auf diese Medien sollten sich zukünftige Werbemaßnahmen konzentrieren. Der Weg zur Börse war sehr leicht zu finden, so dass hier keine weiteren Empfehlungen zu beachten sind. Die Besucher waren nicht sehr am Kaufen der Kunstgegenstände interessiert, sondern wollten sich vielmehr informieren und umsehen.

Da vielen Besuchern die Börse sehr gut gefallen hat, würden Sie die Börse auch im nächsten Jahr erneut besuchen. Es lässt sich also eine gute Prognose für den Fortbestand der Börse stellen. Auf der Börse waren sowohl weibliche als auch männliche Besucher, die meisten im Alter zwischen 56 und 65 Jahren.

Sehr viele der Besucher kamen aus Arnheim und Umgebung. Auf diesen Raum sollten sich auch die weiteren Maßnahmen konzentrieren.

Anhang

zu Frage 1)



(Mehrfachnennungen

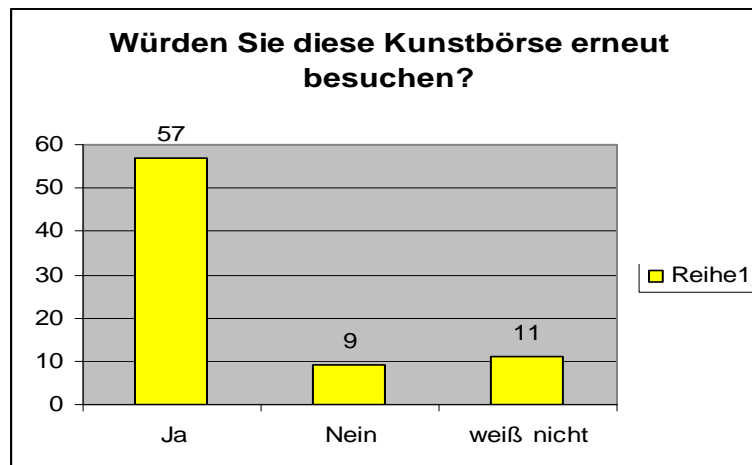
möglich)

zu Frage 4)

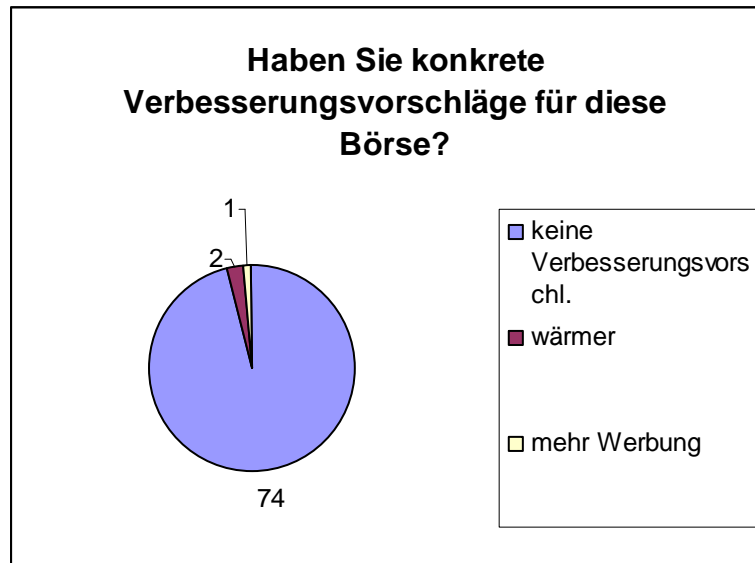


(Mehrfachnennungen möglich)

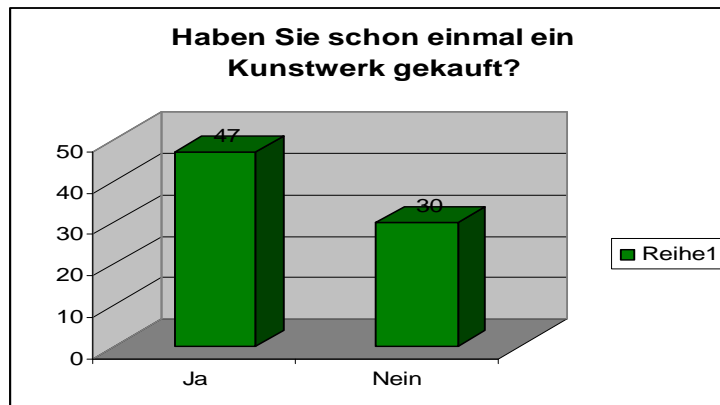
zu Frage 5)



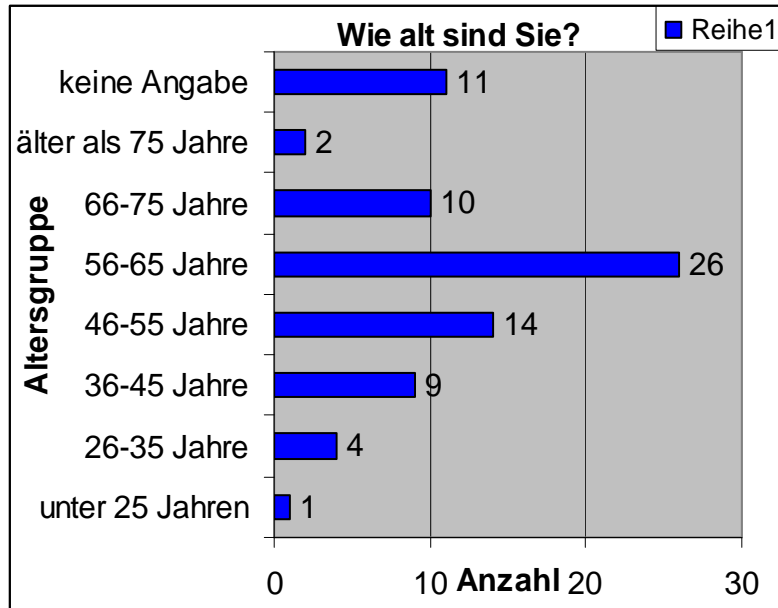
zu Frage 6)



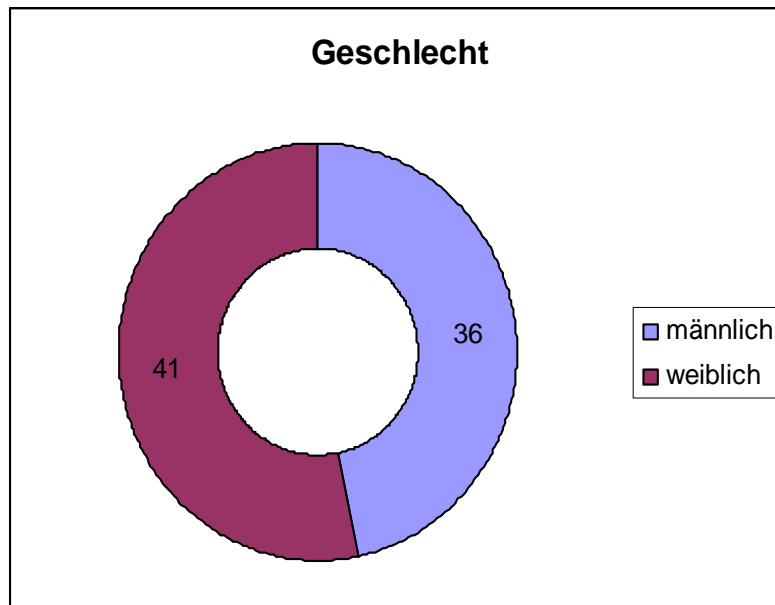
zu Frage 7)



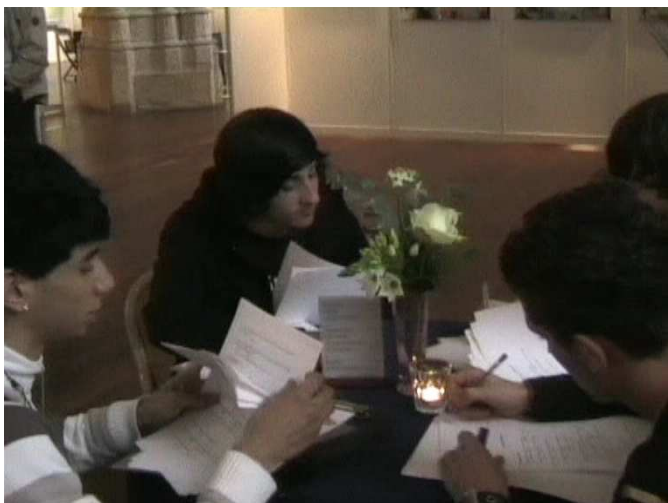
zu Frage 13)



zu Frage 14)



6. Fotos der Befragung in Arnheim am 09. März 2007



*Berufskolleg Viersen*

*HSG 62*



**Berufskolleg Viersen**  
des Kreises Viersen  
Sekundarstufe II  
Heessstraße 95  
D-41751 Viersen

**ROC de Leijgraaf**  
Euterpeaan 100  
NL-534 4CS Oss



## Zertifikat

Frau Laura Endrikat

geboren am 16.12.1988 in Viersen,

hat in der Zeit vom 16.10.2006 bis zum 15.12.2006 am deutsch-niederländischen Projekt „Marktanalyse des Aachener Weihnachtsmarktes - Analyse eines EUREGIONALen Marktes“ mit Erfolg teilgenommen und dabei folgende Projekteinhalte bearbeitet:

### Module im Bereich **Marketing**

- Entwicklung der Projektplanung
- Entwicklung des Marktanalyseschemas
- Marktanalyse des Aachener Weihnachtsmarktes anhand von Sekundärdaten
- Entwicklung eines Frage- bzw. Aufgabenbogens für die Marktanalyse vor Ort
- Erhebung von Primärdaten auf dem Aachener Weihnachtsmarkt


### Module im Bereich **Internationale Zusammenarbeit** (Kommunikationssprache Deutsch)

- Kennenlernen der niederländischen Schüler
- Austausch über die Planungen und Inhalte des Projektes mit einer/einem niederländischen Partnerschülerin/Partnerschüler
- gemeinsame Arbeit mit den niederländischen Schülern in binationalen Gruppen
  - während der Marktanalyse in Aachen
  - während der Anfertigung und Vorstellung der Marktanalyse

Als Projektarbeit wurde eine **Präsentation der Marktanalyse** angefertigt und vorgestellt.

Viersen, 15. Januar 2007

**Berufskolleg Viersen**  
des Kreises Viersen  
Sekundarstufe II  
Heessstr. 95 - 41751 Viersen  
Telefon: 02162 / 99497 - 0  
Telefax: 02162 / 9949751  
E-mail: [berufskolleg.viersen@t-online.de](mailto:berufskolleg.viersen@t-online.de)  
[www.Berufskolleg-Viersen.de](http://www.Berufskolleg-Viersen.de)  
**Dipl.-Volkswirt Gero Ufert**  
Berufskolleg Viersen  
- Projektleiter -

  
Dorothee Schenkelaars  
ROC de Leijgraaf

Die Projektarbeit wurde im Rahmen des zweijährigen Bildungsganges der Berufsfachschule Typ Wirtschaft und Verwaltung (Handelsschule) durchgeführt.

### Anlage

Beispiel: Zertifikat zur Projektsequenz 3

## Zertifikat

Herr ...  
geboren am ...,

hat in der Zeit vom 21.02.2007 bis zum 25.04.2007 an dem euregionalen Projekt „Marktforschung: Eine persönliche Befragung der Besucher auf der Galeriebeurs Arnheim“ mit Erfolg teilgenommen und dabei folgende Projektinhalte bearbeitet:

Auseinandersetzung mit den verschiedenen Instrumenten der Marktinformationsbeschaffung, insbesondere der Befragung  
Erarbeitung der verschiedenen Techniken/ Regeln der Fragenformulierung  
Selbständige Erstellung eines Fragebogens  
Intensive Beschäftigung mit den sozialen und interkulturellen Aspekten einer Befragungssituation  
Eigenständige Durchführung der Befragung auf der „Galeriebeurs Arnheim“ im Rahmen der Projektfahrt nach Arnheim am 09.03.2007  
Aufbereitung und Auswertung der ermittelten Daten  
Erstellung eines Marktforschungsberichtes, der im Anschluss den Veranstaltern der „Galeriebeurs Arnheim“ zur Verfügung gestellt wurde

Viersen, 30. April 2007

OStD Jürgen Schroeren  
(Schulleiter)

Karin Schwing  
(Fachlehrerin „Marketing“)

Die Projektarbeit wurde im Rahmen des einjährigen Bildungsganges der Berufsfachschule Typ Wirtschaft und Verwaltung durchgeführt.

## Aachener Weihnachtsmarkt



- ▶ [english](#)
- ▶ [français](#)
- ▶ [nederlands](#)

Einer der größten und schönsten Weihnachtsmärkte Deutschlands prägt alljährlich für vier Wochen das Bild und die Stimmung der Stadt.

"Alle Jahre wieder": Der Marktplatz erstrahlt in festlichem Glanz. In der Luft liegt der Duft nach Tannengrün und Bienenwachs. Vom Holzkohlegrill ziehen verlockende Rauchschwaden vorüber. Maronen schmoren im Feuer, die Märchentante blättert in ihrem großen Lesebuch. Kinder drehen auf einem alten Karussell fröhlich ihre Runden.

Über 100 Händler, Handwerker, Künstler und Gastronomen bieten rund um Dom und Rathaus ihre Waren feil. Kein Wunder, dass der Aachener Weihnachtsmarkt zu den drei größten und wohl schönsten Veranstaltungen dieser Art in Deutschland zählt. Mehr als 1,5 Millionen Besucher kommen jedes Jahr in die Stadt Karls des Großen, um ausgiebig

Aachener Weihnachtsatmosphäre zu schnuppern.

Kuchen, Kerzen und Krippenspiele verlocken dabei ebenso zum Kaufen wie Gegrilltes, Getöpftes und Gemaltes - und nicht nur die ganz Kleinen bekommen dabei vor Staunen leuchtende Augen und rote Bäckchen. Was aber wäre der Aachener Weihnachtsmarkt ohne Reibekuchen und Bockwurst, ohne Waffeln und Glühwein? Denn die lukullischen Angebote sind Hauptanziehungspunkte für viele Besucher - was die Menschentrauben rund um die Glühweinstände und die Schlangen vor jedem Reibekuchenbäckereien immer wieder eindrucksvoll beweisen.

Öffnungszeiten 2006	
24.11. + 25.11.2006	11.00-20.30 Uhr
26.11.2006 (Totensonntag)	<b>Achtung:</b> 18.00-21.00 Uhr
27.11. - 23.12.2006	11.00-20.30 Uhr

- ▶ [Parkplätze für Reisebusse](#)
- ▶ [Stadtplan und Parkhäuser \(PDF\)](#)
- ▶ [Kostenloser Weihnachtslieferdienst \(PDF\)](#)



# Ausflug: Öcher Printen geschnuppert

## Berufskolleg zu Gast in Aachen

**Kreis Viersen.** Maronen, Reibekuchen, Printen - einer Gruppe von 22 Handelsschülern des Berufskolleg Viersen blieb nicht viel Zeit solche vorweihnachtlichen Spezialitäten zu genießen, als sie den Aachener Weihnachtsmarkt besuchte. Die 16- bis 17-Jährigen hatten ein volles Programm, waren sie doch mit dem Ziel unterwegs, ihre bereits vorab im Marketingunterricht durchgeführten Analysen des Marktes durch gezielte Beobachtungen und Befragungen vor Ort zu ergänzen. Begleitet wurden die Jugendlichen bei ihren Recherchen von Schülern ihres niederländischen Partnerkollegs, des ROC de Leijgraaf in Oss. Ein Projekttag am Dülkener Berufskolleg rundete die ungewöhnliche Unterrichtsreihe ab. Betreut von niederländischen

und deutschen Lehrern fassten die Jugendlichen ihre Arbeitsergebnisse zu Themen wie „Zielgruppen“, „Werbeträgern“ und „Preispolitik“ zusammen und stellten sie in kleinen Vorträgen vor. Eine Herausforderung nicht nur an die soziale, sondern auch an die sprachliche Kompetenz der Teilnehmer. Wo die Verständigung in den Kleingruppen auf Deutsch oder Niederländisch an ihre Grenzen stieß, wurden sogar nie geahnte Englischkenntnisse aktiviert. Es bleibt an beiden Partnerschulen der Wunsch nach einer Fortsetzung des Projekts, das von der EUREGIO und der Bezirksregierung Düsseldorf unterstützt wird. Die Suche nach einem geeigneten Käsemarkt in Holland hat begonnen ...

# Artikel für die Website des Berufskolleg Viersen

## Schüler des Berufskollegs als Marketing-Profis

Seit Beginn dieses Schuljahres arbeiten Handelsschüler des Berufskollegs Viersen in einem Marketing-Projekt mit ihrer niederländischen Partnerschule, dem ROC de Leijgraaf, zusammen.

Dies scheint sich herumgesprochen zu haben, denn die beiden Schulen erhielten von der Stiftung „Gelre Galeries“, in der rund 20 Kunstgalerien der niederländischen Provinz Gelderland zusammengeschlossen sind, einen Auftrag: Sie sollten im Rahmen der jährlich stattfindenden Arnheimer „Kunstbeurs“ eine professionelle Besucherbefragung durchführen.

Von deutscher Seite nahmen 10 Schüler der Handelsschule<sup>1</sup> teil. Im Marketing-Unterricht entwickelten sie einen professionellen Fragebogen und bereiteten sich auch psychologisch auf ihren Einsatz als Marktforscher vor.

„Wie muss ich die Besucher ansprechen, damit sie mir zuhören?“, „Was, wenn sie kein Deutsch verstehen?“ – solche Fragen gingen den jungen Leuten noch durch den Kopf, als sie am 9. März zu ihrem Einsatzort aufbrachen. Schnell kamen jedoch auch die Aufgeregtesten unter ihnen im feierlichen Ambiente der Eusebiuskirche, die den Rahmen der Kunstausstellung bot, zur Ruhe. Die Befragungen verliefen äußerst angenehm. Entspannte Besucher nahmen sich gerne Zeit Fragen zu beantworten, z.B. danach wie sie von der Ausstellung erfahren hatten, wie sie ihnen gefiel, oder ob sie etwas vermissten.

Die Auswertung der Befragungsergebnisse erfolgt im Unterricht der Partnerschulen und wird den Galeriebesitzern wertvolle Erkenntnisse über den Erfolg ihrer Aktion liefern. Ihre Dankbarkeit gegenüber den jungen Marktforschern drückten sie mit einem Mittagsimbiss und einer Gratis-Aufzufahrt auf den Kirchturm der Eusebiuskirche im Herzen von Arnheim aus.

---

<sup>1</sup> Klasse HSG62