

cultour junior company

Geschäftsbericht

2009/2010



JUNIOR Lehrer: Mag. Birgit Scherer
JUNIOR Experte: Herwig Bachler

cultour ist...

...die Junior Company der 16-köpfigen siebten-A Klasse des BG/BRG Stainach.

...eine Dienstleistung, welche wir sowohl **Jung als auch Alt** anbieten wollen.

...darauf ausgerichtet, Ihren **Wissensdurst** im Bezug auf fremde Völker zu decken und **Fernweh** zu wecken.

...eine Reihe von Abendvorträgen für **jedermann** und Vormittagsveranstaltungen für interessierte **Senioren**.



1. Unser Projekt	Seite 3-11
1.1. Ideenfindung & Projektentstehung.....	Seite 3-4
1.2. Abteilungen.....	Seite 4-5
1.3. Events.....	Seite 6-11
2. Business	Seite 11-13
2.1. Marketing-Strategien.....	Seite 11-13
2.2. Zeitungsartikel.....	Seite 13
3. Zusammenarbeit im Team.....	Seite 14-15
4. Finanzen.....	Seite 15-16

Gesamtsumme der Einnahmen:	2953,33 €
Gesamtsumme der Ausgaben:	2276,39 €
Gesamtgewinn:	676,94 €

1. Unser Projekt

1.1. Ideenfindung und Projektentstehung



Bereits im letzten Schuljahr begannen wir damit, uns intensiv Gedanken über das Projekt „Junior Company“ zu machen. Wir waren uns bewusst, dass eine gute und auch längerfristige Vorbereitung auf das Projekt einerseits wichtige Zeit spart, und andererseits uns Schüler in Bezug auf Schulstress entlastet. Aus diesem Grund machten wir schon im **Juni 2009** die ersten Pläne für unsere Firmengrundsätze, sprich, wir versuchten die grundlegenden Dinge, wie Firmenthema oder Wahl der/des Geschäftsführerin/Geschäftsführers, schon im Vorhinein zu klären.



Doch allen guten Vorsätze zum Trotz war es uns nicht möglich, bei der Themenfrage eine Idee zu finden, welche die Wünsche und Vorstellungen aller Beteiligten repräsentierte. Deshalb entschlossen wir uns, professionelle **Möglichkeiten zur Ideenfindung** in Anspruch zu nehmen, wie zum Beispiel die 653-Methode oder Mindmapping.



Nach langer Zeit intensiver Arbeit kamen wir zu dem Entschluss, dass wir Themenworkshops und somit eine Dienstleitung anbieten wollen, doch wir waren uns noch nicht über den genauen Inhalt sicher. Ein großes Anliegen unsererseits war und ist es nach wie vor, den Menschen unserer Region **kulturelle Attraktionen** zu bieten, denen für unsere Gruppe wichtige Inhalte zu Grunde liegen. Deshalb entschieden wir uns, fremde Länder und Kulturen zum Leitfaden zu machen, da wir der Ansicht sind, dass in unserer Region nicht jeder über deren Lebensweise Bescheid weiß.



Des Weiteren setzten wir uns das Projektziel, eventuell vorhandene **rassistische Vorurteile** durch unsere Workshops aufzuklären und zu beseitigen, da unsere Gruppe der Meinung ist: „Wir sind alle Menschen und wir sind alle gleich, egal welcher Herkunft!“ Dieses Bewusstsein sollte in jedem Menschen vorhanden sein, um ein friedliches, globales Zusammenleben zu garantieren.



Nachdem wir unsere Ziele und Grundsätze definiert hatten, war auch der **Name** unserer Firma schnell gefunden. Dieser sollte unser Projekt genau erklären und trotzdem leicht einzuprägen sein. Diese Anforderungen erfüllte der von uns gewählte Name **cultour**. Durch die Kombination aus den Wörtern „Kultur“ und „Tour“ erkennt man gleich beim ersten Hinsehen, worum es in unserem Projekt geht. Der Terminus „Tour“ erklärt sich dadurch, dass wir mit unserer Idee durch die Region Ennstal touren, um die Menschen mit unserem Konzept zu erreichen.



Damit unsere „Junior Company“ auch optisch präsent ist, begannen wir mit dem **Designen eines Logos**, welches sowohl leicht zu merken sein sollte als auch die Inhalte der Firma passend repräsentiert. Trotz anderer guter Vorschläge entschieden wir uns für eine Weltkugel, die in Braun- und Orangetönen gehalten ist. Quer darüber steht in großen weißen Lettern der Name unserer Firma.



Als Zielgruppe legten wir **Jugendliche** und **ältere, weniger mobile Menschen** fest. Deshalb teilten wir unsere Firma in 2 Kernbereiche. Zum einen setzten wir uns zum Ziel, Themenabende zu veranstalten, die vor allem für jüngeres Publikum attraktiv sein sollten. Zum anderen stoppten wir auf unserer Tour auch bei Pensionistenwohnheimen, um Menschen, die nicht die Möglichkeit haben mobil zu sein, zu erreichen.



1.2. Abteilungen

Um alle anfallenden Aufgaben richtig koordinieren und meistern zu können, teilten wir die Gruppe in verschiedene Abteilungen ein: Marketing, Organisation, Verwaltung und Finanzen.

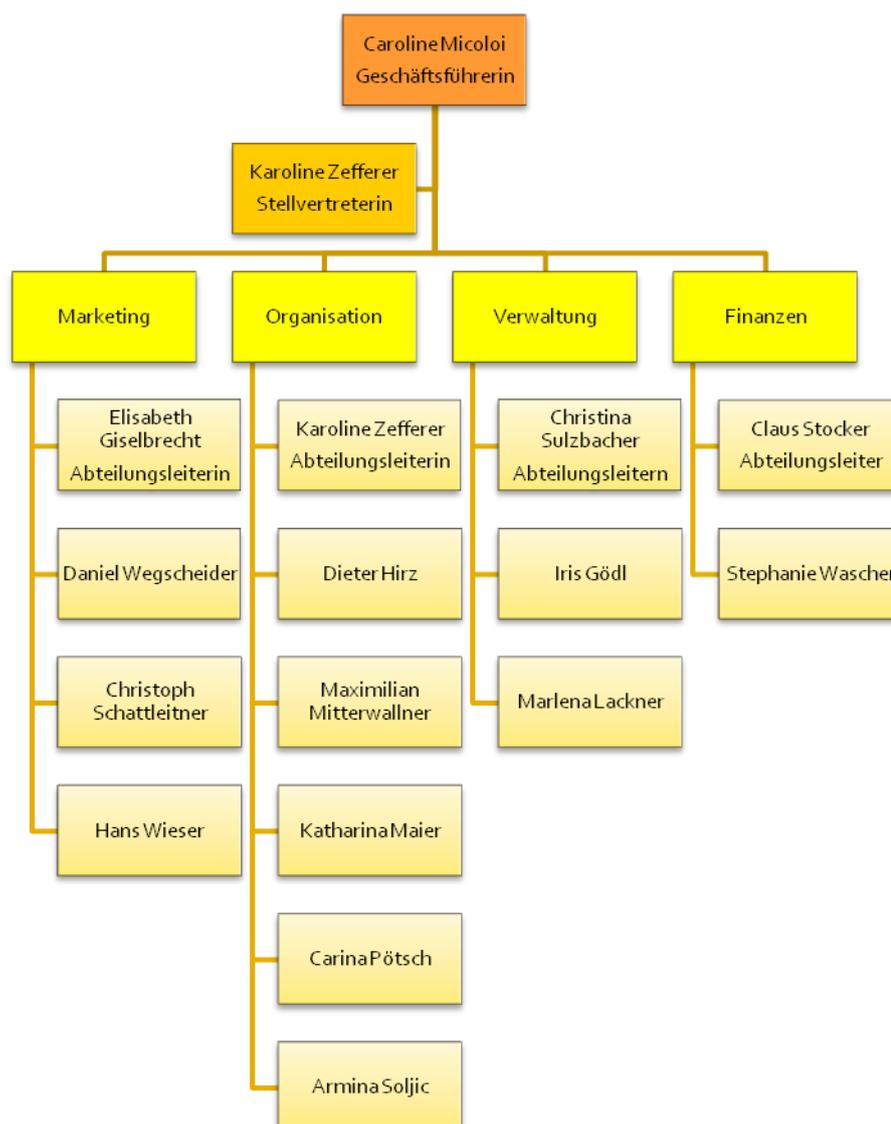


Die **Marketingabteilung** beschäftigte sich sowohl mit der Bewerbung der Events als auch mit der Homepage-, Plakat-, Visitenkarten-, Flyer- und Messestandgestaltung.

Die Mitarbeiter der **Organisation** hatten die Aufgabe, den konkreten Ablauf der Events zu planen. Dies bedeutet in der Praxis, dass Veranstaltungsorte gefunden und je nach Thema entsprechend dekoriert werden mussten. Auch musste für ein nettes und einladendes Ambiente gesorgt werden und ein Programm des Workshops erstellt werden.

Die **Verwaltungsabteilung** umfasst sämtliche administrative Tätigkeiten, wie die Verwaltung der E-Mail-Accounts, die Akquirierung und der Kontaktaufnahme mit den einzelnen Referenten, Erstellung von Rohfassungen der Dokumente, Protokollführung und die Erledigung sämtlichen Schriftverkehrs, wie zum Beispiel das Versenden der Einladungen.

Der **Finanzbereich** ist für die Dokumentation der Geldflüsse im Unternehmen, die Erstellung der Zwischenberichte, die Kontoführung und die Überweisungen sowie für die Buchhaltung zuständig.



1.3. Events

Um unser Ziel zu erreichen, eine imaginäre Tour durch die Kulturen der Welt durchzuführen, planten wir im Laufe der Monate mehrere abendliche Events, die - gut verteilt - zweimal in Stainach sowie zweimal in Öblarn stattfanden.

Begonnen hat unsere „Reise“ mit dem obligatorischen **Eröffnungsabend** am 20. November 2009 im Festsaal des BG/BRG Stainach. Wir wollten diesen Anlass jedoch nicht eintönig gestalten, sondern schon zu Beginn mit guter Unterhaltung aufwarten. So stand jener Tag



ganz im Zeichen des 1. Themenabends **„Südliches Afrika“**.

Typische *südafrikanische Klänge* wie z.B. von Miriam Makeba (auch bekannt unter „Mama Afrika“) schufen eine gemütliche Atmosphäre. Für das leibliche Wohl sorgten ein *selbst gemachtes, exotisches Buffet* sowie diverse südafrikanische Fair Trade - *Weine* des Eine-Welt-Ladens. Weitere Highlights des Abends waren unter anderem ein afrikanischer Tanz, gestaltet und aufgeführt von Schülerinnen, sowie ein passendes *Saxophon-Stück* von einer unserer Mitarbeiterinnen, Katharina Maier.



Zum Schluss hatten die Gäste die Möglichkeit, *Anteilsscheine* für die Junior Company zu erwerben, durch welche wir das Unternehmen größtenteils finanzierten.



Gleich zu Beginn steckten wir unseren gesamten Eifer in unseren **zweiten cultour- Abend „Afrika“**, der am 16. Dezember 2009 im [ku:L] Öblarn stattfand.



Um diesen zu einem spannenden und abwechslungsreichen Erlebnis zu machen, engagierten wir zwei Spezialisten in ihren jeweiligen Fachbereichen. Zunächst konnten sich die Zuschauer auf *Mag. Markus Frei und seine Trommlergruppe* freuen, die den Event mit ihren afrikanischen Klängen musikalisch umrahmten. Anschließend gab es einen *Workshop* zum Thema „Trommeln“, wobei die Besucher auch selbst Hand anlegen durften. Weiteres präsentierte der bekannte Fachmann in Sachen fremde Kulturen, *Helmut Pichler*, seinen Vortrag „Urvölker Afrikas“, der uns allen einen tiefen Einblick in die Bräuche und Traditionen Afrikas gewährte.



In neuerlicher Zusammenarbeit mit dem Eine-Welt-Laden konnten wir auch einen *Basar* anbieten, bei dem jeder Interessierte „Afrika-typische“ Geschenke erwerben

könnte. Mit einem exotischen *Buffet* und exquisitem afrikanischen *Wein* war auch für ausreichend Stärkung gesorgt.

Ganz unter dem Motto „The Show must go on“ veranstalteten wir am 12. Februar 2010 in der Volksschule Öblarn unser 3. Event „Carneval“.

Passend zur Faschingszeit stand dieser Abend ganz im Zeichen von Spaß, Spannung und purer Lebensfreude. So widmeten wir uns thematisch dem Kontinent Südamerika. Eingeleitet wurde der Abend von *Christian Schreyer*, der das Publikum mit Hilfe von Dias auf eine Reise von Mittel- bis nach Südamerika schickte. Zu jedem Foto erzählte uns der Reisespezialist spannende oder lustige, aber auf jeden Fall interessante Anekdoten, mit denen der Vortrag abgerundet wurde.

Gleich danach gab *Mag. Markus Frei* einen *Samba - Street - Dance* zum Besten, um den Zusehern den speziellen Karnevalsflair zu übermitteln. Nach der Pause, in der die Besucher das Buffet erkunden oder sich mit einem *fruchtigen Mocktail* erfrischen konnten, nahm die regionale Band „*The Majestic*“ (siehe Bild rechts unten) das Publikum mit auf eine musikalische Reise und ließ den Abend gemütlich ausklingen.



NOTDIENSTE

NOTRUFNUMMERN

Feuerwehr: 122
Polizei: 133
Rettung: 144
Euro-Notruf: 112

ÄRZTE

KRANKENTRANSPORT

Die Feiertags- und Wochenenddienste der praktischen Ärzte und der Apotheken im Bezirk Liezen erfahren Sie telefonisch in der **Bezirksleitstelle des Roten Kreuzes** in Liezen unter Tel. 141. Krankentransporte oder Rückholungen aus dem In- und Ausland unter Tel. 148 44.

KRANKENHÄUSER

Das **LKH Rottenmann** ist unter Tel. (03614)24 31-0 erreichbar. Das **LKH Bad Aussee** erreicht man unter Tel. (03622)52 5 55-0 und das **Diakonissenkrankenhaus Schladming** unter Tel. (03687)20 20-0.

Vergiftungs-Informationsbüro:

Tel. (01)406 43 43.

ZAHNÄRZTE

Der **Zahnarzt-Notdienst** wird unter der Tel. (0316) 81 81 11 bekannt gegeben.

TELEFONSEELSORGE

Die **steirische Telefonseelsorge** erreicht man unter der Kurzwahl 142.

FRAUENHAUS

Frauenschutzzentrum Kapfenberg: Tel. (03682) 279 99.
Frauenhaus Graz: Tel. (0 31 6) 42 99 00.

WEIL

Hotline für selbstmordgefährdete Jugendliche: Tel. 0664-358 67 86.

Ö3 - KUMMERNUMMER

Täglich erreichbar von 16 bis 24 Uhr unter Tel. 0800-600 607.

NOTSCHLAFSTELLE
LIEZEN

Für **Menschen bis 25 Jahren**, täglich erreichbar von 18 bis 9 Uhr: Tel. 0676-840 830 303.

AUTOFAHRERKLUBS

ARBÖ: Kurzwahl 123
ÖAMTC: Kurzwahl 120

BANKOMAT

Sperr-Hotline rund um die Uhr: Tel. (0800) 204 88 00

AMTSTIERARZT

Die **amtstierärztlichen Bereitschaftsdienste** erfahren Sie bei der Landeswarnzentrale, rund um die Uhr unter Tel. (0316)877-77.

TIERHEIM

Tierheim Trieben, Notdienst: Tel. 0650-335 88 95.

Junior-Firma bietet umfassende „Cultour-Reisen“ für Senioren

Schülerfirmen haben eine Gabe für kreative Marktnischen. Stainacher Eleven bieten Vorträge und Themenabende über fremde Kulturen.

Heute um 19 Uhr fällt im Gymnasium Stainach der Startschuss für die Schülerfirma „Cultour“. Die 7A Klasse könnte mit ihrem jungen Unternehmen tatsächlich auf eine Marktnische bei älteren Menschen gestoßen sein. Das Angebot: Fremde Länder und Kulturen werden bei spannenden Vorträgen direkt in Senioren- und Altersheime transportiert. „Natürlich richtet sich unser Angebot auch an junge Leute, aber wir starten im Dezember mit einem Vortrag im Altersheim“, erklärt der Schüler Christoph Schattleitner. Auch vier große Themenabende im CCW sind bereits geplant.



Die Jungunternehmer aus Stainach wollen das Fernweh wecken

Beim heutigen Start der Firma gibt es auch die Möglichkeit, das Jungunternehmer-Projekt mit Anteilscheinen von jeweils zehn Euro zu unterstützen. Ganz nach

dem Leitbild der Firma präsentiert man sich bei der Eröffnung mit dem Generalthema Afrika. Auf die Gäste wartet sogar ein exotisches Buffet.



Fremde Kulturen und Kontinente, wie hier Sydney in Australien, werden von den Stainacher Schülern präsentiert

REUTERS

Ein weiterer „Meilenstein“ beziehungsweise ein weiteres Ziel unseres Unternehmens war die „Tour“ ins **Seniorenheim Bad Aussee**. Dort gestalteten wir mit den Senioren gemeinsam das Programm. So konnten sie zum Beispiel in Form von Workshops, die die Themenbereiche „afrikanische Rhythmik & Gesang“, „typische Speisen“ und „Unser Bild von Afrika – Rätselrallye“ umfassten, **AKTIV** mit eingebunden werden. Ein besonderes Augenmerk lag uns dabei auf der Beseitigung von Ängsten und Vorurteilen gegenüber ausländischen Kulturen.

Dabei wollten wir den Senioren die Leidenschaft und den Herzschlag von Afrika spüren lassen. Anhand von Bildern, Videosequenzen, Musikstücken mit afrikanischen Melodien und vielem mehr konnten wir ein „neues“ Bild des heißen Kontinents kreieren und dem Rassismus gegen schwarzafrikanische Einwanderer ein wenig auf den Leib rücken. Im Austausch mit den Senioren wurden so auf beiden Seiten neue Blickpunkte gefunden und Erfahrungen gesammelt.

Leider müssen auch die schönsten Dinge irgendwann zu Ende sein, weshalb wir am 28. April 2010 unseren **Abschlussabend** abhielten. Um jedoch nochmals das erfrischende Gefühl von Fernweh in den Zuschauern zu wecken, gestalteten wir das 4. Event unter dem Leitsatz „cultour und die 16 Räuber“ ganz *orientalisch*. Um die Eindrücke des Orients optimal zu präsentieren, konnten wir nochmals den Kulturexperten *Christian Schreyer* für einen Vortrag gewinnen.





Die Zuseher zeigten sich von den hervorragenden Dias wirklich begeistert und nahmen auch die dazugehörigen Erzählungen bestens auf. Um anschließend nochmals die vergangenen Monate *Revue passieren* zu lassen, hielten wir ein Interview ab, in welchem einige Mitarbeiter ihre *Eindrücke* und *Erfahrungen* schilderten und offen über die positiven aber auch negativen Aspekte unserer Firma sprachen. Nach diesem Rückblick wurde unter tosendem Applaus das *Buffet* eröffnet, welches wieder ganz traditionell gestaltet war. Als letzten Themenpunkt wurde den Anteilsscheineignern ihr *Gewinn* erstattet, wobei sie sich über sehr *hohe*

Auszahlungsbeträge freuen konnten.

2. Business

2.1. Marketing-Strategien

Einer der wichtigsten Eckpunkte eines funktionierenden Unternehmens ist der Bereich Marketing. Um unsere Junior Company bekannt zu machen haben wir uns verschiedene Marketing-Strategien zu Nutze gemacht.

Sponsoren:

Zahlreiche Sponsoren haben in unseren wirtschaftlichen Anfängen unter die Arme gegriffen, sei es im Sinne von finanzieller Unterstützung oder in Form von Naturalien, wie zum Beispiel Backwaren für unser Buffet.

Presse:

Darüber hinaus haben die cultour Junior Company in den verschiedenen regionalen Zeitungen beworben (Regionalteil der Kleinen Zeitung, EnnsSeiten, Woche, Ennstaler). Durch Kontakte zu den jeweiligen Zeitungen gelang es uns so, regelmäßig mit Berichten präsent zu sein und damit im ganzen Ennstal bekannt zu werden.

2.2. Zeitungsartikel**BUSINESS
TALK**

CULTOUR JUNIOR COMPANY

Ausgabe 4 | Dezember 2009

Firmenstart der „cultour Junior Company“ des BG/BRG Stainach

Erster Auftritt im KuLöblarn am 16. Dezember 2009

Sie gehen es mit all ihrer jungen Energie an: Die 16 Mädchen und Burschen der 7A am BG Stainach. Erst am Abend des 20. November gründeten sie ihr Unternehmen, das sich mit Kulturmanagement befasst. Sie werden Themenabende für Jung und Alt anbieten und darin interessierten Menschen die Kulturen verschiedenster Völker näher bringen.

Begleitet von Mag. Birgit Scherer, hat die Gruppe in guter Tradition des Hauses BG/BRG Stainach ein eigenständiges Unternehmen gegründet, das mit seiner Hauptversammlung am 20. November auf den freien Markt ging. Das Ziel: Bis Mai kommenden Jahres die Firma mit Leben zu erfüllen, am Markt zu bestehen, mit einer positiven Bilanz aufwarten zu können und den Firmenzweck „Veranstaltung von Vorträgen und Themenabenden vor verschiedenen Altersgruppen, begleitet von kulinarischer und musikalischer Unterhaltung, anzubieten und durchzuführen“ mit Nachdruck zu verfolgen. Es wird beispielsweise Vorträge in Seniorenheimen geben, sie werden aber auch Schulen aufsuchen und mit ihrem Programm

versuchen, Menschen der verschiedensten Altersgruppen zu erreichen und als zahlende Gäste zu gewinnen.

Die finanzielle Ausstattung des in jeder Hinsicht „jungen“ Unternehmens stammt aus einem Startguthaben von 600 Euro, das in Form von zu je 10 Euro gestückelten Anteilsscheinen aufgebracht wird. Diese bot die Firmenleitung am Eröffnungsabend an, sie können aber auch in der Folge von jedem Interessenten erworben werden. Beim

Gründungsabend wurden auch die einzelnen verantwortlichen Funktionen im Unternehmen besetzt, dessen Führung sich damit vorstellte. Zum Abschluss des Firmen-Openings boten die Gründer ein Buffet an – sozusagen als Generalprobe für künftige Vortragsabende, an denen ebenfalls jeweils kulinarische Akzente gesetzt werden sollen.

In der ersten Hauptversammlung am 20. November wurden die Organe des Unternehmens bestellt. Geschäftsführerin ist Caroline Mi-

colai – als ihre Stellvertreterin agiert Karoline Zefferer, die gleichzeitig auch für Organisation verantwortlich zeichnet und deren Mitarbeiterstab aus Dieter Hirz, Maximilian Mitterwallner, Katharina Maier, Carina Pötsch und Armina Soljic besteht. Die Administration leitet Christina Sulzbacher, ihr zur Seite stehen Iris Gödl und Marlena Lackner. Das Marketing betreut Elisabeth Giselbrecht, assistiert von Daniel Wegscheider, Christoph Schattleitner und Hans Wieser. Für die Finanzen ist Claus Stocker mit Stephanie Wascher zuständig. Da zeigt sich also ein stark weiblich dominiertes Führungsgremium.

Die Unternehmensleitung geht nun an die Aquisition für ihre Vortragsangebote und hofft auf rege Nachfrage. Der erste öffentliche Firmenauftritt ist für Mittwoch, dem 16. Dezember, im neuen Öblarner Kulturhaus KuL geplant. Für Sponsorgelder aus der regionalen Wirtschaft wären die engagierten jungen Leute sehr dankbar – allein ihr Interesse und ihr Elan zeigen, dass mit ihnen Nachwuchskräfte für heimische Betriebe heranwachsen.



Die Mädchen und Burschen der „cultour Junior Company“ befassen sich mit Kulturmanagement.

3. Zusammenarbeit im Team

Die intakte Kooperation innerhalb der Gruppe ist der Grundstein für ein erfolgreiches Marktkonzept.

Diese Erkenntnis gehört zweifelsohne zu den wichtigsten Erfahrungen, welche wir aus dem heurigen Jahr mitnehmen durften. Jedoch ist es leichter gesagt als getan, gutes Arbeitsklima und Einstimmigkeit in einer Gruppe von sechzehn Leuten zu finden.

Der erste Schritt dabei war, die **Stärken und Interessen** jedes Einzelnen zu ermitteln, um diese daraufhin ideal nützen zu können. Denn es ist von großer Wichtigkeit, gleich zu Beginn jeden Mitarbeiter als **einen Teil des Ganzen** ins Unternehmen einzubringen, da erst dann eine permanent arbeitsfähige Gemeinschaft garantiert ist.

Eine wichtige Voraussetzung, welche für jeden von uns galt, war natürlich auch, Verantwortung zu übernehmen und die „**Deadlines**“ einzuhalten. Denn anders als bei schulischen Leistungen tritt man im Unternehmen als Team auf und handelt bei jeder Arbeit zum Wohle einer ganzen Gruppe. Deshalb ist es wie schon erwähnt wichtig, jeden Termin genauestens einzuhalten und immer in Kontakt zu bleiben.

Als Hilfestellung für eine gute Kooperation errichteten wir deshalb schon relativ früh ein **Internetforum**, welches uns als allgemeine Kommunikationsbasis außerhalb der Schule



cultour Junior Company

dient. Zudem investierten wir jede Woche eine Nachmittagseinheit, um in der Schulbibliothek die Fortschritte und weiteren Ziele unserer „Junior-Company“ ermitteln und diskutieren zu können. Gleich bei der Planung des Eröffnungsabends merkten wir, wie wertvoll und essentiell die **regelmäßige Absprache** untereinander ist. Neben unserem teils stressigen Schulalltag wäre ohne gute Zusammenarbeit niemals die Planung diverser Veranstaltungen möglich gewesen, da wir nach jedem organisierten Abend schon wieder am Konzept des nächsten arbeiten mussten.

Positive Rückmeldungen sowie einige Tipps bestärkten uns nach jeder weiteren Veranstaltung, unser Konzept fortsetzen und verbessern zu können. Dabei war es wichtig, bereit zu sein, die begangenen Fehler einzugestehen und daraus zu lernen. Hier profitierte nicht nur unser Konzept, sondern auch unsere Gemeinschaft von dem Lernprozess, welchen wir durchschritten. Wir schätzen aus diesem Grund auch die Möglichkeit, welche uns durch die Junior-Firma geboten wurde. Mit dem Willen, **reicher an Erfahrung** im Bezug auf die „reale“ Geschäftswelt zu werden, haben wir unser primäres Ziel definitiv erreicht.

4. Finanzen

Junior Jahresabschluss

Nettoeinnahmen:	
Nettoeinnahmen (1. ZA)	673,07
Nettoeinnahmen (2.ZA)	594,09
Sonstige Einnahmen USt. Frei (1.ZA)	1686,17
Sonstige Einnahmen USt. Frei (2.ZA)	0,00
Gesamtsumme der Einnahmen	2953,33
Nettoausgaben:	
Personalausgaben (1.ZA)	0,00
Personalausgaben (2.ZA)	975,20
Summe Materialausgaben (1.ZA)	271,50
Summe Materialausgaben (2.ZA)	179,19
Summe sonstige Ausgaben (1.ZA)	420,99
Summe sonstige Ausgaben (2.ZA)	429,51
Gesamtsumme der Ausgaben	2276,39

Gewinn - Verlustrechnung

Gesamtsumme der Einnahmen	2953,33
Gesamtsumme der Ausgaben	2276,39
Vorläufiger Gewinn	676,94
10% JUNIOR Körperschaftssteuer	67,69
Endgültiger Gewinn	609,25

Junior Erfolgsverteilung

Endgültiger Gewinn	609,25
Durch Anzahl der ausgegebenen Anteilscheine	60,00
Gewinnanteil je Anteilschein	10,15
Nennbetrag je Anteilschein	10,00
Gewinnanteil je Anteilschein	10,15
Auszuzahlender Betrag je Anteilschein	20,15

Danke an die zahlreichen Unterstützer!

