

Die Reihe „Materialien“ wird vom Thüringer Institut für Lehrerfortbildung, Lehrplanentwicklung und Medien im Auftrag des Thüringer Kultusministeriums herausgegeben, sie stellt jedoch keine verbindliche, amtliche Verlautbarung des Kultusministeriums dar.

Das vorliegende Heft entstand in Zusammenarbeit mit der Landesarbeitsgemeinschaft *SCHULEWIRTSCHAFT* Thüringen.

2005

ISSN: 09448705

Herausgeber:

Thüringer Institut für Lehrerfortbildung,
Lehrplanentwicklung und Medien, ThILLM Bad Berka
Heinrich-Heine-Allee 2-4

99438 Bad Berka

Tel.: 03 64 58/56-0

Fax: 03 64 58/56-300

E-Mail: institut@thillm.thueringen.de

Internet: <http://www.thillm.de>

Redaktion der Reihe „Materialien“:

Ursula Gödde, ThILLM

Konzeption des vorliegenden Heftes

Landesarbeitsgemeinschaft
SCHULEWIRTSCHAFT Thüringen
Geschäftsführerin: Anette Morhard
unter Mitwirkung von Melanie Kühn und
Sabrina Wedemann

Druckerei:

SDC Satz + Druck Centrum Saalfeld

Dem Freistaat Thüringen, vertreten durch das ThILLM, sind alle Rechte der Veröffentlichung, Verbreitung, Übersetzung und auch die Einspeicherung und Ausgabe in Datenbanken vorbehalten. Die Herstellung von Kopien in Auszügen zur Verwendung an Thüringer Bildungseinrichtungen, insbesondere für Unterrichtszwecke, ist gestattet.

Diese Publikation wird gegen eine Schutzgebühr von 6,- EUR abgegeben.

Adresse:

Bildungswerk der Thüringer Wirtschaft GmbH

Magdeburger Alle 4

99086 Erfurt

Tel.: 0361 60155-331

E-Mail: info@bwtw-gmbh.de

Vielen Dank für die freundliche Unterstützung

In Kooperation mit:

ENABLE

Achievers International, Scotland

Bildungswerk der Thüringer Wirtschaft e.V.

Deutsche Kinder- und Jugendstiftung, Jena

Institut der deutschen Wirtschaft Köln

Institut für Kunststoffkunde und Kunststoffprüfung IKP, Stuttgart

Sächsische Arbeitsstelle für Schule und Jugendhilfe, Dresden

The Boston Consulting Group, Düsseldorf

Die Landesarbeitsgemeinschaft SCHULEWIRTSCHAFT Thüringen und das Thüringer Institut für Lehrerfortbildung, Lehrplanentwicklung und Medien bedanken sich für die gute Zusammenarbeit.

Inhaltsverzeichnis

Grußwort	5
Vorwort	6
Einführung	8
Was sind Schülerfirmen?	10
Welche Projekte gibt es?	12
Vorstellung der Projekte/ Programme	13
1. JUNIOR	13
2. SCHÜLER UNTERNEHMEN was! (DKJS)	20
3. Achievers International	25
4. Wettbewerb “Schüler gründen Unternehmen“ in Thüringen	30
5. business@school	34
6. Go! to school	37
7. Euregios	41
8. Reif zum Unternehmer (GaraGe)	45
9. Netzwerk Berliner Schülerfirmen	49
10. Schule und Selbstständigkeit (ifex)	52
11. Arbeitsgemeinschaft Juniorenfirmen	56
12. JugendUnternimmt	59
Zusammenfassender Überblick	63
Wichtige Schritte zur Gründung einer Schülerfirma	67
Übersicht möglicher Geschäftsideen	69
Rechtliche Absicherung von Schülerfirmen	70
Lehrer- und Schülerfortbildungen zum Thema „Schülerunternehmen“	76
Erfahrungsberichte	85
Presseberichte	101
Arbeitsvertrag (Beispiel)	108
Schülerfirmenaktie (Beispiel)	109
Zertifikat (Beispiel)	110
Kontaktadressen	111
Literatur- und Informationshinweise	122

Grußwort

Schülerfirmen bieten Chancen, eigene Geschäftsideen umzusetzen sowie unternehmerische Fähigkeiten und Fertigkeiten zu erwerben und anzuwenden. Schülerinnen und Schüler können dabei in die Rolle von erwachsenen Existenzgründern schlüpfen. Die bei der Gründung von Schülerfirmen erworbenen Fähigkeiten können im späteren Berufsleben nützlich sein, unabhängig davon, ob man dann ein eigenes Unternehmen anstrebt oder nicht.



Den Rahmen und die Grundlage der ökonomischen Bildung und die Durchführung solcher Schülerfirmenprojekte bietet das fächerübergreifende Thema „Berufswahlvorbereitung“. Dabei ist die enge Zusammenarbeit zwischen Schule und Wirtschaft unverzichtbar.

Für die Wirtschaft und die Beschäftigten bieten diese Projekte ebenfalls Vorteile. Schülerfirmen fördern die Eigeninitiative und das Verantwortungsbewusstsein der Schülerinnen und Schüler. Die „Jungeinsteiger“ entwickeln bereits in der Schule ein besseres Verständnis für betriebliche Zusammenhänge, was die Ausbildungsfähigkeit und die ökonomische Bildung verbessern kann.

Vor diesem Hintergrund möchte das Thüringer Kultusministerium bestehende Schülerfirmen weiter unterstützen und die Gründung von Schülerfirmen anregen. Dazu tragen wesentlich Informationen über Schülerfirmen bei. Mit Hilfe dieser Publikation sollen Lehrerinnen und Lehrer und insbesondere auch Schülerinnen und Schüler praktische Anregungen zur Gründung einer eigenen Schülerfirma erhalten. Bei dem Versuch, sich als Jungunternehmer zu erproben und dabei wertvolle Erfahrungen zu sammeln, wünsche ich allen Beteiligten viel Freude und Erfolg!

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink, which appears to read "Jens Goebel". The signature is written in a cursive, flowing style.

Prof. Dr. rer. nat. Jens Goebel
Thüringer Kultusminister

Vorwort

Seit seinem Bestehen fördert das TILLM das Projekt Schülerunternehmen. So führt es inzwischen gemeinsam mit der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung e.V., der Landesarbeitsgemeinschaft *SCHULEWIRTSCHAFT* Thüringen, dem Thüringer Kultusministerium, Unternehmen und weiteren Partnereinrichtungen Fortbildungsveranstaltungen und Erfahrungsaustausche für Lehrerinnen und Lehrer sowie Schülerinnen und Schüler durch. Außerdem unterstützt es die jährlich stattfindende Schülerfirmenmesse und den Schülerfirmenwettbewerb aktiv und leistet individuelle Beratung.

„Learning by doing“ – Lernen durch selbstständiges Handeln – ist Grund für die Attraktivität von Schülerunternehmen an Thüringer Schulen. Schülerinnen und Schüler arbeiten mit Eigenmotivation und Engagement, denn der Arbeitsprozess und damit auch der Lernprozess wird durch die Schülerin und den Schüler selbst organisiert und gestaltet. Sie müssen eigene Entscheidungen treffen und sind für den Erfolg ihres Schülerunternehmens selbst verantwortlich. Mit Gespür für Innovation und Kreativität entstehen oft die besten Produktideen und originelle Firmennamen. Schülerunternehmen sind wichtige Schulprojekte und damit Lernfelder für zukünftige Arbeitsanforderungen.

Neben der Vermittlung von ökonomischem Grundwissen werden vernetztes Denken, Kreativität und Teamgeist optimal gefördert.

Findige Schülerinnen und Schüler entdecken immer wieder Marktnischen. Als selbstbewusst und erfolgreich agierende Jungunternehmer studieren sie den Markt, sie definieren ihre Unternehmensziele, sie betreiben Management und Marketing und kooperieren mit realen Firmen. Die persönlichen und wirtschaftlichen Erfolge motivieren zur späteren Existenzgründung. In unterschiedlichen Formen der Zusammenarbeit zwischen Schule und Wirtschaft werden Fundamente für wirtschaftsnahes marktwirtschaftliches Denken im Zeitalter des globalen Wettbewerbs gelegt.

Durch Schülerunternehmen kann bereits in der Schule wirtschaftliches und unternehmerisches Denken gelernt und ein besseres Verständnis für betriebliche Zusammenhänge gefördert werden.

Wir gehen davon aus, dass unternehmerisches Verhalten, Denken und Handeln vor allem durch selbstorganisiertes, selbstgesteuertes, problemlösendes und handlungs-orientiertes Lernen entwickelt werden kann.

Der Auf- und Ausbau dieser Lernkultur an der eigenverantwortlichen Schule zielt zugleich auf die Entwicklung einer Kultur zu mehr Selbstständigkeit und Eigeninitiative.

Mit dieser Veröffentlichung wollen wir Lehrerinnen und Lehrer, Schülerinnen und Schüler sowie Eltern zur Gründung eines Schülerunternehmens an ihrer Schule anregen.

Dr. Christa Herwig
Stellvertretende Direktorin
ThILLM

Eckhard Basler
Referent
ThILLM

Einführung

Bundesarbeitsgemeinschaft SCHULEWIRTSCHAFT
Landesarbeitsgemeinschaft SCHULEWIRTSCHAFT Thüringen
Institut der deutschen Wirtschaft Köln

„Zukunftsperspektive Selbstständigkeit“

Die Gründung und Führung eines eigenen Unternehmens kann eine echte Alternative für eine erfüllte berufliche Laufbahn sein. Zum einen ist damit zwar ein hohes Maß an Verantwortung verbunden, zum anderen bringt diese Aufgabe aber auch ein Stück Selbstverwirklichung mit sich. Diese Zukunftsperspektiven sollten Jugendlichen und jungen Erwachsenen zunehmend in Schule, Ausbildung und auch im Studium aufgezeigt werden.

Ob als Handwerker oder als Manager, wirtschaftliches Wissen und unternehmerisches Denken und Handeln werden immer wieder gefordert, unabhängig davon, in welchem Beruf ein Absolvent seine Karriere startet.

Schülerfirmen bieten eine ideale Möglichkeit, um sich wirtschaftliche Kenntnisse selbst zu erarbeiten und diese durch die eigene praktische Arbeit besser zu verstehen. Die Schülerinnen und Schüler erhalten dadurch umfassende Einblicke in betriebliche Zusammenhänge. Durch die Arbeit in kleinen Schülerteams erwerben sie überfachliche Kompetenzen, wie Kommunikationsfähigkeit, strukturiertes und kreatives Arbeiten und Zuverlässigkeit. Für sich und andere Verantwortung zu übernehmen ist ein wichtiger Schritt hin zu einem selbstbestimmten und eigenverantwortlichen Lebensweg.

Festzustellen ist, dass Schülerinnen und Schüler, die an einem Schülerfirmen-Projekt teilgenommen haben, in ihrer Berufswahlentscheidung wesentlich zielstrebigere sind. Die jungen Menschen erfahren durch ihre Arbeit in einer Schülerfirma mehr über Anforderungsprofile an Erwerbstätige und über wirtschaftliche Abläufe. Außerdem werden ihnen wichtige Potentiale der eigenen Persönlichkeit deutlich, die im schulischen Alltag kaum Berücksichtigung finden. Diese Faktoren tragen erheblich zu einer bewussten Berufswahl bei.

Die Bundesarbeitsgemeinschaft SCHULEWIRTSCHAFT, die Landesarbeitsgemeinschaft SCHULEWIRTSCHAFT Thüringen und das Institut der deutschen Wirtschaft Köln möchten mit dieser Broschüre dazu beitragen, zum einen die Jugendlichen zu mehr Eigeninitiative und Unternehmergeist anzuregen, zum anderen mehr wirtschaftliche Praxis in die Schulen zu bringen. Somit wird der Annäherung und Kooperation von Schule und Wirtschaft als Brücke zwischen Bildungs- und Beschäftigungssystem Rechnung getragen.

Schülerfirmen – Wenn Schüler zu Unternehmern werden

Jugendliche und Lehrkräfte sollen durch diese Broschüre einen Überblick erhalten, welche Projekte zur Zeit deutschlandweit Schülerfirmen unterstützen.

Aufgrund der Schnellebigkeit unserer Zeit existieren eventuell Ansätze, die uns bisher noch nicht bekannt sind. Wir würden uns freuen, wenn Sie uns darüber informieren könnten.

Egal für welches Modell Sie sich als Schülerteam oder als Schule entscheiden: Es bietet neue Wege des Lernens und viele Vorteile, denn

**Qualifikation ist gefragt,
schließlich sind Schülerinnen und Schüler von heute
die Unternehmer von morgen!**

Marion Hüchtermann
Institut der deutschen Wirtschaft
Köln

Anette Morhard
Landesarbeitsgemeinschaft
SCHULEWIRTSCHAFT Thüringen

Gerrit Witschaß
Bundesarbeitsgemeinschaft
SCHULEWIRTSCHAFT

Was sind Schülerfirmen?

Schülerfirmen sind nicht als reale Unternehmen, sondern als Projekte zu verstehen. Eine Gruppe von Schülerinnen und Schülern entwickelt eine geeignete Geschäftsidee, gründet ein Miniunternehmen (das kann ein Schülerbistro, Schülerreisebüro, Schülercomputerservice, Nachhilfeunterricht oder vieles mehr sein) und versucht, wie in der richtigen Marktwirtschaft, das Produkt gewinnbringend zu verkaufen.

Dabei darf diese Mini-Company keine Konkurrenz zu anderen Firmen darstellen, muss also eine Nischenfunktion haben. Auch sind ein paar rechtliche Absicherungen zu beachten, welche im Verlauf der Broschüre erläutert werden.

Im Vordergrund steht dabei nicht ein möglichst hoher Umsatz, sondern Ziel einer jeden Schülerfirma soll es sein, Schülerinnen und Schülern durch selbsttätiges, praktisches Arbeiten erste Einblicke in die Welt der Wirtschaft zu vermitteln. In Phasen des Ausprobierens und Übens sollen Fähigkeiten, Fertigkeiten und Kenntnisse durch den Umgang mit Geschäftsbüchern, Bestellungen, dem Einkauf und Verkauf von Produkten und Waren entwickelt werden.

Die Schule unterstützt das Schülerunternehmen, stellt eventuell Platz und Raum (je nach Form und Produkt der Schülerfirma) zur Verfügung. Weiterhin ist es hilfreich, wenn sich eine Lehrerin oder ein Lehrer als Beraterin bzw. Berater für dieses Projekt anbietet. So ergibt sich zum Beispiel die Möglichkeit, theoretische Unterrichtsinhalte mit der praktischen Arbeit zu verbinden. Auf diese Weise lernen Schülerinnen und Schüler leichter, aber auch lieber. Natürlich soll die Lehrerin bzw. der Lehrer nicht als Aufsichtsperson agieren, sondern genauso eine Mitarbeiterin bzw. ein Mitarbeiter der Firma sein wie die Schülerinnen und Schüler.

Neben den praktischen Erfahrungen prägen sich auch soziale Kompetenzen aus bzw. werden eingeübt. Angefangen von Teamfähigkeit bis hin zur Kommunikationsfähigkeit, welche durch den Kontakt mit Kundinnen und Kunden, Kolleginnen und Kollegen und einer möglichen Kooperation mit realen Firmen, bis hin zu Einstellungsgesprächen mit Schülerinnen und Schülern trainiert wird.

Ein Grund für den stetigen Erfolg von Schülerfirmen ist, dass den Schülerinnen und Schülern erste Grundkenntnisse in Betriebsaufbau und –ablauf sowie betriebswirtschaftliches Wissen vermittelt werden. Durch diesen Kontakt mit dem Berufs- und Wirtschaftsleben wird ein wichtiger Beitrag zur Annäherung von



Schule und Wirtschaft geleistet und die Schule stellt den Schülerinnen und Schülern gleichzeitig ein Lernfeld für zukünftige Arbeitsanforderungen.

Diese Erfahrungen und Schlüsselqualifikationen, erlernt durch die Einblicke in betriebliche Geschehnisse und Zusammenhänge, bieten Schülerinnen und Schülern die Möglichkeit, für ihre Zukunft bewusste berufliche Entscheidungen zu treffen, also besser auf die Berufswahl vorbereitet zu sein. Auch für die Wirtschaft offerieren diese Projekte Vorteile, da sich bei den „Jungeinsteigern“ als Auszubildende, Facharbeiterinnen und Facharbeiter oder Hochschulabsolventinnen und Hochschulabsolventen bereits in der Schule ein besseres Verständnis für betriebliche Zusammenhänge entwickelt hat.

„Learning by doing“ - Lernen durch Handeln - ist Grund für die Attraktivität dieser Projekte. Schülerinnen und Schüler arbeiten mit Eigenmotivation und Engagement, denn der Arbeitsprozess und damit auch der Lernprozess wird durch die Schülerin bzw. den Schüler selbst organisiert. Sie müssen eigene Entscheidungen treffen und sind für den Erfolg ihrer Schülerfirma selbst verantwortlich.

Ein wenig Gespür für Innovation und Kreativität lassen oft die besten Produktideen und einen originellen Firmennamen entstehen.

Egal für welches Projekt sich die Schülerinnen und Schüler entscheiden,

- Eigeninitiative
- Unternehmensgeist
- Zielorientierung
- Selbstständigkeit
- Persönlichkeitsbildung
- Verantwortungsbewusstsein
- Teamgeist

werden durch die tatkräftige Mitarbeit gefördert.

Welche Projekte gibt es?

National, aber auch international werden Schülerfirmenkonzepte in unterschiedlichen Modellen angeboten.

Ob auf ein Jahr oder auf einen längeren Zeitraum ausgerichtete Miniunternehmen, ob autonom arbeitend, in Zusammenarbeit mit einem realen Unternehmen oder sogar in Kooperation mit einer Partnerschule aus einem anderen Land, die Palette der Möglichkeiten zur Gründung einer Schülerfirma ist vielfältig:

- „**JUNIOR**“ (Projekt des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln - IW)
- „**SCHÜLERUNTERNEHMEN**“ (Förderprogramm der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung - DKJS)
- „**UnternehmenSchülerClub**“ (STÜPS & KaBra.net als Programmpartner der DKJS in Bayern und Brandenburg)
- **Wettbewerb „Schüler gründen Unternehmen“ in Thüringen** (GNT e. V.)
- „**ACHIEVERS INTERNATIONAL**“ (Achievers International)
- „**business@school**“ (Projekt von The Boston Consulting Group)
- „**SCHULEWIRTSCHAFT Euregios**“ (Projekt der Stiftung der Deutschen Wirtschaft)
- „**Juniorenfirmen**“ (Arbeitsgemeinschaft der Juniorenfirmen)

als überregionale Initiativen sowie „**Go! to school**“ in Nordrhein-Westfalen, „**Reif zum Unternehmer**“ (GaraGe-Projekt) in Leipzig, „**Netzwerk Berliner Schülerfirmen**“ in Berlin und „**Schule und Selbstständigkeit**“ (ifex-Projekt) in Baden Württemberg als regionale Programme, verfolgen alle das gleiche Ziel: Schülerinnen und Schülern die Möglichkeit zu geben, unternehmerisch tätig zu sein und so auf spielerische Weise (aber trotzdem ernst nehmend) erste Einblicke in wirtschaftliche Zusammenhänge zu erhalten.

Aufgabe dieser Broschüre soll es daher sein, allen Interessierten einen Überblick zu geben, welche Projektformen in welchen Bundesländern angeboten werden und will damit einen Beitrag zum Transfer guter Erfahrungen leisten. Auf diese Weise können Schülerinnen und Schüler sowie Lehrerinnen und Lehrer leichter entscheiden, welches Schülerfirmen-Konzept für ihre Vorstellungen, Bedürfnisse und Anliegen am geeignetsten erscheint.

Vorstellung der Projekte/ Programme

1. JUNIOR

von Marion Hühtermann,
Institut der deutschen Wirtschaft Köln
Bundesarbeitsgemeinschaft SCHULEWIRTSCHAFT

Wirtschaft live - JUNIOR ein Projekt des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln

Vorstellung

Wirtschaft im Unterricht ist eher eine trockene und theoretische Angelegenheit, denn häufig fehlt der Bezug zwischen Lehrstoff und Wirtschaftspraxis. Das Verständnis für marktwirtschaftliche Prozesse ist bei der jungen Generation oft nicht sehr ausgeprägt. Deshalb fehlen häufig die Voraussetzungen, um wirtschaftlich und wirtschaftspolitische Vorgänge beurteilen und einordnen zu können. Hier will das Projekt JUNIOR des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln Abhilfe schaffen. Die Schülerinnen und Schüler lernen bei JUNIOR wirtschaftliche Zusammenhänge und die Bedingungen für unternehmerische Entscheidungen kennen, die unternehmerische Selbstständigkeit wird ihnen als eine Berufsperspektive dargestellt.

Das Konzept

Circa 10 bis 15 Schülerinnen und Schüler entwickeln eine Geschäftsidee und gründen ein JUNIOR-Unternehmen an ihrer Schule. Auch um die Kapitalbeschaffung müssen sich die Schülerinnen und Schüler selbst bemühen - durch den Verkauf von Anteilsscheinen, die die JUNIOR-Geschäftsstelle zur Verfügung stellt. Hier gilt es, die Geschäftsidee oder das Produkt überzeugend zu verkaufen und die potentiellen Anteilseigner davon zu überzeugen, "venture capital" in das JUNIOR-Unternehmen zu investieren.

Wie im realen Wirtschaftsleben haben sich die JUNIOR-Unternehmen an bestimmte Regeln und Abläufe zu halten. Lohnzahlung, Bilanzierung, die Abführung von Steuern und Sozialabgaben, die Einberufung von Hauptversammlungen und die Erstellung eines Geschäftsberichtes gehören zum Unternehmensalltag. Diese einzelnen Vorgänge sind jedoch, entsprechend den Kenntnissen und Fähigkeiten der Schülerinnen und Schüler, vereinfacht worden. Der Umfang und die Art der getätigten Geschäfte sind begrenzt und werden von der JUNIOR-Geschäftsstelle in Köln überwacht.

Die Schülerinnen und Schüler sind für ihre Unternehmen selbst verantwortlich: Sie wählen ihre Unternehmensführung und legen die Unternehmensstrategie

fest. Beratend stehen ihnen Paten aus Schule und Wirtschaft zur Seite.

Im Gegensatz zu Planspielen (Unternehmens- oder Börsenplanspiele) agieren die Schülerinnen und Schüler wie im “richtigen Wirtschaftsleben”. Die Unternehmen produzieren einfache Güter selbst und verkaufen sie vorzugsweise in ihrem persönlichen Umfeld. Sie nehmen somit am realen Wirtschaftsverkehr teil und müssen sich auch an dessen Gesetze halten.

Im Unterschied zu “richtigen” Unternehmen sind aber bei den JUNIOR-Unternehmen alle betrieblichen Funktionen und Abläufe vereinfacht und “verkleinert” (der durchschnittliche Jahresumsatz liegt bei etwa 1.000,00 €, der durchschnittliche Stundenlohn bei circa 0,50 € bis 1,00 €). Aus diesem Grund greifen für die JUNIOR-Unternehmen auch viele Vorschriften “richtiger” Unternehmen nicht (keine Umsatzsteuerpflicht, keine Verpflichtung zur Erstellung von Jahresabschlüssen etc.). Um jedoch die Rahmenbedingungen eines wirklichen Unternehmens kennen zu lernen, werden diese Vorgänge in vereinfachter Form gegenüber der JUNIOR-Geschäftsstelle in Köln durchgeführt. Die Spanne der verschiedenen Geschäftsideen kann von einfacheren Tätigkeiten wie dem Bedrucken von T-Shirts oder Postkarten über die Herstellung von Holzspielzeug, Kalendern, der Entwicklung von Spielen, die Erstellung von Homepages bis hin zu Dienstleistungen wie beispielsweise Eventorganisation oder Computerdienstleistungen reichen. Häufig haben die Produkte auch einen regionalen Bezug.

Daten zu den JUNIOR-Unternehmen 2004/2005

- | | |
|---|-------------------|
| • Zahl der JUNIOR-Unternehmen | 297 |
| • Zahl der Mitarbeiter (im Durchschnitt) | 13 |
| • Kapitalstock
(Verkauf von 90 Anteilscheinen à 10,00 €) | 900,00 € |
| • Geleistete Arbeitsstunden | pro Woche 2 bis 4 |
| • Umsatz pro Geschäftsjahr (2003/2004) | 1.000,00 € |
| • Kapitalrendite (2003/2004) | 12 bis 300 % |
| • Anteil der weiblichen Vorstandsvorsitzenden | 37,3 % |

Die Ziele und Zielgruppen

Ein JUNIOR-Unternehmen existiert nur ein Schuljahr. Jede Schülerin bzw. jeder Schüler kann nur einmal teilnehmen. Im darauf folgenden Schuljahr können an der Schule allerdings neue JUNIOR-Unternehmen mit weiteren Schülerinnen und Schülern gegründet werden. Ziel ist es bei JUNIOR nicht, ein dauerhaftes Unternehmen an der Schule zu etablieren, sondern möglichst vielen Schülerinnen und Schülern in möglichst vielen JUNIOR-Unternehmen die Möglichkeit zu bieten, Erfahrungen in einem Unternehmen zu sammeln, zu sehen, wie es „funktioniert“ und was alles damit verbunden ist, damit es läuft.

Die Schülerinnen und Schüler sollen alle Phasen von der Ideenfindung bis zur Gewinnausschüttung an die Anteilseigner (und die Auflösung ihres Unternehmens) durchlaufen. Prinzip bei JUNIOR ist es, dass alle beteiligten Schülerinnen und Schüler diese Erfahrungen von der ersten Willensbildung in der Gruppe - Entwicklung der Geschäftsidee - über die gemeinsame Umsetzung bis hin zum Abschluss des JUNIOR-Unternehmens machen können und mit den in den verschiedenen Phasen entstehenden Problemen und Schwierigkeiten, aber auch Erfolgen, umzugehen lernen.

Die Schülerinnen und Schüler - und auch die betreuenden Lehrerinnen und Lehrer - lernen dabei wirtschaftliche Zusammenhänge und die Bedingungen für unternehmerische Entscheidungen kennen, unternehmerisches Denken und Handeln wird angeregt und gefördert. Durch ihre vielfältigen Tätigkeiten im Rahmen des JUNIOR-Unternehmens werden Schülerinnen und Schüler sowie Lehrerinnen und Lehrer für das Thema berufliche/ unternehmerische Selbstständigkeit sensibilisiert.

Sie erhalten einen sehr differenzierten Einblick in das Aufgabenfeld eines Unternehmers und erfahren, welche Chancen und auch Risiken das Unternehmertum bietet. Durch den direkten Bezug zur wirtschaftlichen Praxis erleben die Schülerinnen und Schüler den unternehmerischen Alltag sehr authentisch. Diese persönlichen Erfahrungen führen dazu, dass Vorurteile gegenüber Unternehmern abgebaut werden und den Schülerinnen und Schülern der unmittelbare Zugang zum Arbeitsmarkt erleichtert wird.

Schlüsselqualifikationen wie Selbstständigkeit, Eigeninitiative, Verantwortungsbewusstsein und Teamfähigkeit von Jugendlichen werden ebenfalls gefördert. Durch die verschiedenen Abstimmungs- und Entscheidungsprozesse und das praktische Handeln in der Gruppe werden die Kommunikations- und die Teamfähigkeit junger Menschen entwickelt. Somit werden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer auf die differenzierten Anforderungen des heutigen Erwerbslebens vorbereitet. Im späteren Berufsleben notwendige Kenntnisse, Fähigkeiten und Qualifikationen werden bereits in einem frühen Stadium in idealer Weise gefördert.

Zielgruppen von JUNIOR sind Schülerinnen und Schüler ab Klasse 9 grundsätzlich jeder Schulform. Die Lehrerinnen und Lehrer als wichtige Multiplikatoren gilt es, entsprechend zu sensibilisieren, mit Materialien zu versorgen und auf ihre Rolle als "Schulpaten" der JUNIOR-Unternehmen vorzubereiten.

Die Lehrerin bzw. der Lehrer übernimmt die Rolle des Initiators des Projektes und schafft den nötigen Rahmen sowie die Kontakte zur JUNIOR-Geschäftsstelle. Während des Projektes fungiert sie bzw. er als Ansprechpartnerin bzw. Ansprech-

partner und Motivatorin bzw. Motivator des JUNIOR-Unternehmens, falls nötig, greift sie bzw. er auch steuernd ein.

Um den Bezug zur realen Wirtschaft zu intensivieren und noch stärker Erfahrung aus der Wirtschaftspraxis einzubringen, werden selbstständige Unternehmerinnen und Unternehmer oder Verantwortliche aus Unternehmen als "Wirtschaftspaten" mit einbezogen. Die Hauptaufgabe des Wirtschaftspaten liegt darin, die Rückkopplung zum betrieblichen Alltag zu gewährleisten und die Jugendlichen durch Beispiele aus dem Wirtschaftsbe- reich zu motivieren.



Der organisatorische Rahmen

Konzepte zur Gründung von Schülerfirmen sind nichts völlig neues. Es existieren bereits gute und erfolgreiche Beispiele einzelner Schulen. JUNIOR ist allerdings die erste und einzige Initiative, die ein umfassendes Konzept mit einem breiten Angebot für die JUNIOR-Unternehmer und die betreuenden Lehrerinnen und Lehrer verbindet, das von begleitendem Material über gemeinsame Veranstaltungen bis hin zu europäischen Kontakten reicht. Hierbei bietet JUNIOR in idealer Weise die Möglichkeit für interessierte Schülerinnen und Schüler sowie Lehrerinnen und Lehrer, ohne umfangreiche rechtliche und organisatorische Vorarbeiten ein JUNIOR-Unternehmen an ihrer Schule zu gründen.

JUNIOR ist von den zuständigen Kultusministerien der beteiligten Länder als schulische Veranstaltung anerkannt. Bei ihrer Tätigkeit im Rahmen dieses Programms sind die Schülerinnen und Schüler sowie Lehrerinnen und Lehrer demnach genauso wie während des Unterrichts versichert. Zudem schließt JUNIOR für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer eine zusätzliche Unfallversicherung sowie für die JUNIOR-Unternehmen eine Betriebs- und Produkthaftpflichtversicherung ab.

Umfangreiche Unterstützung bei ihrer Geschäftstätigkeit erhalten die Unternehmerinnen und Unternehmer durch die JUNIOR-Geschäftsstelle im Institut der deutschen Wirtschaft Köln, das den Rahmen für die JUNIOR-Unternehmen liefert. Projektkonzeption und -steuerung, Teilnehmerakquisition, die Schulung der Lehrerinnen und Lehrer, Betreuung und Kontrolle der JUNIOR-Unternehmen (Buchungsunterlagen etc.), Veranstaltungsorganisation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Qualitätssicherung und konzeptionelle Weiterentwicklung erfolgen über die JUNIOR-Geschäftsstelle.

Die gemeinsamen Veranstaltungen

In das Konzept des JUNIOR-Programms sind mehrere gemeinsame Veranstaltungen integriert. Hierbei handelt es sich sowohl um Veranstaltungen, die im Ablauf eines JUNIOR-Unternehmens fest vorgesehen sind (Hauptversammlungen), als auch um Veranstaltungen, bei denen die JUNIOR-Unternehmen Gelegenheit haben, sich mit anderen JUNIOR-Unternehmen oder auch Dritten auszutauschen. Dazu gehören die JUNIOR-Unternehmertreffs, die JUNIOR-Messen sowie die verschiedenen Wettbewerbe auf Landes-, Bundes- und bis hin zur europäischen Ebene. JUNIOR ist Mitglied bei JUNIOR Achievement Young Enterprise Europe, damit haben deutsche JUNIOR-Unternehmen Gelegenheit, an europäischen Veranstaltungen teilzunehmen und sich mit jungen Unternehmerinnen und Unternehmern aus anderen europäischen Ländern auszutauschen.

JUNIOR international

Innerhalb der vergangenen zehn Jahre ist JUNIOR nicht nur in Deutschland kontinuierlich gewachsen und bekannt geworden, sondern hat auch international zahlreiche neue Kontakte geknüpft.

Um die Qualität von JUNIOR weiter zu verbessern und um einen dauerhaften Austausch mit internationalen Einrichtungen zu gewährleisten, schloss sich JUNIOR 1996 der europäischen Organisation *Young Enterprise Europe* an (2003 Zusammenschluss zu *Junior Achievement Young Enterprise Europe*). Ziel war es, deutschen Schülerinnen und Schülern die Teilnahme an internationalen Veranstaltungen zu ermöglichen und sich mit jungen Unternehmerinnen und Unternehmern aus anderen europäischen Ländern auszutauschen. Dazu zählen die Handelsmesse *International Trade Fair*, die den Teilnehmerinnen und Teilnehmern ermöglicht, ihre Produkte und Dienstleistungen auf dem europäischen Markt anzubieten sowie der Europawettbewerb, bei dem die besten Schülerfirmen ihr Konzept auf Englisch vor einer Jury präsentieren müssen.

Die Lernerfolge

Die JUNIOR-Geschäftsstelle befragt jedes Jahr zum Ende des Schuljahres die Schülerinnen und Schüler, die an JUNIOR teilgenommen haben. Hier die Umfrageergebnisse des Schuljahres 2003/04 (von insgesamt 1.886 Schülern):

Wirtschaft verstehen:

80 % sind der Meinung, dass die Teilnahme am Projekt ihr wirtschaftliches Verständnis erhöht hat. Hierzu gehören auch "Lust und Frust" der Unternehmertätigkeiten, zum Beispiel sich mit Dingen wie Lohn-, Umsatz- oder Sozialversicherungssteuer auseinander zu setzen.



Schlüsselqualifikationen erwerben:

Etwa 75% aller teilnehmenden Schülerinnen und Schüler sind der Meinung, dass durch JUNIOR ihre soziale Kompetenz gefördert und stärker ausgebaut wurde. Zu den wichtigsten Erfahrungen wurde diesbezüglich an erster Stelle die Erfahrung der Teamarbeit genannt. Die Auswirkung des Projektes auf die Förderung von Kritik-, Kommunikations- und Teamfähigkeit wird von den teilnehmenden Schülerinnen und Schülern als sehr hoch eingeschätzt.

Zur beruflichen Selbstständigkeit motivieren:

Ein wesentliches Ziel des Projekts ist die Auseinandersetzung mit der unternehmerischen Selbstständigkeit als eine mögliche Berufsperspektive. Die berufliche Selbstständigkeit soll den Teilnehmerinnen und Teilnehmern als eine mögliche Form des späteren Erwerbslebens dargestellt werden. Fast die Hälfte aller Befragten kann sich vorstellen, im späteren Berufsleben selbst einmal ein Unternehmen zu gründen, wobei jeder Dritte in nächster Zukunft sogar eine (neben-) berufliche Selbstständigkeit plant. Dabei war man sich über die Schwierigkeiten einer selbstständigen Existenz durchaus im Klaren, legte aber dennoch einen "gesunden Optimismus" an den Tag.

Probleme der JUNIOR-Unternehmen:

Natürlich stehen wie im realen Wirtschaftsleben auch die Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer Problemen gegenüber, für die im Team Lösungen erarbeitet werden müssen. Hierbei werden meist die Anlaufphase und die Anfangszeit, in der noch keine sichtbaren Erfolge in der Geschäftstätigkeit erzielt werden konnten, als schwierig empfunden. Weiterhin stellte die Teamarbeit und das Befolgen von internen Absprachen ein großes Problem für die noch unerfahrenen Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer dar. Jede zehnte Schülerin bzw. jeder zehnte Schüler nannte als größtes Problem die Kundengewinnung und das Marketing. Bereiche wie die Aufgabenverteilung, Zeiteinteilung sowie die eigene Motivation im gesamten Projektjahr wurden teilweise auch als schwierig eingestuft.

Verbreitung

"Wirtschaft live" ist für Schülerinnen und Schüler bei JUNIOR Realität - wenigstens für ein Schuljahr. Unter dem Motto "Junge Unternehmer initiieren - organisieren - realisieren" haben seit Beginn von JUNIOR im Schuljahr 1994/95 fast 24.000 Schülerinnen und Schüler über 1.800 JUNIOR-Unternehmen geführt - mit weiter steigender Tendenz.

Überdies geht die Ausdehnung von JUNIOR stetig voran. Seit dem Schuljahr 2004/2005 werden erstmals auch Schulen in Thüringen und Mecklenburg-Vorpommern am JUNIOR-Projekt teilnehmen. Somit ist JUNIOR mittlerweile nahezu bundesweit, mit Ausnahme von Bremen, vertreten.

Angebote für die Ehemaligen

Um JUNIOR-Teilnehmerinnen und Teilnehmer auch nach ihrer aktiven Zeit an das Projekt zu binden und für interessierte Schülerinnen und Schüler die Perspektive Selbstständigkeit zu vertiefen, werden den Schülerinnen und Schülern weitere Angebote gemacht: Im *JUNIOR-Business-Camp* lernen die Schülerinnen und Schüler ein Geschäftskonzept unter realen Bedingungen zu entwickeln und vorzustellen und können Kontakte zu Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Politik knüpfen. *JA-YE Europe* bietet für ehemalige JUNIOR-Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Möglichkeit, auf internationaler Ebene in zahlreichen Workshops u.a. ihre "Soft Skills" weiter zu entwickeln. Mit *JENZ*, dem *JUNIOR-Ehemaligen-Netzwerk*, wird früheren Teilnehmerinnen und Teilnehmern außerdem eine zusätzliche Möglichkeit geboten, sich weiterzubilden und auszutauschen.

Die bisherigen Erfahrungen lassen sich folgendermaßen zusammenfassen:

JUNIOR

- trägt zu einem besseren Verständnis von Wirtschaft bei Schülerinnen und Schülern bei
- fördert die persönlichen und sozialen Kompetenzen von Jugendlichen
- gibt Schülerinnen und Schülern Hilfen für die Orientierung auf das spätere Berufsleben an die Hand, sei es durch die Motivation, später selbst einmal unternehmerische Verantwortung zu tragen, sei es durch Kennen lernen und Erleben verschiedener Bereiche, die die Berufs- oder Studienwahl erleichtern.

Das Projekt in Stichpunkten

- | | | |
|---|--------------------|-------------------------------|
| ➔ | Laufzeit: | 1 Schuljahr |
| ➔ | Zielgruppe: | ab Klasse 9 aller Schulformen |
| ➔ | Anzahl Schüler: | 10 bis 15 |
| ➔ | Zeitbeanspruchung: | 2 bis 4 Stunden pro Woche |
| ➔ | Voraussetzungen: | keine |

2. SCHÜLER UNTERNEHMEN was! (DKJS)

*Förderprogramm der HEINZ NIXDORF STIFTUNG unter dem Dach der
Deutschen Kinder- und Jugendstiftung (DKJS)*

*Von Brigitte Geyersbach, DKJS – Regionalstelle Thüringen
Norbert Bothe, KoBra.net – Regionaler Partner der DKJS in Brandenburg*

Vorstellung des Projektträgers

Die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung ist eine Gemeinschaftsaktion für Jugend und Zukunft. 1994 gegründet, arbeitet sie mit und für Kinder und Jugendliche, dabei hauptsächlich in den neuen Bundesländern. Sie ist Teil eines internationalen Verbundes, der von der International Youth Foundation (Baltimore, U.S.A.) mit dem Ziel gegründet wurde, sich weltweit um die Belange junger Menschen zu kümmern. Die Stiftung regt Kooperationen zwischen dem öffentlichen und dem privaten Bereich sowie zwischen Stiftungen an und hat hierfür tragfähige Modelle entwickelt. Sie fördert Projekte und Programme, durch die junge Menschen in ihrer Selbstverwirklichung ermutigt und gestärkt werden. Es geht um die Unterstützung von Eigeninitiative, Verantwortungsübernahme und die Entwicklung einer demokratischen Kultur des Zusammenlebens. Alle Lebensbereiche der Jugendlichen sollen erfasst, Grenzen zwischen Elternhaus und Schule, zwischen Schulzeit und Freizeit sowie zwischen Schule und Beruf überwunden werden.

Inhalt und Ziele des Förderprogramms

Die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung unterstützt und begleitet seit 1994 Schülerunternehmen, zunächst unter dem Motto "**Erziehung zu Eigeninitiative und Unternehmensgeist**". Seit 2002 läuft das Förderprogramm unter dem Namen "**SCHÜLER UNTERNEHMEN was!**"

Mit Mitteln der HEINZ NIXDORF STIFTUNG förderte die DKJS die Gründung und Einrichtung von bisher über 200 Schülerunternehmen an allgemein bildenden und berufsbildenden Schulen. Ziel des Programms ist die Kompetenzentwicklung der Schülerinnen und Schüler, um ihnen den Übergang ins Erwerbsleben zu erleichtern. Eigeninitiative, Teamfähigkeit, soziale Kompetenzen und die Übernahme von Verantwortung sind nicht nur abstrakte Qualitäten für die flexible Arbeitswelt von morgen, sondern werden von Industrie, Handwerk und Dienstleistern schon heute von den Bewerbern gefordert. Die Schule gerät mehr und mehr in die Kritik, „am Markt vorbei“ zu unterrichten. Das Förderprogramm „SCHÜLER UNTERNEHMEN was!“ ist sowohl ein Beitrag zur Persönlichkeitsbildung und Vorbereitung der Jugendlichen auf die Arbeitswelt als auch eine wichtige Maßnahme zur Schulentwicklung.

Seit wann gibt es das Förderprogramm?

In Sachsen und Berlin konnten beim Modellversuch „Erziehung zu Eigeninitiative und Unternehmensgeist“ (1994-1997) erste wertvolle Erfahrungen zum Thema „Schülerunternehmen“ gesammelt werden. Wegen des erfolgreichen Verlaufs überführten die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung und die HEINZ NIXDORF STIFTUNG den Modellversuch in ein langfristiges Förderprogramm, welches seitdem vornehmlich in den neuen Bundesländern läuft. In zunehmendem Maße werden jedoch nun auch Schülerunternehmen in den alten Bundesländern gefördert.

Beratung und finanzielle Unterstützung

Schülerfirmen sollen wie Unternehmen im realen Geschäftsleben wirtschaftlich arbeiten und sich selbst Ressourcen erschließen. Die Förderung innerhalb des Programms ist deshalb als Anschubfinanzierung für Schülerfirmen gedacht. Gefördert werden Sachkosten für Ausstattung, Verbrauchsmaterialien und Fahrtkosten. Die Förderhöhe pro Projekt ist abhängig von der Geschäftsidee. Empfehlenswert ist, schon im Vorfeld der Antragstellung mit der DKJS-Regionalstelle im



jeweiligen Bundesland Kontakt aufzunehmen. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geben Informationen und Hinweise zum Aufbau des Schülerunternehmens und unterstützen bei der Beantragung einer Anschubfinanzierung. Die Antragstellung ist laufend möglich und bei der DKJS-Regionalstelle im jeweiligen Bundesland einzureichen. Alle zwei Monate entscheiden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Regionalstellen gemeinsam über die Anträge. Außerdem organisieren die Regionalstellen der DKJS Veranstaltungen zum Erfahrungsaustausch und zur Fortbildung, z.B. die jährlichen Schülerfirmenmes-

sen. Bei speziellen Problemen eines Schülerunternehmens können Schülerinnen und Schüler sowie Lehrerinnen und Lehrer individuelle Beratung und Unterstützung erhalten.

Förderbedingungen

Schülerunternehmen sind im Sinne dieses Förderprogramms keine realen Unternehmen, sondern Schulprojekte mit pädagogischen Zielsetzungen. Sie besitzen keinen eigenen Rechtsstatus, sind keine juristischen Personen und sind daher beim Gewerbeaufsichtsamt nicht meldepflichtig. Die Schule bietet Rechtssicherheit in versicherungs- und haftrechtlichen Fragen für die Aktivitäten der beteiligten Schülerinnen und Schüler sowie Lehrerinnen und Lehrer, wenn die Aktivitäten der Schülerfirma durch die Schulleitung als Schulveranstaltung anerkannt werden. Schülerunternehmen planen, produzieren und verkaufen Produkte und/oder bieten Dienstleistungen an. Die Palette der Möglichkeiten reicht von Schü-

lerfirmen, die eine Zeitung produzieren oder Homepages erstellen über Schülercafés bis hin zu Schülerreisebüros.

Der Kundenkreis bleibt im Wesentlichen auf die Schule beschränkt, damit Schülerunternehmen nicht zu einer ernsthaften Konkurrenz für reale Firmen werden. Die Geringfügigkeitsgrenze für den jährlichen Umsatz (max. 30.678,00 €) und jährlichen Gewinn (max. 3.835,00 €) darf nicht überschritten werden, damit steuerrechtlich keine Bewertung erfolgen muss. Steuerrechtlich wird das Schülerunternehmen dem Schulträger oder dem Schulförderverein zugeordnet.

Innerhalb des Bündels von Lernzielen, die mit Schülerfirmen verfolgt werden, soll der Schwerpunkt auf dem Erwerb von sozialen Kompetenzen (Schlüsselqualifikationen) liegen. Deshalb sollte ein Team von Schülerinnen und Schülern aus verschiedenen Klassenstufen zusammenarbeiten. Eine Schülerfirma braucht mindestens eine beratende Lehrerin bzw. einen beratenden Lehrer als Projektbegleiterin bzw. Projektbegleiter, die bzw. der auch die Aufsichtsführung übernimmt.

Eine Schülerfirma ist ähnlich einer realen Firma strukturiert, das heißt:

- Die Schülerinnen und Schüler orientieren sich an realen Unternehmensformen (z. B. Aktiengesellschaft, OHG, GmbH), jedoch muss sich das Schülerunternehmen ohne eigenen Rechtsstatus zwingend als Schüler-AG bzw. Schüler-GmbH bezeichnen.
- Die Schülerinnen und Schüler übernehmen selbst die Hauptverantwortung. Lehrerinnen und Lehrer beraten und unterstützen sie dabei.
- Sie erarbeiten eine Satzung, die alle Angelegenheiten der Schülerfirma regelt.
- Sie organisieren ihre Arbeit in Abteilungen (Finanzabteilung, Einkaufsabteilung usw.).
- Die Schülerinnen und Schüler führen ein Kassenbuch mit Unterstützung durch einen Erwachsenen.
- Sie haben ein separates Konto, für welches eine Lehrerin bzw. ein Lehrer und eine Schülerin bzw. ein Schüler gemeinsam zeichnungsberechtigt sind.
- Sie haben einen eigenen Geschäftsraum bzw. -bereich.
- Sie erstellen regelmäßig einen Geschäftsbericht und entscheiden über die Verwendung der kleinen Gewinne.
- Es sind von Anfang an jüngere und ältere Schülerinnen und Schüler beteiligt, damit das Projekt mindestens drei Jahre bestehen kann.
- Die Zusammenarbeit mit realen Firmen wird empfohlen.

Vorteile für Schule und Wirtschaft

Mit der Eigenverantwortung der Schülerinnen und Schüler in einem Schülerunternehmen entsteht ein Übungsfeld für ein demokratisches Miteinander auch zwischen Schülerinnen bzw. Schülern und Lehrerinnen bzw. Lehrern. Eine Schülerfirma kann zur Öffnung von Schule beitragen, denn sie schafft Kontakte zu Wirtschaftsunternehmen, Presse und anderen Partnern. Teilweise entstehen dadurch langfristige Kooperationen zwischen Schule und Wirtschaft. Alle Partner werden für die Belange des anderen sensibilisiert. Schülerinnen und Schüler lernen wirtschaftliche Zusammenhänge an praktischen Beispielen verstehen. Schülerunternehmen bieten die Chance für praxisnahen Unterricht und fächerübergreifendes Lernen, wenn Fachlehrerinnen und Fachlehrer, die Belange der Schülerfirma für die Gestaltung von Unterrichtseinheiten nutzen. Wirtschaftsunternehmen erwarten von Schulabgängern Fähigkeiten, welche die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Schülerunternehmen erwerben, und finden durch die Kooperation mit Schülerfirmen mitunter geeignete Auszubildende.

Aktuelle Statistik

Die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung unterstützt über 200 Schülerunternehmen in Deutschland. In Thüringen erhielten bisher fast 50 Schülerfirmen eine Anschubfinanzierung im Rahmen des Förderprogramms. Auf der Internetseite www.schueler-unternehmen-was.de ist eine aktuelle Übersicht aller aktiven Schülerfirmen abrufbar.

Das Projekt in Stichpunkten

- Laufzeit: das Förderprogramm ist langfristig angelegt, geförderte Schülerunternehmen sollen mindestens 3 Jahre arbeiten
- Zielgruppe: Schülerinnen und Schüler von der 7. bis 10./ 13. Klasse
- Anzahl Schüler: mindestens 5 bis 10 Schülerinnen und Schüler pro Schule aus verschiedenen Klassenstufen
- Zeitbeanspruchung: abhängig von der Geschäftsidee, mindestens 3 Stunden pro Woche
- Voraussetzungen: klassenstufenübergreifendes Team, eigene Räumlichkeiten in der Schule, mindestens eine beratende Lehrerin bzw. ein beratender Lehrer, Schulleitung erkennt es als Schulprojekt an, Schulförderverein übernimmt steuerrechtliche Verantwortung, Einnahmen decken die laufenden Ausgaben

Referenzfirmen

☆ Evangelisches Ratsgymnasium - Erfurt

☞ Schülerfirma „*ARTemis*“

☆ Staatliches Berufsschulzentrum - Hermsdorf

☞ Schülerfirma „*Kantholz S-GmbH*“

☆ Heinrich-Ehrhardt-Gymnasium - Zella-Mehlis

☞ Schülerfirma „*ZMC service & marketing S-GmbH*“

☆ Lessingschule - Erfurt

☞ Schülerfirma „*Snackpoint*“

Schülerfirmen im Programm „UnternehmenSchülerClub“

Nach den oben beschriebenen Qualitätskriterien werden in den Bundesländern Bayern und Brandenburg Schülerunternehmen auch durch das Förderprogramm „UnternehmenSchülerClub“ unterstützt. Mit dem Start des Programms im Frühjahr 2003 benannte die DKJS die Programmpartner STÜPS (Schule Beruf e. V.) und KoBra.net (Kooperation in Brandenburg) für die Umsetzung des Programms in den Regionen Brandenburg und München. Finanziert wird das Programm durch die Goldman Sachs Foundation.

Derzeit werden insgesamt 12 Projekte gefördert, davon acht in München und vier in Brandenburg. In München steht die Aufbauarbeit von Schülerunternehmen und Schülerclubs im Vordergrund, in Brandenburg die Vernetzung der Projekte untereinander und mit lokalen Partnern aus Wirtschaft und Kommune. Der Erfahrungstransfer zwischen brandenburger und bayrischen Projekten ist ein zentrales Anliegen des Programms.

Die Geschäftsideen der Schülerfirmen reichen von der Arbeit mit neuen Medien (z. B. Videobearbeitung mit Websiteerstellung) über Schülerreisebüro bis zu handwerklich anspruchsvollen Tätigkeiten.

3. Achievers International

*von Norma Duncan & Karen Kennedy,
Achievers International*

Vorstellung

Schülerinnen und Schüler von heute werden einmal in einer sich ständig verändernden Arbeitswelt tätig sein. Dank ihrer Qualifikationen und ihrer Arbeitseinstellung müssen sie in der Lage sein, mit neuen Situationen und neuen Technologien sofort umgehen zu können - welche Berufe sie auch immer wählen.

Neue Unternehmen bringen neue Arbeitsplätze. Immer mehr Menschen werden ihre eigene Firma führen und für ihre Beschäftigung und die der Kolleginnen und Kollegen, die mit ihnen und für sie arbeiten, verantwortlich sein.

Die Globalisierung hat uns erfasst und erstreckt sich über immer weitere Teile der Welt.

Vor diesem Hintergrund möchte Achievers International Schülerinnen und Schüler dazu ermuntern, zentrale Fähigkeiten einzuüben.

Inhalte/Struktur

Das Programm ermöglicht einer Gruppe von Schülerinnen und Schülern, koordiniert von einer Lehrerin bzw. einem Lehrer, eine Firma zu gründen und Verbindung zu einer Partnerschule in einem anderen Land aufzunehmen. Jede Firma bezieht die Produkte lokal und exportiert sie zur ihrer Partnerfirma; man betreibt Marktforschung, um in Erfahrung zu bringen, welche Produkte eingeführt werden könnten und einigt sich auf die Produkte, mit denen man Handel betreiben möchte.

Die Waren werden an die Partnerfirma versandt, die dann für den Verkauf der importierten Waren zuständig ist. Nach Möglichkeit sollten beide Gruppen Gewinne erzielen.

In der Kommunikation liegt der Schlüssel zum Erfolg jedes Unternehmens und das gilt auch für jede teilnehmende Schülerfirma. Informationstechnologie wird benutzt, um mit der Partnerschule Kontakt aufzunehmen. Jede Partnerschule ist Kundin der anderen und ein erfolgreicher Handel setzt gute Beziehungen voraus.

Das Spektrum möglicher Export- und Importprodukte ist breit. Niemand muss große Mengen von Waren verkaufen oder einen Riesenprofit machen. Ob man nur zehn Bleistifte oder zehn Kilo Tee verkauft - was zählt, ist die Erfahrung. Durch Marktforschung muss festgestellt werden, ob die Waren, die man gerne verkaufen würde, sich auch verkaufen lassen. Daneben helfen Flexibilität und Kompromissbereitschaft bei der Beschaffung von Aufträgen.

Schmuckwaren, Büromaterial, Baseballmützen, Sweatshirts und T-Shirts, CDs oder Kassetten, Schokolade und Bonbons, Kosmetikartikel, Kunsthandwerk, Weihnachtsdekoration und Kalender sind nur einige Beispiele für Produkte, die schon mit Erfolg verkauft wurden.

Ausbildungsmaterial

Unser Website-Club steht allen teilnehmenden Schulen offen und enthält viele wichtige und nützliche Informationen zu den Themen:

- Aufbau und Leitung einer Firma
- Kommunikation
- Bezugsquellen für Produkte
- Aufbau der Partnerschaft
- juristische Fragen
- Marktforschung
- internationale Frachtbestimmungen
- finanzielle Fragen



Der Website-Club gibt Anregungen - man muss nicht jeden Vorschlag aufgreifen, aber es ist wichtig, dass alle Mitglieder der Firma Zugang zur Website haben, damit sie regelmäßig neue Informationen abfragen können und einige ihrer Fragen beantwortet bekommen.

Auch beim Büro von Achievers International erhalten die Firmen Unterstützung und Hilfe bei der Lösung von Problemen. Unterstützung bekommen die Firmen vielleicht auch bei örtlichen Händlern und Produzenten, Banken, Handelsorganisationen, gemeinnützigen Organisationen, Transportunternehmen, staatlichen Stellen und bei Außenhandelsexperten.

Seit wann läuft das Projekt?

Das Programm läuft seit 1995. Unternehmen, die im Bildungsbereich engagiert sind, haben es ins Leben gerufen. Dann haben vier Schulen in Schottland mit vier Schulen in Georgia, USA Beziehungen aufgenommen.

1997 hat die Britische Botschaft in Berlin vier Schulen in Brandenburg gefördert, damit sie auch an diesem Programm teilnehmen durften. Jedes Jahr werden mehrere Interessierte über das Programm informiert und wollen auch eine Firma gründen.

Ziele des Programms

Die Schülerinnen und Schüler sollen die Gelegenheit haben, bestimmte Fähigkeiten einzuüben:

- Teamfähigkeit und Problemlösungsstrategien
- praktische Anwendung der Informationstechnologie und aller sonstigen

Kommunikationsformen

- Umgang mit anderen Kulturen und dem globalen Markt
- Umgang mit Menschen in einer Arbeitssituation

Die Fähigkeit des Unternehmers, Risiken einzugehen und seine Fantasie einzusetzen, ist für den Aufbau und die Leitung eines erfolgreichen Unternehmens unumgänglich.

Vorteile für die Schülerinnen und Schüler

- Fähigkeiten einzuüben, die zurzeit in der Schule und auch später im Leben und auf dem Arbeitsplatz nützlich werden, z. B. Problemlösungsstrategien
- Anwendung der Informationstechnologie
- Kontakt mit Menschen, die schon in der Wirtschaft engagiert sind
- Selbstvertrauen zu entwickeln
- eine Fremdsprache in einem wirklichen Betrieb zu benutzen

Vorteile für die Schule

- die Gelegenheit mit Schulen aus dem Ausland in Kontakt zu treten
- praktische Anwendung der Fremdsprachen
- ein Projekt in dem viele Fachbereiche der Schule sich engagieren können
 - Wirtschaft, Geschichte, Kunst, Erdkunde, Sprachen
- das Programm ist flexibel und kann entweder auf dem Lehrplan stehen oder als eine Aktivität nach der Schulzeit eingesetzt werden
- Schülerinnen und Schüler von allerlei Klassen- und Altersstufen und mit vielfältigen Kompetenzen können teilnehmen
- die Aktivitäten der Firma zieht viel Interesse von Presse und anderen Medien auf sich

Vorteile für die Wirtschaft

Eine Schülerfirma zu unterstützen gibt die Gelegenheit zu exportieren. Wirtschaftsleute helfen den Schulen zu vermitteln, was für Angestellte die Unternehmer suchen.

Für die Zukunft haben dann die Angestellten schon diese Fähigkeiten entwickelt, die für ihre Arbeit erforderlich sind. Unternehmerinnen und Unternehmer können ihre eigenen Fähigkeiten als Mentorin bzw. Mentor der Schülerinnen und Schüler üben. Eine Firma kann auch die Publicity der Schülerfirma für sich nutzen.

Verbreitung

- 27 Schulen in Deutschland beteiligten sich im Jahr 2003/ 2004
- Schulen in Thüringen, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Berlin, Bayern und Nordrhein-Westfalen sind Mitglieder

- insgesamt waren im Schuljahr 2003/ 2004 über 2000 Schülerinnen und Schüler aus 17 Ländern dabei, somit nahmen bisher über 40.000 Schülerinnen und Schüler aus 42 Ländern am Achievers International Programm teil: u.a. auch aus den USA, Kanada, Australien, Südafrika, Schweiz, Dänemark, England, Schottland, Wales und Nordirland

Förderung

Das Programm kostet 100 Pfund für jede Firma. Die ersten drei Jahre hat die Britische Botschaft diesen Beitrag gezahlt. Mit so vielen Schulen ist das jetzt nicht mehr möglich. Schulen können diesen Betrag durch Förderungen bekommen oder durch den Verkauf von Schüler-Aktien.

Rechtliche Voraussetzungen

Achievers International ist eine Firma und auch ein Wohltätigkeitsverein. Die Schülerfirmen sind Mitglieder von Achievers International. Jede Schülerfirma ist also wie ein Club. Sie braucht ein Bankkonto, aber soll keine Steuern bezahlen, außer der Import- und Exportsteuer. Versicherungsschutz besteht für die Produkte, welche die Firma importiert und exportiert.

Das Projekt in Stichpunkten

- Laufzeit: normalerweise ein Jahr von August/ September bis April/Mai/Juni
- Zielgruppe: Schülerinnen und Schüler ab 13 Jahren, die meisten gehen in die Klassen 8 bis 11
- Anzahl Schüler: ca. 8 bis 15 Schülerinnen und Schüler ist die optimale Anzahl pro Projekt, aber auch Firmen mit 3 bis 30 Schülerinnen und Schülern hatten schon Erfolg
- Zeitbeanspruchung: in der Woche wird mindestens eine Stunde benötigt, die Schülerinnen und Schüler brauchen aber auch Zeit, um z.B. E-Mails zu schreiben, Produktideen auszusuchen und sich mit der Bank oder an deren Stellen in Verbindung zu setzen
- Voraussetzungen: Für die Arbeit werden Telefon, Fax und E-Mail benötigt. Wenn es möglich ist, sollten die Schülerinnen und Schüler auch Videokonferenzschaltungen verwenden. Die Zusammenarbeit mit Unternehmern ist sehr wichtig.

Referenzfirmen

☆ Sekundarschule W. Seelenbinder - Zielitz, Sachsen-Anhalt

☞ Schülerfirma „*Young People's Company*“

☆ Gesamtschule Mittelkreis - Goch, NRW

☞ Schülerfirma „*Modern Wood Gruppe International*“

☆ Staatl. Regelschule Oststadt –Gotha, Thüringen

☞ Schülerfirma „*Oststadt Company*“

☆ Sophie Charlotte Oberschule – Berlin

☞ Schülerfirma „*SCOTYS*“

4. Wettbewerb “Schüler gründen Unternehmen” in Thüringen

von Grit Holzmüller

Gesellschaft zur Förderung Neuer Technologien Thüringen e.V.

Vorstellung

Dieser Wettbewerb wurde im Rahmen der GET UP Thüringer Existenzgründer Initiative entwickelt. Seit dem Jahr 2000 etablierte er sich als einer ihrer wichtigsten Bausteine zur nachhaltigen Verbesserung des Gründerklimas in Thüringen.

Mit dem Wettbewerb wird es den Thüringer Schülerfirmen ermöglicht, sich - ähnlich der Konkurrenz auf dem realen Markt - miteinander zu messen, in Erfahrungsaustausch und Zusammenarbeit zu treten und eine Fachjury von den eigenen Stärken zu überzeugen. Gleichzeitig erzielt der Wettbewerb - auch dank aktiver Unterstützung durch das Thüringer Kultusministerium - in Thüringen eine hohe Öffentlichkeitswirksamkeit, die weitere Schülerinnen und Schüler sowie deren Lehrerinnen und Lehrer motiviert, eigene Schülerfirmen zu gründen.

Ziel der Veranstalter ist es, die Beschäftigungsfähigkeit von Thüringer Schülerinnen und Schülern aller Schulformen wesentlich zu verbessern und den Unternehmensnachwuchs frühzeitig zu fördern. Dies wird erreicht durch

- praxisnahes Kennenlernen aller wirtschaftlichen, rechtlichen und sozialen Aspekte rund um ein (Schüler-)Unternehmen,
- Entwicklung von wichtigen Schlüsselqualifikationen für das künftige Berufsleben,
- Förderung des unternehmerischen Denkens sowie von Verantwortungsbewusstsein und Teamfähigkeit,
- persönliches Erleben der unternehmerischen Selbstständigkeit als berufliche Perspektive.
- Lebendige Vermittlung grundlegender ökonomischer Zusammenhänge durch learning by doing.

Veranstalter des Wettbewerbs ist die **GNT** Gesellschaft zur Förderung Neuer Technologien Thüringen e.V. in Erfurt. In langjähriger enger Zusammenarbeit mit den Partnern **BWTW** Bildungswerk der Thüringer Wirtschaft e. V., **DKJS** Deutschen Kinder- und Jugendstiftung, der **G.M.K.** Gesellschaft für Marketing und Kommunikation mbH und weiteren Partnern aus der Thüringer Wirtschaft - wurde dieser für alle Schulformen offene Wettbewerb thüringenweit etabliert.

Zur Teilnahme berechtigt sind alle Schülerinnen und Schüler von allgemein bildenden Schulen ab Klassenstufe 8 sowie von Berufsschulen in Thüringen. Voraussetzung ist eine Erfolg versprechende Geschäftsidee und ein engagiertes

Wettbewerb „Schüler gründen Unternehmen“ in Thüringen

Team für das eigene Schülerunternehmen. Auch Schülerfirmen, die bereits „am Markt

tätig“ sind, können teilnehmen. Auf diese Weise messen sich immer wieder neue Teams miteinander und lernen gleichzeitig voneinander.

Durch das Aufstellen spezieller Wettbewerbskriterien und die Auslobung von Sonderpreisen (Umweltpreis, Marketingpreis usw.) werden die Schülerfirmen darüber hinaus motiviert, sich mit bestimmten Problemstellungen - auch ökologischen und sozialen Fragen - auseinander zu setzen.

Zum Ende des jeweiligen Wettbewerbs ist ein Geschäftsbericht inklusive einer Bilanz zu erstellen und einzureichen. Die Unterlagen werden von einer Fachjury bewertet. Im Rahmen der Prämierungsveranstaltung werden an die besten Schülerunternehmen attraktive - von Thüringer Unternehmen gestiftete Sach- und Geldpreise - verliehen.

Inhalte/Struktur

Für die teilnehmenden Schülerfirmen gelten die an anderer Stelle bereits gegebenen Empfehlungen: Jedes Schülerunternehmen wird in Anlehnung an eine reale Rechtsform gegründet. Das Startkapital sollte nicht mehr als 250 € betragen. Das Team entwickelt gemeinsam eine Geschäftsidee, die dem Unternehmen zugrunde liegen soll. Anschließend erfolgt die Festlegung der Unternehmensform und der Geschäftsstrukturen. Die beteiligten Schülerinnen und Schüler eröffnen mit Unterstützung einer begleitenden Lehrerin bzw. eines begleitenden Lehrers ein eigenes Geschäftskonto; sie organisieren selbstständig die Geschäftsabläufe, bereiten die Hauptversammlungen vor und erstellen den Geschäftsbericht. Am Ende der Projektlaufzeit erfolgt eine Präsentation des Unternehmens und der Ergebnisse.

Unterstützung

Die angehenden Unternehmerinnen und Unternehmer erhalten aktive Unterstützung bei der Entwicklung ihres Geschäftskonzeptes, der Buchführung und Bilanz sowie bei der Anfertigung des Geschäftsberichts. Durch Einzelberatung, die Übernahme von Patenschaften durch Thüringer Wirtschaftsjunoren und ein vielfältiges Angebot an Seminaren wird jede nötige Unterstützung gewährleistet.

Zum Abschluss des Wettbewerbs präsentieren die Schülerinnen und Schüler ihr Unternehmen vor der Jury und berichten von ihren Erfahrungen. Alle Schülerinnen und Schüler, die im Rahmen ihres Schülerunternehmens am Wettbewerb teilgenommen haben, erhalten ein vom Thüringer Kultusministerium unterzeichnetes Zertifikat.

Wettbewerb 2004

Zu Beginn des letzten Schülerwettbewerbs 2004 wurden insgesamt 36 Anmeldungen registriert. Die meisten Teilnehmerinnen und Teilnehmer waren Gymnasiasten. Aber auch Schülerinnen und Schüler von Regelschulen und Förderzentren

aus ganz Thüringen waren zahlreich vertreten, darunter bereits bestehende Schülerfirmen sowie eine Vielzahl von Neugründungen.

Mit interessanten und Erfolg versprechenden Geschäftsideen stellten die Schülerinnen und Schüler ihr unternehmerisches Können und ihre Kreativität unter Beweis.

Wettbewerb 2005 / 2006

Der aktuelle Wettbewerb wird erstmals über einen Zweijahreszeitraum ausgetragen. Die Schülerfirmen haben so die Möglichkeit, über eine längere Wettbewerbsphase unternehmerische Erfahrungen zu sammeln und sich zu qualifizieren. Auch diesmal wird eine Unternehmerjury die eingereichten Unterlagen prüfen und die abschließenden Firmenpräsentationen bewerten.



Das Projekt in Stichpunkten

- ➔ Laufzeit: bis zu 1,5 Schuljahre (ein Einstieg ist jederzeit möglich)
- ➔ Zielgruppe: Schülerinnen und Schüler ab Klassenstufe 8
- ➔ Anzahl Schüler: in jedem Unternehmen sollten 6 bis 8 Schülerinnen und Schüler arbeiten
- ➔ Zeitbeanspruchung: die Schülerinnen und Schüler arbeiten ungefähr 2 bis 3 Stunden pro Woche in ihrem Unternehmen
- ➔ Unterstützung: Jedes Schülerunternehmen und seine betreuende Lehrerin bzw. sein betreuender Lehrer kann persönliche Beratungen sowie Seminare zu verschiedenen Themen in Anspruch nehmen. Im Rahmen der Wettbewerbsveranstaltungen und „Unternehmertreffen“ können Erfahrungen ausgetauscht werden. Auf Wunsch können jeder Schülerfirma Paten aus der Thüringer Wirtschaft vermittelt werden.

Erfolgreiche Schülerunternehmen in Thüringen

Aus dem Wettbewerb „Schüler gründen Unternehmen“ in Thüringen 2004 gingen beispielhaft folgende Schülerfirmen als Sieger hervor:

Staatliches Gymnasium „Klosterschule“ Rossleben

➔ Schülerfirma GO! SAG

Schülerfirmen – Wenn Schüler zu Unternehmern werden

Staatliche Regelschule 6, Lessingschule, Erfurt

➔ Schülerfirma Snackpoint S-GmbH

Staatliches Gymnasium Greiz

➔ Schülerfirma Service und Marketing SAG

Evangelisches Ratsgymnasium Erfurt

➔ Schülerfirma ARTemis S-GmbH

Staatliches Förderzentrum „Werner Simsohn“ Gera

➔ Schülerfirma We Si Ca SAG

Förderzentrum Gera

➔ Schülerfirma Schlemmerfuchse S-GmbH

Erfurt Bildungswerk GmbH

➔ Schülerfirma copyzone S-GmbH

Staatliches Förderzentrum „Siegfried Schaffner“ Kahla

➔ Schülerfirma Calaba S-AG

Finneck Schule - Buttstädt

➔ Schülerfirma „Kunstgewerbegesellschaft Buttstädt S-GmbH“

Ansprechpartner:

GNT Gesellschaft zur Förderung Neuer Technologien Thüringen e.V.

c/o Fachhochschule Erfurt

Postfach 450155

99051 Erfurt

Ines Richter

Tel.: (0361) 67008420

Mail: ines.richter@gnt-ev.de

www.gnt-ev.de

Weitere aktive Partner:

BWTW Bildungswerk der Thüringer Wirtschaft e.V.

DKJS Deutsche Kinder- und Jugendstiftung

WJ Wirtschaftsjuvenoren Thüringen

5. business@school

*Eine Initiative von The Boston Consulting Group
Von Maike Zander*

Wirtschaftswissen und Schlüsselqualifikationen

Ökonomische Bildung

Obwohl Existenzgründerinnen und Existenzgründer der Motor jeder Volkswirtschaft sind, spielen Unternehmen sowie Unternehmerinnen und Unternehmer in den Schulen noch zu selten eine Rolle. Es fehlt an Vorbildern, die bei jungen Menschen Interesse für Wirtschaft wecken. Dieses Defizit hat The Boston Consulting Group (BCG) bewogen, ehrenamtliches Engagement von Wirtschaftsvertretern in den Mittelpunkt ihrer Bildungsinitiative business@school zu stellen. Das Projekt vermittelt Schülerinnen und Schülern praxisnah Wirtschaftskennntnisse. Dabei profitieren die Jugendlichen besonders davon, dass neben Lehrerinnen und Lehrern auch Wirtschaftsvertreterinnen und Wirtschaftsvertreter vor Ort ihr Wissen weitergeben. Schlüsselqualifikationen wie Recherche- und Präsentationstechniken gewinnen in Schule und Berufsleben immer stärker an Bedeutung. Dem trägt business@school Rechnung, indem die Teilnehmerinnen und Teilnehmer im Rahmen der Projektarbeit nicht nur Fach-, sondern auch Methodenwissen erwerben.

Wissen ist wichtig, Fähigkeiten und eigene Ziele sind entscheidend. Bei business@school spüren Schülerinnen und Schüler, was sie aus eigener Kraft gemeinsam mit anderen erreichen können.

Dr. Dieter Heuskel, Geschäftsführer, The Boston Consulting Group

Idee

Die Initiative business@school, die von der internationalen Unternehmensberatung The Boston Consulting Group 1998 gegründet wurde, möchte eine Brücke zwischen Schule und Wirtschaft schlagen. Ziel ist es, das Thema Wirtschaft an Schulen anschaulich und praxisnah zu vermitteln. Das Projekt erstreckt sich über einen Zeitraum von einem Schuljahr. Beraterinnen und Berater der BCG sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anderer Großunternehmen übernehmen für jeweils ein Jahr eine Schulpatenschaft. Im Rahmen einer Arbeitsgemeinschaft lernen Schülerinnen und Schüler sowie Lehrerinnen und Lehrer die Rahmenbedingungen betrieblichen Handelns von Konzernen, mittelständischen und kleinen Unternehmen kennen, bevor die Schülerteams als Höhepunkt des Projekts eine eigene Geschäftsidee mit Businessplan entwickeln. Die besten Businesspläne werden in einem europaweiten Wettbewerb vorgestellt und prämiert.



Schülerfirmen – Wenn Schüler zu Unternehmern werden

Ziele

- Verständnis für Wirtschaftsfragen wecken
- Realität von Konzernen, Mittelstands- und Kleinunternehmen kennen lernen
- Unternehmerisches Denken lernen
- Präsentations- und Auftrittssicherheit verbessern
- Ergebnisbezogene Teamarbeit üben
- Spaß am Thema Wirtschaft vermitteln

Umsetzung

Die Projektarbeit bei business@school erstreckt sich über drei Phasen.

1. Phase: „Wirtschaft in Groß“

Erarbeitung von wirtschaftlichen Grundkenntnissen: In der ersten Phase beschäftigen sich die Schülerinnen und Schüler in Gruppen am Beispiel börsennotierter Großunternehmen mit Bilanzen, Geschäftsberichten und Unternehmensprofilen. Zum Abschluss stellen sie „ihr“ Unternehmen in einer Präsentation vor.

2. Phase: „Wirtschaft in Klein“

Phase zwei nimmt Unternehmen aus dem lokal ansässigen Mittelstand in den Blick. Hier setzen sich die Teams bereits sehr viel genauer mit der Kosten- und Umsatzstruktur der Unternehmen auseinander, führen Interviews mit Existenzgründerinnen und Existenzgründern sowie Kundenumfragen durch. Auch diese Phase endet mit einer Vorstellung des gewählten Unternehmens vor einem größeren Auditorium.

3. Phase: „Geschäftsidee“

Das Wissen aus den ersten beiden Phasen hilft den Schülerinnen und Schülern bei der Entwicklung der eigenen Geschäftsidee. Phase drei ist der wohl anspruchsvollste Abschnitt des Projekts: Die Schülerinnen und Schüler entwickeln eine eigene Geschäftsidee, die sie bis zur Umsetzungsreife durchdenken müssen. Ergebnis ist ein Geschäftsplan, den die Schülergruppe vor einer Jury präsentiert, welche die Rolle eines potenziellen Finanzinvestors übernimmt.

Verbreitung

1998 an zwei Pilotschulen gestartet, beteiligen sich im siebten Projektjahr 2004/2005 mehr als 50 Gymnasien aus Deutschland, Österreich und Italien an dem Projekt. Die Schülerteams müssen sich mit ihrer Geschäftsidee über schulinterne und regionale Wettbewerbe für die europäische Endrunde qualifizieren. Die Ideen der besten zehn Teams werden von einer Jury aus hochrangigen Wirtschaftsvertreterinnen und Wirtschaftsvertretern bewertet.

Förderung

Die Kosten für die Projektorganisation werden von der Boston Consulting Group getragen, die auch Einführungsseminare für alle am Projekt teilnehmenden Lehrerinnen und Lehrer veranstaltet.

NetzWorkShop

business@school ist eine von vielen Initiativen, die mehr Wirtschaft in die Schulen bringen wollen. The Boston Consulting Group hat gemeinsam mit der Bertelsmann Stiftung die Plattform NetzWorkShop (www.netzworkshop.de) initiiert, welche die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Initiativen und Unternehmen verbessern und die Arbeit dieser Initiativen darstellen will.

Das Projekt in Stichpunkten

- ➔ Laufzeit: 1 Schuljahr
- ➔ Zielgruppe: Klassen 11 bis 13 an Schulen mit gymnasialer Oberstufe
- ➔ Anzahl Schüler: vier bis sechs pro Team
- ➔ Zeitbeanspruchung: die Schülerinnen und Schüler arbeiten ungefähr 2 bis 3 Stunden pro Woche in ihrem Unternehmen
- ➔ Voraussetzungen:
 - mindestens 20 Schülerinnen und Schüler pro Schule (Bei ungenügender Teilnehmerzahl sind auch Kooperationen mit Partnerschulen aus der Region möglich)
 - Interesse an Projektarbeit

Referenzfirmen

☆ Leibnitz-Gymnasium Bad Schwartau, Schleswig-Holstein

☞ Schülerfirma "Physikandum"

☆ Landesgymnasium St. Afra Meißen, Sachsen

☞ Schülerfirma "Move"

☆ Christianeum Gymnasium, Hamburg

☞ Schülerfirma "Rent a book"

6. Go! to school

von Marion Hüchtermann,
 Institut der deutschen Wirtschaft Köln
 Bundesarbeitsgemeinschaft SCHULE WIRTSCHAFT

Go! to school - Unternehmergeist in die Schulen

Im Rahmen der Gründungs-Offensive Nordrhein-Westfalen *Go!* wurde 1998 das Projekt *Go! to school* ins Leben gerufen, um Selbstständigkeit zum Thema an Schulen zu machen. Bei vielen Schülerinnen und Schülern existiert nach wie vor ein sehr diffuses Bild von "dem Unternehmer". Oft herrscht noch die Vorstellung vom dicken Mann mit Zigarre und Melone, Luxuskarosse und mindestens 300 Angestellten vor. Dass dieses Bild nicht der Realität entspricht, ist nur durch die praktische Auseinandersetzung mit "echten" Unternehmen zu vermitteln.

Das Team von *Go! to school* bietet Schulen hierfür vielfältige Unterstützung: Der **Info-Truck Go! to school**, der mit einem Multimedialprogramm über die "Neue Kultur der Selbstständigkeit" informiert, fährt auf Anforderung an Schulen in Nordrhein-Westfalen. Dabei richtet sich das Angebot an Schülerinnen und Schüler ab Jahrgangsstufe 7 an allgemein bildenden und berufsbildenden Schulen in NRW. An Bord des Info-Trucks kann an Multimedia-Terminals das **Go! to school -Multimedia-Programm** ausprobiert werden:

- **Future Beam 2000 Plus:** Ausblick in die Zukunft im Zukunftsgenerator und 15 Porträts junger Existenzgründerinnen und Existenzgründer aus der Gegenwart
- **mehr unternehmen - über die Chancen der Selbstständigkeit:** Kurzfilme zeigen die Arbeitswelt der Zukunft, Aktivitäten der Unternehmerinnen und Unternehmer in der Marktwirtschaft und vieles mehr. Außerdem: spannende Tests mit Fragen rund um den Mittelstand in NRW und zum Thema Existenzgründung
- **Schul-Projekte:** Was Schülerinnen und Schüler unternehmen - drei Schülerunternehmen stellen sich vor

Das Truck-Team erarbeitet mit Schülerinnen und Schülern Geschäftsideen und bringt eine Unternehmensgründerin bzw. einen Unternehmensgründer oder Gründungsberaterin bzw. Gründungsberater live ins Klassenzimmer. So springt fast immer der Funke auf Schülerinnen und Schüler sowie Lehrerinnen und Lehrer über, und es entsteht Interesse an weiteren Aktivitäten.

Go! to school

Ein weiteres Angebot von *Go! to school* ist der **“Medienkoffer Selbstständigkeit”**. Er enthält vielfältige Praxishilfen zur Gestaltung von Unterrichtseinheiten zum Thema Selbstständigkeit: Arbeitsblätter und mit Leitfragen versehene Artikel aus den Printmedien stehen als Kopiervorlage zur Verfügung und können mit Hilfe von umfangreichen Basisinformationen bearbeitet werden. Kurz und prägnant werden in ansprechender Form die wichtigsten Aspekte einer Unternehmensgründung erklärt. Thematisiert werden unter anderem die Bereiche Businessplan, Organisation, Öffentlichkeitsarbeit und Finanzen. Aber auch sogenannte “Softskills” wie Präsentation, Moderation und Kreativitätstechniken werden anschaulich vermittelt. Die so erworbenen Kenntnisse können anhand von Fallstudien (z. B. dem Comic “Spider Max - mit Ideen nach oben”) angewandt und erprobt werden.

Das **Brettspiel Go & move** ist eine spielerische Einführung ins Wirtschaftsleben. Es richtet sich in erster Linie an Jugendliche ab 15 Jahre, die noch keine oder nur geringe Kenntnisse von Wirtschaftsthemen haben. Ziel ist es, diese Jugendlichen für die Wirtschaft zu begeistern, ihnen vor Augen zu führen, wie vielseitig sich wirtschaftliche Entscheidungen für Unternehmerinnen und Unternehmer darstellen können. Die Wirtschaft soll als "Spielwiese für Aktive" und nicht als "Buch mit sieben Siegeln" erscheinen.

Go & move eignet sich besonders als realitätsnaher Einstieg in alle wirtschaftlichen Themen, Fächer bzw. Bildungsgänge, sowohl im allgemein bildenden als auch im berufsbildenden Bereich. Es ist gleichzeitig ein kurzweiliges Gesellschaftsspiel für maximal sechs Spielerinnen und Spieler.



Go! to school bietet auch jungen Schülerinnen und Schülern die Möglichkeit, sich altersgemäß und auf spielerische Art und Weise mit dem Thema ‚unternehmerische Selbstständigkeit‘ auseinander zusetzen: Mit der Unterrichtsmaterialie **„Unternimm was mit Paula! – Der Grundschulkoffer zur Selbstständigkeit“** erweitert Go! to school seine Zielgruppe und bietet - erstmalig in Deutschland - auch eine Unterrichtsmaterialie für die Grundschule an, die das Thema ‚Unternehmerische Selbstständigkeit‘ aufgreift.

Ziel ist es, schon in der Grundschule eine Kultur der Selbstständigkeit zu vermitteln, Selbstständigkeit als Schlüsselqualifikation zu fördern und Impulse für ein besseres Wirtschaftsverständnis zu geben.

Seit dem Start von *Go! to school* 1998 ist es gelungen, Selbstständigkeit an vielen Schulen in NRW zu einem wichtigen Thema zu machen. Die Ergebnisse sprechen für sich: Bei rund 800 Einsätzen des Info-Trucks wurden mehr als 64.000 Schülerinnen und Schüler und 2500 Lehrerinnen und Lehrer erreicht, außerdem sind et-

wa 900 "Medienkoffer Selbstständigkeit" im Einsatz. Über 1.700 von Schulen angeschaffte Brettplanspiele Go & move machen aus Jugendlichen "Unternehmerinnen und Unternehmer" auf Zeit und ermöglichen einen spielerischen und gleichzeitig realitätsnahen Einstieg in das Wirtschaftsleben. Der Grundschulkoffer zur Selbstständigkeit wurde schon über 300 Mal nachgefragt. Darüber hinaus nahmen bereits mehr als 1.000 Lehrkräfte an Workshops teil.

Denn nicht nur Schülerinnen und Schüler werden von *Go! to school* mit Informationen zum Thema unternehmerische Selbstständigkeit versorgt. Auch Lehrerinnen und Lehrer werden dabei unterstützt, den Jugendlichen Eigeninitiative, Selbstständigkeit und eigenverantwortliches Handeln praxisorientiert zu vermitteln.

Schulprojekte

Wirtschaftliche Themen gewinnen in der Schule der Zukunft einen immer höheren Stellenwert. Schülerunternehmen und Schulprojekte zum Thema unternehmerische Selbstständigkeit zeigen einen Ausschnitt des Wirtschaftssystems. Handlungsorientiert lassen sich ökonomische Fachkenntnisse und wirtschaftliche Zusammenhänge thematisieren, Schlüsselkompetenzen fördern und einen Einblick in die Berufs- und Arbeitswelt erleben. Alles ist in einem Schülerprojekt real: die Produkte und Dienstleistungen, die Kunden, die Lieferanten und natürlich das Geld. Schnell wird den Schülerinnen und Schülern das Erfolgsrezept klar: ohne eigenes Engagement, Verantwortungsbewusstsein und Teamdenken funktioniert es nicht! In NRW gibt es deshalb zahlreiche Schulprojekte, die z.T. auf Initiative von *Go! to school* entstanden sind.

Wettbewerbe

Selbstständigkeit als mögliche Berufsperspektive kennen zu lernen, erhält eine zunehmende Bedeutung im Schulalltag. *Go! to school* lobt einen Wettbewerb für Schulen und Schülerinnen und Schüler aus, die für ihr Engagement honoriert werden:



Die *Go! to school* - "Schüleridee des Jahres" richtet sich an einzelne Schülerinnen und Schüler, die an einem unserer Workshops teilgenommen haben und eine Geschäftsidee konkretisieren.

Finanzierung

Ein Projekt des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln gefördert vom MWA (Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Nordrhein-Westfalen) und dem MSJK (Ministerium für Schule, Jugend und Kinder des Landes Nordrhein-

Das Projekt in Stichpunkten

- ➔ Laufzeit: unbegrenzt
- ➔ Zielgruppe: Lehrerinnen und Lehrer, Referendarinnen und Referendare sowie Schülerinnen und Schüler ab Jahrgangsstufe 7 in NRW
- ➔ Anzahl Schüler: ohne festgelegte Anzahl
- ➔ Zeitbeanspruchung: anhängig von der Häufigkeit der Anforderung der Leistungen der jeweiligen Schule
- ➔ Voraussetzungen: keine

Referenzfirmen

☆ Gerhart-Hauptmann-Hauptschule - Alsdorf , NRW

☞ Schülerfirma „*Holzworm AG*“

☆ RAG Bildung Berufskolleg Mitte, Recklinghausen

☞ Schülerfirma „*Carrioli*“ (Seifenkisten)

☆ Gymnasium am Neandertal, Erkrath

☞ Schülerfirma Literaturcafé „*Klappstuhl*“ SAG

7. SCHULE WIRTSCHAFT Euregios

Grenzenlose Zusammenarbeit zwischen Schulen und Unternehmen

*von Andrea Aust
Stiftung der Deutschen Wirtschaft*

Grenzüberschreitende Berufsorientierung im zusammenwachsenden Europa

Vorstellung

Träger des Projektes SCHULE WIRTSCHAFT Euregios ist die Stiftung der Deutschen Wirtschaft (sdw) mit ihrem Bereich *SCHULEWIRTSCHAFT*. Die Stiftung wurde 1994 auf Initiative der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände gegründet. Der Zweck der Stiftung ist breit angelegt und umfasst die „Förderung von Bildung und Begabung, Wissenschaft und Forschung im nationalen sowie im internationalen Bereich“ (Auszug aus der Satzung). So unterstützt die sdw nicht nur begabte Studentinnen und Studenten sowie Promovendinnen und Promovenden, sondern fördert auch die Kooperation zwischen Schule und Wirtschaft auf nationaler wie internationaler Ebene.

Die sdw ist unmittelbar in die Geschäftsführung der Bundesarbeitsgemeinschaft *SCHULEWIRTSCHAFT* und in die Zusammenarbeit mit den Bildungswerken der Wirtschaft eingebunden.

Ziele

Ziel des Projektes SCHULE WIRTSCHAFT Euregios ist es, in Anlehnung an die Idee der bereits bestehenden Euregios¹, sogenannte SCHULE WIRTSCHAFT Euregios zu schaffen, in denen direkte Kooperationen zwischen Schulen und Unternehmen in Grenzregionen ermöglicht werden. Im Vordergrund steht dabei, Schülerinnen und Schüler für eine grenzüberschreitende europäische Berufs- und Arbeitsmarktorientierung zu sensibilisieren und ihr Bewusstsein für die Chancen und Potenziale eines zusammenwachsenden Europas als Lebens- und Arbeitsraum zu stärken. Allgemein bildende Schulen werden deshalb zu direkter Zusammenarbeit mit Schulen im Nachbarland und Unternehmen dies- und jenseits der Grenzen animiert. Durch diese direkten und dauerhaften Kooperationen zwischen Schulen und Unternehmen über die Ländergrenzen hinweg werden den Jugendlichen in den Euroregionen bessere Voraussetzungen für den Übergang von der Schule zum Beruf im zusammenwachsenden Europa gegeben.



¹ Unter dem Namen Euregio (kurz für Euroregion) wurde 1958 ein Zusammenschluss von Gemeinden, Städten und Kreisen für eine grenzüberschreitende Zusammenarbeit gegründet, um die Menschen auf beiden Seiten der Grenze im sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Bereich näher zu bringen. In den Euregios bedeutet die Grenze keine Trennung mehr. Die Menschen suchen nicht nur gemeinsam nach Lösungen und Hilfestellungen bei Problemen, die die Region betreffen, sondern pflegen den Austausch auf allen gesellschaftspolitischen Ebenen.

Regionen

Aufgrund der EU-Osterweiterung im Mai 2004 startete die sdw Ende 2003 an der osteuropäischen Grenze mit einer Pilotphase in der Euregio Neisse-Nisa-Nysa im Dreiländereck Sachsen-Tschechien-Polen. Im Frühjahr 2004 schloss sich in der Grenzregion Brandenburg-Polen die Euregio Pro Europa Viadrina an.

Derzeit beteiligen sich in grenzübergreifenden Kooperationsverbänden insgesamt mehr als 30 Schulen aus Sachsen, Brandenburg, Polen und Tschechien und ca. 20 Unternehmen, Hochschulen, Berufsschulen und andere Institutionen am Projekt.

Es ist vorgesehen, ein Netzwerk von SCHULE WIRTSCHAFT Euregios in weiteren Grenzregionen Deutschlands aufzubauen und schließlich alle an Deutschland angrenzenden Staaten sukzessive in das SCHULE WIRTSCHAFT Euregios-Netzwerk einzubeziehen.

Unterstützung und Förderung

Das Projekt wird unterstützt durch die Kultus- und Bildungsministerien der beteiligten Länder und den Bildungswerken der Wirtschaft. Gefördert wird SCHULE WIRTSCHAFT Euregios aus Mitteln der Robert Bosch Stiftung und der EU-Gemeinschaftsinitiative Interreg IIIA.

Inhalte und Maßnahmen

Grenzüberschreitende Betriebserkundungen, Betriebspraktika in deutsch-polnischen oder deutsch-tschechischen Schülertandems, gemeinsame Projekte zwischen Schülerinnen und Schülern und Auszubildenden oder die Einbindung von Unternehmensvertreterinnen und Unternehmensvertretern in den Unterricht tragen dazu bei, dass der Schulunterricht praxisnäher und an den Anforderungen der Wirtschaft orientiert gestaltet werden kann. Durch die enge Zusammenarbeit zwischen Schulen und Unternehmen über Ländergrenzen hinweg erhalten Schülerinnen und Schüler nicht nur Einblicke in das europäische Wirtschafts- und Arbeitsleben, sondern erwerben gleichzeitig Schlüsselkompetenzen wie Teamfähigkeit, Selbständigkeit, Kreativität, vernetztes Denken und nicht zuletzt auch interkulturelle und Sprachkompetenzen.

Grenzübergreifende Zukunftswerkstätten und Ferienakademien zu Themen rund um die EU, wie beispielsweise „Chancen und Potenziale eines grenzübergreifenden Wirtschaftsraums“, „Bewerben und arbeiten im Nachbarland“, ergänzen den Strauss an Maßnahmen, mit denen eine bi- oder sogar trinationale Berufsorientierung ermöglicht werden soll.



Um bei Schülerinnen und Schülern unternehmerisches Denken und Handeln zu fördern und sie möglichst frühzeitig mit nationalen wie internationalen Marktsituationen in Berührung kommen zu lassen, werden im Rahmen von SCHULE WIRTSCHAFT Euregios Schülerfirmen initiiert. Bereits bestehende Schülerfirmen sollen um den Aspekt der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit erweitert werden. Die Schülerfirmen, welche sich das Event- und Veranstaltungsmanagement auf die Fahnen bzw. in die Firmensatzung geschrieben haben, werden die im Rahmen von SCHULE WIRTSCHAFT Euregios geplanten grenzübergreifenden Aktivitäten selbst organisieren und koordinieren. Dazu zählen beispielsweise Schüleraustausche, Exkursionen in die Unternehmen der Euroregionen gemeinsam mit Schülerinnen und Schülern der jeweiligen Partnerschulen oder Gesprächsrunden mit Wirtschaftsvertreterinnen und Wirtschaftsvertretern dies- und jenseits der Grenzen. Um nicht nur die Wirtschaftsstrukturen, sondern vor allem auch die Kultur und Sprache des Nachbarlandes näher kennen zu lernen, werden auch Sprachwochenenden und deutsch-polnisch-tschechische Schulfeste organisiert. Unterstützt werden die Schülerfirmen sowohl von Lehrkräften als auch von Partnerunternehmen, die den Jugendlichen als Beraterinnen und Berater sowie bei der anschaulichen Vermittlung theoretischer Grundlagen zu Firmengründung, Marketing, Buchhaltung etc. zur Seite stehen.

Das Projekt in Stichpunkten

- Laufzeit: drei Jahre (mit dem Ziel, dass die „SCHULE WIRTSCHAFT Euregios - Schülerfirmen“ nach Projektende fest im Schulalltag verankert sind)
- Zielgruppe: allgemein bildende Schulen (Sekundarstufe I und II), Unternehmen, Hochschulen
- Anzahl Schüler: ca. 15 bis 25 Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufe I und II pro Schülerfirma / Projekt
- Zeitbeanspruchung: ca. 2 bis 3 Stunden wöchentlich
- Geschäftssitzungen: 14-tägig
- Voraussetzungen: Zusammenarbeit mit Partnerunternehmen, jahrgangsübergreifende Teams, Betreuung durch Lehrkräfte und Elterntutoren, Unterstützung durch die Schulleitung

Referenzfirmen

☆ Friedrich-Schleiermacher-Gymnasium – Niesky, Sachsen

☞ Schülerfirma „*FSGN*“

☆ Europaschule – Storkow, Brandenburg

☞ Schülerfirma „*Event AG*“

(Weitere Schülerfirmen befinden sich derzeit bereits im Aufbau bzw. sind in Planung.)

8. Reif zum Unternehmer (GaraGe)

*Von Dr. Konstanze Schellenberger
Technologiestützpunkt für Jugendliche gGmbH – GaraGe*

1. Vorstellung des Projektträgers „Technologiestützpunkt für Jugendliche gGmbH – GaraGe“

Die GaraGe ist das erste Technologiestützpunkt für Kinder und Jugendliche. Sie will junge Menschen für die Zusammenhänge zwischen Technik, Naturwissenschaft und Wirtschaft interessieren, sie sensibilisieren, sie besser beruflich orientieren und sie auf ein mögliches Existenzgründerdasein vorbereiten. Dabei orientiert sie sich in ihren Angeboten und Leistungen an den aktuellen Bedürfnissen des freien Marktes.

Die GaraGe versteht sich als Kompetenzzentrum für die Themen Jugend und Technik, Jugend und Wirtschaft und Mittler zwischen Schule und Wirtschaft, um Anforderungen des Marktes nachzukommen, die zurzeit von beiden Seiten nicht bedient werden.

Das Technologiestützpunkt bietet mit seinen ca. 130 Lehrangeboten/-programmen für schulische und außerschulische Beschäftigung mit Technik, Naturwissenschaft und Wirtschaft, seiner Praktikumsbörse, der Beratung und Betreuung von Schülerunternehmen u.a.m. ein fächerübergreifendes und fächerverbindendes Lehr- und Ausbildungsangebot für Kinder und Jugendliche, Lehrer und Eltern sowie Multiplikatoren.

Die GaraGe betätigt sich auf vier Geschäftsfeldern:

- Lern-, Erziehungs- und Entwicklungsprogramme unter dem Titel „**Reif zum Unternehmer**“
- Materielle Erfahrung von Produktion, Produkten und Dienstleistungen unter dem Titel „**Aktives Museum**“
- Präsentation von High-Tech-Technologien, Produkten, Dienstleistungen und Berufen unter dem Titel „**Unternehmen stellen sich vor**“
- Vernetzte Entwicklungs- und Forschungsprojekte von Jugendlichen unter dem Titel „**Jugendliche forschen weltweit**“

Die GaraGe verfügt über ein umfangreiches Netzwerk von Wirtschaftsunternehmen, Wirtschaftsverbänden und – vereinigungen, Bildungs- und Jugendeinrichtungen sowie Bundes-, Landes- und Kommunaleinrichtungen, die die Ziele und Programme der GaraGe unterstützen.

2. Das Projekt „Reif zum Unternehmer“

Das Projekt „Reif zum Unternehmer“ ist in den Jahren 1997/98 als Modellprojekt des BMBF und der DtA entwickelt, 1999 erprobt und ab 2000 mit einer Förderung des BMBF in den Dauerbetrieb überführt wurden. Im Technologie-

Schülerfirmen – Wenn Schüler zu Unternehmern werden

centrum für Jugendliche – GaraGe ist „Reif zum Unternehmer“ seit 2001 eine eigenständiges Geschäftsfeld mit eigenen Lehr- und Lernprogrammen und einem eigenen Netzwerk von Praxispartnern insbesondere aus der Wirtschaft.

Gegenwärtig wird das Geschäftsfeld zum Teil über das Projekt „Jugend im Unternehmertum“ der europäischen Gemeinschaftsinitiative URBAN II gefördert, in dessen Ergebnis u.a. neue Programmbausteine entwickelt und erprobt sowie insbesondere die Gründung und Verortung von Schülerfirmen im Leipziger Westen gefördert werden konnten und kann.

Das Geschäftsfeld „Reif zum Unternehmer“ bietet allen in schulischer und beruflicher Ausbildung stehenden Jugendlichen die Möglichkeit, sich über spezielle Kurse und Programme

- wirtschaftliches Wissen anzueignen
- unternehmerisches Denken und Handeln zu erlernen
- ein erstes eigenes Unternehmen zu gründen
- unternehmerische sowie berufsorientierende Kenntnisse und Fertigkeiten zu erwerben.

„Reif zum Unternehmer“ besteht aus folgenden Programmbausteinen, die ganzjährig zur unterrichtsbegleitenden und außerschulischen Nutzung zur Verfügung stehen:

1. **„Reif zum Unternehmer?!“** - mehrmonatiger, außerschulischer Existenzgründerkurs für Schülerinnen und Schüler sowie Jugendliche in der Ausbildung
2. **„Wirtschaftskunde – Schritte zur Existenzgründung“** - einwöchiger, schulbegleitender Intensivkurs zur Heranführung von Schülerinnen und Schülern sowie Jugendlichen an Wirtschaft und Existenzgründung
3. **Schnupperkurs „Unternehmersein heute“** – eintägiger, unterrichtsbegleitender Kurs für 13 – 15 jährige Schülerinnen und Schüler zur mentalen Heranführung an das Thema Unternehmertum und Existenzgründung
4. **„Beratungsbüro für Schülerfirmen“** – ständige Einrichtung zur Beratung und Betreuung von Schülerfirmen sowie „Gründungswilliger“ (u.a. Entwicklung der Geschäftsidee, Konzepterstellung, Vermittlung von Kontakten, Akquise von Aufträgen, Schulungsangebote)
5. **„Büro der Schülerfirmen/Jungunternehmen“** – erste eigene Geschäftsadresse für Schülerfirmen/Jungunternehmen (Volljährigkeit) mit marktorientierten Konzepten und als reales Wirtschaftsunternehmen

6. **„Gründertage“** – jährliches, überregionales Präsentations-/Fach- und Wettbewerbsforum für Schülerfirmen/Jungunternehmen sowie Kontaktforum zwischen Schülerfirmen/Jungunternehmen und renommierten Unternehmen der Wirtschaft
7. **„Praktikumsbörse“** – ständige Einrichtung zur Vermittlung von „Schülerpraktika“ (Schüler der 8. – 11. Klasse) sowie „Unternehmerpraktika“ für Schülerinnen und Schüler sowie Jugendliche in Schülerfirmen/Jungunternehmen
8. **„Bildungsbörse für Jugendliche – Traineeprogramme“** – regelmäßiges Angebot an ein- und mehrtägigen Bildungsprogrammen für Schülerinnen und Schüler zur Berufsvorbereitung sowie für Schülerfirmen/ Jungunternehmen zur Weiterbildung (u.a. Bewerberpraxis-training, Buchführung und Rechnungswesen, Kommunikations- und Rhetoriktraining, Übungsfirma)
9. **„Bildungsbörse für Jugendliche – Berufsorientierung“** – regelmäßiges Angebot an berufsorientierenden Veranstaltungen in der GaraGe zu Berufsbildern, Ausbildungsbetrieben und Anforderungen an zukünftige Azubis in Zusammenarbeit mit Praxispartnern der Wirtschaft sowie Vermittlung von Exkursionen in Unternehmen der Stadt und Region
10. **„Businessclub GaraGe“** – regelmäßiger Treff für den unternehmerischen Nachwuchs und Förderern jungen Unternehmertums zur Kontaktherstellung und zum Erfahrungsaustausch sowie mit einem Fach- und Exkursionsprogramm

„Reif zum Unternehmer“ - Ergebnisse seit 1999

- Entwicklung zum eigenständigen Geschäftsbereich in der GaraGe mit gegenwärtig 10 Programmbausteinen
- Entwicklung und Umsetzung eigener Lehr- und Lernprogramme
- Teilnahme von über 2.700 Jugendlichen an den Programmen
- 422 Teilnehmer am Kurs „Reif zum Unternehmer?!“
- Gründung und Betreuung (GaraGe als Partner) von über 40 Schülerfirmen
- Ausgründung von 6 Schülerfirmen (Gewerbeanmeldung)
- Bildung eines eigenen Netzwerkes (ca. 180 Partner)



Nachhaltigkeit des Projektes „Reif zum Unternehmer“

- Begleitung und Beratung der Schülerfirmen/Jungunternehmen bis zur Ausgründung – Entwicklung marktfähiger Unternehmenskonzepte und Etablierung am reellen Markt
- Entwicklung und Förderung von Partnerschaften zwischen den Schülerfirmen/ Jungunternehmen und reellen Unternehmen (Junior-Senior-Partnerschaften)
- Integration der Schülerfirmen/ Jungunternehmen in bestehende Netzwerke der GaraGe
- Förderung des Unternehmertums
- Unterstützung der Absicherung der Unternehmensnachfolge
- Stärkung des regionalen und überregionalen Wirtschaftspotenzials
- Bereitstellung von interessiertem und qualifiziertem Nachwuchs für die Wirtschaft

Das Projekt in Stichpunkten

- ➔ Laufzeit: unbegrenzt
- ➔ Zielgruppe: Kinder, Jugendliche, Lehrkräfte, Eltern und Multiplikatoren
- ➔ Anzahl Schüler: anhängig von der jeweiligen Kursgröße
- ➔ Zeitbeanspruchung:
- ➔ Voraussetzungen: keine

9. Netzwerk Berliner Schülerfirmen

*Von Arno Schelzke,
ASIG e.V. Berlin*

Vorstellung

Der ASIG e.V. wurde im Jahr 2000 als gemeinnütziger Verein gegründet. Ihr Sitz befindet sich in der Bundeshauptstadt Berlin, Bezirk Mitte, Stadtteil Wedding.

Zweck des Vereins ist die Förderung von Bildung und Erziehung, insbesondere der beruflichen Bildung, sowie Wissenschaft und Forschung auf dem Gebiet der Pädagogik.

Seit 2001 konzentriert sich die Arbeit des ASIG e.V. im Rahmen des Projektes „Netzwerk Berliner Schülerfirmen“ auf die Begleitung und Unterstützung von Sonderpädagogischen Förderzentren bei der Entwicklung, Einrichtung und dem Betrieb von Schülerfirmen, als eine Maßnahme für die Schulqualitätsentwicklung.

Ziel

Das Hauptanliegen des Projektes besteht darin, bei behinderten und sozial benachteiligten Schülerinnen und Schülern berufs- und arbeitsbezogene Basiskompetenzen herauszubilden, wie sie durch IHK, Handwerkskammer und Unternehmerverbände seit langem von der Schule eingefordert werden.

Zentrale Zielstellung ist hierbei die Integration von Absolventinnen und Absolventen der Sonderpädagogischen Förderzentren in den ersten Ausbildungs- und Arbeitsmarkt in größerem Umfang, langfristiger und stabiler zu gewährleisten und so genannte „Maßnahmekarrieren“ zu vermeiden.

Förderung und Verbreitung

An dem vom Europäischen Sozialfond geförderten und von der Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Sport Berlin unterstützten Modellversuch beteiligen sich derzeit 47 Berliner Sonderpädagogische Förderzentren und Berufsschulen, mit insgesamt ca. 3000 Schülerinnen und Schülern.

Kompetenzentwicklung

Diesen Jugendlichen wird ermöglicht, berufsbezogene Interessen und Begabungen zu entdecken und diese frühzeitig mit realen beruflichen Perspektiven abzustimmen. Durch Betriebspraktika und eigenverantwortliches Handeln in den Schülerfirmen entstehen Bewährungssituationen, bei deren Lösung die Schülerinnen und Schüler Kompetenzen entwickeln, die zur Erhöhung des Selbstwertgefühls, des Selbstbewusstseins und damit zur psychosozialen Stabilisierung beitragen können.

Praxisbegleiter & Jugendausbildungsassistenten

Zentrales Element bei diesem Typus von Schülerfirma ist der einzigartige Einsatz von Praxisbegleitern (PB) an den Schulen und Jugendausbildungsassistenten (JAA) in der Wirtschaft. PB und JAA sind Personen mit abgeschlossener Berufsausbildung als Facharbeiter, Meister oder Ingenieur, einer jahrzehntelangen vielseitigen Berufserfahrung und einer Weiterbildung beim Projektträger ASIG e.V., die mit der an der HWK Berlin abgelegten Ausbildereignungsprüfung abschließt. Sie haben u.a. die Aufgabe, die Jugendlichen in den Schülerfirmen, im Praktikum oder am Beginn der Lehre oder Beschäftigung fachlich und sozialpädagogisch zu begleiten und die Schülerfirmen bei der sach- und berufsgerechten Ausstattung zu beraten. Weiterhin beraten sie Partnerunternehmen bei der Einrichtung von Ausbildungsplätzen und unterstützen bei der Recherche von Fördermöglichkeiten bei Übernahme von Schülern aus dem Projekt in Ausbildung oder Beschäftigung.



Das Projekt in Stichpunkten

- ➔ Laufzeit: unbegrenzt
- ➔ Zielgruppe: Schülerinnen und Schüler von Klassenstufe 8 – 10 der beteiligten Förderzentren
- ➔ Anzahl Schüler: eine festgelegte Anzahl von Schülern pro Firma gibt es nicht
- ➔ Zeitbeanspruchung: ca. 18 Stunden pro Woche
- ➔ Voraussetzungen: Für die Gründung von Schülerfirmen an sich gibt es keine Grundvoraussetzung, für die Beteiligung am Projekt ist aber der Abschluss einer Projektvereinbarung erforderlich.

Referenzfirmen:

☆ Schule Am Breiten Luch – Berlin

☞ Schülerfirma „*Löwenzahn*“

☆ Döblin-Schule – Berlin

☞ Schülerfirma „*7 Malerzwerge*“

☆ Adolf-Reichwein-Schule – Berlin

☞ Schülerfirma „*ARS Fotostudio*“

☆ Peter-Jordan-Schule – Berlin

☞ Schülerfirma „*Fahrradklinik*“

☆ Pestalozzi-Schule – Berlin

☞ Schülerfirma „*KIDS-Backstube*“

10. Schule und Selbständigkeit

*Ein Schwerpunkt des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg, Initiative für Existenzgründungen und Unternehmensnachfolge – ifex
Von Claudia Holm*

Vorstellung

Interesse an unserer Wirtschaft und wirtschaftliches Denken müssen bereits in einem frühen Stadium, vor Eintritt in eine Ausbildung, gefördert werden. Nur so lassen sich Vorurteile abbauen und Hemmschwellen reduzieren. Durch Kenntnis der Alternativen können Schülerinnen und Schüler über ihre berufliche Zukunft frei entscheiden.

Das Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg hat daher im Rahmen der Initiative für Existenzgründungen und Unternehmensnachfolge – ifex bereits 1997 den Schwerpunkt „Schule und Selbständigkeit“ eingerichtet.

Ziel ist die Sensibilisierung von Lehrerinnen und Lehrern sowie Schülerinnen und Schülern für den Themenkomplex Unternehmensgründung und berufliche Selbständigkeit. Mit dem Schwerpunkt „Schule und Selbständigkeit“ soll in den Schulen ein Klima geschaffen werden, in dem Mut zu unternehmerischem Denken und Handeln gefördert werden.

Um diese Ziele zu erreichen, werden an allgemein bildenden und beruflichen Schulen in Veranstaltungen, Arbeitsgruppen oder Projekten Chancen und Risiken diskutiert, das Wirtschaftsleben beleuchtet, Unternehmenspläne von den Schülerinnen und Schülern selbst erstellt und Schüler- und Juniorenfirmen gegründet.

Die Schülerinnen und Schüler erkennen die Selbständigkeit als mögliche Berufsperspektive. Sie lernen die Vor- und Nachteile kennen und können diese in die Zukunftsplanung mit einbeziehen. Sie lernen Verantwortung zu übernehmen, das Arbeiten im Team, Termine einzuhalten oder auch kurzfristig zu improvisieren. Aber auch die Kommunikation untereinander und mit externen Partnern, Networking und Eigeninitiative wird erlernt.

Maßnahmen und Projekte

Lehrerfortbildungen

Voraussetzung für alle Maßnahmen im Rahmen des Schwerpunktes „Schule und Selbständigkeit“ sind interessierte und motivierte Lehrerinnen und Lehrer, die von der Selbständigkeit als mögliche Alternative überzeugt sind und diese den Schülerinnen und Schülern gern vermitteln. Aus diesem Grund führt ifex Lehrerfortbildungen durch. Dabei reicht die Unterstützung von der konzeptionellen Hilfestellung über die Organisation der Veranstaltung bis zur Übernahme entstehender Kosten.

Unterstützung im Unterricht

Lehrerinnen und Lehrer können hier externe Referentinnen und Referenten einsetzen, die durch ifex vermittelt werden und deren Honorarkosten übernommen werden. So bietet der Seminarkurs an Gymnasien die Möglichkeit, den Themenblock Existenzgründung umfassend zu bearbeiten. Neben den klassischen Existenzgründungsthemen kann auch unternehmerische Methodenkompetenz wie Rhetorik, Präsentations- oder Kreativitätstechniken abgedeckt werden.

Broschüren und Handreichungen

Um Lehrkräften bei der Vermittlung wirtschaftlicher Themen zu unterstützen sowie das Thema Existenzgründung und Unternehmensnachfolge im Unterricht zu behandeln, wurden zahlreiche Lehrmaterialien durch ifex in Zusammenarbeit mit dem Kultusministerium Baden-Württemberg und dem Landesinstitut für Erziehung und Unterricht Stuttgart herausgegeben.



Schüler-, Junioren- und Übungsfirmen

Um Schulen bei der Einführung von Schüler- und Juniorenfirmen zu unterstützen, wurde in Zusammenarbeit mit dem Kultusministerium Baden-Württemberg das Schulcoaching eingerichtet. Schulen erhalten die Möglichkeit, sich bei der Einführung bzw. Umstrukturierung einer Schüler- und Juniorenfirma von einer kompetenten Beraterin bzw. einem kompetenten Berater kostenlos und umfassend beraten zu lassen.

Bei Bedarf vermittelt ifex auch Kontakte zu Firmen. So können Schüler- und Juniorenfirmen von Unternehmen bei der Erbringung von Dienstleistungen beauftragt werden. Bei Schüler- und Juniorenfirmen kann der Bedarf entstehen, Produkte und Dienstleistungen von anderen Unternehmen einzukaufen.

Einen Überblick über die Schüler- und Juniorenfirmen in Baden-Württemberg bietet die Broschüre „Schüler- und Juniorenfirmen“ die vom ifex herausgegeben wird. Die Broschüre soll die Vernetzung der Firmen ermöglichen, Lehrkräften und Schulen sowie die an einer Kooperation interessierten Unternehmen, Ansprechpartnerinnen bzw. Ansprechpartner zur Verfügung stellen.

Auf der Messe und Kongressveranstaltung NewCome (www.newcome.de) können sich Schüler- und Juniorenfirmen mit einem eigenen Stand vorstellen, die Produkte präsentieren und verkaufen sowie sich auf einem Forum präsentieren. Im Vorfeld können sie an einem Messevorbereitungsseminar teilnehmen.

Im Bereich der Übungsfirmen arbeitet das ifex auch eng mit der Kultusverwaltung zusammen. Einmal jährlich findet eine Übungsfirmenmesse statt auf der der

virtuelle Markt erfahrbar wird. Verkaufsverhandlungen können geführt und Verträge abgeschlossen werden. Zudem finden Workshops für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Übungsfirmen statt.

Landesweiter Planspielwettbewerb PriManager – Primaner managen eine AG

PriManager – Primaner managen eine AG – ist ein Schülerwettbewerb mit den Themenschwerpunkten Unternehmensgründung und -entwicklung. Der Planspielwettbewerb wird zwischen den Gymnasien der Jahrgangsstufe 12 ausgetragen und gliedert sich in drei Stufen: dem City-Cup, dem Regional-Cup und dem Landes-Cup.

Durch das computergestützte Planspiel ist es möglich, betriebliche Entscheidungssituationen und darauf basierende Prozesse abzubilden, bei denen wie in der Realität unter zunehmendem Zeitdruck, bei hoher Datenvielfalt, mit ansteigender Komplexität und unsicheren Rahmenbedingungen betriebswirtschaftlich sinnvolle Entscheidungen getroffen werden müssen. Die nach jeder Spielperiode (= Geschäftsjahr) bereitgestellten Auswertungen und Lehrgespräche garantieren einen effizienten Wissenstransfer. Ziel des Wettbewerbs ist es, Schülerinnen und Schüler für Fragestellungen und Themen aus dem Bereich der Unternehmensentwicklung und -führung zu sensibilisieren sowie wirtschaftliche Zusammenhänge durch „learning by doing“ zu vermitteln.



PriManager – SommerCamp

Das „PriManager – Sommer Camp“ ist ein Fünf-Tages-Intensivkurs Betriebswirtschaftslehre mit dem Ziel, die Teilnehmerinnen und Teilnehmer für unternehmerisches Handeln zu sensibilisieren und in den Bereichen Existenzgründung und Unternehmensnachfolge zu qualifizieren. Den Teilnehmerinnen und Teilnehmern in der Altersklasse zwischen 19 und 22 Jahren werden durch die Kombination zwischen klassischen Lehr- und Lernmethoden, Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre vermittelt. Diese werden unmittelbar in einer Unternehmenssimulation (Planspiel) angewendet. Neben der Kenntniserweiterung im wirtschaftlichen Bereich spielt die Vermittlung von Methoden- und Sozialkompetenz eine wichtige Rolle.

Das Projekt in Stichpunkten

- ➔ Laufzeit: unbegrenzt
- ➔ Zielgruppe: Schülerinnen und Schüler sowie Auszubildende
- ➔ Anzahl Schüler: i.d.R. zwischen 5 bis 20
- ➔ Zeitbeanspruchung: bestimmt Schule und Schülerfirma selbst
- ➔ Voraussetzungen: keine

Referenzfirmen

☆ Handelslehranstalt - Bühl

☞ Schülerfirma „*Ich Mach Mit GmbH*“

☆ Melancthon-Gymnasium – Bretten

☞ Schülerfirma “*Chamäleon S-GmbH*”

☆ Hauptschule Altingen - Ammerbuch

☞ Schülerfirma „*ALTINA*“

☆ Wirtschaftsgymnasium Stuttgart-West Berufskolleg 1– Stuttgart

☞ Übungsfirma “*One O One – fashion with passion*”

11. Juniorenfirmen

*Arbeitsgemeinschaft der Juniorenfirmen
Von Zorana Dippl*

Die Arbeitsgemeinschaft der Juniorenfirmen – mit vereinten Kräften mehr bewegen

Vorstellung

Mit einem 1983 vom Bundesinstitut für Berufsbildung und der IHK Bodensee-Oberschwaben geförderten Modellversuch zur Erprobung des Konzeptes Juniorenfirma als Ergänzungsmethode zur kaufmännischen Ausbildung begann die Geschichte der Arbeitsgemeinschaft der Juniorenfirmen.

Die am Modellversuch beteiligten 7 Betriebe gründeten die Arbeitsgemeinschaft aus der Überzeugung heraus, eine Methode gefunden zu haben, mit der die betriebliche Ausbildung nachhaltig verbessert werden kann.

Mit vereinten Kräften verfolgen sie seither das Ziel, das Konzept Juniorenfirma nachhaltig in der Berufsbildung zu sichern und zu verbreiten und die Vernetzung zwischen den Juniorenfirmen zu fördern. Mittlerweile umfasst der Kreis 87 Mitglieder, darunter 23 Schulen.

Höhepunkt der Aktivitäten ist die jährlich stattfindende Messe der Juniorenfirmen, die im Rotationsverfahren ausgerichtet wird und zwei Ziele verfolgt. Zum einen erfüllt sie die Funktion einer Verkaufsplattform, auf der sich Schülerinnen und Schüler sowie Azubis mit ihren Produkten und Dienstleistungen präsentieren. Zum anderen wird sie durch Workshops und Vorträge als Medium zum Informations- und Fachaustausch zwischen den Mitgliedern der Arbeitsgemeinschaft und der interessierten Öffentlichkeit genutzt.

Konzept, Ziel & Nutzen

Das Konzept Juniorenfirma ist im Gegensatz zu Übungsfirmen durch reale Geld- und Warenströme gekennzeichnet. Schülerinnen und Schüler sowie Azubis gründen und führen unter der Schirmherrschaft ihrer Schule oder ihres Betriebes in eigener Verantwortung ein „Mini“-Unternehmen, das in der Regel auf unbegrenzte Zeit läuft.

Ziel ist dabei, ihnen

- unternehmerisches Denken und Handeln näher zu bringen
- die Erfahrung selbstständigen, eigenverantwortlichen Handelns zu ermöglichen
- das Arbeiten und die Abläufe in einer Firma auf allen Ebenen bewusst zu machen

- die Herausforderung zu geben, ihre Juniorfirma zu einem positiven Geschäftsergebnis zu führen.
- Der Nutzen des Konzeptes ist dabei sehr vielfältig:

Schülerinnen und Schüler sowie Azubis empfinden das Lernen und Arbeiten an Realprojekten als hoch motivierend. Die Übernahme von Verantwortung wird als Chance empfunden, sich auszuprobieren und „echte“ Erfolge zu erzielen.

Durch die Arbeit in der eigenen Firma werden neben fachlichem Wissen vor allem Selbstständigkeit und soziale Kompetenzen gefördert: der eigenverantwortliche Umgang mit Kunden wird ebenso geschätzt wie die Aushandlungsprozesse im Team. Die Zusammenarbeit mit anderen Juniorfirmen ermöglicht darüber hinaus den Blick über den Tellerrand in unbekannte Lern- und Arbeitskulturen.

Schulen und Betriebe stellen fest, dass Schülerinnen und Schüler sowie Azubis in Juniorfirmen mit Blick auf ihr späteres Berufsleben effizienter lernen können und höhere Arbeits- und Lernzufriedenheit spüren.

Vor diesem Hintergrund wird die Juniorfirma auch als Instrument zur Imagesteigerung oder als Marketinginstrument für Nachwuchs genutzt.

Darüber hinaus nutzen Schulen das Konzept Juniorfirma, um Theorie und Praxis stärker zu verzahnen und das verabschiedete Lernfeldkonzept umzusetzen.



Die Arbeitsgemeinschaft wird getragen durch das Engagement aller Mitglieder und ist gekennzeichnet durch gegenseitiges Geben und Nehmen. Die Vielfalt

der Juniorfirmen hinsichtlich Zielgruppe, Struktur, Organisation, Rechtsform, Geschäftsfeld etc. macht deutlich, wie individuell das Konzept in die Rahmenbedingungen der jeweiligen Organisation eingebettet werden kann.

Im Vorfeld einer Gründung gibt es jedoch grundlegende Überlegungen, die angestellt werden sollten. Die Juniorfirma ist kein Selbstläufer, sondern bedarf der reflektierten, pädagogischen Begleitung, die Zeit- und Personalressourcen einfordert (weitere Infos und Checklisten siehe Literaturempfehlung „Praxishandbuch“).

Das Projekt in Stichpunkten

- ➔ Laufzeit: unbegrenzt
- ➔ Zielgruppe: Auszubildende sowie Schülerinnen und Schüler berufsbildender Schulen/ überbetrieblicher Ausbildungsstätten sowie Gymnasiasten
- ➔ Anzahl Schüler: eine festgelegte Anzahl gibt es nicht
- ➔ Zeitbeanspruchung: variiert u.a. in Abhängigkeit von Service der Juniorfirma (Jufi)
- ➔ Voraussetzungen:
 - Interesse und Motivation
 - Initiative sollte von Azubis/ Schülern ausgehen
 - pädagogisch geschulter Betreuer
 - Unterstützung von Unternehmen/ Schule
 - Räumlichkeiten sollten zur Verfügung stehen

Referenzfirmen

☆ Überbetriebliche Ausbildungsgesellschaft (ÜAG) - Jena, Thüringen

☞ Juniorenfirma „Volltreffer“

☆ HEW AG – Hamburg

☞ Juniorenfirma „YE@H“

☆ Bizerba GmbH & Co. KG – Balingen, Baden-Württemberg

☞ Juniorenfirma „Bigefa GmbH“

☆ Märkisches Werk GmbH – Halver, NRW

☞ Juniorenfirma „Juniorsystem“

☆ Diehl Stiftung & Co. KG – Nürnberg, Bayern

☞ Juniorenfirma „Diehl Juventus GmbH“

12. JugendUnternimmt

JugendUnternimmt

Ein Thüringenweiter Schülerwettbewerb im Rahmen von „Herausforderung Un-
ternehmertum“ – einem gemeinsamen Projekt der Stiftung der Deutschen
Wirtschaft und der Heinz Nixdorf Stiftung

Vorstellung

Es gibt Wettbewerbe, in denen sich Schülerfirmen, die bereits existieren und funktionieren, miteinander messen können. Der Wettbewerb *JugendUnternimmt* setzt bereits eine gedankliche Stufe zuvor an. Wir möchten Schülerinnen und Schüler für das Thema Unternehmertum begeistern – und zwar gerade diejenigen, die sich bislang kaum mit der Thematik beschäftigt haben. Eine ausgereifte Geschäftsidee ist zur Teilnahme nicht notwendig, sondern wird im Laufe des Wettbewerbs erst entwickelt.

Durch diesen Prozess lernen die Schülerinnen und Schüler wirtschaftliche Zusammenhänge kennen: vom unternehmerischen Denken über die Entwicklung einer Geschäftsidee bis hin zu deren Umsetzung im realen Leben.

Das Konzept

JugendUnternimmt besteht aus zwei Runden, einer Vorrunde und einer Finalrunde.

In der Vorrunde sollen sich die Teams autark und sehr frei im Rahmen einer phantastischen Unternehmensreise mit der Lösung eines wirtschaftlichen Problems auseinandersetzen. Dazu wird in Form einer kleinen Geschichte eine Situation vorgegeben, in der mit einem gewissen Grundbudget fiktiv Geld verdient werden muss. Ziel ist es hier, sich in diese Lage hineinzuversetzen und kreativ aber strukturiert eine schlüssige Lösung zu finden und diese zu beschreiben. Zur Orientierung werden einige Leitfragen vorgegeben. Diese Lösung können die Teams in Eigenregie erarbeiten und in beliebiger Form (als Aufsatz, Hörspiel oder Video) bis zum 15. November 2005 beim Wettbewerb einreichen.

Aus den Einsendungen der Vorrunde werden die besten Teams ausgewählt und zur Finalrunde eingeladen. Diese beginnt am 14. Januar 2006 mit einem Workshop und endet Anfang März mit einer Abschlussveranstaltung. Ziel des Workshops ist es, den Teams Hilfestellungen zum Entwickeln einer Geschäftsidee zu geben. Weiterhin soll den Teams die Möglichkeit gegeben werden, sich untereinander und die Organisatoren kennen zu lernen. Zusätzlich soll ein „Unterneh-

mer zum Anfassen“ die Geschichte und Entwicklung seines Unternehmens vorstellen, den Schülerinnen und Schülern als motivierendes Beispiel dienen und allen neugierigen Fragen mit Rede und Antwort begegnen. Am Ende des Workshops bekommen die Teams die Aufgabe, eine Geschäftsidee auszuarbeiten, die im Rahmen einer dreitägigen Abschlussveranstaltung umgesetzt werden soll. Für ihre Geschäftsidee steht jedem Team ein reales Budget zur Verfügung, das es im realen Leben zu vermehren gilt.

Nach dem Workshop beginnt eine zweimonatige Arbeitsphase, in der die Schüler-teams ihre Idee ausarbeiten und die Umsetzung während der Abschlussveranstaltung vorbereiten. Hierbei werden sie von Mentoren unterstützt. Zwei Wochen vor der Abschlussveranstaltung müssen die Teams einen „kleinen Businessplan“ einreichen.

Die Finalrunde und damit der Wettbewerb enden mit einer dreitägigen Abschlussveranstaltung, die an einem zentralen Ort in Thüringen durchgeführt wird. Am ersten Tag bekommen die Teams die Chance, sich mit den Gegebenheiten vor Ort vertraut zu machen und Vorbereitungen für den darauf folgenden Tag zu treffen. Der zweite Tag ist der Handelstag, an dem die Teams ihre Geschäftsidee mit dem Budget und bereits gekauften/ entwickelten Produkten real in die Tat umsetzen. Die Veranstaltung endet am dritten Tag mit einer großen Abschlussfeier, bei der die Teams nochmals ihr Projekt, ihre Vorgehensweise und ihre Erfolge in einem großen Plenum vorstellen und die Siegerehrung durch eine Jury erfolgt.

Die Teams stehen im Rahmen von Vor- und Finalrunde vor verschiedenen unternehmerischen Herausforderungen. Muss in der Vorrunde noch für eine vorgegebene fiktive Situation eine Lösung erarbeitet werden, so stehen die Teams in der Finalrunde vor wesentlich komplexeren Problemen. Sie müssen eigenständig eine Idee entwickeln, mit einem realen Budget über einen gewissen Zeitraum planen, Ziele setzen, Entscheidungen treffen, im Team gemeinsam arbeiten und vieles mehr.

Eine Jury - bestehend aus Unternehmern, Mitgliedern des Organisationsteams, der Stiftung der Deutschen Wirtschaft (sdw) und der Heinz Nixdorfstiftung - wird diese Prozesse bewerten. Dabei wird sie alle jene zentralen unternehmerischen Handlungen berücksichtigen. In der Siegerehrung wird ein Gesamtsieger gekürt, aber es werden auch Sonderpreise in verschiedenen Kategorien verliehen. Zusätzlich wird die Jury jedem Team ein individuelles Feedback geben.

Teilnahmebedingungen

Teilnehmen können alle Schülerinnen und Schüler von 14 bis einschließlich 21 Jahren, die eine Schule in Thüringen besuchen. Der Schultyp - egal ob Haupt-, Real-, Berufsschule oder Gymnasium – spielt keine Rolle. Es müssen sich Teams von 2 bis 4 Schülerinnen bzw. Schülern zusammenfinden und von allen Teammitgliedern müssen Schulbescheinigungen vorgelegt werden.

Sämtliche mit Mitteln des Projektes erworbenen Gegenstände sind Eigentum der Veranstalter und fallen nach Ende des Wettbewerbs an diese zurück. Die in der Finalrunde erwirtschafteten Gewinne gehen in den Besitz der jeweiligen Schüler-teams über.

Organisationsteam

JugendUnternimmt wird von Stipendiaten der Stiftung der Deutschen Wirtschaft (sdw) geplant und durchgeführt, die alle engagierte Studenten der Thüringer Hochschulen in Erfurt, Ilmenau, Jena, Schmalkalden und Weimar sind. Ihr Studium wird von der sdw finanziell und ideell unterstützt. Insgesamt umfasst das Team ca. 20 Stipendiaten, die den Wettbewerb in eigener Verantwortung, unentgeltlich und in ihrer Freizeit mit viel Freude und Engagement durchführen.

Gesamtprojekt

JugendUnternimmt wird im Rahmen des Gesamtprojektes *Herausforderung Unternehmertum* der Heinz Nixdorf Stiftung und der Stiftung der Deutschen Wirtschaft (sdw) veranstaltet. Im Frühjahr 2005 wurden die Stipendiaten sdw deutschlandweit erstmalig aufgefordert, Ideen zur Förderung unternehmerischen Denkens und Handelns in Deutschland einzureichen.



Die Konzepte der Stipendiatenteams aus Münster, Bayreuth, Rostock-Stralsund und Thüringen konnten sich gegen konkurrierende Vorschläge behaupten und werden mit der finanziellen Unterstützung von *Herausforderung Unternehmertum* im Zeitraum 2005/2006 durchgeführt.

Kontakt

info@JugendUnternimmt.org
www.JugendUnternimmt.org

Gabriel Kittler (Organisation)
Jan-Tobias Welzel (Schulkoordination)
Britta Gossel (Öffentlichkeitsarbeit)

Der Wettbewerb in Stichpunkten:

- ➔ Laufzeit: September 2005 – März 2006
- ➔ Einsendeschluss: 15. November 2005
- ➔ Zielgruppe: Thüringer Schüler von 14 bis einschl. 21 Jahren
- ➔ Anzahl Schüler: 2 bis 4 pro Team
- ➔ Zeitbeanspruchung: abhängig von Team, Eifer und Idee
- ➔ Voraussetzungen: Lust auf das Thema Unternehmertum und Freude daran, sich mit anderen Teams zu messen

Zusammenfassender Überblick

	Junior	Schülerfirmen DKJS	Wettbewerb „Schülergründen Unternehmen“
Besonderes Merkmal	umfassendes Konzept mit breitem Angebot für Schüler & Lehrer	kein Rechtsstatus, durch Schulleitung als Schulprojekt anerkannt	Schülerfirmenwettbewerb
Laufzeit	1 Schuljahr	mind. 3 Jahre	bis zu 1,5 Schuljahre
Zielgruppe	ab Klasse 9	ab Klasse 7	ab Klasse 8
Anzahl Schüler	10 bis 15	5 bis 10	6 bis 8
Verbreitung	deutschlandweit	deutschlandweit	nur in Thüringen
Kosten/ Finanzierung	Kapital selbst durch Aktien beschaffen	Anschubfinanzierung (keine Rückzahlung)	keine finanzielle Förderung; Kosten sind selbst zu decken
Voraussetzung	keine	Beratender Lehrer; Anerkennung als Schulprojekt; Schulförderverein hat steuerrechtliche Verantwortung	Startkapital nicht mehr als 250 €; Lehrer; Berater aus Wirtschaft

Zusammenfassender Überblick

	Archievers	Go! t school	business@school
Besonderes Merkmal	Produktexport zur Partnerfirma im Ausland	Durch InfoCenter breites Angebot an Infos für Lehrer & Schüler	Präsentation eines Businessplans vor Jury; Wirtschaftsexperten übernehmen Schulpatenschaft; Ablauf in 3 Phasen
Laufzeit	1 Jahr		1 Schuljahr
Zielgruppe	ab 13 Jahre	Ab Klasse 7	Klassen 11 bis 13 (gymnasiale Oberstufe)
Anzahl Schüler	8 bis 15	Ohne festgelegte Anzahl	4 bis 6
Verbreitung	deutschlandweit; mit weltweiten Partnerunternehmen	Nur in Nordrhein-Westfalen	Bundesweit sowie Österreich und Italien
Kosten/ Finanzierung	Kosten 100 Pfund, z.B. durch Aktien		Die Kosten werden durch „The Boston Consulting Group“ getragen
Voraussetzung	Zusammenarbeit mit Unternehmer; E-Mail, Fax, Telefon	keine	Interesse an Projektarbeit; mindestens 20 Schüler pro Schule (Kooperationen sind möglich)

	Euregios	NebS	GaraGe
Besonderes Merkmal	direkte Kooperation zwischen Schulen und Unternehmen	in sonderpädagogischen Förderzentren & Berufsschulen; Einsatz von Praxisbegleitern und Jugendausbildungsassistenten	Projekt als Teil des Technologiecenters für Kinder und Jugendliche; Projekt besteht aus 10 Programmbausteinen
Laufzeit	3 Jahre	unbegrenzt	unbegrenzt
Zielgruppe	Schüler allgemein bildender Schulen	Klassen 8 bis 10	Schüler
Anzahl Schüler	15 bis 25	ohne festgelegte Anzahl	
Verbreitung	Sachsen, Brandenburg, Polen, Tschechien	Berlin	Leipzig
Kosten/ Finanzierung		Anfallende Kosten werden vom ASIG e.V. übernommen	keine
Voraussetzung	Zusammenarbeit mit Partnerunternehmen; jahrgangsübergreifende Teams; Betreuung durch Lehrkräfte und Elterntutoren; Unterstützung durch die Schulleitung	keine	

	Schule und Selbstständigkeit (ifex)	Juniorenfirmen	JugendUnternimmt
Besonderes Merkmal	Planspielwettbewerb ProManager; Schulcoaching; NewCome-Messe; umfangreiche Lehrmaterialsammlung	insbesondere für Azubis & Schüler überbetrieblicher Ausbildungsstätten	eine ausgereifte Geschäftsidee ist zur Teilnahme nicht notwendig, sondern wird im Laufe des Wettbewerbes erst entwickelt
Laufzeit	unbegrenzt	unbegrenzt	Sept. 2005 – März 2006
Zielgruppe	Schüler & Azubis	Azubis, Schüler berufsbildender Schulen	Thüringer Schüler von 14 bis einschl. 21 Jahren
Anzahl Schüler	variiert i.d.R. zw. 5 und 20	festgelegte Anzahl gibt es nicht	2 bis 4 pro Team
Verbreitung	Baden-Württemberg	bundesweit	nur in Thüringen
Kosten/ Finanzierung	Kosten müssen selbst getragen werden	Kosten müssen selbst getragen werden in Abhängigkeit von Rechtsform sowie Unterstützung von Ausbildungsbetrieb und Schule	Jedes Team erhält in der Finalrunde ein reales Budget. Alle damit erworbenen Gegenstände sind Eigentum der Veranstalter. Die erwirtschafteten Gewinne darf die jeweilige Schülerfirma behalten.
Voraussetzung	keine	keine	keine

Wichtige Schritte zur Gründung einer Schülerfirma

- 1. Gruppenbildung:** Interessierte Schülerinnen und Schüler sollten sich zusammenfinden. Natürlich können jüngere und ältere Schülerinnen und Schüler zusammenarbeiten. Das kann zum Beispiel durch Aushänge in der Schule organisiert werden.

- 2. Information:** Schülerinnen und Schüler, Lehrerinnen und Lehrer sollten sich ein Bild machen, welche Projektformen es gibt und welche passend für ihre individuellen Anforderungen sind. Nach Wahl des gewünschten Schülerfirmen-Projektes ist es ratsam, sich mit dem Träger in Verbindung zu setzen. Adressen der einzelnen Einrichtungen sind unter dem Punkt „Kontaktadressen“ zu finden.

- 3. Geschäftsidee:** Jetzt ist es wichtig, dass in Teamarbeit alle Ideen für ein Produkt oder eine Dienstleistung zusammengetragen werden. Dabei sollte jeder Ansatz respektiert werden. Für die Entscheidung der besten Idee sollte innerhalb der Gruppe jeder gleichberechtigt seine Stimme abgeben können. Anhaltspunkte für die Wahl einer Idee können Erfahrungen einzelner Schülerinnen und Schüler sein (z. B. durch Ferienjobs), die Bedingungen, welche die Schule stellt, räumliche Voraussetzungen aber auch das Umfeld, also mögliche Konkurrenz zu einer realen Firma. Die Nachfrageseite, ist dieses Produkt oder diese Dienstleistung zu verkaufen, muss geklärt werden.

- 4. Organisation:** Wie jedes Unternehmen, muss auch eine Schülerfirma in verschiedene Aufgabenbereiche unterteilt werden. Solche Abteilungen können zum Beispiel eine Einkaufs- und Verkaufsabteilung sein, ein Finanzressort oder ganz wichtig der Bereich der Geschäftsführung. Welche Abteilungen benötigt werden, hängt ganz von der Geschäftsidee ab.

5. Rechtsfragen: Was von der rechtlichen Seite zu beachten ist, wird im Punkt „Rechtliche Absicherung von Schülerfirmen“ erläutert.

6. Start: Jetzt beginnt die praktische Geschäftstätigkeit: Die Ideen müssen in die Tat umgesetzt werden. Produkte und Dienstleistungen werden auf dem „Markt“ angeboten, Kundenkontakte müssen gepflegt werden, Mitarbeiter-sitzungen sind durchzuführen, Buchführung muss korrekt gelöst werden und vieles mehr, damit eine Firma erfolgreich arbeiten kann.



Übersicht möglicher Geschäftsideen

- ☺ Schülerbistro/ Schülercafé/ Schulkiosk
- ☺ Catering
- ☺ Verkauf von Schul- und Bürobedarf
- ☺ Schülercomputerservice (PC-Kurse, Webdesign etc.)
- ☺ Theaterprojekte/ Gauklergruppen
- ☺ Partyversorgung/ Durchführung von Kindergeburtstagen
- ☺ Schülerzeitung/ Szenemagazin
- ☺ Druckerei/ Buchbinderei
- ☺ Schüler T-Shirt-Firma (Design auf Textilien)
- ☺ Fotoatelier/ Fotoservice (für Ausweis, Bewerbungen)
- ☺ Kunstwerkstatt – Verkauf/ Verleih von Kunst und Kunstgewerbe, Fassaden- und Raumgestaltung (z. B. Graffiti)
- ☺ Reinigungsservice
- ☺ Lernhilfe für Schüler
- ☺ Reisebüro (Planung von Schülerreisen, Wandertagen)
- ☺ Werbeagentur
- ☺ Internetcafé
- ☺ Produktion von Holzartikel
- ☺ Schulbuchverkauf / -verleih
- ☺ Herstellung / Verkauf umweltfreundlicher Produkte
- ☺ Produktion & Verkauf von Schmuck
- ☺ Veranstaltungsagentur
- ☺ Schulbäckerei
- ☺ Kleintierzucht
- ☺ Fahrradreparatur
- ☺ Schülerkino
- ☺ Video- und Filmwerkstatt

Dies sollen nur Anregungen sein, um zu zeigen, wie vielfältig man unternehmerisch tätig sein kann.

Am besten überlegen Schülerrinnen und Schüler zusammen in Teamarbeit, welche Bereiche ihnen Spaß machen, in welchen vielleicht auch schon Erfahrungen gesammelt wurden (z. B. durch Ferienjobs oder durch den Beruf der Eltern), um so möglicherweise auch noch neue Ideen zu finden. Auf diese Weise kann sicherlich für das Team und für die Schule die richtige Entscheidung getroffen werden.



Rechtliche Absicherung von Schülerfirmen **Möglichkeiten und Grenzen im Kontext pädagogischer Zielstellungen**

*von Dr. Antje Finke,
Sächsische Arbeitsstelle für Schule und Jugendhilfe, Dresden
aus „Schulverwaltung MO“ Nr. 6/2000²*

Schülerfirmen, Schülerunternehmen oder Schülerbetriebe sind Projekte an Schulen, für die es innerhalb und außerhalb Deutschlands eine breite Palette von Praxisbeispielen gibt.

Die Begrifflichkeiten sind nicht allgemein verbindlich definiert. Insofern ist es nicht wesentlich, für welchen dieser Begriffe man sich entscheidet.

Schülerunternehmen planen, produzieren und verkaufen Produkte und/oder bieten Dienstleistungen an und das unter sehr unterschiedlichen Bedingungen, in verschiedenem Ausmaß und mit unterschiedlichen Zielstellungen.

Eine generelle Klärung der Rechtssituation der sehr inhomogenen Projektpraxis ist daher nicht möglich, würde dies doch eine Vereinheitlichung voraussetzen, die der vielgestaltigen und ideenreichen Praxis nicht gerecht werden kann.

Rechtliche Fragen sind nicht im Allgemeinen, sondern nur konkret und auf dem Boden pädagogischer Konzepte beziehungsweise klarer Zielstellungen in diesen Projekten zu klären. Unterschiedliche Konzepte und Ziele können demzufolge sehr unterschiedliche rechtliche Grenzen und Möglichkeiten bedeuten.



Für die Entscheidung, welchen Rechtsstatus eine Schülerfirma oder ein Schülerbetrieb erhalten sollte, ist es wichtig, dass sich die Initiatoren, Beteiligten und Betreuer die Ziele vergegenwärtigen, die sie schwerpunktmäßig mit dem Projekt verfolgen.

Ziele können sein:

- bessere Vorbereitung der Schülerinnen und Schüler auf Ausbildung und Beruf
- Verbesserung der ökonomischen Bildung in der Schule
- Förderung des sozialen Lernens
- Förderung von Schlüsselqualifikationen wie Eigeninitiative, Teamfähigkeit, Selbstständigkeit

² Änderung der Geldbeträge in Euro

- praxisnahe Unterrichtsgestaltung
- Erprobung eines neuen Unterrichtskonzepts im Rahmen der Gesamtorganisation von Schule
- Orientierung der Schülerinnen und Schüler auf eine selbstständige Tätigkeit
- Projektarbeit mit größtmöglichem Ernstcharakter
- Beitrag zur sinnvollen Freizeitgestaltung an der Schule
- Erwirtschaftung von Eigenmitteln für die Schule
- Aufbesserung des Taschengeldes der Schülerinnen und Schüler

Aus der gegenwärtigen Projektpraxis lassen sich vier Möglichkeiten zusammenfassen, den Rechtsstatus von Schülerfirmen zu regeln:

1. Schülerfirmen als Schulprojekt ohne eigenen Rechtsstatus
2. Schülerfirmen unter dem Dach des Schulfördervereins
3. Schülerfirmen in Zusammenarbeit mit einer Institution, die den rechtlichen Status sichert
4. Schülerfirmen als Wirtschaftsunternehmen (reale Firmen)

Welche dieser Möglichkeiten für die Umsetzung der jeweiligen Ziele und die Gegebenheiten der konkreten Schule am besten geeignet ist, sollte jedes Projektteam selbst entscheiden. Inzwischen gibt es einige regionale und überregionale Initiativen oder Programme, die Schülerfirmen unterstützen. Bei einer Zusammenarbeit ist zu klären, ob diese Programme eigene Regelungen zu Rechtsfragen beinhalten (siehe Punkt 3) oder ob es sich um eine rein inhaltlich-organisatorische Unterstützung handelt. Trifft Letzteres zu wie beispielsweise im Programm „Achievers International“ (www.achieversinternational.org), sollte die Schule die rechtlichen Rahmenbedingungen entsprechend den folgenden Möglichkeiten festlegen.

1. Schülerfirmen als Schulprojekte ohne eigenen Rechtsstatus

Das Anliegen ist hier in erster Linie ein pädagogisches: Eine Schule möchte mit Hilfe einer Schülerfirma handlungsorientiertes und praxisnahes Lernen fördern und damit die Kinder und Jugendlichen besser auf die Anforderungen von Ausbildung und Beruf vorbereiten. Die Projektstruktur soll es den Schülerinnen und Schülern ermöglichen, die Arbeit der Schülerfirma in vollem Umfang selbst zu überschauen, umzusetzen und zu verantworten. Erprobt wurde dies in Pilotprojekten, die an einem dreijährigen sächsischen Modellversuch mit dem Titel „Erziehung zu Eigeninitiative und Unternehmensgeist“ beteiligt waren. Im Ergebnis des Versuchs wurden die Erfahrungen der seit 1995 erfolgreich arbeitenden Pilotprojekte verallgemeinert und in einem Konzept aus Empfehlungen

und Hinweisen verwertet. Dazu liegt eine Handreichung mit dem Titel „Wir gründen eine Schülerfirma oder wie man den Unternehmensgeist in die Schule lockt“ vor, die von der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung herausgegeben wurde (www.dkjs.de/schuelerunternehmen).

Entsprechend diesem Konzept sind Schülerfirmen keine realen Firmen, sondern definieren sich als Schulprojekte mit pädagogischen Zielsetzungen, die ähnlich einer „richtigen“ Firma strukturiert sind. Das heißt zum Beispiel, dass sich die Schülerinnen und Schüler an einer realen Rechtsform orientieren, eine Satzung erarbeiten und ihre Arbeit in Abteilungen organisieren.

Die Schule kann hierfür den rechtlichen Schutzraum bieten, wenn die Schulleitung die Aktivitäten der Schülerfirma als Schulveranstaltung anerkennt und im Projekt Schülerfirma die vom Finanzamt vorgegebenen Geringfügigkeitsgrenzen für Umsatz und Gewinn eingehalten werden (Jahresumsatz max. 30.678,00 €, Jahresreingewinn max. 3.835,00 €).

Damit bleiben Schülerfirmen besondere Projekte, sind aber rechtlich genauso wie andere Schulprojekte, zum Beispiel Arbeitsgemeinschaften, zu betrachten und zu behandeln. Aus diesem Status lassen sich alle weiteren Belange ableiten, zum Beispiel wem die Aufsichtspflicht obliegt und dass keine Notwendigkeit (wie etwa für „richtige“ Firmen) besteht, sich beim Gewerbeaufsichtsamt anzumelden und Körperschaftssteuer abzuführen.

Bedenken hinsichtlich Konkurrenz und Wettbewerbsverzerrung sind aufgrund der finanziellen Geringfügigkeit des Projektes und seiner in erster Linie pädagogischen Zielstellungen auszuräumen.

Falls an einer Schule zwei oder mehrere Schülerfirmen arbeiten (sollten), ist aber zu beachten, dass die Geringfügigkeitsgrenzen bezogen auf die Schule und nicht bezogen auf jedes Einzelprojekt gelten. Damit muss die Summe der Umsätze und Gewinne der Schülerfirmen unterhalb dieser Grenzen bleiben. Unter Beachtung der aufgeführten Prämissen ist dieses Konzept für jede Schule anwendbar.

2. Schülerfirmen unter dem Dach des Schulfördervereins

Die Gründung eines Schulfördervereins erfolgt meist aus dem Wunsch von Lehrerinnen und Lehrern sowie Eltern heraus, für die Schule zusätzliche Geldmittel zu beschaffen und sie im Rahmen einer schulnahen Organisationsform unkompliziert verwalten und verwenden zu können. Diese zusätzlichen Mittel können zum Beispiel aus Förderprogrammen und Spenden stammen oder auch im Rahmen von

Schülerfirmen erwirtschaftet werden. Zum möglichen finanziellen Nutzen einer Schülerfirma kommt die große pädagogische Chance, neue Formen des praxisnahen, handlungsorientierten Lernens zu erproben, beispielsweise in einem Einzelprojekt oder als Unterrichtskonzept im Rahmen der Gesamtorganisation von Schule.

Die Schülerfirma ist in diesem Fall ein Projekt unter dem Dach des Fördervereins ohne eigenen Rechtsstatus. Indem die Schulleitung die Aktivitäten der Schülerfirma als Schulveranstaltung anerkennt, entsteht analog Punkt 1. Rechtssicherheit, beispielsweise zu versicherungsrechtlichen Fragen. Steuerliche Fragen sind über den Schulförderverein geregelt, das heißt es gilt das Vereinsrecht.

Relativ einfach ist es, wenn die Gesamteinnahmen des Schulfördervereins, in die der Ertrag der Schülerfirma einzurechnen ist, unter den steuerfreien Geringfügigkeitsgrenzen (s. Punkt 1.) liegen. Wenn diese Summen übertroffen werden, ist für eine Steuerbefreiung Voraussetzung, dass die Verwendung des Gewinns für ausschließlich gemeinnützige Zwecke erfolgt. Detaillierte Informationen dazu enthält die Broschüre „Verein und Steuern“, die bei den Finanzämtern erhältlich ist.

Bei Mehreinnahmen der Schülerfirma über die Geringfügigkeitsgrenzen hinaus ist zu bedenken, dass das Hauptargument gegen Befürchtungen hinsichtlich Konkurrenz und Wettbewerbsverzerrung die geringe finanzielle Dimension des Projektes ist. Ob die Schülerfirma ihren Hauptkundenkreis innerhalb oder außerhalb der Schule hat, ist dabei zweitrangig. Eine einzelne Schülerfirma erreicht erfahrungsgemäß weder die Grenze von 30.678,00 € Umsatz noch von 3.835,00 € Reingewinn pro Jahr. Gibt es an einer Schule aber mehrere Schülerunternehmen, beispielsweise wenn sie als Konzept der Unterrichtsorganisation umgesetzt werden, liegen diese Größenordnungen durchaus im Bereich des Möglichen.



Da die Schülerfirma nicht die einzige Einnahmequelle des Fördervereins darstellt, ist sie finanzieller Bestandteil eines komplexen Gebildes und nicht wie bei den Punkten 1. und 4. ein in sich geschlossenes Projekt mit eigenem Rechtsrahmen. Nachteilig im Sinne der Förderung von Eigeninitiative und Eigenverantwortung in praxisnahen Strukturen ist, dass für die Schülerinnen und Schüler dadurch die Zuordnung ihres Projektes zu realen Rechtszusammenhängen erschwert ist und ihr Entscheidungs- und Verantwortungsspielraum durch die übergeordneten Interessen des Fördervereins eingeschränkt wird.

3. Schülerfirmen in Partnerschaft mit einer Institution, die den rechtlichen Status sichert

Diese Situation ist zum Beispiel im Rahmen des Projektes JUNIOR (Junge Unternehmer initiieren, organisieren und realisieren) des Institutes der Deutschen Wirtschaft in Köln gegeben (www.iw-junior.de):

Eine Schülerfirma, hier Miniunternehmen genannt, produziert einfache Güter selbst und verkauft sie beziehungsweise bietet Dienstleistungen an. Die Schülerinnen und Schüler lernen wirtschaftliche Zusammenhänge und die Bedingungen für unternehmerische Entscheidungen kennen und das von der Gründung bis zur Abwicklung eines Unternehmens. Ein Miniunternehmen nimmt ein Jahr am Projekt JUNIOR teil. Die Schülerinnen und Schüler gründen es, arbeiten darin und lösen es im Laufe eines Jahres wieder auf und rechnen ihre Arbeit ab.

Die Projekte nehmen unter Bedingungen, die JUNIOR vorgibt und regelt, am realen Wirtschaftsverkehr teil und müssen sich auch an dessen Gesetze halten. Durch die Partnerschaft des Miniunternehmens mit dem Institut sind rechtliche Fragen vertraglich geregelt. Der genaue Ablauf des Projektes ist in einem Handbuch ausführlich dokumentiert. Bei Nichteinhaltung der im Handbuch aufgeführten Bestimmungen trägt JUNIOR keine Verantwortung. Die Partnerschaft mit JUNIOR, die Rechtssicherheit bietet, besteht für ein Jahr.

Weitere Initiativen, die ihre Zusammenarbeit mit Schulen ähnlich regeln, sind der Autorin nicht bekannt. Erfreulicherweise wächst aber das Engagement von Institutionen, Vereinen und Unternehmen im Bereich der Kooperation von Schule und Wirtschaft.

4. Schülerfirmen als Wirtschaftsunternehmen

Für diesen Status entscheiden sich Projektgruppen zum Beispiel dann, wenn das Schülerunternehmen absoluten Ernstcharakter erhalten soll und eine größtmögliche Eigenständigkeit der meist schon volljährigen Jugendlichen angestrebt wird. Diese Struktur ermöglicht es den Schülerinnen und Schülern, die Arbeit der Schülerfirma (= reale Firma) in vollem Umfang selbst zu überschauen, umzusetzen und zu verantworten. Im Vordergrund steht dann, die Schülerinnen und Schüler auf eine selbstständige Tätigkeit zu orientieren und/oder ihnen einen echten (Zu)verdienst zu ermöglichen. Entscheidet sich eine Schülerfirma für eine reale Rechtsform und gründet sich zum Beispiel als Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR), ermöglicht und erfordert dieser Rechtsstatus völlige Eigenständigkeit.

Da es sich juristisch betrachtet nicht um ein Schulprojekt sondern um ein Wirtschaftsunternehmen handelt, kann die Schule zwar unterstützend wirken,

beispielsweise hinsichtlich der Bereitstellung von Räumlichkeiten, aber nicht als rechtlicher Schutzraum fungieren.

Mit der Gründung einer Schülerfirma als Wirtschaftsunternehmen entsteht eine juristische Person, für die die Regelungen des Handelsgesetzbuches (HGB) in vollem Umfang verbindlich sind. Die Schülerfirma nimmt mit allen Konsequenzen am realen Markt teil und hat damit in erster Linie wirtschaftliche Ziele zu verfolgen. Sie muss Profit erzielen, muss im Wettbewerb bestehen. Von pädagogischen Erwägungen, etwa Fehler in Kauf zu nehmen, um auch leistungsschwächeren Schülern Bewährungsmöglichkeiten zu geben, kann man sich dabei kaum leisten lassen.

Für welche dieser Möglichkeiten eine Schule sich auch immer entscheidet, die Rahmenbedingungen für eine Schülerfirma sollten die Projektverantwortlichen und -beteiligten gemeinsam klären und möglichst schriftlich regeln. Zum einen geht es darum, Risiken zu minimieren. Ebenso wichtig ist es aber, den Schülerinnen und Schülern die Einordnung ihres Projektes in reale Rechtszusammenhänge zu ermöglichen und ihnen innerhalb klarer Grenzen einen möglichst großen Entscheidungs- und Verantwortungsspielraum zu geben.



Lehrer- und Schülerfortbildungen zum Thema „Schülerunternehmen“ (aus Thüringer Sicht)

von Eckhard Basler, Thüringer Institut für Lehrerfortbildung, Lehrplanentwicklung und Medien (ThILLM), Bad Berka, Vorsitzender (Schule) der Landesarbeitsgemeinschaft SCHULEWIRTSCHAFT Thüringen

Vorbemerkung

Meine nachfolgenden Ausführungen zur Lehrer- und Schülerfortbildung zum Thema „Schülerunternehmen“ basieren hauptsächlich auf meiner Tätigkeit mit der Thematik seit 1992 als Referent am ThILLM und den daraus gewonnenen Erfahrungen.

Wie fing alles an? (Genese)

1992 kam ich anlässlich einer europaweiten *SCHULEWIRTSCHAFT*-Konferenz in Mainz das erste Mal mit einem Schülerunternehmen an einer allgemein bildenden Schule in Berührung. Ein Hauptschullehrer von der Haupt und Grundschule Lemberg (Pfalz) stellte dort sein Projekt „Schulkiosk Aktiengesellschaft“ vor. Ich war von der Projektidee fasziniert und musste sie umgehend nach Thüringen holen. Der Projektleiter Herr Rödiger war spontan bereit, seine Erfahrungen mit dem Schülerunternehmen im Rahmen einer viertägigen Fortbildungsveranstaltung für interessierte Lehrerinnen und Lehrer des neu in Thüringen geschaffenen Unterrichtsgebietes Arbeit-Wirtschaft-Technik weiterzugeben.

So fand vom 21.-24. September 1992 in der ThILLM-Außenstelle Bad Blankenburg der erste Workshop zum Projekt „Schulkiosk - Aktiengesellschaft“ statt. In der Kurzannotation der Ausschreibung im ThILLM-Katalog hieß es damals: „In arbeitsteiliger Kleingruppenarbeit werden die Teilnehmer in alle Projektphasen aktiv einbezogen.“ Die Lehrerinnen und Lehrer hatten schnell verstanden, was eigentlich Eigeninitiative heißt; nämlich vor allem sich selbst zu kümmern - um Partner, Informationen, Materialien und Geld. Dieses Prinzip der aktiven Mit- bzw. Selbstgestaltung des Workshops durch die Lehrerinnen und Lehrer hat sich bis heute bewährt.

Die meist gestellte Frage der Teilnehmerinnen und Teilnehmer lautete damals: „Lässt sich das Projekt aus Lemberg auch an einer Thüringer Schule unter den gegebenen Bedingungen realisieren?“

Eine Lehrerin und ein Lehrer hatten den Mut und die Courage, unmittelbar nach der Fortbildungsveranstaltung an ihrer Schule eine Schülerfirma zu initiieren. Es wurden in der 2. Staatlichen Regelschule Jena und der Staatlichen Regelschule „Oststadtschule Gotha“ jeweils eine „Schülerkiosk - Aktiengesellschaft“ gegründet. Thüringen hatte damit zwei „Vorzeigeschülerfirmen“, d. h., die Projektlehrerinnen und Projektlehrer konnten mit ihren Schülerinnen und Schülern bei den

jährlich durchgeführten Fortbildungsveranstaltungen von ihren Erfahrungen bei der Gründung und Führung ihrer „Schülerkiosk-Aktiengesellschaft“ berichten. Dies wirkte sich zusätzlich positiv auf die Motivation der Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus, die Gründung einer Schülerfirma an ihrer eigenen Schule zu initiieren.

Waren die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in den ersten zentralen Fortbildungsveranstaltungen hauptsächlich Lehrerinnen und Lehrer der Fächer Wirtschaft und Technik, Wirtschaft und Recht sowie Wirtschaft - Umwelt - Europa (aus dem Unterrichtsbereich Arbeit-Wirtschaft-Technik), so zeigten in den nachfolgenden Jahren auch zunehmend Lehrerinnen und Lehrer anderer Fächer Interesse an Schülerfirmen. Diese Lehrerinnen und Lehrer hatten allerdings gegenüber denen der o. g. Wirtschaftsfächer z. T. fachliche Schwierigkeiten, z. B. im Bereich Rechtsformen der Unternehmen, doppelte Buchführung, Bilanz. Hier war und ist vor allen Dingen die Kooperation der Lehrerinnen und Lehrer an einer Schule gefragt.

Inzwischen kann festgestellt werden, dass immer mehr Schülerinnen und Schüler sowie Lehrerinnen und Lehrer verstanden haben, dass Eigeninitiative auch heißt, aus den Erfahrungen und Problemen anderer zu lernen und mit diesem Wissen einen neuen, eigenen Weg einzuschlagen. So entwickelten die Schülerinnen und Schüler mit ihren betreuenden Lehrerinnen und Lehrern immer neue Geschäftsideen.

Es entstanden neben den im ersten Jahr (1992) gegründeten „Schülerkiosk-Aktiengesellschaften“ an Regelschulen, nach und nach auch an Gymnasien und berufsbildenden Schulen, Schülerunternehmen zu Themen, wie z. B. Nachhilfeunterricht, Schülerreisebüro, Schülercafé, Schülerzeitung, Schülerdruckerei, Schülercomputerservice.

Als Rechtsform des Unternehmens wird außer der bisher nur angewendeten Schüleraktiengesellschaft auch die Schüler-GmbH genutzt.

Die seit 1992 vom ThILLM jährlich durchgeführten Lehrerfortbildungsseminare zu diesem Thema trugen wesentlich mit zur Gründung von Schülerfirmen an weiteren Thüringer Schulen bei. Darüber hinaus zeigen aber auch die vielfältigen bundesweiten und internationalen Programme, wie z.B. „ERZIEHUNG ZU EIGENINITIATIVE UND UNTERNEHMENS-GEIST“, „JUNIOR“, GET UP“, „ACHIEVERS INTERNATIONAL“ und „BUSINESS@SCHOOL“ in Form von vermehrten Schülerfirmengründungen in Thüringen ihre Wirkung.

Die Entwicklungsgeschichte der Thüringer Schülerunternehmen macht deutlich, dass in den meisten Fällen die Lehrerin bzw. der Lehrer die bzw. der Initiator von Gründungen war und gegenwärtig auch noch ist. Hier gilt es, neue Wege zu gehen - auch in der Lehrer- und Schülerfortbildung. Ein in dieser Richtung erfolg-

versprechender Weg wird mit der von der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung herausgegebenen Handreichung „Wir gründen eine Schülerfirma oder wie man den Unternehmensgeist in die Schule lockt“ gegangen. Die Adressaten sind die Schülerinnen und Schüler und nicht die Lehrerinnen und Lehrer! Die Schülerinnen und Schüler können sich selbst auf den Weg machen. Sie finden in der Handreichung Tipps, Anregungen und Empfehlungen, aber keine vorgefertigten Handlungsanweisungen. Also greifen die Schülerinnen und Schüler die Initiative - Eigeninitiative!

Welche Rolle sollte die Pädagogin bzw. der Pädagoge in einer Schülerfirma spielen? Wie kann sie bzw. er auf ihre bzw. seine Beratertätigkeit vorbereitet und begleitend fortgebildet werden?

Die Pädagogin bzw. der Pädagoge sollte die Schülerinnen und Schüler sensibilisieren, beraten und ggf. qualifizieren, aber auf keinen Fall bestimmen. Oftmals unterschätzt die Lehrerin bzw. der Lehrer die Jugendlichen in puncto Eigeninitiative, Kreativität, Mut und Eigenverantwortung. Zu schnell versucht sie bzw. er - z. T. auch aus Zeitgründen - den Prozess durch direkte Instruktionen und Handlungsanweisungen zu beeinflussen. Hierbei sind vor allem Geduld und Vertrauen gefragt. Die Rollenverschiebung beim Projekt „Schülerfirma“ hin zu *Hauptverantwortlichkeit bei den Schülern* ist insbesondere an Förderschulen und Regelschulen (Hauptschulabschluss) für Schülerinnen und Schüler sowie Lehrerinnen und Lehrer ungewohnt. Die Schule als Ganzes ist gefordert.

Insbesondere sind die Selbst- und Sozialkompetenz der Schülerinnen und Schüler stärker als bisher zu entwickeln. Das bedeutet, dass durch Fortbildung die Kompetenz der Lehrenden im Umgang mit neuen, aktivierenden, die Sozial- und Selbstkompetenz fördernden Methoden-, Plan- und Simulationsspiel, Zukunftswerkstatt, Szenario, Projekt, Erkundung, Praktikum u. a. konsequent zu stärken ist. Vor allem in den Fächern des Unterrichtsbereiches Arbeit-Wirtschaft-Technik sind diese Methoden in Thüringen seit vielen Jahren fester Bestandteil der zentralen und regionalen Lehrerfortbildung.

Neben der Methodenkompetenz der Lehrenden spielt aber auch die Sachkompetenz auf den Gebieten Unternehmenskonzept, Unternehmensgründung, Rechtsformen von Unternehmen, Unternehmensbilanz, Gewinn und Verlustrechnung (Buchführung), Steuern usw. eine nicht zu unterschätzende Rolle. Dieses ökonomische (vor allem kaufmännisch-betriebswirtschaftliche) Wissen haben sich in Thüringen die Lehrerinnen und Lehrer der o. g. „Wirtschaftsfächer“ im Zusammenhang mit der Weiterbildung zur Erlangung einer Unterrichtserlaubnis erworben. Trotzdem beweisen erfolgreich arbeitende Schülerunternehmen, die von Lehrerinnen und Lehrern beraten werden, die keine Weiterbildung zu ökonomischen Themen besucht haben, dass es auch dort funktioniert. Hier haben meist Schüle-

rinnen und Schüler sowie Lehrerinnen und Lehrer die (Eigen)Initiative ergriffen und sich die erforderlichen Kenntnisse gemeinsam angeeignet - und das ist gut so. Ältere Schülerinnen und Schüler bringen zum Einen ihr Wissen aus dem Unterricht in den „Wirtschaftsfächern“ mit und zum Anderen holen sie sich fachlichen Rat bei den Experten bzw. Fachleuten in den Betrieben, in der Schule oder bei Eltern sowie im Internet. Schülerinnen und Schüler sowie Lehrerinnen und Lehrer lernen gemeinsam unternehmerisches Denken und Handeln. Gegebenenfalls übernimmt die Lehrerin bzw. der Lehrer die Rolle des Vermittlers zu außerschulischen Partnern.

Eine nach wie vor gute Vorbereitung der Lehrerinnen und Lehrer auf die Beratungstätigkeit ist die Teilnahme an den im ersten Abschnitt beschriebenen mehrtägigen Projekt Fortbildungsveranstaltungen zum Thema „Erziehung zu Eigeninitiative und Unternehmensgeist“.

Viele Lehrerinnen und Lehrer schauen sich erfolgreich arbeitende Schülerunternehmen „vor Ort“ an, informieren sich über das Internet und auf Schülerfirmenmessen oder lassen sich in den Koordinierungsstellen für Schülerfirmen der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung und des Thüringer Kultusministeriums beraten.



Bewährt hat sich auch als begleitende Fortbildung die Durchführung von *Erfahrungsaustausch der Projektlehrer* in regelmäßigen Abständen. Veranstalter können dabei die zentralen und regionalen Fortbildungsinstitutionen und die Landesarbeitsgemeinschaften bzw. Studienkreise sowie regionale Arbeitskreise *SCHULEWIRTSCHAFT* sein. Fachleute aus der Wirtschaft sollten hier aber nicht fehlen.

Als eine weitere effektive Fortbildungsmaßnahme bietet sich das ein- bis zweiwöchige *betriebliche Informationspraktikum* für Lehrerinnen und Lehrer in einem Unternehmen der Region an. Dies wird in Thüringen seit 1999 für Lehrerinnen und Lehrer der allgemein bildenden Schulen angeboten.

Unsere bisherigen Erfahrungen zeigen, dass neben den engagierten Projektlehrerinnen und Projektlehrern die Schulleitung eine Schlüsselrolle bei der Initiierung von Schülerfirmen einnimmt. Im Rahmen eines zentralen ThILLM-Schulleiterforums wurden interessierte Schulleiterinnen und Schulleiter unter dem Thema „Wie man den Unternehmensgeist in die Schule lockt“ mit Schülerfirmen vertraut gemacht. In der Folge entstanden an diesen Schulen in kurzer Zeit Schülerunternehmen. Zunehmend mehr Schulleiterinnen und Schulleiter wünschen sich Informationen zu Schülerunternehmen. Die Schulartreferenten in einzelnen

Staatlichen Schulämtern organisieren deshalb Schulleiterfortbildungsveranstaltungen mit Fachleuten zu dieser Thematik.

Wie müssen der Unterricht und das schulische Leben gestaltet werden, um die Schülerinnen und Schüler zu motivieren und zu befähigen, ein Unternehmen an ihrer Schule zu gründen und erfolgreich zu führen?

In Thüringen wurden mit der Einführung neuer Lehrpläne an den allgemein bildenden Schulen im Schuljahr 1998 gute Voraussetzungen geschaffen, um „Eigeninitiative und Unternehmensgeist“ bei den Schülerinnen und Schülern zu entwickeln, um sie zu motivieren und zu befähigen, ein Unternehmen an der Schule zu gründen und erfolgreich zu führen.

In der Einleitung der Lehrpläne heißt es u. a. dazu: „Entsprechend dem im Schulgesetz formulierten Auftrag entfalten die Thüringer Lehrpläne ein Konzept von Grundbildung, das die Verzahnung von Wissensvermittlung, Werteaneignung und Persönlichkeitsentwicklung beinhaltet. ... Ziel ist es, alle Schülerinnen und Schüler zur Mitwirkung an den gemeinsamen Aufgaben in Schule, Beruf und Gesellschaft zu befähigen.

Um diese Grundbildung zu sichern, werden in der Schule *Kompetenzen* ausgebildet, wobei die Entwicklung von *Lernkompetenz* im Mittelpunkt steht. *Lernkompetenz* hat integrative Funktion. Sie ist bestimmt durch *Sach-, Sozial-, Selbst- und Methodenkompetenz*.

Kompetenzen werden in der tätigen Auseinandersetzung mit fachlichen und fächerübergreifenden Inhalten des Unterrichts - im Sinne von *Kompetenzen für lebenslanges Lernen* - erworben.“

Die Umsetzung dieser neuen anspruchsvollen Zielsetzungen erfordert von den Lehrerinnen und Lehrern, dass sie ihren Unterricht verändern bzw. neu gestalten müssen, d. h., er bewegt sich verstärkt vom lehrerzentrierten zum *schülerzentrierten Unterricht*. *Projektarbeit, Gruppen- bzw. Teamarbeit, fächerübergreifendes und problemorientiertes Arbeiten, offener Unterricht, Freiarbeit, Wochenplanarbeit* u. a. finden häufiger als bisher statt. Damit können Selbstständigkeit, Selbstbewusstsein und Selbstvertrauen der Schülerinnen und Schüler besser gefördert werden.

Man kann davon ausgehen, dass unternehmerisches Verhalten, Denken und Handeln vor allem durch selbstorganisiertes, selbstgesteuertes, problemlösendes und handlungsorientiertes Lernen entwickelt werden kann.

Der Auf- und Ausbau dieser Lernkultur an der Schule zielt zugleich auf den Auf- und Ausbau einer *Kultur zu mehr Selbstständigkeit*.

Die wesentlichen fachlichen Voraussetzungen zur Gründung und Führung eines

Schülerunternehmens werden in Thüringen in den „Wirtschaftsfächern“ gelegt. Dazu sind in den Lehrplänen die entsprechenden Ziele, Lerninhalte und Hinweise für die Lehrerinnen und Lehrer verbindlich vorgegeben.

So heißt es z. B. im Lehrplan des Faches Wirtschaft und Recht in der Klassenstufe 9 in der Stoffeinheit „Die Unternehmen im Wirtschaftsgeschehen“ unter

Lerninhalte:

Vom Unternehmenskonzept zur Unternehmensgründung

- Gründungsmotive, persönliche und sachliche Voraussetzungen

Rechtsformen von Unternehmen

- Einzelunternehmung, Personengesellschaft (OHG, KG), Kapitalgesellschaft (GmbH, AG), Genossenschaft

- Beschaffung, Produktion, Absatz

Das Wesen der Unternehmensbilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung

- Kennziffern der Bilanz, z. B. Barliquidität, Finanzierung, Eigenkapitalrentabilität

Die theoretische Behandlung der hier genannten Lerninhalte sollte mit dem Schülerbetriebspraktikum verknüpft werden. Die Praktikantin bzw. der Praktikant sollte ergo ihr bzw. sein Wissen zu den o. g. Inhalten in der Praxis überprüfen, festigen und vertiefen. Wichtig ist dabei, dass sich die Schülerin bzw. der Schüler bzw. das Schülerteam die Ziele und Arbeitsaufträge selbst, d. h. eigenverantwortlich stellt, und dass das Praktikum im Unterricht ausgewertet und reflektiert wird.

Damit sich ein Schülerunternehmen über mehrere Jahre entwickeln kann, ist es sinnvoll, dass Schülerinnen und Schüler verschiedener Klassenstufen (ab 7. Klasse) am Projekt beteiligt sind. Teile der oben genannten Lerninhalte müssen also situationsbezogen auch den jüngeren Schülerinnen und Schülern vermittelt werden.

Die Erfahrungen der die Schülerfirmen beratenden Lehrerinnen und Lehrer besagen, dass es sich als günstig erweist, wenn das Schülerfirmen-Projekt in den Unterricht in möglichst viele Fächer als „greifbares“ Anwendungsbeispiel integriert wird. Dadurch gewinnt der Unterricht an Praxisnähe und eine große Zahl von Schülerinnen und Schülern nimmt Anteil an der Entwicklung der Schülerfirma.

Wie lockt man den Unternehmensgeist in die Schule? Was heißt es eigentlich, beruflich selbstständig zu sein? Was bedeutet unternehmerisches Denken und

Handeln? Wie sieht das Bild einer Unternehmerin bzw. eines Unternehmers aus? Was ist eine Unternehmer-Kultur? Wie läuft eine Existenzgründung ab?

Das sind Fragen, die immer häufiger von Schülerinnen und Schülern gestellt werden bzw. gestellt werden sollten. Die Schule versucht, darauf Antworten zu finden. Dazu braucht sie aber meistens schulexterne Fachleute, d. h., Schule muss sich mehr öffnen, die Zusammenarbeit mit außerschulischen Partnern, insbesondere mit Unternehmen suchen bzw. verstärken.

An immer mehr Schulen finden deshalb Diskussionsrunden mit Schülerinnen und Schülern, Lehrerinnen und Lehrern, Eltern sowie Unternehmerinnen und Unternehmern statt. Vereinzelt werden Unternehmerinnen bzw. Unternehmer in Schulprojekte und in den Fachunterricht sowie als Referentinnen bzw. Referenten in die schulinterne Lehrerfortbildung einbezogen.

Auf diesem Wege kann man einen Teil der „Kultur der Selbstständigkeit“ in die Schule holen.

Wie können die Schülerinnen und Schüler außerunterrichtlich auf ihre Tätigkeit in einer Schülerfirma vorbereitet bzw. prozessbegleitend fortgebildet werden?

Umfragen bei den Schülerinnen und Schülern, die ein Unternehmen gegründet haben, ergaben, dass sie insbesondere Fortbildungsbedarf auf dem Gebiet der Geschäftsführung haben. Sie wünschen sich ein Geschäftsführertraining, um ihr Firmenteam professionell führen zu können.

Hier bieten sich Seminare zu *methodischen Themen, wie Management, Coaching und Marketing* an. Als Trainerinnen und Trainer bzw. Referentinnen und Referenten sollten dabei Unternehmensberaterinnen und Unternehmensberater, Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer, Personalleiterinnen und Personalleiter sowie Buchhalterinnen und Buchhalter aus Unternehmen bzw. Fachleute aus Banken, Finanzämtern, Bildungswerken der Wirtschaft, Kammern, Werbeagenturen, Wirtschaftsunioren, u a. eingesetzt werden.

Bewährt haben sich dabei die in Thüringen im Rahmen der jährlich stattfindenden Schülerfirmenmesse durchgeführten Workshops für Schülerinnen und Schüler mit Vertretern von Unternehmen in der Region.

Inhaltlich sollten die Seminare an die Existenzgründerseminare für Erwachsene angeglichen werden, natürlich aber schülergemäß fachlich und didaktisch-methodisch vereinfacht unter Beachtung der entsprechenden Schulart. Motto der Referenten sollte sein: Möglichst große Realitätsnähe aber ohne zu frustrieren.

Hauptziel der Seminare sollte sein, die Schülerinnen und Schüler zur echten Eigeninitiative durch die Förderung der Selbststeuerung eines Teams zu befähigen. Dabei sind vor allem Seminarmethoden anzuwenden, mit denen die Kinder und

Jugendlichen zur Selbstanleitung, Selbstverantwortung und Selbstbewertung geführt werden können.

Vorschlag für mögliche Inhalte der Seminare zum o. g. Thema für Schülerinnen und Schüler:

- Bin ich ein Unternehmertyp (Persönliche Voraussetzung)
- Was muss ich tun, bevor es ans Geld verdienen geht? (Vorbereitung der Unternehmensgründung)
- Jetzt bin ich Chef - und nun? (Unternehmensführung/ Management)
- Ich habe eine super Idee und keiner interessiert sich dafür (Marketing)
- Wie behalte ich als Chef die Finanzen im Griff? (Buchführung/Rechnungswesen/Controlling/Steuern)
- Der Erfolg des Schülerunternehmens hängt davon ab, wie gut man seine Idee „verkauft“! (Präsentation/ Kommunikation/ Gesprächsführung)
- Es wird Aufgaben/Aufträge geben, die neu sind und im Team bearbeitet werden müssen. Um Termine und Budgets einhalten zu können, brauche ich ein straffes Projektmanagement
- „Drum Prüfe wer sich (ewig?) bindet!“ (Personalwesen)
- Auch im „realen Monopoli“ gelten Spielregeln (Recht)

Zur Unterstützung der Seminare ist die von der Deutschen Ausgleichsbank und der Bundesarbeitsgemeinschaft *SCHULEWIRTSCHAFT* 1999 herausgegebene Handreichung „UNTERNEHMER-KULTUR“ gut geeignet.

Wünschenswert ist neben Fortbildungen die kontinuierliche Kooperation bzw. Partnerschaft mit einem realen Unternehmen. Die Schülerinnen und Schüler sollten ständig die Gelegenheit haben, bei auftretenden Fragen die Beratung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Unternehmens in Anspruch nehmen zu können.

Der Erfahrungsaustausch der Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer von Schülerunternehmen und realen Unternehmen bietet auch eine wichtige Plattform für die Qualifizierung von Kindern und Jugendlichen in diesem Zusammenhang.



Bewährt hat sich der Erfahrungsaustausch der Schülerunternehmen untereinander. Hier sind die Träger der verschiedenen Programme, die regionalen und zentralen Fortbildungsinstitutionen und Arbeitskreise *SCHULEWIRTSCHAFT* gefragt, insbesondere bei der Vermittlung von Kontakten zwischen verschiedenen Schulen.

Dieser Erfahrungsaustausch kann sowohl bilateral als auch auf zentralen Veranstaltungen wie Fortbildungen und Schülerfirmenmessen erfolgen. Die 1. Thüringer Schülerfirmenmesse wurde im Februar 2000 von der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung in Kooperation mit der Europäischen Jugendbildungs- und Jugendbegegnungsstätte Weimar, dem Thüringer Kultusministerium, dem Thüringer Institut für Lehrerfortbildung, Lehrplanentwicklung und Medien und der Landesarbeitsgemeinschaft *SCHULEWIRTSCHAFT* Thüringen erfolgreich durchgeführt.

Viele Schülerinnen und Schüler sowie Lehrerinnen und Lehrer nutzten die Gelegenheit, um sich z. T. erstmalig in anschaulicher Weise mit der Thematik zu beschäftigen. Sie nahmen die dort gewonnenen Anregungen und Ideen mit in ihre Schule. Inzwischen haben sich dadurch weitere Schülerunternehmen gegründet. Aber auch für die ausstellenden Schülerinnen und Schüler sowie Lehrerinnen und Lehrer hat die Messe viel gebracht. Sie konnten sich und ihr Unternehmen präsentieren, Vergleiche zu anderen Schülerunternehmen ziehen und selbst Anregungen für die Weiterentwicklung ihres Unternehmens gewinnen.

Im April 2005 fand inzwischen bereits die 6. Thüringer Schülerfirmenmesse in Gera statt.

Erfahrungsberichte

Schülerfirma „*ALTINA*“ der Hauptschule Altingen aus Ammerbuch (Schule und Selbstständigkeit -ifex)

Alle Schülerinnen und Schüler sind in der Klassenstufe 8 Arbeiterinnen und Arbeiter in der schuleigenen Firma ALTINA. Sie sollen in der Übungsfirma mehr Einblick in die Praxis des Berufslebens bekommen. Es werden betriebliche, wirtschaftliche und gesellschaftliche Fragen thematisiert sowie Waren unter marktwirtschaftlichen Bedingungen produziert und verkauft. Über die in der Lehrplaneinheit „Orientierung in Berufsfeldern“ vorgegebenen Fächer Wirtschaftslehre, Hauswirtschaft/Textiles Werken und Technik hinaus, werden in die Firmenprojekte je nach Bedarf Mathematik, Deutsch, Geschichte und Musik integriert.



Die Firma ALTINA wird im Rahmen eines Stehempfangs und mit einer Rede der Firmenchefin gegründet. Ein Graphik Designer berät beim Firmenlogo, dem Flyer und den Werbeplakaten.

Der Abteilungsleiter des Rechnungswesens beantragt beim Elternbeirat der Schule einen Kredit. Die Buchhalterinnen und Buchhalter haben die Verfügungs-

gewalt über das Konto bei der Bank.

Es gibt verschiedene Abteilungen und Aufgabenbereiche im Betrieb:

Einkauf, Produktion, Verkauf, Personal und Finanzen. Es werden Berufs- und Arbeitsplatzbeschreibungen gefertigt, die Berufe in Lohngruppen eingeteilt, Bewerbungsschreiben und Lebensläufe verfasst.

Die angehenden Arbeiterinnen und Arbeiter stellen sich bei der Geschäftsleitung vor. Firmeneigenes Geld wird hergestellt, Löhne ausbezahlt und in Lohnlisten eingetragen. Die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer können damit in die Kantine zum Essen gehen oder im firmeneigenen Kiosk



Waren einkaufen. Am Ende des Firmenprojektes wird eine Bilanz erstellt, der Betrieb liquidiert und der Gewinn ausgeschüttet. Durch die Gründung eines Betriebsrates und das Führen von Betriebsversammlungen ist das Mitbestimmungsrecht der Arbeiterinnen und Arbeiter gewährleistet.

Die Firma produziert ihre Waren in Serienfertigung. Die Produkte wechseln nach einer Marktanalyse teilweise von Jahr zu Jahr. Die Produktpalette beinhaltete z. B. Fledermauskästen,

Karteikästchen, Schreibtischablagen, Stapelboxen, Multiboxen und Zeitungsbündler.

Als Beraterinnen und Berater der Firma agieren u.a. Betriebsratsvorsitzende, Kreisvorsitzender der Gewerkschaft, Berufsberaterin, Eltern, Vertreterinnen und Vertreter der Industrie- und Handelskammer, Filialleiter Bank, Graphik Designer, Unternehmensberaterinnen und Unternehmensberater.

Schülerfirma „ARTEMIS“ des Evangelischen Ratsgymnasiums aus Erfurt (DKJS)

Seit November 2000 besteht am Evangelischen Ratsgymnasium Erfurt die Schüler (S) – GmbH ARTEMIS. Zum Zeitpunkt der Gründung bestand die Geschäftsidee in einer Artothek, d.h., die Bilder, die im schulischen Kunstunterricht der Klassen fünf bis zwölf entstehen, wurden von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern katalogisiert und dann an interessierte Einrichtungen – Arztpraxen, Anwaltskanzleien, Krankenhäuser etc. – verliehen. Dies ist bis heute das Hauptstandbein der S-GmbH, im Laufe der Zeit wurde die Grundidee allerdings erweitert. Seit 2002 erstreckt sich die Arbeit von ARTEMIS über zwei bis drei weitere Bereiche: Es werden von Schülerinnen und Schülern erstellte, themenbezogene Fotografien vermietet und verkauft, Imagefilme erstellt (bis jetzt einer über Biologische Lebensmittel und ein Werbefilm über das Evangelische Ratsgymnasium) und Altbautsanierungen unter ökologischen Aspekten digital dokumentiert. In diesem Jahr hat eine weitere Neuorientierung stattgefunden: Seit einigen Monaten besteht zwischen ARTEMIS und einer Schülerfirma an einer Förderschule in Buttstädt eine rege Partnerschaft.

In diesen Tätigkeitsfeldern haben die 18 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Klassenstufen neun bis zwölf häufig Kontakt zu Vertretern der realen Wirtschaft. Zum einen besteht der tägliche Kontakt mit den Kunden, aber auch außergewöhnlichere Bande konnten geknüpft werden. Im Entstehungsprozess der Filme gab es Verbindungen zum MDR, den Wirtschaftsjuvenen Erfurt-Weimar, der CMA, Tegut und anderen.

ARTEMIS hat es sich zum Ziel gesetzt, Kenntnisse und Arbeitsergebnisse aus den Fächern Kunst und Wirtschaft und Recht praxisnah anzuwenden und umzusetzen. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sollen und können durch ihre Arbeit in der Schülerfirma ihr Verantwortungsbewusstsein stärken, ihre Kommunikations- und Präsentationsstrategien schulen und ihre Kreativität voll ausleben.

Wichtiger Punkt in der Arbeit von ARTEMIS ist die Nachhaltigkeit. Als nachhaltige Schülerfirma verpflichtet sich ARTEMIS, ökologisch, ökonomisch und sozial zu handeln, um so Rohstoffe sinnvoll zu nutzen und nachfolgenden Generationen eine intakte Umwelt hinterlassen zu können. In der Praxis unterstützt ARTEMIS

die Verwendung von Altpapier im schulischen Kunstunterricht, verwendet langlebige und ökologisch geprüfte Bilderrahmen, schult die sozialen Kompetenzen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und legt Wert darauf, ein kundenfreundliches Unternehmen zu sein.

Besonderes Augenmerk liegt dabei immer auf dem Knüpfen neuer Kontakte: Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der S-GmbH haben auf zahlreichen Messen, Vernissagen und Tagungen die Gelegenheit, mit Politikern (wie hier mit Bundespräsident Horst Köhler und dem Thüringer Ministerpräsidenten Dieter Althaus in Erfurt), Unternehmern und Journalisten ins Gespräch zu kommen. All diese Gelegenheiten werden so weit wie möglich auch als Werbepattform für das Schülerunternehmen genutzt.



Da ARTemis am Evangelischen Ratsgymnasium kein Schulfach, sondern eine Arbeitsgemeinschaft ist, wird von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein hohes Maß an Eigeninitiative und Motivation gefordert, damit das Schülerunternehmen lebendig bleiben kann. Ein Mitglied der Geschäftsleitung arbeitet im Schnitt sechs Stunden pro Woche außerhalb der Unterrichtszeiten für die Schülerfirma.

Einzige und schönste Belohnung für die jungen Unternehmerinnen und Unternehmer ist die Anerkennung ihrer Arbeit durch die Öffentlichkeit, wie zum Beispiel beim Gewinn des Thüringer Schülerfirmenwettbewerbs 2003. Der Gewinn der Schülerfirma wird nämlich nicht an die Gesellschafterinnen und Gesellschafter ausgezahlt, sondern zum größten Teil wieder in Investitionen aufgewendet. Der Rest wird zur Förderung von Kunstprojekten am Evangelischen Ratsgymnasium genutzt.

Jennifer Wagner
(Geschäftsführerin)

Schülerfirma „C-MAIL“ der Regelschule Geratal aus Geraberg (GET-UP)

Meine Oma treffe ich heute Abend im Computerkurs...

konnten zumindest zwei der Lehrkräfte der Schülerfirma C-Mail sagen. Und so sieht es dann aus: der Enkel erlebt die Oma beim Meistern der modernen Computertechnik auf der Schulbank; die Oma sieht den Enkel als „Lehrer“ in einem ganz anderen Licht. Sie können etwas - die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Schülercomputerservice für Senioren - und sie können es überzeugend, freundlich

Schülerfirmen – Wenn Schüler zu Unternehmern werden

und hilfsbereit anderen beibringen. Auch die Ergebnisse der „Kunden“ können sich sehen lassen. Die Zeit mit den Anfangsproblemen ist lange vorbei. Textverarbeitung, Internetnutzung klappen schon ganz gut. Gestaltete Kochrezepte, Kalenderblätter, eigene Visitenkarten sind sichtbare Beweise der eigenen erlernten Möglichkeiten von Computernutzung.

Soweit in einem Zeitungsartikel im Januar des Jahres 2004. Davor gab es schon zwei andere Kurse, die zunächst mit Anfängern starteten, die meist dabei blieben und es im dritten Kurs quasi zur „Meisterschaft“ brachten. Stolz wurden dann am Ende Zertifikate ausgegeben.

Die Geschäftseröffnung der Schülerfirma hatte nach einer halbjährigen Vorbereitung am 27.02.03 in öffentlichem Rahmen stattgefunden.

In der Startsituation arbeiteten 3 Schüler aus Klasse 10 und 6 aus den 9.Klassen. Momentan sind 5 Schüler aus der Klasse 10, 2 aus Klasse 9 und 1 Schüler aus Klasse 7 beschäftigt.

Als Konzept steht – wie im Firmennamen festgeschrieben – Computer mit anderen Interessierten lernen.

Es geht darum, die eigenen Fähigkeiten im Arbeiten mit der Medientechnik einzusetzen und andere davon profitieren zu lassen.

Der Effekt soll sein, die ungeheuren Möglichkeiten der Computernutzung zu verbreiten und dabei vor allem sich selber weiterzubringen.

Die Entwicklung sozialer Kompetenzen steht im Vordergrund. Deshalb auch als Zielgruppe Senioren. Höflichkeit, Kommunikationsfähigkeit und Umgang mit anderen werden geschult.

Die Schülerlehrkräfte treten in Firmen-T-Shirts mit Logo auf, geben so auch ein gutes Bild ab und mühen sich nach Kräften einmal um eine frontale Unterrichtsgestaltung, aber auch um persönliche Hilfe am einzelnen Arbeitsplatz. Sie werden sehr gut angenommen mit ihrer jungen frischen Art, das merkt man an den Danksagungen am Schluss eines Kurses.



Als Problem erweisen sich immer wieder die rein bürotechnischen Arbeiten, Buchhaltung, Materialordnung u.ä. Hier ist immer noch viel Hilfe und Anregung nötig.

Zum Schluss ein paar Kundenmeinungen:

„Das schnelle Vorgehen gefällt mir und die Geduld von euch Jungs“
„dass man alles fragen kann und man schnelle Hilfe bekommt“
„dass man die „Hilfe“ beim Namen nennen kann (Namensschilder), z.B. Willy, Tobias, Andre usw.“

Elke Frank – beratender Lehrer
Schülerfirma C – Mail

Schülerfirma „Holzwurm AG“ der Gerhart Hauptmann Schule aus Alsdorf (Go! to school)

Die neu gebildete Förderklasse 9F gründete gemeinsam mit ihrem Lehrer zu Beginn des Schuljahres 2002/03 die Schülerfirma „Holzwurm AG“. Während der Gründungsphase beschäftigten sich die Schülerinnen und Schüler im Unterricht mit der Frage „Was ist ein Unternehmen und wie funktioniert es?“

Es kam zu dem Beschluss: Wir gründen eine Schülerfirma.

Die Genehmigung der Schulkonferenz wurde eingeholt. Eine Betriebsbesichtigung bei einem Jungunternehmer (ehemaliger Schüler unserer Schule) wurde durchgeführt. Gespräche mit einer Bank fanden statt, ein Konto wurde eröffnet, ein Firmenkonzept wurde erstellt und ein Briefkopf für die Geschäftspost wurde entworfen.

Die Schülerfirma erhielt – nachdem sie ein entsprechendes Angebot ausgearbeitet hat und unterbreitet hatte – den ersten Auftrag: Für eine Betriebskantine baute man sechs zerlegbare Tische, die im März '03 geliefert werden konnten. Der zweite große Auftrag wurde im Oktober '04 abgeschlossen. An eine Grundschule in Geilenkirchen konnten nach der Fertigstellung in der firmeneigenen Werkstatt zehn Schulhofbänke geliefert werden. Auftraggeber des 3. Auftrages war die eigene Schule. Für die Aufbewahrung von Schulbüchern wurden 20 stabile Bücherboxen gebaut (im Januar '04).

Für zwei weitere Anfragen wurden den Kunden im März '03 Angebote unterbreitet. Eine Firma war an Materialboxen aus massivem Holz interessiert, und eine Grundschule aus Hürth bestellte verschiedenen Materialien für die Freie Arbeit. Die Produktionsphase begann nach den Osterferien. Inzwischen konnten auch diese beiden Aufträge erfolgreich abgeschlossen werden. Die Firma steht zurzeit kurz vor der „Schließung“. Nicht, weil es an Aufträgen fehlt, sondern weil die Schülerinnen und Schüler kurz vor ihrer Schulentlassung stehen. Zurzeit steht noch nicht fest, ob im neuen Schuljahr wieder eine Förderklasse eingerichtet werden kann. Sollte dies der Fall sein, wird die Schülerfirma wahrscheinlich weitergeführt werden.

Die Erfahrungen mit der Schülerfirma sind positiv. Schülerinnen und Schüler, die vorher für schulisches lernen kaum noch zu motivieren waren, erhielten wieder einen Bezug zur eigenen Leistung und zum eigenen Können. Durch Erfolgserlebnisse und durch die unmittelbare Erfahrung, dass fachliche Unterrichtsinhalte für die Praxis von großer Bedeutung sind, konnte Lernbereitschaft wieder geweckt werden. Lernprozesse wurden wieder möglich.

Schülerfirma „Snackpoint S-GmbH“ der Lessingschule aus Erfurt (DKJS)

Unsere Schülerfirma „Snackpoint S-GmbH“ wurde am 01.09.2001 an der Lessingschule Erfurt gegründet und von 10 Schülerinnen und Schülern der Klassen 7 bis 10 erfolgreich geführt. Unser Konzept besteht darin, den „Marktplatz Schule“ zu beleben. Dazu haben wir im Gründungsjahr damit begonnen, eine ansprechende, abwechslungsreiche und gesunde Pausenversorgung zu organisieren. Unser Angebot hier haben wir ständig erweitert, inzwischen sind es über 50 verschiedene Artikel. Dabei wurde vieles ausprobiert und teilweise auch wieder verworfen, weil es von den Kunden nicht angenommen wurde. So hatten und haben wir beispielsweise Schwierigkeiten damit, Obst und Gemüse zu verkaufen, auch Milch ist kaum gefragt. Trotzdem geben wir den Gedanken der gesunden Ernährung nicht auf und versuchen beispielsweise in Zusammenarbeit mit dem Verein „Ökoherz“ neue Möglichkeiten zu finden.

Außerdem fühlen wir uns für die Organisation unterschiedlicher Veranstaltungen an unserer Schule verantwortlich, wobei wir diese dann nicht nur zum Verkauf nutzen, sondern auch als Schiedsrichter, Moderatoren, Fotografen u.a. tätig sind. Zu Traditionen sind inzwischen unsere Halloween-Party, die Fußball- und Tischtennisturniere, das Sport- und Spielfest, „Wer wird Championär“ und die Lesemittags geworden.

Seit dem Jahr 2000 nehmen Schülerinnen und Schüler unserer Schule am Mitteldeutschen Kochwettbewerb, der von den jeweiligen Gasversorgungsunternehmen unterstützt wird, teil. Daraus entwickelte sich eine sehr gute Zusammenarbeit unserer Schülerfirma mit den Erfurter Stadtwerken. So erhielten wir die ersten Aufträge außerhalb unserer Schule: Wir übernahmen z.B. die Versorgung zur Eröffnung einer neuen Erdgastankstelle, gestalteten inzwischen zum dritten Mal das Magdeburger-Allee-Fest mit, boten eine Unmenge belegte Schnittchen zum 4. Geburtstag des Kaufhauses „Breuninger“ an und wirkten beim Parkhausfest am Dom mit. Diese Veranstaltungen gaben uns die Möglichkeit, unser Unternehmen und damit auch unsere Schule in der Öffentlichkeit zu präsentieren. Außerdem entstand ein neuer Service unserer Schülerfirma – das Anbieten kleinerer Büffets zu unterschiedlichen Anlässen. Dieser wird z.B. von Lehrerinnen und Lehrern unserer Schule gern genutzt. Unser größter Auftrag, den wir auch zur Zufriedenheit unseres Kunden erfüllten, war ein Catering für 120 Gäste zur Eröffnungs-

veranstaltung des sechsten Thüringer Businessplan Wettbewerbs. Das hat uns sehr viel Spaß gemacht und auch mit Stolz erfüllt, aber ein solcher Auftrag ist einfach zu umfangreich für eine Schülerfirma.

Seit dem letzten Geschäftsjahr geben wir zweimal im laufenden Schuljahr unsere Schülerzeitung „Feedback“ heraus. Für Inhalt und Gestaltung dieser sind freie Mitarbeiter verantwortlich, die unsere Technik dafür nutzen.

Die Stadtwerke Erfurt sind Sponsor unserer Schülerzeitung, so dass diese auch mit Gewinn von uns vertrieben werden kann.

Wie die Zeitung bietet auch der Rundfunk Möglichkeiten zur Werbung in eigener Sache, daher unterstützen wir den Aufbau eines Schulfunks an unserer Schule. Bisher haben sich 10 Schülerinnen und Schüler unterschiedlicher Klassenstufen zusammen gefunden und sich in Workshops mit Moderationsformen, Aufnahme – und Schnitttechniken auseinander gesetzt. Theoretische Unterstützung fanden sie beim Erfurter Bürgerradio. Leider funktioniert der eigentliche Funk über Lautsprecher noch nicht, da hier Absprachen mit überschulischen Institutionen und die Einhaltung bestimmter gesetzlicher Regelungen notwendig sind.

All das klingt nach sehr viel Arbeit für die 10 ständigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unserer Firma. Da es aber unsere eigenen Ideen waren, die wir mit Unterstützung unserer betreuenden Lehrerinnen und Lehrer, der DKJS, der Get Up-Initiative, der Landesarbeitsgemeinschaft *SCHULEWIRTSCHAFT* und unserer Sponsoren umsetzen können, und wir viel Spaß dabei haben, ist es kein Problem täglich 1 – 2 Stunden länger in der Schule zu arbeiten.

Besonders wichtig für die Zukunft unserer Schülerfirma ist die Sicherung und der Ausbau unserer wirtschaftlichen Basis, der täglichen Pausenversorgung, um auch die anderen angestrebten Ziele erreichen (finanzieren) zu können.

Pascal Passet

**Schülerfirma „*Modern Wood Gruppe International*“ der
Gesamtschule Mittelkreis in Goch
(Achievers International)**

Seit 1984 wurden an der Justus-von-Liebig Hauptschule in Moers Unternehmensprojekte durchgeführt. Das Schülerunternehmen Modern Wood – inzwischen mit anderen Firmen zur Modern Wood Gruppe International zusammengefasst – wurde 1989 gegründet. Seit 1996 läuft das Schülerunternehmensprojekt als europäisches Bildungsprojekt im Rahmen des Sokrates/Comenius – Programms der EU.

Mit dem Wechsel des Projektkoordinators von Moers nach Goch wurde das Projekt mit Beginn des Schuljahres 2000/2001 und mit Zustimmung der EU an der Gesamtschule Mittelkreis etabliert.

Das Unterrichtsprojekt „Modern Wood – Schüler gründen einen Betrieb“ ist zunächst einmal entwickelt worden, um Schülerinnen und Schüler stärker für den Bereich Arbeitslehre/Wirtschaftslehre zu interessieren. In seiner didaktischen Konzeption geht es allerdings über den fachspezifischen Ansatz hinaus. Die handlungsorientierte Komponente mit Elementen der Eigentätigkeit, Spontaneität und Selbständigkeit soll dazu beitragen, einen Unterricht zu realisieren, der die Diskrepanz zwischen Zukunftsorientiertheit und Unmittelbarkeit von Erfahrungen in der Gegenwart überwindet.

Das Projekt fördert Schülerinnen und Schüler in ihrer ganzen Persönlichkeit und unterstützt die Entwicklung von Selbständigkeit, Eigenverantwortlichkeit, kreativem Tun, Planungsfähigkeit, Entscheidungsbereitschaft und Problemlösungsfähigkeit. Es bietet darüber hinaus viele Ansätze für das zentrale Anliegen der ökonomischen Bildung, grundlegende wirtschaftliche Zusammenhänge im Rahmen eines handlungsorientierten Unterrichts erfahrbar und durchschaubar zu machen. Durch die Gründung und Organisation eines Betriebes, durch die Planung, Produktion und den Absatz eines Produktes erarbeiten sich die Schüler wichtige betriebswirtschaftliche Tatbestände und Zusammenhänge.

Zurzeit arbeiten 3 Schülerinnen und 10 Schüler der Schülerfirmen – AG in den Abteilungen Einkauf, Verkauf, Marketing, Personal, Finanzen und EDV. Die Produktion wird von einem Kollegen im Technikraum betreut. Der Zeitumfang von zwei Schulstunden wird regelmäßig durch außerunterrichtliche Aktivitäten überschritten. Doch mit großer Begeisterung stellen die Schülerinnen und Schüler ihr Projekt und ihre Produkte immer wieder gerne in der Öffentlichkeit vor. Die Elternmitarbeit ist dabei von nicht zu unterschätzender Bedeutung. Sie leisten zum Beispiel Transportdienste und knüpfen Kontakte zur heimischen Wirtschaft.

Die mit der Gründung und Organisation des Unternehmens verbundenen Aktivitäten werden zum großen Teil mit realen Verhandlungspartnern und Funktionsinhabern durchgeführt.

Wie jedes Unternehmen ist auch die Schülerfirma „Modern Wood Gruppe International“ in ein Netzwerk von Beziehungen auf lokaler, regionaler und internationaler Ebene eingebunden. Diese Kontakte ergeben sich aus geschäftlichen Aktivitäten im Rahmen von Marktuntersuchungen, Verkaufsausstellungen und Präsentationen, aber auch aus der Überlegung heraus, dass bei den täglichen Geschäften Probleme entstehen, die nur von Experten gelöst werden können. So haben die Schüler festgestellt, dass die Verkaufsfrequenz saisonbedingt zu gering ist. Kontakte mit der IHK Duisburg/Kleve führten dazu, dass Unternehmensberater die

Geschäftstätigkeit untersuchten und zu einer Kooperation mit dem lokalen Einzelhandel rieten.

Die Firma GLASDECO in Kevelaer stellt inzwischen die Produkte der Schülerfirma in ihren Verkaufsräumen aus. Das Sortiment besteht aus eigenen Produkten (Flaschenöffner) und den Produkten der ausländischen Schülerfirmen (Glas aus der Tschechischen Republik, Stahlfiguren aus Polen, Bergamotteerzeugnisse aus Italien).

Mit der Einbindung in das Sokrates/Comenius – Programm der EU erhält das Betriebsgründungsprojekt eine zusätzliche europäische Dimension. Alle Partnerschulen in den europäischen Ländern unterhalten Schülerunternehmen, die in enger wirtschaftlicher Beziehung zueinander stehen. Mit Hilfe moderner Kommunikationstechniken werden Produktionsprogramme abgesprochen, Absatzstrategien entwickelt und Import- und Exportgeschäfte durchgeführt. Das führte auch dazu, dass sich die Modern Wood Gruppe International seit einiger Zeit an dem schottischen Schülerfirmenprogramm „Achievers International“ beteiligt.

Die Teilnahme an Messen, Trade Fairs und Basaren im In- und Ausland macht den Schülerinnen und Schülern den dynamischen Wettbewerbscharakter ökonomischen Handelns deutlich und entspricht den Leitvorstellungen einer Education for Enterprise. Zugleich ist die Teilnahme für die Schülerinnen und Schüler eine Form der Belohnung. Bei der Teilnahme am „JUNIOR“-Programm des Instituts der deutschen Wirtschaft erhalten die teilnehmenden Schülerinnen und Schüler auch eine Vergütung für ihre Arbeit.

Das Interesse für dieses Projekt ist seit den Anfängen stetig gestiegen. Heute genießt es eine breite Unterstützung auch durch Einrichtungen außerhalb des Schulbereichs. Dazu gehören ebenso Wirtschaftsverbände wie Universitäten im In- und Ausland. Im Herbst 2000 wurde das Projekt auf einer internationalen Konferenz der Weltbank in Polen vorgestellt. Anfang Oktober 2004 ist eine Präsentation auf der Go! Konferenz Kultur der Selbständigkeit im Düsseldorfer Landtag vorgesehen.

Die Akzeptanz für dieses Schülerfirmenprojekt ist nicht zuletzt auf die mediale Unterstützung zurückzuführen. Regelmäßige Zeitungsberichte, Auftritte im Fernsehen, Rundfunkberichte und Artikel in Fachzeitschriften sorgen für eine große Verbreitung.

Schülerfirma „Physikandum“ des Leibniz-Gymnasiums in Bad Schwartau (*business@school*)

Die Idee des Unternehmens „Physikandum“ entstand als Business Plan im Rahmen des Projekts „business@school“, das von der Boston Consulting Group (BCG) organisiert wird. In drei Phasen beschäftigten sich die Schülerinnen und

Schüler des Leibniz-Gymnasiums in vier Gruppen praxisnah mit dem Thema Wirtschaft. Das Team "Physikandum" mit Stefan Czieslik, Christian und Johannes Hattendorff, Felix Lotzin sowie Carsten und Hartmut Tischbirek gewann mit seiner Idee das Europafinale.

In der ersten Phase des Projekts stehen die Analyse eines börsennotierten Unternehmens und das Erlernen betriebswirtschaftlicher Grundlagen im Vordergrund, in der zweiten Phase folgt dann die Informationsbeschaffung zur Analyse eines kleinen Unternehmens der Umgebung (z.B. einer Bäckerei, einer Autowerkstatt), so dass sowohl kleine als auch große Strukturen untersucht werden. Die Schüler-teams erforschen und bewerten hierzu die spezifische Situation der von ihnen gewählten Unternehmen. Die letzte Phase und der Höhepunkt von „business@school“ ist schließlich die Umsetzung des Gelernten. Im Team entwickeln die Schülerinnen und Schüler eine Geschäftsidee, erarbeiten einen fundierten Geschäftsplan und stellen diesen – wie auch die Ergebnisse der ersten Phasen - einer Jury vor. Die diesjährige Präsentation der dritten Phase fand in einem Wettbewerb statt, der über Schul- und Regionalebene bis zum europäischen Finale (mit allen teilnehmenden Ländern: Deutschland, Österreich, Schweiz, Italien) in München führte. In einer multimedialen Präsentation erläuterte das Team "Physikandum" einer hochkarätig besetzten Jury seinen Geschäftsplan:

Das Unternehmen "Physikandum" verleiht physikalische Versuchsaufbauten an Schulen, liefert diese an und berät bei Aufbau und Durchführung.

"Physikandum" verfügt in seinem Lager über einen großen Bestand an Versuchsaufbauten und kann den Service für mehrere Schulen gleichzeitig anbieten. Die erhobene Verleihgebühr richtet sich nach der Dauer des Ausleihens und der Art des ausgeliehenen Versuchs. Potentielle Kunden sind Schulen der Sekundarstufe II, wobei sich die Unternehmung aus logistischen Gründen zunächst auf den Ballungsraum Hamburg konzentrieren soll.

Der Vorteil des Verleihsystems ist, dass die ungenutzten Standzeiten von Versuchen in Sammlungen verringert werden, also teure Versuchsaufbauten öfter und damit effizienter genutzt werden können. Dies bietet den Schulen vor allem finanzielle Vorteile, da für sie die teure Anschaffung entfällt und sie lediglich die Leihgebühren bezahlen. Außerdem können besonders aufwendige Versuche, die normalerweise nicht zur Sammlung einer durchschnittlichen Schule gehören, im Unterricht vorgeführt werden. Der Physikunterricht lässt sich flexibel und kostengünstig gestalten.

"Physikandum" ist als Geschäftsmodell zurzeit nahezu konkurrenzlos und bietet auch weitere Optionen, etwa einen neuen Ansatz für Bildungssponsoring durch Unternehmen für bestimmte Versuche.

Mit dieser Geschäftsidee überzeugte "Physikandum" und gewann das Europafinale und den ersten Preis: zweiwöchige Praktika bei der betreuenden Boston Consulting Group für alle Teammitglieder. Das Unternehmen "Physikandum" existiert bis heute nur auf dem Papier - obwohl es nach dem Gewinn des Finales Bemühungen gab, das Projekt zu verwirklichen. Das ist einerseits schade, denn so verzichtet das Projekt auf echte Praxis, andererseits eröffnet es aber für das Projekt „business@school“ Freiräume und erweiterte Möglichkeiten, welche die Planung von innovativen und anspruchsvollen Geschäftsideen erleichtern.

Ziel des Projektes ist das Vermitteln von betriebswirtschaftlichen Kenntnissen, Teamfähigkeit und Präsentationstechniken, hierzu gab es im Laufe des Projektjahres einige Veranstaltungen, bei denen die Beraterinnen und Berater der Boston Consulting Group zusammen mit anderen Betreuerinnen und Betreuern aus der Wirtschaft den Team allgemeines Grundwissen über Bilanzen und Unternehmensanalysen oder auch über Präsentationstechniken vermittelten. Auch wenn diese Veranstaltungen manchmal zeitlich sehr knapp bemessen waren, so muss man doch anerkennen, dass nicht zuletzt die Beraterinnen und Berater mit den Materialien der Boston Consulting Group, die man auch im Internet herunterladen konnte, einen ausgezeichneten Wirtschaftsunterricht gegeben haben. Das Team "Physikandum" - wie auch alle anderen Teams des Leibniz-Gymnasiums - arbeitete völlig selbständig und mit eigener Zeiteinteilung außerhalb des normalen Unterrichtes und erhielt auch keine wesentliche inhaltliche Unterstützung der betreuenden Lehrerinnen und Lehrer, die zwar immer für Fragen offen waren, aber sehr selten gefragt wurden. Die Schülerteams allein waren für Inhalt und pünktliche Abgabe der Präsentationen verantwortlich und wurden vorher von keiner Seite geprüft oder unter Druck gesetzt, somit waren Teamfähigkeit und insbesondere die sinnvolle Verteilung von Aufgaben und das Einhalten von Abgabefristen entscheidend für das Ergebnis.

Sehr wichtig für die berufliche Orientierung waren sicherlich auch der Kontakt und das Gespräch mit den betreuenden Beraterinnen und Beratern der Boston Consulting Group und den anderen Unternehmensvertretern, mit denen man sich sonst eher selten über berufliche Perspektiven unterhielt.

Schülerfirma „SAG Lecker.de“ der Herderschule aus Weimar (GET-UP)

Unsere Schülerfirma ist eine Schüleraktiengesellschaft. In der Firma sind zurzeit 20 Mitglieder aus den Klassen 8 – 10 unserer Schule, die sich auf einen Beruf im Bereich Hauswirtschaft und Gastronomie vorbereiten wollen.

Alle Schülerinnen und Schüler, die in der Firma mitarbeiten, sind auch Mitglied der Firma. Sie besitzen mindestens eine Aktie und haben einen Arbeitsvertrag mit der Schülerfirma abgeschlossen.

Unsere Geschäftsidee am Anfang war, im neu eingerichteten Internettreff der Schule ein kleines Schulrestaurant einzurichten, in dem man ein frisch zubereitetes Mittagessen zu sich nehmen kann.

Unsere Schülerfirma wurde am 22.04.2002 gegründet und existiert jetzt seit zweieinhalb Jahren. Die Presse hat seit dem schon mehrmals über uns berichtet, vor allem über die Gründung und den Sieg einer Schülergruppe im „6. Erdgaspokal der Schülerköche“.

Einige Mitglieder haben inzwischen die Schule verlassen. Ein Schüler befindet sich in der Berufsausbildung zum Koch und kommt uns noch manchmal besuchen. Wir haben in diesem Schuljahr viele neue Mitglieder in der Firma aufgenommen und kochen von Dienstag bis Donnerstag täglich ein Mittagsgeschicht mit Vorspeise und Nachspeise. Dabei umfasst die tägliche Arbeitszeit im Schnitt vier Stunden und ein Teil der Zeit gehört zum Unterricht im Fach Hauswirtschaft. Die restliche Arbeitszeit erledigen wir in der Freizeit.

Die Preise für das Essen dürfen 2,00 € nicht überschreiten, damit sich jede Schülerin und jeder Schüler und auch die Eltern, die wenig Geld haben, das Essen leisten können. Am häufigsten essen aber die Lehrerinnen und Lehrer der Schule bei uns.

Uns macht nicht nur das Kochen Spaß, wir dekorieren auch gern die Tische und servieren Speisen und Getränke. Dafür haben wir uns eine besondere Kleidung gekauft, damit keine Schülerin und kein Schüler in einer Küchenschürze die Gäste bedient.

Wir haben in unserer Firma festgelegt, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich besonders anstrengen, auch durch Prämien belohnt werden. Probleme gibt es bei uns manchmal, wenn Schülerinnen und Schüler Termine nicht einhalten. Es ist auch nicht so einfach für einige Schülerinnen und Schüler, die Aufgaben zu schaffen, die sie erledigen müssen, denn an unserer Schule gibt es Schülerinnen und Schüler mit verschiedenen Lernproblemen und auch mit Behinderungen, da ist Teamarbeit besonders wichtig und das man sich gegenseitig hilft. Außerdem sind die meisten Schülerinnen und Schüler auf die Hilfe der Lehrerinnen und Lehrer angewiesen, deshalb sind auch fünf Lehrerinnen und sonderpädagogische Fachkräfte Mitglieder der Firma. Trotzdem wird die Firma bei uns nicht von den Lehrerinnen und Lehrern sondern von den Schülerinnen und Schülern geleitet.

Unsere Firma kocht nicht nur Mittagessen. Manchmal bereiten wir auch Speisen für Gäste der Schule zu (Versammlungen, Tagungen, Weiterbildungen).

Wir sind auch oft bei Veranstaltungen in der Schule mit einem Versorgungsstand dabei. Dann gibt es meist selbst gebackene Pasteten, Kuchen, belegte Brötchen und Getränke. Die letzte Sonderveranstaltung war das integrative Sportfest „Gemeinsam in Bewegung bleiben“ am 10.09.2004. In der Schule waren an dem Tag über 500 Gäste und unsere Firma hatte ein „Sportlercafé“ in der Glashalle der Schule eingerichtet. Es gab nicht nur Kaffee und Getränke, sondern auch viel Kuchen und belegte Brötchen. Wir haben in der Vorbereitung dafür gesorgt, dass unser Logo auf dem Werbeplakat zu sehen ist und haben die Arbeit rund um das Cafe vom Einkauf und den Vorbereitungen über den Verkauf und das Aufräumen gut organisiert. Die Veranstaltung war für die Schule und für unsere Firma ein voller Erfolg und hat viel Spaß gemacht.

In diesem Schuljahr nehmen wir zum zweiten Mal am GET UP Wettbewerb „Schüler gründen ein Unternehmen“ teil. Im vergangenen Schuljahr haben wir den 5. Platz belegt und einen Sonderpreis für „Marketing und Präsentation“ bekommen. In diesem Wettbewerbsjahr haben wir uns besonders um mehr Umweltbewusstsein bemüht. Wir verwenden im Schulrestaurant Stoffservietten, trennen den Müll, haben einen Kräutergarten angelegt und verwenden umweltfreundliche Reinigungsmittel.

Wir haben uns auch darum bemüht, die Eltern mehr in unsere Angebote einzubeziehen. Deshalb haben wir schon zweimal ein Elternrestaurant organisiert, das sehr gut besucht war. Jetzt kommen auch die Eltern manchmal zum Mittagessen in die Schule und können gleich mal sehen, wie ihre Kinder in der Firma arbeiten und was sie alles lernen.

Bei uns in unserer Firma gibt es immer viel zu tun, aber die Arbeit macht uns Spaß und wir lernen viel für die spätere Berufsausbildung.

Maik Dreßler (Firmenleitung)

Kornelia Tolk (beratende Lehrerin)

Schülerfirma „SCOTYS“ des Sophie-Charlotte Gymnasiums aus Berlin Charlottenburg (Achievers International)

Die eigentliche Idee zur Gründung einer Schülerfirma hatten die Englischlehrer der Klassen 10c und 10d unseres Gymnasiums. Als wir von dem Vorschlag hörten, hatten wir sofort großes Interesse und einige Schülerinnen und Schüler informierten sich genauer über das Projekt „Achievers International“.

Bei der Veranstaltung in der britischen Botschaft, in der Schülerinnen und Schüler, die schon eine Firma gegründet hatten, ihre Ergebnisse vorstellten, waren alle sehr begeistert.

An unserer ersten Sitzung am 11.09.2000 waren 40 Schülerinnen und Schüler anwesend. Uns wurde sofort bewusst, dass wir ohne eine Aufteilung in verschiedenen Abteilungen nicht effektiv arbeiten könnten.

Unsere Schülerfirma SCOTYs (Sophie's Company of Trading Youngsters) besteht also aus sieben verschiedenen Ressourcen: Geschäftsführung, Sekretariat, Sponsoring-, Public Relation-, Marketing-, Finanz- und EDV-Abteilung.

Die Zahl der teilnehmenden Jugendlichen reduzierte sich allerdings, als klar wurde, dass das Projekt viel Zeit und Geschick erfordern würde.

Bei den nächsten Sitzungen und Aktionen bildete sich eine schlagkräftige Gruppe von 31 Schülerinnen und Schülern, die bereit ist in Teamarbeit aber auch mit individuellem Engagement unsere Ziele zu erreichen. Unsere Exportprodukte sind u.a. Lebkuchen und Spekulatius um die Weihnachtszeit, aber auch Gummibärchen, da unsere Marktforschung ergeben hat, dass es in GB keine Gummibärchen gibt, die bei den Briten jedoch sehr beliebt sind.

Wir sind uns einig, dass neben dem Lerneffekt und dem Einblick in das Berufsleben auch die Völkerverständigung und die Partnerschaft zu unseren schottischen Kolleginnen und Kollegen im Vordergrund steht.

Außerdem wollen wir natürlich Profit machen, um unsere Aktionäre für ihr Vertrauen zu belohnen und um „SCOTYs“ fest in der Sophie-Charlotte Oberschule zu „installieren“, so dass auch noch die nächsten Jahrgänge davon profitieren.

Wir sind alle davon überzeugt, dass wir mit Spaß und viel Mut unsere Ziele erreichen können.

Juniorenfirma „YE@H“ aus Hamburg

Am 30. März 1994 wurde die Juniorenfirma der HEW AG, die „Himmel Erde Wasser“, von fünf kaufmännischen Auszubildenden, im Rahmen eines vom Bundesinstitut für Berufsausbildung geförderten Modellversuchs, als integraler Bestandteil der Berufsausbildung gegründet.

Sie wurde entwickelt, da die betriebliche Arbeit in Großunternehmen schon seit längerer Zeit durch die zunehmende Arbeitsteilung und Automatisierung für die Auszubildenden ihre Durchschaubarkeit verloren hat. Zusammenhänge sind nicht mehr ohne weiteres erkennbar.

Bei der „Himmel Erde Wasser“ handelte es sich dagegen um ein Unternehmen mit realem Geschäftsbetrieb, deren Organisation, Aufgaben und Arbeitsabläufe weitgehend denen eines Kleinbetriebes entsprechen. Den Auszubildenden sollen unter realistischen Gegebenheiten Schlüsselqualifikationen wie Eigenverantwortung

tung, Teamfähigkeit, Verantwortungsbewusstsein u. ä. vermittelt und betriebswirtschaftliche Zusammenhänge erkennbar gemacht werden.

Um Aufträge besser und schneller bearbeiten zu können, entstand eine enge Zusammenarbeit der Jufi (Juniorfirma) mit den Technikerinnen bzw. Technikern der Projektwerkstätten, und im Jahre 2000 kam die Idee einer Fusion auf. Somit entstand am 01.07.2000 die Young Energy @ HEW, kurz YEAH.

Die Fusion mit der Projektwerkstatt erleichterte den reibungslosen Ablauf und auch der Kontakt zwischen kaufmännischen und technischen Azubis wurde gefördert.

Die wachsende Mitarbeiterzahl hatte zur Folge, dass die Jufi unübersichtlicher wurde, und man beschloss, sie in 5 Abteilungen, Marketing & Personal und Dienstleistung, Finanzen & Controlling, Planung und Entwicklung & Produktion, Werbemittelvertrieb und PC Vertrieb zu unterteilen. Diese Aufteilung garantierte den reibungslosen Ablauf und steckte Zuständigkeitsbereiche klar ab.

Heute treffen sich die nunmehr 48 Mitarbeiter der Jufi jeden Freitag um 7 Uhr, um die anfallenden Arbeiten auszuführen.

Ein Problem unserer Jufi besteht in der Kommunikation zwischen den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Abteilungen, welches vor allem durch den ständigen Mitarbeiterwechsel hervorgerufen wird. Da die Ausbildung immer Priorität vor der Jufi hat, können manche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Beispiel nicht aus den Abteilungen heraus oder sind in der Schule, was einen steten Wechsel der Anwesenden zur Folge hat.

Um diesem Problem entgegenzuwirken, findet jeden Freitag um 7.30 eine Koordinationsausschusssitzung mit den Ausbildern und den Vorständen der einzelnen Abteilungen statt, um Probleme, anstehende Aufträge und Pläne für die Zukunft zu besprechen. Aufgabe der Vorstände ist dann, die Informationen an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihrer Abteilung weiterzuleiten.

Des Weiteren hat die Jufi stets eine kaufmännische Bereichseingesetzte bzw. einen kaufmännischen Bereichseingesetzten, die bzw. der 6-8 Wochen lang für die kaufmännischen Abläufe in der YEAH zuständig ist. Eine ihrer bzw. seiner Aufgaben ist die Moderation der Koordinationsausschusssitzung, sowie das Verfassen und die Versendung des Protokolls einer jeden Sitzung, damit sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter selbständig auf dem Laufenden halten können.

Neben Produkten wie Amsiklemmen, Pumpensteuerungen, Werbemitteln, PC's und unserem Verkaufsschlager, den Jacken von Wellensteyn, bietet die YEAH auch verschiedene Dienstleistungen an. Da ist zum Beispiel das alljährliche Weihnachtsbacken oder der Kalenderverkauf des HEW Rezeptkalenders in den Kundenzentren der HEW, wofür die Jufi die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stellt und einplant.

Eine der umfangreichsten Aufgaben der Jufi Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist die Planung und Durchführung der Bilanzpressekonferenz, die jeweils zum Geschäftsjahresende gemeinsam mit dem Jahresabschluss ansteht. Da müssen Einladungen geschrieben, Reden erarbeitet, Tischdecken bestellt, der Bühnenaufbau geplant, der Geschäftsbericht geschrieben, Kaffee und Kuchen bestellt und die Nerven der Abteilungsvorstände, die Ihre Reden auf der Bühne halten müssen, beruhigt werden. Eine Belohnung für all die Mühen bekommt man dann, wenn man einen Bericht über die BPK „seiner“ Jufi in den Nachrichten auf HH1 sieht oder einen Artikel im Hamburger Abendblatt lesen kann.

Bei all den großen und kleinen Problemen, die eine Juniorenfirma mit sich bringt, macht die Mitarbeit eigentlich immer großen Spaß und die Auszubildenden lernen viel über die Zusammenhänge einzelner Abteilungen in einem Betrieb, und wie wichtig die Zusammenarbeit untereinander für den reibungslosen Ablauf in einer Firma ist.

Presseberichte

Hier ist der Lehrling Chef

Von Partick Bernau, IHK-Magazin „position 3/2004“

Wenn der Azubi denkt wie ein Unternehmer - dann könnte er in einer Juniorenfirma mitgearbeitet haben. In ihren eigenen Betrieben können Azubis lernen, wie man ein Unternehmen führt, während sie Webseiten designen oder Telefone verkaufen.

Es ist eine kleine Firma, die im Ausildungszentrum des Telefonbauers DeTeWe in Berlin sitzt. Sie hat zwar 24 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, aber nur einen Büroraum, darin zwei Computer, ein Telefon und einen Schreibtisch für die Geschäftsführerin bzw. den Geschäftsführer. Hinter dem sitzt manchmal Eva Kühne. Manchmal auch Yvonne Henkel. Oder ein anderer der 24 DeTeWe-Azubis. Denn die Lehrlinge des Telefon-Entwicklers betreiben ihre Firma „YoungStars“ gemeinsam. Seit 1994 verkaufen die Azubis in ihrer Firma DeTeWe-Telefone und kleine Telefonanlagen an die anderen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Geräte gibt's von den Zulieferern billiger, ansonsten müssen die YoungStars ihre Firma organisieren wie jeder andere Unternehmer auch. Dabei lernen sie Einiges: "In den Abteilungen sehen die Azubis immer nur Teilaspekte des Unternehmens“, sagt Ausbildungsleiter Mario Gitschel. „In ihrer Firma lernen sie, alle Aspekte zu überblicken. Außerdem gewinnen sie an Mut und Selbstständigkeit“.

Juniorenfirmen wie die DeTeWe-Young-Stars sind nicht besonders verbreitet in deutschen Unternehmen und Berufsschulen. Von gerade mal 300 geht die „Arbeitsgemeinschaft der Juniorenfirmen“ aus. „Grundsätzlich finden viele Unternehmen die Idee gut. Aber mit einer Juniorenfirma ist Organisationsaufwand verbunden. Wenn es irgendwann um Streichungen geht, ist sie schnell auf der roten Liste“, sagt AG-Sprecherin Zorana Dippl. In ihren Augen ist das zu kurz gedacht.

Sich selbst beweisen

Kundenorientierung, Kostenbewusstsein, Teamfähigkeit, Eigeninitiative: „All das lernen Azubis in Juniorenfirmen,“ sagt Dippl. „Vor allem für Azubis, die sich sonst wenig zutrauen, ist das die Möglichkeit, sich zu beweisen.“ Und wer mal einen Fehler mache, könne ihn selbst ausmerzen.

Gerade erst haben die DeTeWe-Lehrlinge ihre Firma komplett umstrukturiert. Zu teuer waren die Einkaufspreise, das Büro zu selten besetzt - schon schrumpfte der Umsatz. Wenn sie davon erzählen, sprechen die jungen Unternehmerinnen und Unternehmer wie ihre alten Pendanten: „Wir haben den Ist-Zustand mit dem Soll-Zustand verglichen und die Probleme gelöst“, sagt Henkel, Kollegin Eva Kühne

Schülerfirmen – Wenn Schüler zu Unternehmern werden

ergänzt „Jetzt müssen wir uns wieder bekannt machen.“ „In solchen Situationen muss man Vertrauen zu den Azubis haben und sich zurücknehmen“, sagt Ausbildungsleiter Gitschel. Das fällt nicht jedem leicht. Doch auch Expertinnen und Experten betonen: Die Ausbilderin bzw. der Ausbilder muss zwar bereitstehen, um den Lehrlingen Fragen zu beantworten, sich ansonsten aber weit zurücknehmen. Ungeduldige Kolleginnen und Kollegen kann Gitschel trösten: „Die Lösung kommt. Sie kommt bestimmt.“

Der Mannheimer Wirtschaftspädagogik Professor Hermann Ebner weist zudem darauf hin, dass keine Zwei-Klassen-Ausbildung im Unternehmen entstehen darf, wenn nur ein Teil der Azubis die Firma bestreitet. Zum anderen muss sich für die Juniorenfirma ein Produkt finden, das am Markt auch interessant ist.

Welches das ist, das kann ganz unterschiedlich sein. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Culture-e beim Otto-Versand in Hamburg designen Webseiten für andere Firmen und schulen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Otto am Computer. Die Auto-Hifi und Design (AHD) GmbH in Künzelsau begann 1986 als Juniorenfirma des Schraubengroßhändlers Würth, Hifi-Anlagen für Autos zu verkaufen und einzubauen. Inzwischen hat sie einen ganzen Laden für Car-Hifi und Handys. Auch die Rechtsformen der Juniorenfirmen sind ganz unterschiedlich: Manche laufen - wie die AHD - als rechtlich selbstständige GmbH, andere haben schlicht eine Kostenstelle im Unternehmen.

Auf jeden Fall bringt die Juniorenfirma die Lehrlinge weiter. Das meint auch Wirtschaftspädagoge Ebner: „Die Azubis übernehmen Verantwortung. Das kann ein wichtiger Beitrag zur Persönlichkeitsentwicklung sein.“

Beste Geschäftsidee von der Schulbank

Presseinformation - München. 22. Juni 2004

Schüler aus Bad Schwartau in Schleswig-Holstein gewinnen europäisches Finale des Schulwettbewerbs business@school-Köln und Baden-Württemberg auf den Plätzen zwei und drei.

Deutschlands "Unternehmer von morgen" kommen aus Bad Schwartau in Schleswig-Holstein. Sechs Schüler des Leibniz-Gymnasiums - Stefan Czieslik (18), Christian Hattendorff (19), Johannes Hattendorff (19), Felix Lotzin (17), Carsten Tischbirek (17) und Hartmut Tischbirek (18) - haben das europäische Finale des Schulwettbewerbs business@school der Boston Consulting Group (BCG) am 21. Juni gewonnen. Mit ihrer Geschäftsidee "Physikandum", einem Verleih von Physikexperimenten an Schulen, stellten sie ihr Wirtschaftswissen überzeugend unter Beweis. "Hinter dieser Idee steckt harte Arbeit", lobt BCG Geschäftsführerin Dr. Antonella Mei-Pochtler. " Die Jugendlichen haben sich mona-

telang mit Finanzplänen, Vertriebskonzepten und teamorientiertem Arbeiten beschäftigt." Die Sieger überzeugten mit ihrem Konzept "Leihen statt Kaufen", das es Schulen ermöglichen soll, auch aufwändige Physikexperimente im Unterricht zu zeigen. Der erste Preis: ein bezahltes Praktikum bei der Unternehmensberatung.

Auf Geschäfte mit dem Thema Schule hoffen auch die Zweitplatzierten: ein Schülerteam des Kölner Irmgardis-Gymnasiums. Sie wollen an kirchlichen Schulen Schulkleidung mit dem Wappen des Erzbistums Köln verkaufen. Der dritte Platz ging an das Kurpfalz-Gymnasium Schriesheim in Baden-Württemberg für die Geschäftsidee einer Schulmensa-Kette. Als Auszeichnung erhielten die Jugendlichen Sonderpreise der Deutschen Lufthansa AG und der Ford-Werke AG: eine exklusive Führung über die Lufthansa-Basis in Frankfurt sowie die Fahrt auf einer Ford-Teststrecke in Belgien.

Schlüsselqualifikationen für Schule und Berufsleben

Zehn Schülerteams aus Deutschland, Österreich und Italien aus dem Teilnehmerfeld von insgesamt 60 Schulen konnten sich für das Finale in München qualifizieren. Hinter ihnen liegt ein Schuljahr, in dem sie sich praxisnah mit Wirtschaftsfragen auseinander gesetzt haben. Unterstützung erhielten sie von BCG-Beraterinnen und Beratern sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern anderer Unternehmen, die sich ehrenamtlich an den Schulen engagierten.

"Unser Bildungssystem bietet wenig Spielraum, Wissen auch praktisch anzuwenden", sagt Dr. Mei-Pochtler. Das BCG-Schulprojekt will Impulse geben und setzt deshalb auf Projektarbeit. Am Beispiel von Groß- und Kleinunternehmen lernen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer wirtschaftliche Zusammenhänge kennen und setzen ihr Wissen gleich in die Praxis um, wenn sie eine eigene Geschäftsidee entwickeln. Dabei lernen sie, wozu im normalen Schulalltag oft zu wenig Zeit bleibt: selbständiges Arbeiten im Team, Zeitplanung, Recherche- und Rhetoriktechniken. "Wer einmal eine Jury von seiner Geschäftsidee überzeugen musste, profiliert bei mündlichen Prüfungen oder einem Vorstellungsgespräch davon", betont Mei-Pochtler. Im sechsten Projektjahr haben sich 1.200 Jugendliche an business@school beteiligt.

Buttstädt: Pinocchio für den Bundespräsidenten

Thüringer Allgemeine, 31. August 2004

BUTTSTÄDT (ah). Es ist schon ein besonderer Auftrag, den die Kunstgewerbe-gesellschaft Buttstädt zu bearbeiten hat. Bundespräsident Horst Köhler orderte bei der Schülerfirma der Finneck-Förderschule zehn Holz Pinocchio. Nicht schriftlich von Berlin aus, sondern ganz persönlich bei seinem Besuch in Erfurt und Weimar (TA berichtete). Zum Programm gehörte dabei auch eine Stippvisite in der Erfurter Reglerkirche, wo sich drei Schülerfirmen, auch die der Finneck-

Schülerfirmen – Wenn Schüler zu Unternehmern werden

Schule, präsentierten. "Wir waren ganz schön aufgeregt, das kann man wohl sagen", erzählt Petra Brückner. Sie vertrat mit dem Schulleiter und vier Schülerinnen und Schülern die Kunstgewerbe-gesellschaft. Alle hatten sich natürlich vorbereitet, vor allem die Schülerinnen und Schüler, um etwas über die Firma erzählen zu können. "Und besonders Anne Treppschuh hat ihre Sache ganz prima gemacht", freut sich Petra Brückner. Anne war es auch, die dem Bundespräsidenten eine Liste mit den Verkaufsergebnissen zeigte. Nachdem Horst Köhler das Papier gelesen hatte, fragte er nach den Pinocchios und sagte dann ganz spontan: "Da nehme ich auch welche". Fünf große zu je 25 Euro und fünf kleine der Holzpuppen zu je 12,50 Euro konnte die Schülerfirma als Bestellung des Bundespräsidenten notieren. Geliefert werden soll an die Staatskanzlei in Erfurt, gab ein Herr aus der großen Gruppe um den Staatsmann als Adresse an. Nicht nur die Pinocchios werden von Buttstädt nach Berlin reisen. "Vielleicht geben wir einige Zeilen an den Bundespräsidenten mit über die Eindrücke der Schülerinnen und Schüler", überlegt Schulleiter Henryk Kolodziej. Denn nicht nur er und Petra Brückner sind beeindruckt von Horst Köhlers Besuch an ihrem Stand und von seiner "sehr sympathischen Art", auch für Anne, Stefan Schneemann, Mandy Till und Steve Herger war es ein ganz besonderer Tag. Zehn Minuten seines insgesamt sechsständigen Thüringen-Programms nahm sich der Bundespräsident für ihren Stand Zeit - fragte, was jeder von ihnen in der Schülerfirma macht und wie sie organisiert ist. Ehefrau Eva Köhler interessierte sich besonders für die Lehr- und Unterrichtsmittel wie die Dominos, die neben Holz-Kunstgewerbe in dem Unternehmen hergestellt werden. Auch wenn vielleicht momentan nicht mehr so viele Pinocchios auf Lager sind: "Das ist kein Problem", meint Henry Kolodziej. Sie würden unverzüglich gefertigt und dann könne sie der Kollege aus der Schule, der in Erfurt wohnt, in die Staatskanzlei mitnehmen.

Ziemlich lecker de.

Lukullische Schüler-Firma der Herderschule hat allerhand aufzutischen - auch Aktien

Weimarer Allgemeine, 30. November

WEIMAR. Viele Köche verderben den Brei? Nicht an der Herderschule. Denn, wenn man sich alles gut aufteilt - dann bringt das Kochen im Team tolle Erfolge. Diese Erfahrung machten Herder-Schülerinnen und -Schüler nicht nur im Koch-Wettbewerb um den Erdgaspokal (TA berichtete). Seit Mai bestätigt sich das auch in der „Schüler-Aktiengesellschaft Lecker de.“, die Mittagessen für Schülerinnen und Schüler sowie Lehrerinnen und Lehrer zubereitet: Grüne Bandnudeln, Reis asiatisch, Salat mit Schinkenscheiben, ebenso Teile ihres Herder-Menüs ... Auch eine Nachspeise gehört dazu. Außerdem betreibt Lecker de. ein kleines Bistro mit Snacks und Getränken. Nicht zum Nulltarif, sondern für einen entsprechenden Euro-Obulus. Aktienmitglieder sind - in Ab-

Schülerfirmen – Wenn Schüler zu Unternehmern werden

sprache mit den Eltern - alle Achtklässler, die sich für die Ausbildung in der Hauswirtschaft entschieden. Jede Schülerin und jeder Schüler durfte maximal drei der selbstgedruckten Aktien á zwei Euro erwerben. Jede der vier Gruppen zu sechs bis acht Schülerinnen und Schülern übernimmt einen Tag lang das Koch-Regime: Vom Zubereiten bis zum Servieren und Kassieren. Und natürlich gehört zuvor das Planen, Auswahl der Gerichte, Wälzen der Kochbücher, Einkaufen, Preiskalkulation und Abrechnung dazu. „Bis jetzt gab es noch nie Minus, sondern immer ein kleines Plus - für das Konto der Schülerfirma“, freut sich Klassenleiterin Kornelia Tolk. Das Plus an Lebens-Erfahrung dürfte für die Herderschüler viel höher liegen. Erreicht durch geschicktes Verknüpfen von Vorhandenem. Lief die SAG zunächst in der Freizeit, so ist die Zubereitung des Schulessens - zwischen zehn bis zwölf Portionen täglich - inzwischen Bestandteil des Schulversuches zur praktischen Berufsorientierung an Förderschulen und läuft im Hauswirtschaftsunterricht. Für die materiellen Voraussetzungen sorgte die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung mit. Dank ihrer Fördergelder konnten ein Kühlschrank, abschließbare Schränke sowie eine Computer-Anlage gekauft werden. Über Letztere läuft u.a. die Abrechnung, ebenso wie Werbung und Rezept-Recherche. Auch eine eigene Homepage soll folgen. Die Adresse steht ja schon: Lecker.de.

Die Möbel der „Holzwurm AG“ sind sehr begehrt

Förderklasse der Gerhart-Hauptmann-Schule ist fit im Umgang mit Werkzeugen. Handwerkliches Geschick wird mit Preis belohnt.

ALSDORF. Reklamationen? Keine einzige. Bislang war noch jedes geschreinerte Produkt aus der Werkstatt der „Holzwurm AG“ tadellos in Schuss. Das ist schon beachtlich. Denn nicht etwa gelernte Schreinerinnen und Schreiner sowie Monteure fertigen im Werkraum der Gerhart- Hauptmann-Schule Naturholzmobiliar für verschiedene Auftraggeber, sondern die Schülerinnen und Schüler selbst. Seit zwei Jahren üben sich die fünf Mädels und vier Jungs der Klasse 10 F im Umgang mit Holz und sind längst versiert im Sägen, Feilen, Schrauben und Verleimen. Dabei fing alles mit der eigentlich unspektakulären Lektüre eines Comics an. Dessen Titelfigur wagte den Schritt in die Selbstständigkeit. Und warum, fragten sich die Schülerinnen und Schüler, sollen wir dem nicht nacheifern?

Im Unterricht wurden mit Lehrer Reinhold Loh zunächst die Strukturen von Unternehmen analysiert, die den Schülerinnen und Schülern Vorbild sein sollten. Dann ging es zu den Banken. Ein eigenes Konto wurde eröffnet, ein Firmenkonzept wurde erstellt und auch ein eigener Briefkopf entworfen. Der ist wichtig, denn die Schülerinnen und Schüler meinen es Ernst mit der Vermarktung ihrer Produkte. Nicht bloß Bänke für den eigenen Schulhof wollten sie entwerfen. Der

Schülerfirmen – Wenn Schüler zu Unternehmern werden

erste Auftrag kam aus Düren. Eine Betriebskantine benötigte sechs zerlegbare Stehtische.

Kein Problem für die pfiffigen Bastlerinnen und Bastler. Im Holzfachhandel erstanden die Hauptschülerinnen und Hauptschüler quadratische Platten, denen sie mit ihren Stichsägen einen ordentlichen Rundschnitt verpassten. Anschließend wurde die Statik ausbaldowert, immer wieder neu vermessen und geschliffen. Bis am Ende jeder Tisch splitterfrei und lackiert im vom Auftraggeber gewünschten Naturton des Holzes strahlte. Die fehlerfreie Produktion brachte den Schülerinnen und Schülern das erste Plus aufs Konto. Doch finanzieller Gewinn stand und steht nicht im Vordergrund der „Holzwurm AG“. „Schüler lernen hier praxisnah“, preist Lehrer Reinhold Loh den entscheidenden Vorzug der AG, der den Schülerinnen und Schülern bei ihren Bewerbungen um Ausbildungsplätze sicher hilfreich sein wird.

Auch Mathe ist dabei

Nicht bloß manuelle Fähigkeiten sind gefragt. Auch Mathematikkennntnisse sind vonnöten, denn die „Holzwurm AG“ stellt Rechnungen wie jede andere Firma auch.

Bänke, Bücher- und Materialboxen haben die Holzwürmer bereits gebaut, jeder neue Auftrag ist eine Herausforderung für ihr großes Know-how. Das wird am kommenden Samstag belohnt. Die Schülerinnen und Schüler gehören in jedem Fall zu den Siegern im von der Deutschen Bahn ausgerichteten Bundeswettbewerb „So mobil ist Schule“.

Dicke Mappen mit etlichen Bildern, die ihre Arbeit dokumentieren, hatten sie eingereicht. Sie werden bei der Preisverleihung in Köln auf dem Treppchen stehen, wissen bloß noch nicht, auf welcher Stufe. Es könnte durchaus die oberste werden, denn Bedia Arslan, Bianca Burmeister, Denise Zeiger, Sabrina Mai, Rebecca Günaltay, Lukas Piekarski, Manuel Derkum, Michael Hucke und Ismail Cinar haben die Jury „sehr beeindruckt“, wie in der Einladung zu lesen steht.

Mit 16 eigene Firma – 29 Schülerunternehmen präsentieren sich in Erfurt

Thüringer Allgemeine vom 23. März 2004

Das nennt man Eigeninitiative. Felix Merbach ist stellvertretender Geschäftsführer der in Zella-Mehlis ansässigen ZMC service & marketing S-GmbH und gerade mal 16 Jahre alt. Der Zehntklässler sitzt an einem Messestand und präsentiert zusammen mit Frauke Hausburg, der “Personalchefin“ und ebenfalls 16-jährig, das Unternehmen. Er und seine 11 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bieten Dienstleistungen im Bereich Digitalisierung und Webdesign an. Die ZMC ist ein



Schülerfirmen – Wenn Schüler zu Unternehmern werden

Schülerunternehmen wie die über 25 anderen Firmen auf der am 20.04.2005 in Gera stattgefundenen 6. Thüringer Schülerfirmenmesse auch. Kultusminister und Schirmherr Prof. Dr. Jens Goebel (CDU) sieht in den Geschäftsideen des potenziellen und engagierten Manager-Nachwuchses wie Schülercafés, Nachhilfeagenturen oder auch Reisebüros sowie Angeboten im Landschaftsbau eine gute Chance, sich auf das Berufsleben vorzubereiten. Brigitte Geyersbach, Regionalleiterin der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung Thüringen, unterstützt die Schülerprojekte seit 1997 durch gezielte Beratung und Förderung. „Die Firmen orientieren sich bei Aufbau, Organisation und Betrieb an richtigen Wirtschaftsunternehmen, sind aber keine realen Betriebe, sondern pädagogische Projekte der Schule mit begrenztem Gewinn und Umsatz“ erklärt sie. Natürlich würden sie auch Geld einnehmen und davon wieder Material und Technik anschaffen. Dabei würden die Schülerinnen und Schüler Eigeninitiative und Teamfähigkeit entwickeln, sagt Frau Geyersbach. Neben den Ausstellern gibt es in Thüringen rund 60 weitere Schülerfirmen. Beim Messetag erhielten die Schüler die Gelegenheit, mit Vertretern aus der Thüringer Wirtschaft Erfahrungen auszutauschen. Darüber hinaus gab es Informationen für zukünftige Firmengründer.

Arbeitsvertrag (Beispiel)

Arbeitsvertrag

Der Schüler / die Schülerin

.....
ist Mitarbeiter / in der Schülerfirma

„Lunch – Time“

Der Schüler erkennt hiermit die Satzung der Schülerfirma an und verpflichtet sich, gewissenhaft und ehrlich zu arbeiten.

Thema, der

.....
Unterschrift Firmenteilung

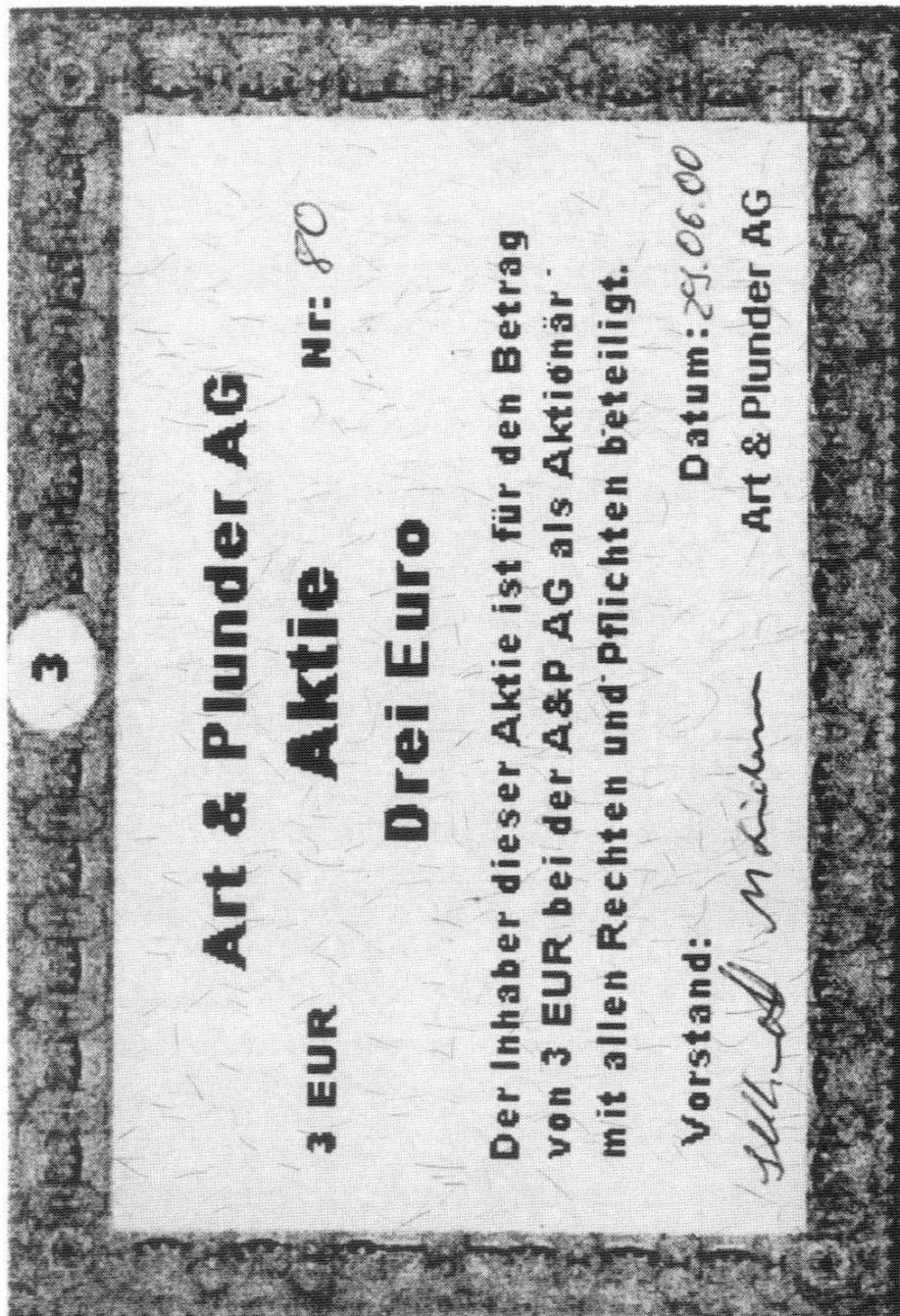
.....
Unterschrift Mitarbeiter

Firmenausweis

Die Schülerin / Der Schüler

.....
ist Mitarbeiter der Schülerfirma „Lunch – Time“ in der Staatl. RS „Anne Frank“

Exempel einer Schülerfirmenaktie



Zertifikat (Beispiel)



Achievers International®

Certificate of Participation

This is to certify that

_____ of _____

*has successfully participated with
Achievers International
in the role of*

Developing and using entrepreneurial skills including

<i>Communication</i>	<i>Managing a business</i>
<i>Information Technology</i>	<i>Importing and exporting</i>
<i>Team working</i>	<i>Sales and marketing</i>

Date

Robin G. Duncan

[Signature]

Nigel Lett

Directors of Achievers International

Kontaktadressen

JUNIOR

Ansprechpartnerin für Thüringen: Christina Spalke

Institut der Deutschen Wirtschaft Köln
JUNIOR-Geschäftsstelle
Gustav-Heinemann-Ufer 84-88
50968 Köln

Tel.: 0221 4981707
E-Mail: junior@iwkoeln.de
Internet: www.iw-junior.de

SCHÜLER UNTERNEHMEN was! (DKJS)

Ansprechpartnerin für Thüringen: Brigitte Geyersbach

Deutsche Kinder- und Jugendstiftung – Regionalstelle Thüringen
Philosophenweg 26
07743 Jena

Tel.: 03641 489478
E-Mail: dkjs_schuelerunternehmen@hotmail.com
Internet: www.dkjs.de, www.schueler-unternehmen-was.de

UnternehmenSchülerClub

Ansprechpartner für Kooperationspartner der DKJS in Bayern: Albert Fierlbeck	Ansprechpartner für Kooperationspartner der DKJS in Brandenburg: Norbert Bothe
---	---

STÜPS (Schule und Beruf e. V.)
Schäufeleinstr. 18
80687 München

Tel.: 089 54729809
E-Mail: fierlbeck@stueps.de

KoBra.net
Bereich: Jugend Bildung Freizeit
Rudolf-Breitscheid-Str. 58
14482 Potsdam

Tel.: 0331 7043552
E-Mail: nbothe@hotmail.com

Achievers International

Ansprechpartnerin: Ms Karen Kennedy

Achievers International
2 Wellington Square
Ayr KA7 1 EN
Scotland

Tel.: +44 -1292 281818

E-Mail: karen@achieversinternational.org

Internet: www.achieversinternational.org

GET UP

Ansprechpartnerin: Anja Liebscher

Bildungswerk der Thüringer Wirtschaft e. V.
Magdeburger Allee 4
99086 Erfurt

Tel.: 0361 60155-330

E-Mail: info@bwtw.de

Internet: www.bwtw.de

business@school

Ansprechpartnerin: Dr. Babette Claas

business@school
Projektbüro
Stadtter 1
40219 Düsseldorf

Tel.: 0211 3011-3536

E-Mail: info@business-at-school.de

Internet: www.business-at-school.de

Go! to school

Ansprechpartnerin: Korina Schulz

Go! to school

Institut der Deutschen Wirtschaft Köln
Gustav-Heinemann-Ufer 84-88
50968 Köln

Tel.: 0221 4981-734

E-Mail: info@gotoschool.de

Internet: www.gotoschool.de

SCHULE WIRTSCHAFT Euregios

Ansprechpartnerin: Andrea Aust

Projektleitung
Stiftung der Deutschen Wirtschaft
SCHULE WIRTSCHAFT
Poststr. 4/5
10178 Berlin

Tel.: 030 27890610

E-Mail: a.aust@sdw.org

Internet: www.sdw.org

Reif zum Unternehmer (GaraGe)

Ansprechpartnerin: Dr. Konstanze Schellenberger

Technologiezentrum für Jugendliche gGmbH – GaraGe
Reif zum Unternehmer
Karl-Heine-Straße 97
0422 9 Leipzig
Tel. 0341 870860
E-Mail: kontakt@g-a-r-a-g-e.biz
Internet: www.g-a-r-a-g-e.com

Netzwerk Berliner Schülerfirmen

Ansprechpartner: Arno Schelzke

ASIG e.V.
Lindower Str. 18
13347 Berlin

Tel.: 030 4690540
E-Mail: info@asig-berlin.de
Internet: www.nebs.de

Schule und Selbständigkeit

Ansprechpartnerin: Claudia Holm

Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg
Referat 33 Existenzgründung und Unternehmensnachfolge - ifex
Theodor-Heuss-Straße 4
70174 Stuttgart

Dienstgebäude:
Willi-Bleicher-Str. 19 (Haus der Wirtschaft)
70174 Stuttgart

Tel.: 0711 123-2765
E-Mail: Claudia.Holm@wm.bwl.de
Internet: www.newcome.de

Juniorenfirmen

Ansprechpartnerin: Dipl.-Psych. Zorana Dippl

Sprecherin der Arbeitsgemeinschaft
Groninger Straße 22
13347 Berlin

Tel: 030 25815082
E-Mail: zorana.dippl@web.de
Internet: www.juniorenfirmen.de

ThILLM

Thüringer Institut für Lehrerfortbildung, Lehrplanentwicklung und Medien

Ansprechpartner: Eckhard Basler

Heinrich-Heine-Allee 2-4
99438 Bad Berka

Tel.: 036458 560

E-Mail: Institut@thillm.thueringen.de

Internet: www.thillm.th.schule.de

Referenzfirmen

SCHÜLER UNTERNEHMEN was! (DKJS)

Evangelisches Ratsgymnasium

Meister-Eckhard-Str. 1

99084 Erfurt

Tel.: 0361 6011930

Firma ARTemis

Kunstverleih

Internet: www.evrg.de

E-Mail: su-artemis@gmx.de

Ansprechpartner: Jürgen Junker

Heinrich-Ehrhardt-Gymnasium

Goethestraße 1

98544 Zella-Mehlis

Tel.: 03682 469750

Firma *ZMC service & marketing S-GmbH*

Web- und Bürodienstleistungen, Digitalisierungen analoger Medien

Internet: www.zella-mehlis-community.de

E-Mail: kontakt@zmc-agentur.de

Ansprechpartner: Felix Merbach

Staatliches Berufsschulzentrum

Hermsdorf

Rodaer Straße 45

07629 Hermsdorf

Thüringen

Tel.: 036601 47402 (452)

Firma *Kantholz S-GmbH*

Vermarktung von Holzwerkstücken

Internet: www.bszh.de/kantholz

E-Mail: kantholz@bszh.de

Ansprechpartner: Dirk Klötzing

Lessingschule

Nettelbeckufer 25

99089 Erfurt

Tel.: 0361 7312461

Firma *Snackpoint*

Pausenversorgung, Schulfunk & Organisation v. Schulveranstaltungen

Ansprechpartner: Pascal Passet

Achievers International

Werner Seelenbinder Schule

Friedensring 1

39326 Zielitz

Tel.: 032767 2054

Firma *Young People's Company*

Export regionaler Produkte

Internet: www.sks-seelenbinder.bildung-lsa.de

E-Mail: sekundarschule-zielitz@t-online.de

Gesamtschule Mittelkreis

Südtring 28

47574 Goch

Tel.: 02823 870463

Firma *Modern Wood Gruppe International*

Herstellung & Vertrieb von Holzprodukten

Internet: www.modernwood.de

E-Mail: modernwood@web.de

Ansprechpartner: Klaus Burkamp

Staatliche Regelschule Oststadt

Bufler Str. 13
 99867 Gotha
 Tel.: 03621 2191-0
 Firma **Oststadt Company GmbH**
 Internet: <http://home.t-online.de/home/Regelschule.Oststadt/>
 E-Mail: regelschule.oststadt.Oststadt@t-online.de

Sophie-Charlotte Oberschule

Sybelstr. 2
 10629 Berlin
 Tel.: 0 30 902928600
 Firma **SCOTYS**
 Internet: www.scoberlin.de
 E-Mail: sco.tys@web.de
 Ansprechpartnerin: Gerline Moschin

GET UP

Regelschule Geratal

Ohrdrüfer Str. 27a
 98716 Geraberg
 Tel.: 03677 790258
 Firma **C-MAIL**
 PC-Kurs für Senioren
 Internet: www.c-mail-geraberg.de
 E-Mail: webmaster@c-mail-geraberg.de
 Ansprechpartnerin: Elke Frank

Staatliches FÖZ

Bonhoeffer Str. 46
 99427 Weimar
 Tel.: 03643 418973
 Firma **SAG Lecker.de**
 Gastronomie
 E-Mail: SAGlecker@freenet.de
 Ansprechpartnerin: Kornelia Tolck

Finneck Schule

Gabelsberger Str. 1 a
 99628 Buttstädt
 Tel.: 036373 96743
 Firma **Kunstgewerbebelegschaft Buttstädt S-GmbH**
 Herstellung diverser Holzprodukte
 E-Mail: Finneck-Schule-Buttstaedt@t-online.de

Förderzentrum "Siegfried Schaffner"

Brückenstr. 1a
 07768 Kahla
 Tel.: 036424 22243
 Firma **Calaba S-AG**
 Café-Landmarkt-Backen
 E-Mail: foerderzentrum-kahla@t-online.de
 Ansprechpartnerin: Christine Seidel

business@school

Leibniz-Gymnasium

Lübecker Straße 75
23611 Bad Schwartau
Tel.: 0451 282126
Firma **Physikandum**
Materialverleih für Physikunterricht
Internet: www.leibnizgymnasium.de

Christianeum Gymnasium Hamburg

Otto-Ernst-Str.34
22605 Hamburg
Tel.: 040 4288828-0
Firma **Rent a book**
Verwaltung und Bestellung von Schulbüchern
Internet:
www.hh.schule.de/christianeum
Ansprechpartnerin: Frau Karin Menke

Landesgymnasium St. Afra zu Meißen

Freiheit 13
01662 Meißen
Tel.: 03521 4560
Firma **Move**
Eventschiff auf der Elbe zw. Dresden und Wittenberge
Internet: www.sankt-afra.de
Ansprechpartnerin: Frau Semone Vogt

Go! to school

Gerhart-Hauptmann-Hauptschule

Pommernstr. 2
52477 Alsdorf
Tel.: 02404 941510
Firma **Holzwurm AG**
Anfertigung von diversen Holzprodukten
Internet: www.ghs-alsdorf.de
E-Mail: holzwurm-ag-ghs@web.de
Ansprechpartner: Reinhold Loh

RAG Bildung Berufskolleg Mitte

Kölner Str. 18
45661 Recklinghausen
NRW
Tel.: 02361 60950
Firma **Carrioli**
Herstellung von Carriolis (Seifenkisten)
Internet: www.berufskolleg-mitte.de
E-Mail:
bkrecklinghausen@ragbildung.de
Ansprechpartner:
Udo Sudek-Ellekotten

Gymnasium am Neandertal

Heinrichstr. 12

40699 Erkrath

NRW

Tel.: 0211 243096

Firma „*Klappstuhl*“ *SAG*

Betrieb eines Literaturcafés

Internet: www.gymneander.de

E-Mail: gymneander@gymneander.de

Ansprechpartner: Herbert Griesmann

SCHULE WIRTSCHAFT Euregios

**Friedrich-Schleiermacher-
Gymnasium**

Bahnhofstr. 2

02906 Niesky

Tel.: 03588 200261

Firma *FSGN*

Veranstaltungsmanagement

Internet: www.fsg-niesky.de

E-Mail: FSG-Niesky@t-online.de

Ansprechpartnerin: Martina Kahl

Europaschule Storkow

Theodor-Fontane-Str. 23

15859 Storkow/ Mark

Tel.: 033678 72621

Firma „*Event AG*“

Veranstaltungsmanagement / Catering

Internet: www.gs-storkow.de

E-Mail: gesamtschule.storkow@t-online.de

Ansprechpartner: Ingolf Knobloch

Netzwerk Berliner Schülerfirmen

Schule Am Breiten Luch

Am Breiten Luch 19

13053 Berlin

Tel.: 030 9295080

Firma *Löwenzahn*

Internet: www.schule-am-breiten-luch.de.vu/

E-Mail: Schule-Am-Breiten-Luch@t-online.de

Döblin-Schule

Ludwig-Renn-Str.3

12679 Berlin

Tel.: 030 9309907

Firma *7 Malerzwerge*

Malerarbeiten

E-Mail: Doeblyn-Schule@t-online.de

Adolf-Reichwein-Schule

Elbestr. 11
12045 Berlin
Tel.: 030 68092427
Firma **ARS Fotostudio**
Produkte und Dienstleistungen rund
um Fotografie
Internet: www.adolf-reichwein-schule.com
E-Mail: mail@adolf-reichwein-schule.com

Peter-Jordan-Schule

Nehringstr. 10
14059 Berlin
Tel.: 030 9029243-30/31
Firma **Fahrradklinik**
Reparatur von Fahrrädern
Internet: www.peter-jordan-schule.de
E-Mail: post@peter-jordan-schule.de

Pestalozzi-Schule

Hartmannsweilerweg 47
14163 Berlin
Tel.: 030 63 21 57 60
Firma **KIDS-Backstube**
Produktion von Backwaren
Internet: www.foerderzentrum-pestalozzi-schule-berlin.de
E-Mail:
FoerderzentrumPestalozzi.cids@t-online.de

Juniorenfirmen

Überbetriebliche Ausbildungsgesellschaft (ÜAG)

Ilmstraße 1
07743 Jena
Tel.: 03641 80 67 31
Firma **Volltreffer**
Veranstaltungsmanagement
Internet: www.ueag-jena.de
E-Mail: nicole.jerie@ueag-jena.de
Ansprechpartnerin: Nicole Jerie

Bizerba GmbH & Co. KG

Postfach 10 01 64
72301 Balingen
Tel.: 07433 122679
Firma **Bigefa GmbH**
E-Mail: bigefa@bizerba.de

HEW AG

Moosrosenweg 18
22177 Hamburg
Tel.: 040 63964556
Firma **Young Energy (YE@H)**
Homepage: www.hew.de
E-Mail: Juniorenfirma@hew.de
Ansprechpartner: Raymond Frolik

Märkisches Werk GmbH

Haus Heide 21
58553 Halver
Tel.: 02353 917300
Firma **Junior System**
Internet: www.junior.mwh.de
E-Mail: s.tofote@mwh.de

Diehl Stiftung & Co. KG

Stephanstr. 49

90478 Nürnberg

Tel.: 0911 947-2703

Firma **Diehl Juventus GmbH**

Dienstleistungen & Herstellung von
Produkten verschiedener Art

Internet: www.diehl.de

E-Mail: a_juventus@diehl.de

Ansprechpartnerin: Andrea Pöschl

Schule und Selbständigkeit

Handelslehranstalt Bühl

Kappelenwindeckstr. 2a

77815 Bühl

Tel.: 07223 936410

Firma **Ich Mach Mit GmbH**

Vertrieb für Produkte aus Behinder-
tenwerkstätten

Internet: www.ich-mach-mit.de

E-Mail: imm@ich-mach-mit.de

Ansprechpartner :

Dr. Wolfgang Schneider

Hauptschule Altingen

Schulstr. 14

72119 Ammerbuch

Tel.: 07032 957071

Firma **ALTINA**

Vertrieb von wechselnden Produktpa-
letten

E-Mail: ghwrs.altingen@t-online.de

Ansprechpartnerin:

Eva-Maria Schermaul

Melanchthon-Gymnasium

Weisshoferstr. 48

75015 Bretten

Tel.: 07252 9352-0

Firma **Chamäleon S-GmbH**

internationaler Teehandel

Internet: www.tee-link.de

E-Mail: c-h-a-m-e-l-e-o-n@web.de

Ansprechpartnerin: Bettina Schroeder

**Wirtschaftsgymnasium Stuttgart-
West**

Berufskolleg 1

Rotebühlstr. 101

70178 Stuttgart

Tel.: 0711 65679760

Firma **One O One – fashion with pas-
sion**

Fiktiver Handel (“Übungsfirma”)

Internet: www.wgwest.s.schule-bw.de

E-Mail: Licker-Hirschel@gmx.de

Ansprechpartnerin:

Christa Licker-Hirschel

Literatur- und Informationshinweise

- ➔ **„Unser Chef geht in die 9b“** - Schülerfirmen in Sachsen Deutsche Kinder- und Jugendstiftung (DKJS), 1997
- ➔ **„Wir gründen eine Schülerfirma“** oder wie man den Unternehmensgeist in die Schule lockt. Deutsche Kinder- und Jugendstiftung (DKJS), 1999
- ➔ **„Wir gründen eine Schülerfirma“** Grundlagen und Anregungen für Schüler und ihre Projektbegleiter, Dr. Antje Finke, 2003 auch im Internet <http://www.sachsen-macht-schule.de/smkpub/schuelerfirma.pdf>
- ➔ **„Schüler unternehmen was“** - Schülerfirmen in Mecklenburg-Vorpommern Deutsche Kinder- und Jugendstiftung (DKJS), 1999
- ➔ **„Wirtschaft live - JUNIOR“** (Beiträge zur Gesellschafts- und Bildungspolitik, Heft 212)
Marion Hächtermann, Mathias Kenter Institut der deutschen Wirtschaft Köln, 1996
- ➔ **„Erfolgsmodell SCHULE WIRTSCHAFT“** Die Zusammenarbeit von Schule und Wirtschaft in den alten und neuen Bundesländern (Beiträge zur Gesellschafts- und Bildungspolitik, Heft 185) Marion Hächtermann, Institut der deutschen Wirtschaft, 1993
- ➔ **„Erziehung zu Eigeninitiative und Unternehmensgeist“** V. Köditz, A. Jammes (Hrsg. Arbeitsstellen für Community Education e. V.) Essen, 1994
- ➔ **„Checkliste“** - zur Gründung einer realen schulischen Junioren-GmbH „Ich-Mach-Mit GmbH“ (kaufmännische Schulen Bühl), 1999
- ➔ **„Schülerfirmen“** - CD-ROM DKJS, Institut der deutschen Wirtschaft u. a.
- ➔ **„Do it!“** Ein Planspiel zur Existenzgründung - Wirtschaft in die Schule Handbuch mit CD-ROM; Verlag Bertelsmann Stiftung, 2000
- ➔ **„Bilanz & Co.“** Eine multimediale Einführung in das Rechnungswesen - Wirtschaft in die Schule Handbuch mit CD-ROM; Verlag Bertelsmann Stiftung, 2000

- ➔ **Rechtsfragen in Schülerfirmen - Eine Handreichung.** Die Handreichung wird voraussichtlich beim Schneider Verlag Hohengehren erscheinen.
- ➔ **"Perspektive Selbständigkeit"** Broschüre; IHK Lübeck
- ➔ **"Junge Unternehmen. Probleme und Lösungen bei der Existenzfestigung"** Broschüre Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)
- ➔ **"BMWi-Softwarepaket"** CD-Rom des BMWi
- ➔ **"Starthilfe. Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit."** Heft des BMWi
- ➔ **"Unternehmer-Kultur"** Deutsche Ausgleichsbank, Bundesarbeitsgemeinschaft Schule Wirtschaft (Hrsg.), Unterrichts- und Projektvorschläge für Schülerinnen und Schüler ab 15 Jahre an allgemein- und berufsbildenden Schulen, 1999
- ➔ **"DtA-Ratgeber Existenzgründung. Zwölf Hürden auf dem Weg zum erfolgreichen „Unternehmensstart"** Taschenbuch
- ➔ **"DtA-Ratgeber Existenzsicherung. Herausforderungen, Probleme und Lösungen auf dem Weg zum Unternehmenserfolg"** Taschenbuch
- ➔ **"Schulfirmen im Produktiven Lernen."** Arbeitsmaterialien für Pädagoginnen und Pädagogen im Produktiven Lernen Heft 1, 2000
- ➔ **„Schulfirma im Produktiven Lernen“** Institut für produktives Lernen in Europa (IPLE) - Institut für Produktives Lernen in Europa, Berlin, 1999
- ➔ **„21 - Das Leben gestalten Lernen“ (Z): Themenschwerpunkt: Schülerfirmen,** Nr. 4/ Okt. 2001, ökom-Verlag
- ➔ **„Medienkoffer Selbständigkeit“** ICUS - Info-Center Unternehmerische Selbständigkeit und Schule, Arbeitskarten (Kartei), die ein selbständiges und kleinschrittiges Planen der Existenzgründung ermöglichen. Themen: Businessplan, Finanzen, Alltagsorganisation, Öffentlichkeitsarbeit, Verkaufsmöglichkeiten, Methodenspeicher etc.

- ➔ **„Die Schülerfirma“** Kurt Krause, Leitfaden und Unterrichtsmaterial zur Gründung einer SF am Beispiel eines Schülercafés Umfangreiches Schülermaterial, 2. Auflage, Care-Line Verlag GmbH, 2002
- ➔ **„Grundwissen – Wirtschaft“**, Klett-Verlag
- ➔ **„Wirtschaftskunde“**, Klett-Verlag
- ➔ **„Erziehung zu Eigeninitiative und Unternehmensgeist“** – Handbuch. Arbeitsstellen für Community Education e.V. (Hrsg.) Völker Köditz und Anne Jammes. COMED-Verlag, Essen, 1994
- ➔ **„Juniorenfirmen in Deutschland“** Eine Synopse über Realisationsformen. Ebner, Hermann G.; Voll, Michael, Mannheim, 2000
- ➔ **BLK-Modellversuche Erziehung zu „Eigeninitiative und Unternehmensgeist“** in Berlin, Hessen und Sachsen. Kompendium der Projekte. Forschungsgruppe Modellprojekte e.V. (Hrsg.) Berlin, 1996
- ➔ **„Handbuch für Gründer von Schüler- und Juniorenfirmen“**. Wissenschaftliche Begleitung der Bund-Länder-Modellversuche „Erziehung zu Eigeninitiative und Unternehmensgeist“ Forschungsgruppe Modellprojekte Berlin (Hrsg.), 1997
- ➔ **„Erfahrungen zur Gestaltung des Schullebens und Öffnung von Schule.“** Landesinstitut für Schule und Weiterbildung (Hrsg.) Projektlernen in Schülerfirmen. Beruf und Arbeitswelt Heft 1. Soest, 1998
- ➔ **„Schülerfirma. Von der Idee zur Realisierung“**. (Mit CD-ROM), Landesinstitut für Schule und Weiterbildung (Hrsg.) Curriculumentwicklung NRW, Soest, 2000
- ➔ **„Schulunternehmen – eine andere Form des Unterrichts“**. Grundkonzeption. Geyer, Ronald, Merkur Verlag, Rinteln, 2001
- ➔ **„FAHR AB, Ein Schul-Reiseunternehmen“**. Geyer/Henze: Schülerarbeitsheft. Merkur Verlag, Rinteln, 2001
- ➔ **„Hilfe zum Aufbau einer unternehmerischen Kultur“** Leitfaden zu bewährten Verfahren bei der Förderung unternehmerischer Grundeinstellungen und Kompetenzen durch Bildungsmaßnahmen. Europäische Kommission (Hg.), Brüssel, 2004

- ➔ **„Das macht Schule“** Wie Lehrerinnen und Lehrer auf das Berufsleben vorbereiten. Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (Hg.), Berlin, Juni 2004
- ➔ **„Das Ausbildungskonzept Juniorenfirma“** – ein Praxishandbuch für Betrieb und Schule, BW Verlag Nürnberg
- ➔ **„Die Juniorenfirma als Ergänzung zur dualen Berufsausbildung“** (Informationsmappe der Arge Juniorenfirmen, zu beziehen über www.juniorenfirmen.de)

Viele tolle Tipps und Anregungen sind auch über das Internet zu finden:

- www.schuelerfirmen.de
- www.achieversinternational.org
- www.dkjs.de/schuelerunternehmen
- www.juniorenfirmen.de/
- www.getup-initiative.de
- www.gotoschool.de
- www.iw-junior.de
- www.ja-ye.org
- www.business-at-school.de
- www.ifex.de
- www.sdw-euregios.de
- www.schule-wirtschaft-thueringen.de
- www.networkshop.de
- www.ioeb.uni-oldenburg.de/projekte/wis
- www.wir-in-berlin.de/nbs
- www.wigy.de/
- www.nasch21.de
- www.unternehmen-schule.de/
- www.kurs-21.de
- www.kobranet.de
- www.blk21.de
- www.sasj.de
- www.jugend-gruendet.de
- www.startup-werkstatt.de
- www.berliner-schuelerunternehmen.de



Veröffentlichungen der Landesarbeitsgemeinschaft *SCHULEWIRTSCHAFT* Thüringen und des Thüringer Instituts für Lehrerfortbildung, Lehrplanentwicklung und Medien (Thillm):

- ➔ „Erfahrungsbericht 1994“ - Landesarbeitsgemeinschaft *SCHULEWIRTSCHAFT* Thüringen, 1994
- ➔ „Geschäftsbericht 1994/1995“ - Landesarbeitsgemeinschaft *SCHULEWIRTSCHAFT* Thüringen, 1995
- ➔ „Erfahrungsbericht 1995/1996“ - Landesarbeitsgemeinschaft *SCHULEWIRTSCHAFT* Thüringen, 1996
- ➔ „6 Jahre *SCHULEWIRTSCHAFT* in Thüringen“ Reihe „Impulse“ Heft 1 - Thillm, 1998