

Berufsschüler gründen Firmen auf Zeit

Wer später einmal in der Wirtschaft arbeiten will, muss wirtschaften lernen. Die Elftklässler aus dem Beruflichen Schulzentrum Schwarzenberg durchleben ein Schuljahr lang unter Fachaufsicht eine klassische Firmengründung.

VON BEATE KINDT-MATUSCHEK

SCHWARZENBERG – Sie haben bereits alles, was man zur Gründung eines kleinen Unternehmens braucht: Eine Geschäftsidee und eine klare Aufgabenverteilung, eine grobe Vorstellung davon, wer Interesse an ihren Produkten haben könnte, und zudem ein bescheidenes Startkapital auf dem eigens eingerichteten Firmenkonto. Die Rede ist von vier Junior-Unternehmen, die von Elftklässlern am Beruflichen Schulzentrum in Schwarzenberg jetzt gegründet wurden.

Das ist kein Größenwahn, sondern praktischer und lebensnaher Unterricht. Schließlich streben diese Jungen und Mädchen das Abitur am Wirtschaftsgymnasium in Schwarzenberg an. Ihre Fachrichtung ist Wirtschaftslehre. Das Projekt Junior-Firmen, das vom renommierten Kölner Wirtschaftsinstitut überwacht wird, ist der ultimative Praxistest dafür. Begonnen hat das Ganze schon unmittelbar nach Beginn des neuen Schuljahrs. Da wurden zunächst die Eltern über das Vorhaben informiert, schließlich sind die meisten Jungunternehmer erst 17 Jahre und somit nur bedingt geschäftsfähig. Dann wurden Ideen gesucht und gefunden, debattiert und wieder verworfen. Aus vagen Vorstellungen wurden alsbald kon-



Schüler der 11. Klassen des beruflichen Schulzentrums Schwarzenberg haben in vier Gruppen jeweils eine Schülerfirma gegründet, die sich der Herstellung von Nackenkissen mit Kopfhörern, Spezial-Leuchten, Tongefäßen und modischen Taschen aus Alt-Textilien widmen. FOTO: LARS ROSENKRANZ

krete Vorhaben und Pläne. Manches Produkt kommt nun schon mit eigenem Namen und einer Verkaufsidee daher. Das Startkapital ist jedoch kein Scheck von Omi, sondern auch dafür müssen die jungen Firmengründer selbst in die Spur. Sie bieten Freunden, Bekannten und Verwandten Anteilsscheine im Wert von zehn Euro an. Das erhöht den Erfolgsdruck. Schließlich „verkaufen“ sie damit eine Erwartungshaltung an die Anteilseigner.

„Ich bin die Vorstandsvorsitzende, das ist unser Marketingchef, der Techniker, unser Finanzier und der Mann für die Verwaltung“, stellt Jessica Netwall ihre Mitstreiter vor. Sie alle sind die Firma „Freak'n'Noises“, die ein Nackenkissen mit integrierter Kopfhörer entwickeln und ver-

treiben will. Erste Materialbestellungen seien bereits ausgelöst, doch schon da werden die jungen Macher von der Realität eingeholt: Lieferverzug. Zudem stellen sie die vorerst gelisteten Materialien vor die Frage des Einkaufspreises. „Kaufen wir fertige Kissen oder doch nur Stoff? Nähen und stopfen wird die Kissen doch lieber selbst? Was ist günstiger, wo liegt unsere Wertschöpfung? Und wie viele Leute haben wir, die das können?“ Schon nach wenigen Sätzen ist klar: Noch ist die Zulieferung zu teuer. Also Kosten senken. Doch wie? Schnell entspinnt sich darüber eine lebhaftige Debatte. Doch wann ist der erste Prototyp fertig? „Wir brauchen nicht zu werben für etwas, das man nicht zeigen kann“, wirft der Werbefachmann ein.

Ein Jahr lang werden sie wirtschaften und versuchen, ihre kleinen Firmen mit allen verwaltungstechnischen Strukturen eines Unternehmens zu führen und Gewinn zu erarbeiten. Die einen denken dabei mit ihren Nackenkissen ans Freizeitvergnügen, die Firma Lucerna will einfache Lampen in edlem Design herstellen. Hinter dem Namen Repuzzle verbergen sich neue Dinge, die aus alten Gebrauchsgegenständen entstehen, und bei der Firma G&K Design rankt sich von nun an alles um kreative Glas- und Keramikgestaltungen.

Ob die Berufsschüler das Weihnachtsgeschäft bereits zum Verkauf erster Produkte nutzen können, bleibt abzuwarten. Jetzt haben sie sich erst einmal Tipps und Anregun-

gen von Christoph Stahl geholt, einem Mann aus dem Haus der Wirtschaftsförderung Erzgebirge. Und die beiden betreuenden Fachlehrer Annett Jahn und Kristine Harzer werden ebenso wie die Experten aus Köln ständig ein Auge auf die Arbeit der Jungunternehmer haben.

Junior-Programm

Das Ziel des Programms vom Institut der deutschen Wirtschaft in Köln ist es, das Verständnis für wirtschaftliche Zusammenhänge zu wecken und die Teilnehmer dazu zu motivieren, sich zu engagieren und Verantwortung zu übernehmen. Im Team erproben junge Menschen Grundprinzipien unternehmerischen Handelns.

» www.junioprojekt.de