

Ausdauernd und kreativ im eigenen Laden

In Schülerfirmen engagieren sich Jugendliche als Unternehmer (Text und Fotos Verena Mörath, epd sozial, 18. November 2011)



Schulunterricht löst bei Teenagern nur äußerst selten Begeisterung aus. Anders ist es, wenn sie sich in Schülerfirmen engagieren und dort ihr eigenes Unternehmen betreiben. Die Besten haben jetzt in Berlin Preise gewonnen

«Willst du sauber sein und rein, kauf bei «Betties» Seifen ein!» So lautet der Werbeslogan der Schülerfirma «Betties» an der Betty-Staedtler-Hauptschule in Franken für ihre selbst produzierten Natur- und Schafmilchseifen, Badezusätze und

Seifenschalen aus Ton. Das Zusatzangebot der 26 Schüler und Schülerinnen der 7. bis 9. Klassen, die bei «Betties» aktiv sind: Seifensiedekurse für Erwachsene und Online-Shopping. Für diese Geschäftsidee, für die gelungene Internetpräsentation und für ihre Professionalität wurde «Betties» beim diesjährigen «Bundes-Schülerfirmen-Contest» mit Platz 1 und mit einem Preisgeld von 1.800 Euro belohnt.

Weil Unternehmertum bekanntlich keine Grenzen kennt, ist die Vielfalt und das Ideenreichtum der 152 Schülerfirmen aus 15 Bundesländern, die sich an dem Onlinewettbewerb beteiligt haben, enorm: Es gibt unter anderen Cateringfirmen, Imkereien, Produzenten von Lernsoftware, Dienstleister für Gartenarbeiten oder Autoreinigung – und eben Seifenhersteller. Mitmachen können alle Schülerfirmen, egal in welcher Schulart sie gegründet wurden. Zehn Initiativen wurden Ende Oktober in Berlin prämiert. Schirmherrin des Contest ist Bundesbildungsministerin Annette Schavan (CDU).

Schülerfirmen fördern Teamfähigkeit, Zuverlässigkeit, Genauigkeit und Ausdauer

Ziel von Schülerfirmen ist es, junge Menschen schon während der Schulzeit zu motivieren, sich unternehmerisches Denken und Handeln anzueignen, sich für Themen wie Selbstständigkeit und Unternehmertum zu begeistern, ihre sozialen, methodischen und fachlichen Kompetenzen zu fördern. Die Idee kommt an: 2009 untersuchte die Freie Universität Berlin erstmalig, wie verbreitet Schülerfirmen in Deutschland sind und wie sie arbeiten. Knapp ein Viertel aller weiterführenden Schulen haben demnach mindestens eine Schülerfirma, in der Regel mit 6 bis 20 Mitarbeitern. Die Schüler übernehmen verantwortungsvolle Aufgaben wie Produktion, Buchhaltung, Geschäftsführung, Vorstand, Ein- und Verkauf und Marketing und arbeiten eng mit regionalen Kooperationspartnern zusammen. Die Hälfte der Schülerfirmen entwickelt sogar einen Businessplan und hat ein PR-Team. Eben professionell, so wie die «Betties».

«Wir haben seit 2009 schon rund 380 kg Produkte verkauft, konnten 700 Euro Löhne auszahlen und bezuschussen die Klassenfahrten für sozial schwache Schüler», berichtet Betties-Geschäftsführerin Manja Beitz. Die 16-Jährige ist seit zwei Jahren in der Firma dabei und engagiert sich wie alle anderen Mitstreiter fünf bis sechs Stunden in der Woche, manchmal auch samstags und in den Ferien. «Der 1. Preis beim Bundescontest war ein Knaller», freut sich Lehrer Klaus Lober, der die Schülerfirma begleitet und unterstützt. Mit dem Preisgeld soll nun eine zweite Firma, eine Imkerei, an den Start gehen. Lober ist überzeugt, dass «die Mitarbeit bei «Betties» Teamfähigkeit, Selbstständigkeit, Zuverlässigkeit, Genauigkeit und Ausdauer fördert. Und zwar in der Welt der Erwachsenen, aber noch im

Schonraum Schule, wo man auch Fehler machen darf». Dies sei ein wichtiger Schritt ins Berufsleben.

2.000 Arbeitsstunden stecken in der Teilrestaurierung des »Porsche Junior 108«



Das «Junior-Porsche-Team» der Schule am Akazienhof mit dem sonderpädagogischen Förderschwerpunkt Lernen im brandenburgischen Falkensee widmet sich alten Fahrzeugen: Die Schülerfirma restauriert und präsentiert seit 2008 Porsche-Diesel-Schlepper und kam im Bundescontest auf den Platz 8, dotiert mit 500 Euro. Gut 2.000 Arbeitsstunden stecken in der Teilrestaurierung des ersten «Porsche Junior 108», Baujahr 1959. Der kleine rote Trecker mit 14 PS ist nun ein wertvoller

Oldtimer mit einem Schätzwert von rund 13.000 Euro. «Eigentlich wollten wir ihn verkaufen, um Folgeprojekte zu finanzieren», erklärt der projektbegleitende Lehrer Guido Hildebrandt. Aber «Porschi 1» wird nun für Kremserfahrten eingesetzt oder vermietet – auch eine Einnahmequelle.

In den gut ausgerüsteten, vorbildlich sauberen Werkstatträumen liegt nun «Porschi 2» in Einzelteilen. Das derzeitige Team aus sechs Jungen und einem Mädchen zwischen 14 und 16 Jahren will den zweiten Schlepper bis zum nächsten Frühjahr auf Hochglanz bringen. Immer montags arbeitet das Porsche-Junior-Team: Heute liegt an, «Porschi 1» winterfest zu machen, weiter den Rost an «Porschi 2» zu bekämpfen und den Motor eines dritten Schleppers zu überholen – eine Auftragsarbeit.

«Ich kann gut beobachten, wie die Jugendlichen reifen und selbstbewusster werden, lernen durchzuhalten und Rückschläge zu verkraften. All das macht den besonderen Charakter einer Schülerfirma aus», sagt Guido Hildebrandt. Wichtig seien auch die vielen Kooperationen mit regionalen Handwerksbetrieben, ohne die die Schülerfirma kaum existieren könnte. «So kommen unsere Jugendlichen mit anderen Lernorten in Kontakt, vielleicht auch mit potentiellen Ausbildungsbetrieben.»

www.bundes-schuelerfirmen-contest.de