



Die Idee: Schülerfirmen

Kurz vor dem erfolgreichen Abschluss der Schullaufbahn beginnen die meisten Schüler mit dem Schreiben von Bewerbungen. Doch nicht jeder möchte bis zur Rente als Angestellter in einem Unternehmen arbeiten. Rund drei Millionen Erwerbstätige arbeiten in Deutschland auf eigene Rechnung und nutzen die Chance ihre Ideen in Form von Produkten und Dienstleistungen auf den Markt zu bringen. Als ihr eigener Chef genießen sie dabei weitaus mehr Gestaltungsmöglichkeiten als der durchschnittliche Angestellte. Wesentliche Voraussetzung für den Erfolg als Unternehmer ist nicht nur eine gute Idee, sondern vor allem unternehmerisches Denken.

Das ist nicht nur in der eigenen Firma gefragt, sondern wird inzwischen auch von Angestellten in Führungspositionen erwartet. Wer das nötige Know-how nicht erst nach der Schulzeit gewinnen möchte, hat mit Hilfe der Schülerfirmen des **JUNIOR-Projekts** die Chance, im Team eine Geschäftsidee auszuprobieren und nebenbei zu lernen, wie ein Unternehmen funktioniert. Wer selbst ausprobiert hat, wie man seine Firma finanziert, Produkte entwickelt, Kunden findet und (ehrenamtliche) Mitarbeiter motiviert, der ist bestens gerüstet für den Berufseinstieg. Angeboten wird das Programm von der IW JUNIOR gGmbH in Köln, einer Tochter des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln. Das führende private Wirtschaftsforschungsinstitut will Diskussionen anstoßen und vertritt eine marktwirtschaftliche Position.



Das Junior-Projekt: Praktische Umsetzung

Wer bei JUNIOR mitmachen und über ein Schuljahr neben der Schule unternehmerisch tätig sein möchte, muss mindestens acht Mitstreiter finden und sich mit diesen auf eine Geschäftsidee einigen. Angesprochen sind Schülerinnen und Schüler ab der 9. Klasse an allen Schulen. Zu Projektbeginn verkauft das junge Unternehmen 90 Anteilsscheine à 10 Euro, um ein Startkapital von 900 Euro zu bekommen. Mögliche Käufer sind nicht nur Eltern und Lehrer, sondern z.B. auch der Bürgermeister oder der örtliche Landtagsabgeordnete.

Dann beginnt die Umsetzung der Geschäftsidee. Mit großem Engagement beginnen die Schüler ihre neuen Positionen als Vorstandsvorsitzende, Marketingleiter oder Produktentwickler mit Leben zu füllen. Kosten müssen also kalkuliert, Waren bestellt und Rechnungen geschrieben werden. Einmal im Monat werden Buchführungsunterlagen erstellt, die man zur JUNIOR-Geschäftsstelle schickt. Von dort gibt es nicht nur ein sachkundiges Feedback, sondern auch Hilfe und Unterstützung während der ganzen Projektlaufzeit. JUNIOR ist als schulische Veranstaltung anerkannt. Vollständig angemeldete Teilnehmer sind während des Projektes über die Schule unfallversichert. Eine Betriebshaftpflichtversicherung schützt zudem, falls im Unternehmen etwas schief geht. Vor Beginn der Sommerferien wird das Unternehmen aufgelöst, der Gewinn an die Anteilseigner verteilt und ein Teilnahmezertifikat ausgestellt.



JUNIOR: Die besten Ideen 2008

1. Platz: »image.bb«

Mit der Entwicklung, Produktion und Vermarktung eines mehrsprachigen Imagefilms über die Stadt Böblingen wurde die Schülerfirma des Otto-Hahn-Gymnasiums nicht nur erster im deutschen Wettbewerb, sondern sogar zu Europas bester Schülerfirma. 1.500 Exemplare der DVD, die sich unter anderem mit Geschichte, Kultur und Zukunft der Stadt beschäftigt, haben die Schüler verkauft. Prominenteste Anteilseignerin ist übrigens Bundeskanzlerin Angela Merkel.

2. Platz: »energy.counselling«

Steigende Energiepreise waren der Hintergrund für die Geschäftsidee der JUNIOR-Firma der Gesamtschule Gedern. Gemeinsam entwickelten die Schülerinnen und Schüler ein Konzept zur Energieberatung und halfen ihren Kunden dabei effizienter mit Energie umzugehen. Mit ihrem Konzept überzeugten sie die Jury, die das Team beim Bundeswettbewerb mit einem Outdoor-Training belohnte.

3. Platz »PREducation«

Die 16 Schüler des Städtischen Gymnasiums Kerpen haben ein Buch entwickelt, mit dessen Hilfe vierjährige Kindergartenkinder sich auf den Delfin-Test zur spielerischen Prüfung der Sprachkompetenz und Schulfähigkeit vorbereiten können. Das mehrsprachig erhältliche Buch »Mit Lokomo auf Reisen« wurde von Kindergärten und auch in den Medien mit Begeisterung aufgenommen.



JUNIOR: Ein Erfolgsprojekt

Seit der Gründung der ersten JUNIOR-Firma im Jahr 1994 haben sich mehr als 45.000 Schüler an dem Projekt beteiligt und ihre eigene Schülerfirma gegründet. Durchschnittlich sind pro Team 13 Schülerinnen und Schüler aktiv, die zwei bis vier Stunden wöchentlich in das Unternehmen investieren. Gut angelegt ist auch das Geld der Anteilseigner, denn manchmal gelingt es den JUNIOR-Unternehmen Renditen bis zu 300 Prozent zu erwirtschaften, die den Anteilseignern zu Gute kommt. Profitiert haben in erster Linie aber auch die Teilnehmer.

In einem Jahr haben sie nicht nur gelernt, wie ein Unternehmen funktioniert, sondern auch wertvolle Kontakte geknüpft. Unterstützt von Schulpaten, Unternehmen, Verwaltung und Verbänden haben sie bewiesen, dass sie nicht nur gute Ideen haben, sondern auch die Fähigkeit diese praktisch umzusetzen. Wer diese Softskills hat, verfügt über eine gute Grundlage für die Gründung einer eigenen Firma nach der Schule oder dem Studium. Auch bei Bewerbungsverfahren achten die Personalabteilungen immer öfter auf diese Kompetenzen.

Unternehmerische Kompetenz steht bisher in keinem Bundesland in dieser Form auf dem Lehrplan. Deshalb ist das JUNIOR-Projekt eine wichtige Ergänzung, die man auf keinen Fall verpassen sollte. Die nächste Runde des Projekts startet in allen Bundesländern gleich nach den Sommerferien.



Kontakte für die weitere Recherche



JUNIOR-Projekt
www.juniorprojekt.de

**Institut der deutschen
Wirtschaft Köln**
www.iwkoeln.de

Industrie- und Handelskammer
www.ihk.de

Gründermagazin StartingUp
www.starting-up.de

Liste aktueller JUNIOR-Projekte
[www.juniorprojekt.de/
unternehmensuche.aspx](http://www.juniorprojekt.de/unternehmensuche.aspx)



**Jugendmedienzentrum
Deutschland e.V. (JMZ)**
Hammacher Straße 33
45127 Essen
Tel.: (0201) 2480-358
Fax: (0201) 2480-348
info@jugendmedienzentrum.de
www.jugendmedienzentrum.de



Herausgeber: Jugendmedienzentrum Deutschland e.V. (JMZ) · NSRP: Christian Kolb · Layout: Alexander Schilling

JUNIOR Schülerunternehmen

**Recherchehilfe für
Schülerzeitungsredakteure**