

Treibende Kraft

Immer mehr Schüler proben in eigenen Mini-Firmen das Unternehmertum – und verbessern damit ihre Chancen auf dem Arbeitsmarkt.

Eigentlich sei er ja „immer so ein naturwissenschaftlicher Typ“ gewesen, sagt Alexander Keck und grinst bei dem Gedanken, dass ihm deshalb fast die Chance entgangen wäre, sich gleich nach der Schule selbständig zu machen.

Statt an der Universität mit Mikroskop und Versuchsanleitungen zu hantieren, verhandelt der 20-Jährige jetzt mit Kreditgebern und feilt am Konzept einer Internet-Quizshow, mit der seine Firma Kess Kreativstatt noch im Frühjahr online gehen will. Angst vor der eigenen Courage kennt der Existenzgründer nicht, denn als selbständiger Geschäftsmann ist er längst ein alter Hase: Zwei Jahre hatte er als Schüler schon eine eigene Firma; da stellte sich nach dem Abitur gar nicht mehr die Frage, „ob ich eine neue Unternehmung starten will, sondern nur, mit welcher Geschäftsidee“.

Als Gymnasiast an der Rostocker Jugenddorf-Christophorusschule profitierte Keck von einem ungewöhnlichen Programm, das die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung (DKJS) vor sechs Jahren im Osten der Republik angekurbelt hatte: Finanziert von der Heinz-Nixdorf-Stiftung und anderen Sponsoren unterstützt die Berliner Stiftung derzeit rund 50 Schülergruppen beim Aufbau von Unternehmen. Die Betriebe – klein, aber geschäftsfähig – werden von den Jugendlichen eigenständig in deren Freizeit geführt. Die Teenager sollen so vor allem selbstbewusster werden, sollen lernen, sich auf eigene Faust in der Marktwirtschaft durchzusetzen.

Chefs von der Schulbank: Nicht nur im Osten boomt die Penne als Start-up-Zelle. Unter www.schuelerfirmen.de sind im Internet 159 Geschäftsründungen aus der ganzen Republik aufgelistet, vom „Partnerservice für Senioren“ an der Städtischen Schule Kopernikusstraße in Duisburg bis zum „Bistro Willy“ an der Heidelberger Willy-Hellpach-Schule.

Manche der Unternehmen produzieren Naturprodukte wie die „Greenhorns“ im vorpommerschen Velgast, oder sie geben



Stiftungschefin Kahl
Start-up an der Penne



Café der Schülerfirma „Peng-SAG“ in Potsdam: Klein, aber geschäftsfähig

Senioren aus der Nachbarschaft Internet-Unterricht wie die Think-AG in Berlin-Kreuzberg. Die Mehrzahl will mit Fitness-Studios, Kinos oder Kaffeebars die Mitschüler und Lehrer als Kunden ködern, so etwa die „Peng-SAG“, die am Potsdamer Espengrund-Gymnasium ein Café führt.

Den erwachsenen Unternehmern am Ort dürfen die von der DKJS geförderten Youngster keine ernsthafte Konkurrenz machen, außerdem gibt es beim Jahresumsatz ein Limit von 60000 Mark. Dafür erhalten die Nachwuchsmanager Startkapital – je nach Geschäftsidee bis zu 12000 Mark – und werden in juristischen sowie wirtschaftlichen Fragen betreut. Gewinne fließen zurück in das Unternehmen oder kommen der Schule zugute.

Die Lehrer, das ist Bedingung, müssen sich aus den Geschäften weitgehend heraushalten. Geld und Beratung gibt es nur, wenn die Schüler die treibende Kraft sind – die

Idee entwickeln, die Vorstandsposten verteilen und das Personal rekrutieren.

Vielen Pädagogen fällt es zunächst schwer, sich mit dem Part des Beraters oder einfachen Mitarbeiters zu begnügen. Die meisten gewöhnten sich jedoch schnell daran, „einmal nicht das letzte Wort zu haben“, beobachtet DKJS-Geschäftsführerin Heike Kahl, 45. Auch die Jugendlichen pochen auf ihre Unabhängigkeit: „Die Lehrer sind als Kunden willkommen, haben hier aber sonst nichts zu sagen“, stellt Fabian Gerß, 16, Mitarbeiter der Berliner Think-AG, klar.

Vor allem für Haupt- und Realschüler hat sich die Mitarbeit bei DKJS-Projekten

in der Vergangenheit ausgezahlt, denn sie lernen Fähigkeiten, die bei der späteren Jobsuche nützlich sind: Sie können im Team arbeiten, Konflikte lösen und sicher auftreten. Dazu kommen Managerkompetenzen wie wirtschaftliches Denken und die Fähigkeit, Verhandlungen zu führen.

So hatten etwa die rund 60 ehemaligen Mitarbeiter des 1. Sächsischen Schülerreisbüros Power-Tours beste Karten auf dem engen Lehrstellenmarkt von Hoyerswerda: „Es sind alle irgendwo untergekommen“, sagt Deutschlehrerin Petra Reimann, 41, die seit fünf Jahren das Mini-Unternehmen der Friedrich-Ebert-Mittelschule betreut. „Das ist in unserer Gegend etwas Besonderes.“

Manche der Jugendlichen hätten sich früher „nicht mal ans Telefon getraut“, so die Pädagogin, jetzt ließen sich die jungen Reiseveranstalter auch von burschikosen Busunternehmern nicht mehr ins Bockshorn jagen.

Zudem seien es gerade nicht die typischen Alpha-Tierchen mit den spitzen Ellenbogen, die in die Firma drängten. Vielmehr fühlten sich vor allem solche Jugendlichen vom Geschäftsleben angezogen, die, sagt Reimann, „zu Hause keine Unterstützung haben oder zu den Außenseitern in den Klassen gehören“.

Dutzende interessierter Anrufer aus Hamburg, München und Köln zählt die Stiftung mittlerweile jede Woche. Neben reformeifrigen Pädagogen melden sich vor allem Eltern. Der Gedanke, dass ehrgeizige Mütter und Väter die Schülerfirmen als Karriere-Vehikel für den eigenen Nachwuchs betrachten könnten, lässt Stiftungschefin Kahl kalt: „Die Unternehmen laufen nur, wenn die Jugendlichen wirklich selbst wollen. Und nicht, wenn Mami sagt: Mach mal!“

FENJA MENS