

OIKOS EINE WELT e.V.
Berlin

Dr. Malte Letz
Dr. Michael Geiger

Gründung und Alltag entwicklungspolitisch orientierter Schülerfirmen (EPOS)

Eine Handreichung

Gefördert durch die InWEnt gGmbH und die Landesstelle für
Entwicklungszusammenarbeit der Berliner Senatsverwaltung für
Wirtschaft, Technologie und Frauen sowie der Arbeitsstelle Eine Welt der
Kirchenprovinz Sachsen

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
I WAS SIND EPOS?	3
II VIELE GRÜNDE für eine EPOS	4
III HANDLUNGSFELDER der EPOS	6
IV NEUN SCHRITTE ZUR GRÜNDUNG einer EPOS	7
V EINIGE ANMERKUNGEN zum ALLTAG nach der GRÜNDUNG	19
VI TIPS zum ALLTAG einer EPOS aus BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHER SICHT	21
VII ANLAGEN	23

Kontakt zu den Autoren:

Dr. Malte Letz. Mail: bueroletz@t-online.de

Dr. Michael Geiger. Mail: Dr.-Geiger@t-online.de

I WAS SIND EPOS?

Der Begriff „Entwicklungspolitisch orientierte Schülerfirmen“ (epos) ist eine vom Verein OIKOS EINE WELT benutzte Bezeichnung für eine spezifische Art von Schülerunternehmen, in denen entwicklungspolitische Aspekte Bestandteil der Unternehmensphilosophie (Corporate Identity) und Geschäftspraxis sind. epos sind somit eine Form der seit Anfang/ Mitte der 90er Jahre in vielen Ländern der EU von jungen Menschen und meist im Umfeld ihrer Lern- und Ausbildungseinrichtungen gegründeten und betriebenen Firmen. Für sie gib es recht unterschiedliche Bezeichnungen: die EU nennt sie micro enterprises; in Deutschland sind die Begriffe „Schülerfirma“ und „Schülerunternehmen“ gebräuchlich. Mittlerweile gibt es in Deutschland einige zehntausend Schülerfirmen (SF), meist von Schülern¹ ab Klasse 8 betrieben. Allen SF gemeinsam ist, dass sie Lern- und Handlungsorte sind, in denen in der Regel Schüler sich durch konkrete unternehmerische Tätigkeiten in einem learning-by-doing-Prozess mit der Praxis der Wirtschaft und der Wirtschaftsunternehmen vertraut machen. Zudem werden eine Vielzahl weiterer Kompetenzen durch das praktische Agieren entwickelt und angewendet wie beispielsweise soziale Kompetenzen (Teamarbeit, Eigenverantwortung...), Sprachkompetenzen (Muttersprache, Fremdsprachen) und viele mehr. Geschäftsfelder der SF sind in der Regel Unternehmungen in den Bereichen Handel (z.B. Im- und Export von Süßigkeiten, Schmuck...), Catering (Betreiben eines Schülercafés...), Public Relation (u. a. Erstellung von Merchandisingprodukten für die Schule wie Schreibstifte, Gestaltung einer Homepage...), die Eventorganisation (z.B. LAN-Partys, Weihnachtsfeiern...) und diverse Dienstleistungen (u.a. Reisebüro für Schülerreisen, Reinigungsdienste, Fahrradwerkstatt...). Einige dieser Firmen beschränken sich nur auf die Simulation, d. h. alles findet nur auf dem Papier und nicht in der tatsächlichen Praxis statt. Die meisten Jugendlichen entscheiden sich jedoch für reale Unternehmen. Sie nutzen die von der Wirtschaftsgesetzgebung ermöglichten Freiräume für Kleinunternehmen wie beispielsweise deren Befreiung von bestimmten Steuern (Umsatzsteuer/ Gewerbesteuer...) und Auflagen (Buchführungs-/ Bilanzpflichten...). Dass sie als reale Marktteilnehmer agieren, motiviert sie in einem besonderem Maße: Auf diesem Wege können sie viele Selbsterfahrungen sammeln, die für ihr künftiges Erwerbsleben von großer Relevanz sind. Insbesondere ist dabei das praktische Erlernen und Anwenden betriebswirtschaftlichen Wissens hervorzuheben. Besonders hier beweisen Schülerfirmen ihre Praxisrelevanz und ihren Zusatznutzen zum traditionellen Unterricht/ Ausbildung, bei denen das praktische betriebswirtschaftliche Handeln in der Regel keine Rolle spielt. In diesem Sinne sind für die Autoren **Schülerfirmen**:

Von jungen Menschen vorwiegend mit kaufmännischen Mitteln und Methoden generierte und betriebene Selbsterfahrungsorte der Sammlung und Anwendung vielfältiger Zukunftskompetenzen.

Sie entsprechen in einem besonderem Maße der von den Kultusministern geforderten und mittlerweile in vielen Schulgesetzen und Curricularen Vorgaben an Schulen verankerten **Praxis- und Zukunftsrelevanz der Lernens** und der Stärkung der Kompetenz der Lernenden, erworbenes Wissen in ihrer realen Lebensumwelt anwenden zu können (**Anwendungskompetenz**).

Trotz des Booms der Schülerfirmen in Deutschland sind sie bislang nur partiell als entwicklungspolitische Bildungs- und Handlungsorte entdeckt worden. Praktische Aspekte des Nord-Süd-Austausches (Handel, Konsum) und insbesondere ethische, soziale und ökologische Kriterien von Produktion und Konsumtion aus der Sicht der Entwicklungspolitik und Entwicklungszusammenarbeit spielen in der Praxis der SF meist keine Rolle. Nur vereinzelt haben Eine-Welt-Gruppen (Vereine) begonnen, in ihrem Umfeld an Schulen Aktionsgruppen/ Aktionen zu initiieren, die dem Modell der SF nahe kommen. Meist erfolgte und erfolgt dies im Bereich des Fairen Handel: Eine-Welt-Läden gründen von Schülern betriebene Dependancen in Schulen. Zu erwähnen ist z. B. die u. a. vom BAOBAB e.V. getragene Initiative „Fairer Handel macht Schule“. Partiiell haben Schüler auch weitgehend unabhängig von entwicklungspolitischen Vereinen ihre Schülerfirma auf den Fairen Handel ausgerichtet. Ein Beispiel dafür ist eine Schülerfirma an der Gesamtschule Hamburg-

¹ Aus Gründen der Vereinfachung wird im Text immer nur ein Geschlecht angegeben; in der Regel sind damit männliche und weibliche Personen gleichermaßen gemeint.

Blankenese: hier importieren Schüler zu fairen und ökologischen Handelskriterien Kaffee aus Mittelamerika und verkaufen ihn in Deutschland.

Mit einem Pilotprojekt haben die Autoren in 2006 begonnen in den Ländern Berlin, Brandenburg und Sachsen in der Praxis auszuprobieren, ob und wie Schülerunternehmen verstärkt für die entwicklungspolitische Bildungs- und Aktionsarbeit resp. als eine Form des Globalen Lernens und Agierens in Gestalt **entwicklungspolitisch orientierter Schülerfirmen (epos)** profiliert werden können. Entstanden sind epos, d.h.:

<p style="text-align: center;">Schülerfirmen, deren Philosophie und Geschäftstätigkeit praktische Aspekte der Entwicklungspolitik im unternehmerischen Denken und Handeln berücksichtigen.</p>

Dabei hat die Entwicklungspolitik (EP) für diese Unternehmen ein recht unterschiedliche Relevanz: So kann sich beispielsweise die ganze unternehmerische Tätigkeit nur um die Praxis der EP entfalten (z. B. Aufbau und Betrieb eines Weltladens mit Fair gehandelten Produkten) oder aber auch nur Teile des Unternehmens berühren. Letzteres ist der Fall, wenn das Unternehmen als Teil seiner Firmenphilosophie von der Entwicklungspolitik gesetzte ethische, soziale und ökologische Standards der Produktion und Konsumtion in ihrem Alltag berücksichtigt. Beispiele: Ein Schülercafé setzt in ausgewählten Bereichen Fair gehandelte Produkte ein (Tee, Süßigkeiten...) oder: eine Schülerfirma verwendet einen Teil ihres Gewinns für die praktische Solidarität (Spende), wobei ihr eigentlicher Geschäftsgegenstand Nord-Süd-Aspekte im Alltag nicht berührt, gleichwohl aber in der Firmenphilosophie die Überlegungen zum Gewinn von ethischen Kriterien der EP mit geprägt werden.

Die Erfahrungen aus dem Pilotprojekt sind in ein dreijähriges Förderprojekt des Vereins OIKOS EINE WELT von 2007 bis 2009 eingeflossen, bei dem jährlich bis zu 10 epos gegründet bzw. vorhandene Schülerfirmen aus entwicklungspolitischer Sicht profiliert und fachlich begleitet wurden.

II VIELE GRÜNDE für eine EPOS

Auf die Frage, warum sich eine Schülerfirma ganz oder partiell mit Aspekte der Entwicklungspolitik befassen sollte, gibt es eine Reihe von Antworten:

Erstens. Zwar ist die Globalisierung ein prägendes Element der Zukunft der heute Lernenden; das Lernen des Umgangs und der Gestaltung der Globalisierung, d. h. der Erwerb und die Anwendung von Globalisierungskompetenzen im Erfahrungsumfeld der Schüler gestalten sich hingegen vielerorts wegen mangelndem Bezug zum konkret erlebten Alltag als schwer; partiell wird es von Schülern wegen der Praxisferne als langweilig empfunden. Die Hinwendung einer Schülerfirma zum Fairen Handel gibt hingegen ganz praktische Einblicke, lässt am eigenen Beispiel hautnah erfahren, was Globalisierung ist und wie sie sich konkret im Alltag auswirkt. So haben beispielsweise Schülerfirmen aus unserem Projekt eine persönliche Sicht auf die Globalisierung entwickelt und neues Interesse der Schüler für weltweite Währungs- und Wirtschaftsprozesse entfacht, als sie die Relevanz von Euro- und Dollarkursen bei der Gestaltung ihres Endpreises (Verbraucherpreis in Deutschland) für ihren importierten Kaffee selbst spüren konnten (**Globalisierungskompetenzen**).

Zweitens. Zu Beginn des 21. Jh. wird deutlich, dass die Überwindung der Entwicklungsprobleme des Südens dauerhaft nicht allein über Projekte der öffentlich wie auch privat getragenen Entwicklungszusammenarbeit, die Arbeit von Solidaritätsgruppen und Not- und Katastrophenhilfe zu lösen sind. Laut dem Bericht der UNCTAD zur Lage der am wenigsten entwickelten Länder (LDC) aus dem Jahr 2006 werden künftig Umfang und Qualität der Wirtschaftszusammenarbeit zwischen Nord und Süd entscheidend sein. Fortschritte im Süden hängen demnach davon stark ab, ob und wie Unternehmen und Unternehmer im positiven Sinne die Belange der Entwicklungsländer² in ihrem Handeln berücksichtigen. Ein Beispiel ist der Faire Handel: Mit der Aufnahme von Fair gehandelten

² Aus Gründen der Platzersparnis wird im Text der Begriff „Entwicklungsländern“ immer in der Einheit von Entwicklungs- und Transformationsländern verwandt

Waren wie Kaffee in das Sortiment der großen Handelsketten in Deutschland können heute deutlich mehr Kunden gewonnen werden, als es den Eine-Welt-Läden bislang möglich war. Damit sind höhere Umsätze und Erlöse verbunden, die wiederum die Wirtschaftskraft der Produzenten im Süden stärken. Als Teil einer Public Private Partnership³ werden zudem heute immer mehr Wirtschaftsunternehmen in Entwicklungsländern auf ehemals klassischen Feldern der Entwicklungszusammenarbeit tätig: z. B. Aufbau von Infrastrukturen (z. B. Wasser, Straßen...). Künftige Arbeitnehmer, Manager und Unternehmer werden somit stärker als heute mittelbar und unmittelbar mit Fragen der Wirtschaftszusammenarbeit zwischen Nord und Süd konfrontiert. Daraus folgt, dass Schüler sich heute als Teil ihrer Vorbereitung auf das Erwerbsleben auch entsprechende Kompetenzen aneignen müssen. In diesem Sinne können epos unterstützend wirken, d. h. Teil der beruflichen Orientierung, Vorbereitung und Basisqualifizierung junger Menschen werden (**Förderung auf das Erwerbsleben ausgerichteter Kompetenzen**). Daher geht es aus der Sicht der Autoren bei den epos weniger um den Aufbau von klassischen Solidaritätsgruppen. Primär entstehen kleine Unternehmen, die konkret in ihrem Geschäftsalltag über den „Tellerrand“ auf die Welt blicken und nachhaltig agieren, d.h. globale Zusammenhänge berücksichtigen sowie mit ihrem Geschäft dem „Süden“ Chancen zur Entwicklung geben. Und dabei konkret erfahren lassen, dass dies machbar ist und zwischen unternehmerischen Agieren und Solidarität kein unüberbrückbarer Gegensatz in der Praxis besteht.

Drittens. Zivilgesellschaftliche Initiativen wie gemeinnützige Vereine oder Bürgerinitiativen gewinnen nicht nur in Deutschland einerseits immer mehr an Bedeutung; andererseits werden die ihnen von der öffentlichen und privaten Hand zur Verfügung gestellten Finanzmittel immer knapper. Angesichts dieser Entwicklung sind soziale, karitative, ökologische, entwicklungspolitische und viele andere Initiativen gezwungen, mit den wenigen ihnen zur Verfügung stehenden Mitteln wirtschaftlich zu handeln: Gemeinnützige Initiativen werden, wenn sie dauerhaft erfolgreich bestehen wollen, selbst wie Unternehmen denken und handeln müssen. Mit den epos können in diesem Zusammenhang Lernende erfahren, dass unternehmerisches resp. wirtschaftliches Handeln nicht a priori der Lösung von sozialen, ökologischen etc. anderen Problemen entgegensteht, sondern dass kaufmännisches Denken und Handeln wesentlich zum Erfolge gemeinnütziger Projekte beitragen kann. Entwicklungspolitisch orientierte Schülerfirmen verknüpfen somit die Herausbildung und Stärkung von **zivilgesellschaftlichen Kompetenzen** mit der Entwicklung von praktischen Fähigkeiten und Fertigkeiten, diese effizient (im wirtschaftlichen Sinne) bei der Lösung von Aufgaben einsetzen zu können. Auch hier unterstützen epos die künftige berufliche Entwicklung junger Menschen, in dem künftige professionelle Akteure zivilgesellschaftlicher Initiativen vorqualifiziert werden.

Viertens. In vielen Schulen gehört heute das Globale Lernen bereits zum Alltag. Im Alltag zeigt sich, dass methodisch und inhaltlich gut gestaltete Lerneinheiten – beispielsweise von Eine-Welt-Gruppen angebotene Projektstage, u. a. mit Bildungsreferenten, die aus Entwicklungsländern stammen und heute in Deutschland leben – oft den Wunsch der Schüler nach einer praktischen Aktion nach sich ziehen. Diese Bereitschaft zur Initiative verpufft aber nicht selten, da Schülern keine konkreten oder/und dauerhaften **Handlungsinitiativen im Bereich des Globalen Lernens** angeboten werden oder angebotene Aktionen ihnen nur wenig Raum zur Selbstbestimmung lassen (z. B. wenn bestimmte Spendenziele, Themen etc. von Hilfsorganisationen den Schülern mehr oder weniger vorgegeben werden) oder/und die Aktionsangebote nur kurzfristig angelegt sind. Mit einer epos erhalten Lehrende und Lernende eine Aktionsform, die langfristig sein kann und mit einer hohen Selbstbestimmungskomponente versehen ist. Attraktiv für den schulischen Alltag ist zudem, dass die epos ein hohes Aktivierungspotential besitzen und den einzelnen Schüler zur Selbstbetätigung motivieren und ihm die Generierung und Sammlung von Selbsterfahrungen in praxi ermöglichen.

Fünftens. Aktuelle Entwicklungen in der Bildungs- und Jugendpolitik der Europäischen Union, die zunehmend mit den nationalen Bildungs- und Jugendstrategien der Mitglieder der EU umgesetzt werden, konzentrieren sich auf Leistungen, die den Übergang von Schule in das Erwerbsleben fördern und dabei der Vernetzung von formalem und nichtformalen Bildungsprozessen/-leistungen einen großen Stellenwert zukommen lassen. Im Bereich des Globalen Lernens bietet sich hier die Arbeit mit

³ „public private partnership“ beinhaltet u. a. die Übernahme der Lösung von Aufgaben, für die bislang vor allem die Öffentliche Hand zuständig war, durch Wirtschaftsunternehmen bzw. Privatpersonen (Investoren...).

Schülerfirmen an. Nicht zuletzt ermöglicht ein solcher hochaktueller Ansatz den diversen Bildungsakteuren einen Zugang zu zusätzlichen bzw. neuen Fördermitteln, die speziell auf den Übergang von Schule in das Erwerbsleben ausgerichtet sind.

III HANDLUNGSFELDER der EPOS

Schülerunternehmen, die als Entwicklungspolitisch orientierte Schülerfirmen (epos) bezeichnet werden können, beschäftigen sich grundsätzlich mit Aspekten, die direkt und indirekt Belange der Entwicklungsländerwelt betreffen. Generell ist ihre geschäftliche Tätigkeit im engeren Sinne darauf ausgerichtet, Beiträge zur sozialen Entwicklung Benachteiligter in Entwicklungs- und Transformationsländern, zur Generierung und Gestaltung des Süden wie auch des Norden gleichermaßen begünstigende globale Austauschbeziehungen sowie zur Schonung und Regenerierung der Umwelt (Ökologie) zu leisten. In der Praxis können dem Schüler mit vier Ansätzen gerecht werden.

Ein erster Ansatz ist, dass sie ethische, soziale und ökologische Kriterien in ihrer **Unternehmensphilosophie** aufnehmen, die seit der Konferenz von Rio de Janeiro im Jahr 1992 und weiteren Folgekonferenzen der Vereinten Nationen (Rio-Folge-Prozess) und der Agenda 21 Handlungsstandards entwicklungspolitisch orientierten Handelns bei der Erreichung der Zielstellungen auf den Handlungsfeldern sind: ökonomische Effizienzsteigerung (wirtschaftliche Entwicklung), soziale Gerechtigkeit und ökologische Nachhaltigkeit. Diese Kriterien sind mittlerweile in internationalen Vereinbarungen verankert (Details enthalten die Webseiten in der Anlage). Berücksichtigen können epos diese u. a., indem sie Rohprodukte und Erzeugnisse aus Entwicklungsländern bei der Erstellung ihrer Geschäftsleistungen einsetzen, die den dortigen Erzeugern faire Preise ermöglichen und vor Ort sozial und ökologisch nachhaltig produziert wurden. Eine weitere Möglichkeit ist, dass sie bei der Verankerung der Ziele ihres Gewinnstrebens Belange der Entwicklungspolitik berücksichtigen. Dies ist der Fall, wenn sie beispielsweise in ihrer Unternehmensphilosophie festhalten, dass der Gewinn oder Anteile am Gewinn für entwicklungspolitische Projekte zur Verfügung gestellt wird (Spenden zur Finanzierung von Projekten von kleinen und großen Hilfsorganisationen in Entwicklungsländern; Partnerschaften und Patenschaften, die Gleichaltrigen in Entwicklungsländern einen Schulbesuch ermöglichen..). Dieser Ansatz ist quasi der **Basisansatz**, der allen epos zumindest eigen ist.

Der zweite Ansatz beinhaltet konkrete geschäftliche Tätigkeiten. In der Praxis zeichnen sich in der Regel vier **Geschäftsfelder** ab:

Fairer Handel. Die Schülerfirma verkauft Fair gehandelte Produkte und Erzeugnisse aus Entwicklungsländern wie Schokoladenerzeugnisse, Tee bzw. Kaffee (ältere Schüler), Textilien (T-Shirts) und vieles mehr. Dabei kann die Schülerfirma ausschließlich nur mit diesen Gütern handeln – sie arbeitet dann im Prinzip als ein Eine-Welt-Laden. Sie kann dies als selbständiges Unternehmen oder als Dependence eines beispielsweise in der Region existierenden Welt-Ladens machen. Eine andere Möglichkeit ist, dass Faire Erzeugnisse (nur) eine Beimischung zu einer breiten Palette von gehandelten Erzeugnissen darstellen. Bei letzterer Variante muss freilich darauf geachtet werden, dass die anderen gehandelten Produkte ebenfalls den ethischen, sozialen und ökologischen Kriterien entsprechen, denen sich die SF bezogen auf die Entwicklungsländerwelt verpflichtet fühlt. Eine Schülerfirma kann auch als Importeur Fair gehandelter Produkte agieren, d. h. sie führt aus Entwicklungsländern Waren ein, verteilt sie dann unmittelbar selbst an Endverbraucher (Direktverkauf). Oder sie vertreibt (verkauft) sie als Zwischenhändler an bzw. über andere Unternehmen (Großhändler).

Catering. Die Schülerfirma bietet Leistungen wie Betrieb eines Schülercafés (Pausenversorgung), Bereitstellung von Speisen und Getränken für Events (Abiturfeier, Weihnachtsfeier...), Verzehrstände bei Aktionen/ Aktionstagen (Tag der Offenen Tür der Schule, Präsentation der Schule bei Events in der Region wie Stadtteilfesten...) und vieles mehr an. Dabei setzt zum einen die Schülerfirma

Rohprodukte und Erzeugnisse aus Entwicklungsländern ein, die den in ihrer Unternehmensphilosophie verankerten entwicklungspolitischen Kriterien entsprechen, d. h. es werden Waren des Fairen Handels bei der Erstellung von Speisen und Getränken eingesetzt. Zum anderen kann die Schülerfirma über den Einsatz Fairer Produkte auch über Menschen und Kulturen in Ländern des Südens informieren, in dem sie Einblicke in die Hintergründen der eingesetzten Produkte gibt. Auch hier ist es möglich, dass eine epos nur mit Fairen Waren arbeitet. In der Regel sind Faire Waren aber Beimischungen zu einer breiten Palette von Waren, die der Caterer verarbeitet.

Öffentlichkeitsarbeit (PR). Dort wo Schulen bzw. Schüler sich an entwicklungspolitischen Kampagnen oder/ und Events beteiligen wollen, sind auch Schülerfirmen möglich, die entsprechende auf ihr konkretes Umfeld bezogene Elemente der PR erstellen. Diese können z. B. Plakate, Flyer, Werbeartikel wie Schreibstifte und T-Shirts mit Infos/ Logos zu einer Kampagne, eine Homepage, Transparente etc. sein.

Events. Eng mit letzterem verbunden können Schülerfirmen schließlich auch Events organisieren und veranstalten, die Nord-Süd-Themen zum Gegenstand haben. Möglich sind u. a. Aktionstage zu entwicklungspolitischen Kampagnen oder auch Benefizveranstaltungen wie Konzerte.

Im Alltag der Schülerfirmen kommen in der Regel die einzelnen Geschäftsfelder nicht einzeln vor. Meist agieren die epos mit einem Mix von Geschäftsfeldern.

Bei einem dritten Handlungsansatz sind Schülerfirmen auf Geschäftsfeldern tätig, die weder direkt noch indirekt einen Bezug zur Entwicklungspolitik aufweisen. Ihr Nord-Süd-Bezug ergibt sich jedoch daraus, dass diese Firmen ihren **Gewinn** bzw. Teile ihres Gewinnes entwicklungspolitischen Zwecken zukommen lassen, u. a. in Form von Spenden für Projekte der Nothilfe oder/ und der Entwicklungszusammenarbeit.

Der vierte Ansatz umfasst Schülerfirmen, die nur **mittelbar als epos** bezeichnet werden können. Hier sind die Firmen weder auf Geschäftsfeldern mit entwicklungspolitischen Bezug tätig, noch verwenden sie Teile ihrer geschäftlichen Ergebnisse für entwicklungspolitische Zwecke. Vielmehr wenden sie sich partiellen Aspekten des Globalen Lernens zu, um sich **ausgewählte Kompetenzen** nachhaltigen unternehmerischen Denkens und Handelns im Rahmen von Qualifizierungsprozessen anzueignen (Kompetenzvermittlung). Beispielsweise lernen sie am Beispiel der Produktion von Textilien in Entwicklungsländern sowie des Export dieser Produkte in den Norden, warum es (internationale) Sozialstandards gibt und wie diese im globalen Warenaustausch wirken. Eine weitere Form ist die Berücksichtigung von Kulturelementen, Produktionsverfahren etc. aus Entwicklungs- und Transformationsländern bei der Produktentwicklung der Schülerfirma. Auch hierzu ein Beispiel: Eine Schülerfirma die Textilien oder Schmuck selbst gestaltet, produziert und anschließend verkauft, kann im Design Bezug auf die Folklore afrikanischer Länder nehmen. Ihr Geschäftsgebaren trägt auf diesem Wege dazu bei, Menschen in Deutschland mit dem Alltag von Menschen in Afrika bekannt zu machen und somit bei ihren Kunden durch Vermittlung von Wissen, Empathie und positiven Emotionen zivilgesellschaftliche Tugenden wie Toleranz und Offenheit zu stärken.

IV NEUN SCHRITTE ZUR GRÜNDUNG einer EPOS

Zur Etablierung einer epos gibt es zwei grundsätzliche Wege: Zum einen kann eine **bereits bestehende Schülerfirma sich als epos profilieren**, d. h. ihre Denk- und Handlungsansätze durch Momente der Entwicklungspolitik und -zusammenarbeit erweitern. Zum anderen kann eine epos durch die **Neugründung einer Schülerfirma** entstehen.

Entscheiden sich **bestehende Schülerfirmen** für den Ansatz der epos, ist das Gründungsprozedere recht einfach. Da die Strukturen der Firma bereits bestehen und vieles Grundsätzliches in ihrem schulischen Umfeld und ihrem unternehmerischen Alltags geregelt ist, besteht das Gründungsprozedere hier vor allem aus der Präzisierung der Unternehmensphilosophie, des

Geschäftsfeldes und des Geschäftsgegenstandes sowie der Leistungserstellung und des Verkaufs der Leistung(en) mit Bezug zur EP. Dazu sind vor allem Qualifizierungen (Workshops) entwicklungspolitischer Natur (Globales Lernen) der Schüler angebracht; sinnvoll ist auch eine Marktforschung für die neuen Leistungen der Schülerfirma sowie die Fortentwicklung des Marketings und anderer Ansätze der alltäglichen Unternehmenspraxis. In der Regel muss sich eine existierende Schülerfirma daher als epos nicht völlig neu aufstellen. Die Profilierung als epos kann unmittelbar erfolgen, sozusagen Teil der ohnehin für Schülerfirmen angebrachten ständigen Entwicklung ihres Leistungsspektrums sein. Die Klärungsphase, ob eine SF sich als epos neu aufstellt bzw. erweitert, sollte nicht länger als 3 bis 6 Monate dauern und entsprechende Basisqualifizierungen der Betreiber der SF und strikt (nur) auf der Basis eines partizipatorischen Entscheidungsprozesse der Schüler erfolgen.

Zeitlich aufwändiger ist hingegen die **Neugründung einer Schülerfirma**. Sie umfasst zwischen ca. 3 und 6 bis 9 Monate, manchmal auch etwas länger. Da ihr Erfolg wesentlich von der korrekten Lösung vieler Aufgaben in der Gründungsphase abhängt und viele Neugründer mit diesen Fragen oft nicht oder nur teilweise vertraut sind, wird im Folgenden etwas ausführlicher der Weg zu einer (Entwicklungspolitisch orientierten) Schülerfirma umrissen.

Praktische Probleme

Gründer einer Schülerfirma stehen meist vor einem Wust praktischer Probleme und Fragen. Unabhängig vom Gegenstand der Schülerfirma müssen in der Regel für die jeweils zu gründende Firma konkrete Lösungen vor Ort auf folgende Probleme/ Fragen gefunden werden:

Mit welchen Schritten soll begonnen werden?

Was ist der Geschäftsgegenstand/ die Geschäftsidee der Firma?

Braucht der Markt eigentlich diesen Geschäftsgegenstand (Marktanalyse)?

Wie und von wem und in welchen Zeiträumen wird die Leistung erstellt?

Wie wird die Leistung des Unternehmens an den Mann gebracht (Verkaufsorganisation/ Marketing incl. Werbung)?

Wie soll die Gründung und Arbeit der Firma im Schulalltag verankert sein?

Wie soll die Firma sich organisieren, welche Organisations-/ Rechtsform soll sie haben?

Welche Rechtsfragen sind für das zu gründende Unternehmen relevant?

Welche Kosten fallen bei der Erstellung der Geschäftsleistungen an?

Wie sollen die Kosten finanziert werden incl. wie werden die Preise für die Geschäftsleistungen kalkuliert?

Was ist für eine korrekte Verwaltung der Firma unabdingbar (Buchführung, Personalführung, Dokumentation, Büroablage...)?

Welche (Geschäfts-) Partner sind für die Firma wichtig? Wo finde ich sie?

Was wird mit dem Gewinn der Firma gemacht?

Wie erfolgt die Qualifizierung der Schülerunternehmer?

Und – nicht zuletzt – wie soll die Firma benannt werden?

Vorhandene Kompetenzen nutzen!

Da Schülerfirmen heute bereits vielerorts zum Alltag von Schulen gehören, gibt es mittlerweile eine Reihe von Trägerprogrammen bzw. Trägerinstitutionen, die unterstützende Leistungen bei der Lösung dieser Probleme und Fragen anbieten. Ihr Service reicht von der Zurverfügungstellung von Ratgebern/ Handreichungen, die Lehrenden und Lernenden die einzelnen Schritte bei der Gründung und im Alltag einer Schülerfirma erläutern, Webseiten mit praktischen Tips und Informationen über mögliche Dienstleistungen und Partnern für Schülerfirmen sowie Trägerstrukturen, die Schülerfirmen intensiv betreuen oder/ und ihnen eine Vernetzung mit anderen Schülerfirmen auf der Ebene eines Bundeslandes, des Bundes und international ermöglichen. Einen guten und ständig aktualisierten Überblick über Träger bzw. Akteure von Schülerfirmenprogrammen bietet die Webseite der Initiative des Bundeswirtschaftsministeriums „Unternehmergeist in die Schule“: www.existenzgruender.de. (http://www.existenzgruender.de/selbstaendigkeit/entscheidung/initiativen/schule_wirtschaft/initiative/index.php).

Standortnahe Informationen sind meist auch über die Einrichtungen der regionalen Wirtschaftsförderung (Ministerien, Unternehmervverbände/-initiativen, IHK etc.) zu bekommen. Zu erwähnen ist zudem noch der Berliner Verein **Existere e.V.** Der in Zusammenarbeit mit der Geiger Unternehmensberatung (GUT) betriebene Verein berät mit seinem Webportal www.cogbyte.de sowie Fortbildungsworkshops Lernende und Lehrende rund um das Thema „Jugend. Schule. Wirtschaft“. Ein gewichtiger Teil des Web-gestützten und interaktiv angelegten Beratungsangebotes betrifft die Praxis der Schülerfirmen. Existere legt dabei seinen Schwerpunkt auf betriebswirtschaftliche/ kaufmännische Aspekte der Gründung und des Alltags von Schülerfirmen. Die hier angebotenen Leistungen wie Einführung in Buchführung, Steuerrecht, Marketing, Marktanalyse, Managementtechniken etc. sind bislang einzigartig in Deutschland. „cogbyte“ enthält zudem ein Portal, über das Schüler wie auch Lehrer konkrete Beratungsleistungen abrufen können. Der Verein führt in Berlin und anderenorts auch Fortbildungen durch.

Web: www.cogbyte.de

Spezifische Schritte bei der Gründung einer epos

Angesichts der Vielfalt an Informationszugänge und Kompetenzpartner für die Gründung einer Schülerfirma, verzichten die Autoren dieser Handreichung an dieser Stelle auf eine umfangreiche Erörterung des Gründungsprozesses einer Schülerfirma an sich.

Empfehlung:

Gründer einer epos sollten in der Gründungsphase (Jahr 1) auf einen der oben erwähnten Partner zugehen und um eine Gründungsbegleitung anfragen. Dieser Partner sollte so nah wie möglich regional angesiedelt sein. Basisorientierungen geben auf alle Fälle die Deutsche Kinder und Jugendstiftung (<http://www.juniorprojekt.de/>) und das Programm JUNIOR (<http://www.juniorprojekt.de/>). Letztere eignen sich besonders für Einsteiger, da sie vielfältige praktische Hinweise geben, wie Schülerfirmen in den schulischen Alltag integriert werden (Organisation der Schul-/ Unterrichtsabläufe) und mit welchen pädagogischen Ansätzen Schüler zum Mitwirken motiviert, befähigt und aktiviert werden können.

Im folgendem daher kurz und nur auf eine epos bezogen die wichtigsten Schritte zur Gründung einer Schülerfirma mit entwicklungspolitischem Hintergrund. Dabei ist zu beachten, dass diese Schritte nicht statisch einer nach dem anderen erfolgen. Wie die Gründung eines Unternehmens an sich, ist auch die Etablierung einer Schülerfirma als ein sehr dynamischer Vorgang zu verstehen, in vielen Fällen als ein try-and-error-Prozess, bei dem einige Schritte nacheinander erfolgen, andere parallel und es oft, wenn Probleme auftauchen, wieder zurück zur Klärung von Gründungsaspekten geht,

die zuvor scheinbar bzw. tatsächlich schon geklärt waren und sich aus der Praxis folgender Schritte sich dann doch als nicht so sinnvoll erwiesen haben.

Schritt 1. Klärung des institutionellen, d. h. in der Regel des schulischen⁴ Handlungsrahmen

Unabhängig davon von wem die Initiative zur möglichen Gründung einer epos ausgeht, müssen vorab die Rahmenbedingungen geklärt werden. Hier sind vor allem die Lehrenden gefordert. Sie müssen prüfen, ob und wie das Vorhaben in den Schulalltag eingebunden werden kann und muss. Wichtige Aspekte sind dabei:

- Da epos nur als ein effizienter Lern- und Handlungsort wirken, wenn sie langfristig angelegt sind, sollten sie Teil der Schulentwicklung werden (z. B. Teil einer Profilierung auf dem Gebiet des Globalen Lernen) und integraler Bestandteil des Schulprogramms werden.
- Es müssen die Ressourcen eruiert werden, welche die Schule für die Gründung und den Betrieb der epos zur Verfügung stellen kann (Personal: welche Lehrer, Zeitumfang, mögliche materielle Unterstützung wie z. B. Zurverfügungstellung eines Raumes, von PC, von Ausstattungen wie beispielsweise bei einer Handelstätigkeit der epos Verkaufstische, Regale...). Zudem gilt es zu klären, ob und welche fachlichen Kompetenzen Lehrer für eine epos aufweisen (entwicklungspolitische, kaufmännische, organisatorische und sprachliche Kompetenzen) bzw. sich noch aneignen müssen
- Generell sollte die epos nicht allein Angelegenheit eines einzelnen Lehrers sein. Sinn macht die Fächer übergreifende Zusammenarbeit mehrerer Lehrer. Auf alle Fälle sollte das Lehrerkollegium hinter dem Projekt stehen (d. h. nicht, dass alle mitmachen sollen; es geht vielmehr um Akzeptanz der epos und eine breite und damit motivierende Anerkennung der Leistung der für sie aktiv engagierten Personen). Auf diese Weise können Aspekte der epos von vielen Seiten her in der Schule behandelt werden, ist der Aufwand für den einzelnen Lehrer nicht so groß oder/ und können Schüler aus unterschiedlichen Gruppenzusammenhänge (Klassen) zur Zusammenarbeit angeregt werden. Auf alle Fälle muß aber ein Lehrer als Tutor der epos wirken, d. h. zentraler Ansprechpartner und als Verantwortlicher von Seiten des Lehrerteams sein. Der Tutor sollte aber nicht klassischer Projektleiter an sich sein; vielmehr ist ein Wirken im Hintergrund angesagt. Denn der Sinn der Schülerfirma liegt in der sehr weit reichenden Selbständigkeit der jungen Unternehmer.
- Sollten die bis hierher erfolgten Prüfungen weitgehend positiv verlaufen, ist nun zu regeln, wie das Projekt – letztlich ist die epos eine Art Schulprojekt bzw. Arbeitsgemeinschaft – in die Lehr- und Lernprozesse konkret eingebunden werden soll. Hier geht es um die Anbindung an das schulinterne Curriculum, die Gestaltung entsprechender Unterrichts- bzw. Kursangebote, die Festlegungen von Leistungsanforderungen und -bewertungen, die mit dem Lernort epos verbunden werden, und nicht zuletzt um die konkrete Unterrichtsorganisation (wie oft/ in welchen Abständen, in welchen Rahmen, mit welchen Aktivitäten etc. wird die epos im Unterricht resp. in Leistungskursen Gegenstand sein?) sowie um die Frage, ob die epos nur Gegenstand des Unterrichts sein soll oder ob die Schüler auch in ihrer Freizeit in der epos tätig sein sollten. Und wenn Schüler in ihrer Freizeit das Projekt mit umsetzen, wie diese dafür motiviert und ihre Freizeitleistung in und von der Schule anerkannt werden sollte.
- Geht die Initiative zur epos von Lehrern aus, müsste nach bzw. parallel zur Beantwortung dieser Fragen geschaut werden, welche Schüler sich dafür eignen und gezielt angesprochen werden könnten (Altersgruppe, Fächer...). Sollten Schüler von sich aus die Gründung einer epos anregen, sollen sie vom Lehrerteam bei einer positiven Stellung zum Projekt epos bei der Gewinnung anderer Schüler unterstützen werden (z. B. durch Workshops zur Sensibilisierung – siehe Schritt 3).

⁴ Da sich Schülerfirmen meist in Schulen etablieren, wird auf andere Umfelder – z. B. ein Jugendclub in dem sich auch eine SF gründen könnte – nicht eingegangen.

Generell schließt der Schritt 1 mit einer eindeutigen und auf die schulische Praxis orientierten Beantwortung der Frage ab, ob die Etablierung einer epos an sich in der jeweils konkreten Schule möglich ist.

Schritt 2. Suche nach Partnern

epos erfordern von den Gründern und Betreibern facettenreiche Kompetenzen. Diese sind oft nur in Ansätzen vorhanden, teilweise fehlen sie vollständig. Von den Autoren in der Praxis beobachtete Defizite gibt es z. B. bei der detaillierten Kenntnis von konkreten Entwicklungsländern, bei Details der praktischen Entwicklungspolitik und nicht zuletzt bei den betriebswirtschaftlichen/ kaufmännischen Aspekten einer Unternehmensgründung und -führung. Im Interesse der Ökonomie der Zeit macht es für Lehrer Sinn, entsprechende Kompetenzpartner in den Gründungsprozess einzubinden. Beim Schritt 2 geht es dabei vorrangig nur um die Bestimmung möglicher Partner, nicht bereits um ihre konkrete Einbindung. Denn von der Art und Qualität der Partner vor Ort – Partnerschaften über große Entfernungen funktionieren oft nicht optimal – sollte auch die Entscheidung zur Gründung abhängen.

Lehrer wie auch Schüler – hier ist bereits eine Teamarbeit angebracht – sollten recherchieren, ob es in ihrem Umfeld Partnern für folgende Handlungsfelder gibt:

Servicepartner für Schülerfirmen, die Gründer begleiten und vor allem konkrete Hilfestellungen bei Fragen der Schulorganisation und Entwicklung spezifischer pädagogischer Konzepte/ Abläufe geben, die mit praktische Tips aus dem Erfahrungsschatz anderer Gründer in der Region aufwarten und das Projekt epos mit analogen Vorhaben vernetzen können. Sinnvoll ist hier ein Erstkontakt zu den oben genannten Programmen.

Partner der entwicklungspolitischen Bildungs- und Aktionsarbeit, die einen starken Praxisbezug der epos und eine überzeugende, authentische und inhaltliche wie auch methodisch-didaktische Qualifizierung der Betreiber der epos garantieren. Recht wirksam ist die Einbeziehung von Personen mit einem authentischen entwicklungspolitischen Hintergrund, z. B. von Bildungsreferenten, die aus Entwicklungsländern stammen und in Deutschland ein zuhause gefunden haben oder ehemaligen Entwicklungshelfern. Ihre Präsenz und ihre praktischen Erfahrungen ermöglichen wichtigen Wissenstransfer. Oft wirken sie auch sehr motivierend und geben den eigentlichen Anstoß für ein dauerhaftes aktives Mitwirken von Schülern in einer epos. Entwicklungspolitische Partner sind oft in Eine-Welt-Gruppen in der Region zu finden (Vereine, Weltläden, Kirchengruppen...). In einigen Regionen gibt es zudem explizit für die entwicklungspolitische Bildungsarbeit ins Leben gerufene Zentren wie beispielsweise die Entwicklungspolitischen Informationszentrum (EPIZ) in Berlin, Göttingen und Reutlingen (www.epiz-berlin.de) oder das Schulprogramm des Deutschen Entwicklungsdienstes (DED) (www.ded.de/) mit Beratungsstellen in Berlin, Düsseldorf, Göttingen, Reutlingen und Weimar. Ausgangspunkt für eine Recherche könnte auch eine Anfrage an VENRO, dem Dachverband entwicklungspolitischer Organisationen in Deutschland) oder an das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (www.bmz.de) und ihre Serviceagentur InWEnt gGmbH (www.inwent.org/lernen_in_d/index.de.shtml) sein. Für die neuen Bundesländer bietet sich an, bei der Stiftung Nord-Süd-Brücken nachzufragen. Sie fördert u. a. entwicklungspolitische Bildungsprogramme in den Ländern und kann hier recht konkret und aktuell Partner benennen (www.nord-sued-bruecken.de).

Partner mit Bezug zur professionellen Unternehmensgründung und -beratung, die bei der Lösung betriebswirtschaftlicher/ kaufmännischer Fragen wie Marktanalyse, Marketing, Kalkulation, Rechtssicherheit, Buchführung etc. kontaktiert werden können. Betreffende Leistungen können über die oben erwähnten Träger-/ Servicestrukturen für Schülerfirmen akquiriert werden. Sinnvoll wäre auch eine Umfrage, ob es im Umfeld der Angehörigen der Schüler entsprechend qualifizierte Personen (Eltern) gibt, die für eine ehrenamtliche Unterstützung der epos gewonnen werden können. Neben dem oben erwähnten Verein Existere e. V. sind solche potentiellen Partnern im lokalen Umfeld meist bei Unternehmen und den ihnen zugeordneten Verwaltungen, Initiativen und Einrichtungen gut zu finden.

Spender und Sponsoren, d. h. Personen, die eine epos finanziell (monetäre Zuwendungen), materiell (Sachmittel wie z. B. Ausrüstungen) und immateriell (Beratungsleistungen, Kontakte zu für den Alltag

der epos relevanten Personen und Institutionen) unterstützen können. Tip: die Recherche braucht in der Gründungsphase nicht so aufwendig betrieben werden; es reicht vorerst eine dezente Umfrage im täglichen Umfeld der Schule (z. B. Geschäftspartner wie Caterer der Pausenversorgung) und der Schüler (Eltern, Verwandte, Freunde) oder/ und des Schulfördervereins.

Bestehende Schülerfirmen in der Region, deren Gründungserfahrungen genutzt werden könnten oder/ und mögliche künftige Geschäftspartner z. B. für Schülerfirmen, die sich auf den Handel mit Produkten orientieren, sein können.

Schritt 2 schließt damit ab, dass die potentiellen Gründer einige wichtige potentielle Partner zumindest benennen können. Achtung: In dieser Phase ist ein intensiver Kontakt mit den potentiellen Partnern meist nicht nötig. Schritt 2 dient nur zum Einholen von Basisinformationen (Wer, Kontaktdaten, Grundinformation über mögliche Leistungen). Da die meisten Partner intensiv in ihren Alltag eingebunden sind, sollten ausgiebige Gespräche/ Verhandlungen erst geführt werden, wenn klar ist, das eine epos gegründet und was deren Geschäftsidee und -gegenstand eindeutig ist.

Aus der Sicht der Praxis der beiden Autoren sind die Ergebnisse der Schritte 1 und 2 entscheidend für den weiteren Verlauf. Mit beiden Schritten wird grundsätzlich deutlich, ob eine epos gegründet werden kann oder nicht. Dabei geht es nicht um vollständige Antworten auf alle oben genannten Fragen. Viele von ihnen werden endgültig und detailliert erst beim weiteren Gründungsprozedere geklärt werden können. Entscheidend ist die Tendenz: gibt es mehr positive als negative Antworten, sollte die Gründung weiter betrieben werden. Dominieren negative Ergebnisse, dann ist zum Abbruch der Gründung geraten. Grundsätzlich positiv müssen folgende Aspekte beantwortet sein:

- **Schulorganisation und das Kollegium sind für das Projekt epos generell offen**
 - **Es gibt entsprechende Potentiale (Lehrende/ Lernende)**
- **Die Gründer können auf die Unterstützung durch externe Serviceleister zurückgreifen.**

Diese Klärung dieser Aspekte sollte insgesamt drei bis vier Wochen nicht überschreiten.

Schritt 3. Akquise der Akteure (Schüler/ Lehrkräfte). Einbeziehung von Eltern

Sind die Schritte 1 und 2 in der Tendenz positiv geklärt, kann die Akquise der handelnden Personen beginnen. Es geht um die Gewinnung der Schüler, welche die epos künftig betreiben und um die sie dabei unterstützenden Lehrer. Auch hier gilt: es ist nicht nötig, bereits alle Personen rasch zu bestimmen. Vielmehr sollte sich eine Kerngruppe von 1 bis 3 Lehrern sowie ca. 10 Schülern – es können auch mehr sein – konstituieren, welche das weitere Gründungsprozedere engagiert übernimmt. Es sollte auch bereits daran gearbeitet werden, zusätzliche Schüler und Lehrer als unterstützende Personen bei der konkreten Geschäftstätigkeit der entstehenden Schülerfirma zu gewinnen.

Da es keinen Sinn macht, Schüler wie auch Lehrer zum Projekte „epos“ zu verpflichten, empfehlen die Autoren bei diesem Schritt vor allem mit Sensibilisierungsveranstaltungen zu arbeiten, die eine handlungsorientierte Vermittlung von Faktenwissen mit der Generierung positiver Emotionen kombiniert. Dazu eignen sich Workshops und Info-Veranstaltungen zu entwicklungspolitischen Themen und zur Praxis von Schülerfirmen sowie zur Gründung von Unternehmen. Die Veranstaltungen können durchaus von den Lehrkräften der jeweiligen Schule selbst durchgeführt werden. Nötige Informationen und Materialien finden sie bei den oben genannten Anbietern im Rahmen eine Internetrecherche bzw. durch Direkttelefonate. So bieten alle größeren Hilfsorganisationen/ entwicklungspolitische Nichtregierungsorganisationen wie Brot für die Welt, MISEREOR, Kindernothilfe, Terre des hommes, UNICEF etc. und das BMZ umfangreiche Unterrichtshilfen wie Unterrichtsmappen, Filme (Video/ DVD) und Themenkoffer (z. B. mit Infos und Materialien rund um das Thema Kakao) für das Globale Lernen (entwicklungspolitische

Bildungsarbeit) an. Betriebswirtschaftliches Wissen ist über die Homepage des Vereins existere oder das Programm Junior gut zu erschließen.

Die Autoren empfehlen freilich besonders im Gründungsprozess vor allem beim **Globalen Lernen** externe Kräfte einzubinden, die Authentizität und Praxisnähe garantieren. Entsprechende Bildungsreferenten sind über die im Schritt 2 benannten Partner des Globalen Lernens zu erreichen. In vielen Fällen ist ihre Bildungsleistung kostenfrei oder nur mit einer kleine Selbstbeteiligungsgebühr (z. B. pro Schüler 1 bis 2 Euro) verbunden. Dort wo Kosten anfallen, können interessierte Lehrer das Aktionsgruppenprogramm der InWEnt gGmbH (www.inwent.org/infostellen/foerderprogr/aktionsgruppen/index.de.shtml) nutzen, mit dem bis zu 510 Euro Zuschüsse für Honorare, Materialkosten sowie Reisekosten (der Referenten) möglich sind. Auch einige Stiftungen (u. a. der Parteien) und Ministerien auf Länderebene bieten hier Unterstützung an. Um vor allem positive Emotionen in Richtung eines tatsächlichen Willens zur Gründung einer epos – bei dem der Spaß und die Lust am Engagement ganz vorne stehen sollten – zu generieren, empfiehlt sich entwicklungspolitisch mit Veranstaltungen zu Land und Leute einzusteigen und sich allmählich an „härtere“ entwicklungspolitischen Themen anzunähern. Die Autoren haben gerade über Workshops afrikanischer Bildungsreferenten zum Alltag von Jugendlichen in Ghana oder Simbabwe bislang passiv einer epos gegenüber stehende Schüler zum Mitmachen gewonnen. Erfolgreich für den Gründungsprozess ist, wenn im Vorfeld des Workshops die Referenten gebeten werden, ihre Veranstaltung so inhaltlich und methodisch aufzubauen, dass am Ende die Schüler selbst fragen, „was kann ich konkret tun, um beispielsweise Gleichaltrige im Süden zu unterstützen“. Und sie dahin führen, dass eine epos ein möglicher Handlungsansatz wäre. **Die Veranstaltungen zum Globalen Lernen zielen in der Gründungsphase nicht primär auf eine profunde inhaltliche Qualifizierung der Schüler ab. Sie sollten aber ihnen neben den positiven Emotionen so viel Wissen vermitteln, dass die Schüler (und Lehrer) bei den kommenden Schritten den Gegenstand der Gründung ihrer epos näher bestimmen können.**

Die **betriebswirtschaftliche Annäherung** an eine epos sollte über die Nutzung der Angebote der Partnerprogramme für Schülerfirmen (siehe oben) erfolgen. Es empfiehlt sich beispielsweise Materialien der DKJS oder des Programm JUNIOR zu nutzen. Die Autoren raten vor allem zur Nutzung des Webportals www.cogbyte.de: hier können Lerngruppen sich in einzelne Themenfelder einarbeiten. Da betriebswirtschaftliche Themen auf dem ersten Blick Schülern recht langweilig vorkommen, ist es hilfreich mit aktivierenden Übungen zu arbeiten. Hier bietet sich u. a. an im Unterricht gemeinsam Frageraster zur Gründerperson auszufüllen und diskutieren, wie sie für reale Gründer von Unternehmensberatungen abverlangt werden⁵. Ebenso sollten sich die potentiellen Gründer die Mindeststandards für Geschäftspläne (Businessplan) anschauen, da zum einen diese ihnen viele Frage aufzeigen, die sie in den kommenden Monaten als Gründer beantworten müssen. Zum anderen werden sie selbst einen Geschäftsplan für ihr Unternehmen erstellen müssen. Sinnvoll ist zudem, Kontakte zu vorhandenen Schülerfirmen in der Region aufzunehmen und sich bei ihnen zu informieren. Hilfreich dafür sind die mittlerweile in vielen Ländern heute üblichen Schülerfirmenmessen (Infos zum „wo und wann“ sind bei den Partnerprogrammen für Schülerfirmen zu bekommen). Gerade der direkte Dialog zwischen Schülern/ Lehrern wirkt sehr überzeugend und ist recht effektiv. **Grundsätzlich geht es bei der betriebswirtschaftlichen Annäherung um die Generierung eines Gefühls, dass eine Gründung und der Betrieb einer epos auch aus der Sicht der damit verbundenen betriebswirtschaftlichen Erfordernisse machbar ist.** Und um die Vermittlung einiger grundsätzlicher Kenntnisse, wobei die detaillierte Aneignung von unternehmerischen Fähigkeiten und Fertigkeiten vor allem nach der Gründung der Schülerfirma Gegenstand sein wird und in enger Anlehnung an deren konkreten Alltag erfolgen sollte.

Im Anhang befinden sich Übersichten zu Inhalten, die in den Bereichen Globales Lernen und betriebswirtschaftliches Gründerwissen in der Gründungsphase eine Rolle spielen könnten.

⁵ Tests wie „Sind Sie ein Unternehmertyp?“ sind beispielsweise in Materialien für Gründer des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie zu finden, u. a. die Broschüre oder die CD-ROM „Starthilfe“, die vom Ministerium jährlich aktualisiert kostenfrei abgegeben werden.

Im Verlauf des „Schritt 3“ sollten auch die Eltern darüber informiert werden, dass eine Schülerfirma entsteht. Dies nicht zuletzt auch, um möglicherweise auf diesem Wege Förderer für das Projekt zu finden. Eine Möglichkeit wäre, eine entsprechende Elternversammlung durchzuführen, dabei deren Pro und Contra aufzunehmen und um konkrete Unterstützung anfragen.

Schritt 4. Die Geschäftsidee

Hier geht es um eine Vision davon, was die Schülerfirma machen könnten (Idee) und was ihre wirtschaftethischen Handlungskriterien sind (Unternehmensphilosophie/ Corporate Identity). Zu klären sind u. a. das Geschäftsfeld (Fairer Handel, Eventorganisation...), die regionale Präferenzen bezogen auf die Entwicklungsländerwelt (z. B. Lateinamerika), die ethischen Essentiell der Firma (z. B. was soll mit dem Gewinn gemacht werden) und andere Aspekte mehr, die sich aus dem konkreten Willen/ Wunsch der Schüler ergeben.

Auch bei diesem Schritt bieten sich Workshops an, die jetzt aber vorrangig inhaltliche Kompetenzen vermitteln. Beispielsweise bei Handelsfirmen sind Workshops rund um das Thema Fairer Handel oder/und die Produktion und die originäre Verwendungen von typischen Handelsgütern der Weltläden angebracht. Oder beim Geschäftsfelds Event ist die Einarbeitung in ausgewählte Themen von entwicklungspolitische Kampagnen und der Aktionsarbeit von Kampagnen sinnvoll. Welche Kampagnen aktuell laufen, kann über die im Anhang genannten Partner im entwicklungspolitischen Bereich erkundet werden. Methodische Tipps gibt: www.cogbyte.de.

Von zentraler Bedeutung in dieser Phase ist der partizipatorische Charakter der Gründungsarbeit: Die Schülerfirma hat nur Bestand, wenn sie auf den Ideen und Wünschen/ Forderungen der Schüler beruht. Lehrende sollten sich hier im Hintergrund halten. In diesem Sinne ist die Bestimmung der Geschäftsidee nach der Methode der von R. Jungk entwickelten Zukunftswerkstatt (oder ähnliche Partizipationsansätze) das zentrale Element dieses Schrittes⁶. Sinnvoll ist der Einsatz von jugendlichen Teamenden, die in überzeugenden peer-to-peer-Prozessen Lernende aktivieren und auf ihren Findungsprozess begleiten können. Solche Teamende sind z. B. über die Landesvereinigungen der Kulturellen Kinder- und Jugendbildung zu finden.

Schritt 5. Die Geschäftsleistung (was „verkauft“ die Schülerfirma an wen?)

Fast parallel zum vorherigen Schritt bestimmten hier vor allem die Schüler, was sie konkret in und mit der Schülerfirma geschäftlich machen. Lehrer sollten nur moderieren und sich nur dann einmischen, wenn wichtige Rahmenbedingungen von den Gründern übersehen bzw. verletzt werden. Letzteres könnte u. a. Schulabläufe betreffen oder auch Rechtsfragen (Sicherheit/ Genehmigungen...).

Im Mittelpunkt stehen bei diesem Schritt sechs Aspekte:

- Was macht das Unternehmen (sein konkretes Verkaufsprodukt⁷)?**
- Wer soll das Produkt kaufen (Kunden)?**
- Wie soll das Produkt entstehen (wer erstellt es, womit wird es erstellt)?**
- Welche Investitionen sind nötig?**
- Wie hoch ist der Kapitalbedarf (Geldmittel)?**
- Wie kalkuliert sich das Ganze?**

Zur Klärung bieten sich an: inhaltliche Workshops (Vermittlung von Fachwissen und Handlungskompetenzen) sowie fachliche Beratungen bzw. Konsultationen. Bezogen auf letzteres haben die Autoren die Erfahrung, dass besonders der betriebswirtschaftliche Wissenstransfer besser über die Beratung einzelner Schüler erfolgt, die konkret betroffen sind, als über einen sich undifferenziert an alle richtender Workshops. Dies ist z. B. bei der Vermittlung von buchhalterischen Aspekten der Fall. Weiter führende Information incl. Hilfestellungen enthalten die im Kapitel VI (Seite 22 ff.) angegebenen Webseiten.

⁶ Jungk, Robert; Müller, Norbert R.; Zukunftswerkstätten 1989 Wilhelm Heyne Verlag. München (ISBN: 3-453-03743-X). Das Buch ist zurzeit vergriffen, aber in Bibliotheken auszuleihen.

⁷ Produkt ist hier in seiner Einheit von Waren und Dienstleistungen materieller und immaterieller Natur zu begreifen

Erfolgreich wird Schritt 5, wenn die Gründer folgende Erfahrungen berücksichtigen:

Die Gründer sollten **recht schnell Entscheidungen** treffen. Eine Gruppe, die monatelang nur Ideen wälzt, kommt in der Regel nicht zu einer stabilen Gründung. Motivierend ist eine schnelle Festlegung und davon ausgehend die Lösung praktischer Aufgaben. Feinarbeiten bis hin zur vollständigen Änderung des Geschäftsfeldes, sind wie in der unternehmerischen Praxis durchaus üblich, auch nach der Gründung möglich.

Sie sollten sich **stark an der Praxis der Gründung von realen Unternehmen** orientieren. Dazu können sie die Hilfestellungen des Vereins existere nutzen oder auch entsprechende Info-Materialien für Existenzgründer (liegen oft bei der Agentur für Arbeit, dem Finanzamt oder/ und der IHK... aus).

Die Festlegungen sollten immer im Ergebnis **strikt partizipatorischer und Schüler bezogener Such- und Entscheidungsprozesse** erfolgen. Jeder Gründer muss sich wieder finden. Nur so gibt es die personelle Stabilität im Alltag der epos nach ihrer Gründung.

Die Gründer sollten zudem sich intensiv mit der **Marktanalyse** befassen. Dieser Punkt kommt, wie die Autoren vielfach feststellten, bei vielen Gründungen von Schülerfirmen zu kurz. Im Grunde ist dies wohl der entscheidendste und aufwendigste Punkt neben den Schritten 1 und 2 bei der Gründung von Unternehmen. Informationen darüber wie bei der Gründung einer Schülerfirma eine Marktanalyse erfolgen kann: www.cogbyte.de .

Strikte und letztlich alles entscheidende Kriterien des Schrittes 5 sind:

Will der Kunde mein Produkt?

Eine erste Antwort erhalten die Gründer, wenn sie ehrlich die Frage beantworten, ob sie und ihre Freunde selbst bereit wären, für ihr Produkt Geld auszugeben.

Habe ich für die Erstellung meines Produktes die erforderlichen Potentiale (Wissen, Fähigkeiten, Personen, Anlagen/ Materialien..., Finanzen)?

Habe ich die nötigen Genehmigungen?

In den folgenden Schritte einiges mehr zur Beantwortung dieser Fragen.

Schritt 6. Festlegung der Strukturen und des Organisationssystems des Unternehmens

Nahezu gleichzeitig mit dem vorherigem Schritt müssen die Gründer den geschäftsinternen Rahmen der Schülerfirma schaffen. In Abhängigkeit von Geschäftsfeld, Geschäftsidee und konkretem Produkt sollten die konkreten Abläufe und personellen Zuständigkeiten bestimmt werden, mit denen das Produkt erstellt, es an den „Mann“ gebracht werden kann und die dafür nötigen Controlling- und Verwaltungsaufgaben (z. B. Buchführung) sowie Logistik (z. B. Lager, Transport) gelöst werden können. Es empfiehlt sich hier auf bewährte Unternehmensstrukturen zurückzugreifen, d. h. Geschäftsabteilungen zu etablieren wie mindestens die Geschäftsführung (Koordinationsaufgaben, Controlling, Produktentwicklung, Außenvertretung, Personalführung...), die Leistungsabteilung (hier wird das Produkt erstellt), die Marketingabteilung (Entwicklung und Abwicklung von Absatzkonzepten incl. Werbung/ Produktentwicklung...), die Einlaufsabteilung (Erwerb der für die Erstellung des Produkts nötigen Rohstoffe/ Mittel...), die Verkaufsabteilung (Absatz des Produktes...) sowie die Buchhaltung (Dokumentation der Finanzbewegungen, Verwaltung der Kasse/ des Kontos, Erstellung des finanziellen Jahresberichts...). Vereinzelt kann der Aufbau eines Lagers nötig werden, z. B. bei einer Handelsfirma, einem Schülercafé oder auch einer Eventfirma (Veranstaltungstechnik). Zu überlegen ist auch, ob eine Personalabteilung zu gründen ist. Bei personell mit einem kleinen Team arbeitenden Schülerfirmen können die Aufgaben der Personalabteilung (Einstellung des Personals, Verwaltungsaufgaben, Qualifizierung des Personals...) von der Geschäftsführung mit übernommen werden. Bei Personal intensiven Schülerfirmen, die z. B. bei der Abwicklung größerer Events immer nennenswerte Zahlen an Mitarbeitern benötigen, sollte eine Personalabteilung gegründet werden, die

sich ausschließlich um die Gewinnung der Mitarbeiter, der Qualifizierung und deren Vergütung⁸ befasst. Sinnvoll ist es, jeder Abteilung einen Abteilungsleiter voranzustellen; so werden Verantwortlichkeiten konkret personell gebunden.

Neben den Abteilungen müssen die konkreten Abläufe festgelegt werden. Zum einen geht es um die Aufzeichnung des Weges von der Produktidee über die Produkterstellung bis hin zum Verkauf des Produktes. Für jeden einzelnen Abschnitt des Weges ist festzulegen: was wird wo gemacht, wer ist dafür zuständig, was wird dafür benötigt und welcher Zeitrahmen ist nötig. Es macht Sinn, dies schriftlich festzuhalten. Teil der Ablaufregelung ist in einigen Bereichen auch die Bestimmung der Art und Weise, wie Abläufe dokumentiert werden. Insbesondere im Finanzbereich sind die Einrichtung eines Journals und eines Kassenbuches dringend geboten; gibt es ein Warenlager, ist ein Warenbuch nötig. Details zu diesen und anderen Dokumentationen enthalten die „Tipps zum kaufmännischen Alltag“ dieser Handreichung.

Ein wichtiges Lebenselixier ist die Bestimmung der Art und Weise wie das Unternehmen geführt resp. geleitet wird: **Die Autoren raten, einen Mittelweg zwischen einem basisdemokratischen und einem streng hierarchischen Leitungsansatz zu wählen.** Die Geschäftsführung sollte in diesem Sinne vor allem moderierend tätig sein, d. h. Mittel und Wege finden und praktizieren, welche die Mitschüler bzw. die anderen Mitarbeiter der Schülerfirma als selbst bestimmte Personen in den Alltag des Unternehmens einbeziehen. Es geht also um einen partizipatorischen Leistungsstil.

Noch ein Wort zu **Buchhaltungsabteilung**: In der Buchhaltung laufen die wichtigsten Daten des Unternehmens zusammen: die Kosten und die Einnahmen. Sie ist praktisch das quantitative Gedächtnis des Unternehmens. Daher sollten die Gründer **große Mühe darauf verwenden, hier eine entsprechende Person zu finden, die gerne mit Zahlen umgeht** und möglichst lange diese Funktion übernehmen würde. Und die bereit ist, das Finanzjournal kontinuierlich zu führen (Tipp: Dateneingabe mindestens einmal pro Woche) sowie eine Verantwortung für die Führung der Handkasse und des Kontos nicht scheut.

Schritt 7. Die Finanzierung

In der Praxis ist die Frage nach der Finanzierung bei vielen Lehrern und Schülern vielerorts die erste Frage, oft lange schon bevor überhaupt feststeht, ob und was gemacht werden soll. Zum Teil gibt es die Illusion, dass eine Schülerfirma nichts kosten darf/ soll. Betriebswirtschaftlich geht dies aber nicht. Wie bei jedem echten Wirtschaftsunternehmen kann erst dann etwas an den „Mann“ gebracht werden, wenn zuvor investiert wurde. Dies sollte allen Gründern einer epos bewusst sein bzw. auch von den sie begleitenden Lehrern ehrlich gesagt werden. Davon ausgehend stehen die Gründer vor der Beantwortung von drei Fragen:

Wofür benötigen wir Kapital (Geldmittel)?

Woher nehmen wir die Mittel?

Wie minimieren wir finanzielle Risiken?

Der Bedarf an Startkapital leitet sich vorrangig aus den Ergebnissen des 5. Schrittes ab. Dabei sollte beachtet werden: nicht alles was die epos benötigt, muss gekauft werden. In vielen Fällen können nichtmonetäre Beiträge helfen, die von den Gründer selbst oder/ und von Familienangehörigen, Spendern und Sponsoren kommen. Beispiel: Büroausrüstung. Hier könnten mit einem PC begonnen werden, der anderenorts entsorgt werden sollte. Die Schüler müssen also klären, was sie kostenlos bekommen können und in diese Richtung tätig werden (Akquisegespräche z. B. mit Eltern, mit Unternehmen in der Nachbarschaft der Schule...).

Wenn geklärt ist, was die epos kostenfrei bekommen kann, sollten der verbliebene Kapitalbedarf noch einmal kalkuliert werden. Wie kalkuliert wird, ist auf der Seite www.cogbyte.de detailliert

⁸ Vergütung umfasst materielle (Geld/ Sachwerte) und immaterielle Leistungen. Auch wenn die Schülerfirma in der Regel das Personal nicht monetär bezahlt, sollte die Leistung der Mitarbeiter immer eine Anerkennung finden, z. B. in Form eines Teilnahmezertifikates, eines Dankschreibens, einer Danke-Schön-Party...

nachzulesen (siehe Abschnitt VI). Der nun feststehende Betrag kann auf unterschiedliche Weise akquiriert werden:

- Eigene Geldeinlagen der Schüler (typisch für eine Schüler-GmbH oder Schüler-Genossenschaft)
- Ausgabe von Aktien an Mitschüler, Eltern und andere Personen (gebräuchlichste Form der Kapitalbeschaffung der SF; der Nennwert der „Schüleraktie“ liegt in der Regel zwischen 1 und 10 €)

Neben diesen beiden meist üblichen Finanzquellen gibt es noch im begrenzten Maße zwei weitere Möglichkeiten:

- Inanspruchnahme von Fördermitteln, die beispielsweise von Stiftungen für Jugendprojekte vergeben werden⁹ (dafür ist freilich erforderlich, aus der Gründung der epos ein Projekt zu machen, d. h. die Ziele/ Ergebnisse und die konkreten Schritte in einem überschaubaren Zeitraum klar zu benennen)
- Spenden und Leistungen von Sponsoren¹⁰, wobei beachtet werden muss, ob diese Geldgeber mit den Zielen und Zwecken der epos in Einklang stehen. Beispiel: Supermarktketten, die massiv Arbeitnehmerrechte missachten, eignen sich nicht zur Kooperation im Bereich Fairer Handel, da dieser ja auch die strikte Achtung der Arbeitnehmer (in Nord und Süd) beinhaltet.

Bis auf die Fördermittel und die Spenden und Sponsorleistungen muss das geliehene Kapital irgendwann wieder an die Geber zurückfließen. Eigenmittel und Aktien bedürfen – wird die epos praxisnah betrieben – über kurz oder lang auch einer „Belohnung“ in Form einer Zins- oder Gewinnausschüttung an die Investoren. Auch dies muss die SF kurz über lang mitkalkulieren.

Mit Einlagen und Aktien verschulden sich die Gründer einer epos de facto. Aber auch dies ist kein Grund zur Sorge: so funktioniert die reale Unternehmenswelt. Schulden sind akzeptabel, solange sie zurückgezahlt werden können (Schuldner) bzw. der Gläubiger den Verlust im Notfall verkraften kann. Die Gründer sind aber grundsätzlich dazu angehalten, die Risiken, die durch eine Verschuldung für sich und andere entstehen, zu minimieren! Der wichtigste Rat den die Autoren dazu geben können ist: Das geliehene Startkapital so niedrig wie möglich zu halten, d. h. erst mit kleinen überschaubaren Aktivitäten beginnen, die in praxi zeigen, dass die Geschäftsidee funktioniert, dass das Produkt tatsächlich Abnehmer findet (Test- bzw. Pilotphase). Das Schülerunternehmen sollte nach der Gründung auf der Basis seines tatsächlichen Geschäftsverlaufs und insbesondere seiner wirklichen Gewinne wachsen, d. h. also auch seinen Kapitalbedarf erhöhen. Die Gründer sollten also größere eigene finanzielle Vorauslagen und Gelder Dritter beim start up vermeiden. Nach Ansicht der Autoren sollte bei der Gründung eine finanzielle Obergrenze von 100 bis 300 Euro gesetzt werden. Ein möglicher Verlust ist mit diesem Betrag zu verkraften (es wären ca. 5 bis 20 Euro pro Person).

Schritt 8. Rechtsfragen/ Versicherungen/ Genehmigungen

In der Regel sind Schülerfirmen Schulprojekte und sind in diesem Sinne Teil der Rechtsrealität der Schule. Wichtig: Auch wenn sie sich Aktiengesellschaft, GmbH oder Genossenschaft nennen, verkörpern Schülerfirmen diese juristischen Rechtsformen nicht, da sie viele der dafür geltenden Voraussetzungen überhaupt nicht erfüllen. Wenn Schülerfirmen nur Wirtschaftstätigkeit simulieren, also überhaupt nicht am Marktgeschehen real teilnehmen, dann sind sie nur Schulprojekte ohne wirtschafts-/ handelsrechtliche Konsequenzen. In dem Moment aber, da sie auf dem Markt agieren, d. h. etwas verkaufen, haben sie neben dem Status eines Schulprojektes auch den eines realen Unternehmens, das entsprechende Gesetzeslagen beachten muss. Das „auf dem Markt agieren“ setzt

⁹ Zu nennen sind die das Deutsche Kinder- und Jugendhilfswerk (DKHW), die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung (DKJS) und für die neuen Bundesländer die Stiftung Demokratische Jugend.

¹⁰ Dabei ist zu beachten, dass Spenden vom Geber in der Regel ohne Auflagen gegeben werden; Sponsoren hingegen fordern Gegenleistungen – meist Werbung für sich – ein.

bereits ein, wenn „nur“ in der Schule Leistungen der Schülerfirma verkauft werden. Die am Markt handelnden Schülerfirmen sind ein Betrieb gewerblicher Art (BGA) in einer Körperschaft des öffentlichen Rechts (nämlich die Schule). Sie sind dem Handels- und Steuerrecht unterworfen, ebenso vielen staatlichen Regelungen (Genehmigungen/ Auflagen). Auf Grund der hohen Freibeträge für Kleinkaufleute und der meist geringen Umsätze sind für Schülerfirmen allerdings steuerliche Fragen (Umsatzsteuer, Gewerbesteuer, Besteuerung des Gewinns) meist irrelevant. Ebenso Anmeldeverfahren (Finanzamt/ Gewerbeamt). Achtung: beginnen Schülerfirmen größere Umsätze von mehreren tausend Euro zu tätigen, ändert sich dies! Das Finanzamt/ Gewerbeamt behält sich auch die Prüfung von Schülerfirmen bzw. von Schulen vor. Daher ist die Schülerfirma gut beraten mit einer gewissenhaften Buchführung auf den Fall aller Fälle eingerichtet zu sein. Angebracht sind auch ein jährlicher finanzieller Jahresabschluss sowie die Aufbewahrung aller Unterlagen der finanziellen Transaktionen (Rechnungen/ Zahlungsbelege...) über einen Zeitraum von mehreren Jahren (rückwirkende Prüfungen sind möglich).

Im Alltag der Schülerfirma gibt es eine Reihe **wichtiger Rechtsfragen**. Zu erwähnen sind:

Abschluss von Rechtsgeschäften: kleinere Käufe/ Verkäufe können Personen ab 12/ 14 Jahren selbständig tätigen. Bei größeren Vorhaben ist die Einwilligung der Eltern oder anderer für die Kinder/ Jugendlichen verantwortlicher Personen nötig bzw. angebracht. Die Autoren raten, Erwachsene immer in die Tätigkeit von Rechtsgeschäften einzubeziehen, sie auf alle Fälle zu informieren. Dies kann der Lehrer sein oder auch ein Vertreter der Eltern, der hier Aufsichtspflichten freiwillig übernimmt.

Versicherungen: Größere Sachwerte der Firma sollten versichert sein. Dies kann über die Schule automatisch geschehen, wenn das Eigentum der Schülerfirma als Eigentum der Schule deklariert wird. Vorsicht: damit hat die Schule resp. die Schulbehörden aber jederzeit Zugriff und kann es auch aus der Firma abziehen. Eine andere Variante ist der Abschluss einer eigenen Versicherung. Dies können der begleitende Lehrer oder auch Eltern übernehmen, falls die Jugendlichen noch unter 18 Jahre sind. Die Schülerfirma sollte weiterhin auch eine Haftpflichtversicherung für eventuell von ihr verursachte Schäden abschließen. Auch dies kann in der Regel nur indirekt über Erwachsene erfolgen. Zu klären ist dabei, ob die Haftpflicht auch über die Versicherung der Schule bzw. der Familie des betreffenden Schülers abgedeckt werden kann. Dies betrifft ebenfalls die Unfallversicherung.

Genehmigungen: Im Geschäftsalltag sind Schülerfirmen in Abhängigkeit von ihrem Geschäftsgegenstand oft Genehmigungen unterworfen. Daher sollten sich schon in der Gründungsphase darum kümmern; möglicherweise gibt es beispielsweise so hohe Auflagen, dass sich das Unternehmen gar nicht lohnt. Wichtige Genehmigungen sind u. a. Gesundheitsauflagen (Hygiene), Sicherheitsauflagen (Brandschutz, Belastung von Räumen/ Flächen), Nutzung von öffentlichen Straßen und Plätzen (z. B. Straßenverkauf), Umweltauflagen (Emissionen z. B. bei Geräuschen...) etc. Anlaufpunkt zu Klärung dieser Fragen sind die Stadtverwaltungen. Auch beim Gewerbeamt kann und sollte nachgefragt werden.

Auf alle Fälle sollte am Ende des Gründungsprozesses einer epos für die künftigen Betreiber feststehen, welche Versicherungen und Genehmigungen sie unbedingt benötigen, was sie kosten und wo sie diese bekommen können sowie ob und wie sie den damit verbundenen Auflagen gerecht werden. Juristisch sollte auch ihre Einordnung in die Schule geklärt sein. Sinnvoll ist in Bezug auf letzteres ein schriftlicher **Vertrag zwischen der Schule und der entstehenden Schülerfirma**. Letzteres macht Sinn, da darin nicht nur wichtige juristische Fragen festgeschrieben werden sondern auch relevante Aussagen zur Integration der Schülerfirma in den Schulablauf sowie zu den pädagogischen Zielen, die mit ihr von Seiten der Schule verbunden werden, verankert werden können.

Schritt 9. Wahl des Namens und Beginn des Unternehmensalltages

Sind Antworten und Lösungen bei den Schritten 1 bis 8 weitgehend gefunden worden, kann die epos faktisch gegründet werden. Achtung: Die Antworten und Lösungen brauchen nicht vollständig sein. Vieles wird in der konkreten unternehmerischen Praxis der epos weiter präzisiert oder erst zu klären sein. Selbst der Gegenstand und die darauf beruhende konkrete Leistung können sich noch ändern. Die Gründung sollte daher erfolgen, wenn in Umrissen klar ist, was wie gemacht wird, wenn die

Rahmenbedingungen (Schulorganisation, Einbeziehung von Lehrern...) weitgehend geklärt sind und es eine Gruppe von mindestens 5 bis 10 Schülern gibt, die aktiv als Unternehmer in der Schule tätig werden wollen. Angebracht ist, dass mit dem Schritt 9 ca. nach 3 bis 6 Monate begonnen wird, nach dem mit dem Abschluss der Schritte 1 und 2 der grundsätzliche Beschluss gefasst wurde, eine epos zu gründen. Längere Gründungszeiten sind möglich, jedoch sinkt in der Praxis der Elan der Gründer mit jedem weiteren Monat, in dem nur debattiert und überlegt und keine konkrete unternehmerische Aktivität erfolgt. Die Autoren raten daher zu raschen ersten Aktionen des neuen Unternehmens. Diese müssen nicht großen Umfang haben; sie sollten aber zeigen, dass das Unternehmen da ist und der von den Schülern gewählte Geschäftsansatz machbar ist. Wichtig sind die mit der konkreten Aktion verbundenen positiven Emotionen, die den Gründern die für die folgende Etappe „Alltag des Unternehmens“ notwendige Motivation und Energie verleiht.

Die Ergebnisse der Schritte 1 bis 8 sollten auf alle Fälle in einem schriftlichen **Geschäftsplan (Businessplan)** zusammengefasst werden. Zu dessen Struktur und Inhalten siehe auch die Angaben im Anhang. Als Teil des Geschäftsplans sollte nun auch ein **attraktiver Namen für das Unternehmen** gefunden werden. Bei der Namenwahl ist zu beachten, dass dieser kurz und knapp etwas darüber aussagen sollte, was das Schülerunternehmen macht, und damit ein wichtigstes Element des tagtäglichen Marketings ist. Der Name sollte kurz und knapp sein, damit sein Gebrauch im Alltag recht einfach erfolgen kann.

Gibt es einen Unternehmensnamen, ist es angebracht auch eine **Homepage** anzulegen, mit der sich die epos kurz vorstellt und über die künftig möglicherweise auch Geschäftsaktivitäten abgewickelt werden können wie Werbung und Verkauf (Internethandel). Hier spielen Gestaltungsfragen eine Rolle. Vor allem sollte ein **Logo** entwickelt werden, das wie der Unternehmensname den Gegenstand des Unternehmens widerspiegelt und den Ansprüchen eines attraktiven Marketings gerecht wird.

Sind der Name und ein Logo gefunden und der Businessplan ausgearbeitet und im Konsens aller Gründer beschlossen, sollte immer umgehend eine konkrete Aktivität erfolgen, mit der die Gründer ihre Geschäftsleistung „an den Mann bringen“. Wie die **erste öffentliche Geschäftstätigkeit** erfolgt, hängt von konkreten Gegenstand der epos ab: Handelsfirmen können z. B. in der Weihnachtszeit (positives Geschäftsklima) einen ersten Verkaufstag starten (Stand in einer Ladenpassagen oder Eröffnung ihres Ladens in der Schule...), Eventfirmen können ein Konzert organisieren... Wichtig ist dabei, dass die erste Aktion auf der Grundlage einer ehrlichen Marktanalyse vorbereitet wird und die im Schritt 7 benannten finanziellen Risiken minimiert sind, d. h. in von den Schülern beherrschbaren finanziellen Dimensionen.

Die Gründer sollten zudem den Gründungsprozess nach dem Erfolg ihrer ersten Aktion mit einer kleinen Feier abschließen. Die Schulleitung sollte ihre Leistung anerkennen, z. B. durch eine öffentliche Würdigung, durch die Vergabe eines Zertifikates etc.

V EINGE ANMERKUNGEN zum ALLTAG nach der GRÜNDUNG

Analysiert man die Praxis von bestehenden Schülerfirmen, so sollten Gründer nach dem Start ihres Unternehmens folgende Erfahrungen berücksichtigen:

- Schülerfirmen haben nur Bestand, wenn sie **dynamisch** sind. D.h. sie müssen sich entsprechend den Erfordernissen des Marktes (Reaktion auf Markttendenzen/ Kundenwünsche) wie auch den Interessen und Kompetenzen der konkreten Betreiber der Firma entwickeln. Dynamik und Entwicklung können nicht zuletzt auch die Antwort auf Misserfolge im Geschäft sein. Die Gründer und Betreiber des Unternehmens sollten es als normal ansehen, dass sich ihr Unternehmen in ständigem try-and-error-Prozess realisiert.
- Mögliche **Entwicklungsfelder** der epos sind nach der Stabilisierung des Unternehmens incl. der Unternehmensabläufe sind: Erschließung neuer Geschäftsfelder (z. B. Aufnahme neuer Produkte in den Fairen Handel), der Aufbau von Kooperationen und das Mitwirken in Netzwerken sowie

die Aufnahme und Pflege von Internationalen Partnerschaften incl. personeller Austausch mit Gleichaltrigen in anderen Ländern Europas wie auch Asien, Afrikas und Lateinamerikas.

- Die Akteure der epos sollten sich weiter qualifizieren, sowohl im Bereich Globales Lernen als auch auf betriebswirtschaftlichem Gebiet. Ausgang dafür sollten immer die konkreten Fragen sein, die aus der Praxis der Firma resultieren. Sinnvoll ist es, dafür jährlich **Qualifizierungspläne** anzulegen, die mögliche Workshops und Projektstage sowie individuelle Beratungsleistungen für die Crew der epos umfassen.
- Eine **Jahresplanung** (Kalenderjahr oder/ und Schuljahr) ist angebracht, damit die Arbeit der epos verbindlichen Charakter hat. Dabei ist darauf zu achten, dass die konkrete geschäftliche Aktion im Mittelpunkt steht: Nur durch einen lebendig erfahrenen und Kunden nahen Geschäftsalltag finden die Schüler die Lust und Freude zum weiteren Betrieb ihres Unternehmens. Achtung: Die Schüler sollten sich aber auch nicht überlasten – es sind von ihnen noch viele andere Aufgaben zu lösen und zuviel führt auch hier zur Übersättigung und eine damit verbundene Lustlosigkeit und Antipathie.
- Die **Nachwuchsgewinnung** sollte von den Schülerunternehmern und insbesondere von den begleitenden Lehrern im Auge behalten werden. Insbesondere der Übergang von einem Schuljahr zum anderen birgt die Gefahr, dass die Schülerfirma personell ausdünn, wenn nicht rechtzeitig Nachwuchs gewonnen wird. Nachwuchs zu akquirieren kann beispielsweise darüber erfolgen, dass potentielle Interessenten zum „schnuppern“ in konkrete Aktivitäten der epos einbezogen werden. Wichtig sind auch motivierende Bildungsleistungen wie Workshops des Globalen Lernens. Hier können die im Schritt 3 beschriebenen Ansätze wiederholt werden.
- Die Arbeit der Schüler muss eine **Anerkennung** finden. Das kann auf vielerlei Weise erfolgen. So könnten sie sich auf für sie relevanten Messen¹¹ präsentieren (hierfür vom Unterricht befreit werden, Unterstützung z.B. beim Transport bekommen...). Weiterhin sind Würdigungen in der Schule angebracht (Beurteilungen, öffentliche Anerkennung z.B. in der Schulzeitung...). Und nicht zuletzt sollten die Schüler selbst über die Verwendung ihres Gewinnes entscheiden und natürlich auch ein Teil des Gewinns an sich selbst ausschütten. Eine zentrale Rolle spielen **Zertifikate**, in denen die Kompetenzzuwächse und das Engagement der Schülerunternehmer festgehalten werden. Sie spielen für viele Unternehmen heute eine positive Rolle bei der Auswahl von Azubis bzw. Bewerbern für einen Arbeitsplatz. Um diesen Vorteil der Schülerunternehmer zu erhöhen, sollte geprüft werden, ob ein solches Zertifikat nicht nur von der Schule oder dem die Firma begleitenden Verein, sondern auch von einer Vertretung von Unternehmen (Unternehmensberatung, Unternehmerverband...) aus dem lokalen Umfeld der Schülerfirma mit vergeben werden kann. Denn potentielle Ausbilder oder/ und Arbeitgeber interessieren sich nicht nur für die in der Schülerfirma entwickelten zivilgesellschaftlichen und sozialen Kompetenzen. Sie interessiert in einem besonderen Maße die angeeignete Wirtschaftskompetenz. In der Anlage befindet sich als Beispiel das Zertifikat, welches die Schüler im OIKOS-Projekt erhielten.
- Die Betreiber der Schülerfirma müssen strikt beachten, dass Unternehmen ihren Gewinn nicht zu 100 Prozent ausschütten dürfen, wollen sie weiter existieren. Auch die epos müssen einen großen Teils des **Gewinns in die Entwicklung ihres Unternehmens reinvestieren**. Nicht zuletzt müssen sie auch ihre Gläubiger, wenn es sie gibt, bedienen durch die Rückzahlung der Kredite; den Aktionären müssen Gewinnanteile ausgeschüttet werden.
- Bestehende Schülerfirmen sollten **feste Kontakte zu Unternehmen bzw. Unternehmerinitiativen in ihrem Umfeld** aufbauen und pflegen. Zum einen können sie Kunden der Leistungen der Schülerfirmen werden (z. B. deren Faire Waren kaufen); zum anderen können sie die Schüler auch bei der Lösung betriebswirtschaftlicher Alltagsprobleme unterstützen.

¹¹ Z. B. Schülerfirmenmessen in der Region, die zweijährig im FEZ-Berlin stattfindende Internationale Schülerfirmenmesse (www.fez-berlin.de) oder Existenzgründermessen wie Berliner DEGUT.

Schließlich kann der über die Schülerfirmen erfolgende praktische Kontakt auch den Weg zu einem künftigen Ausbildungsplatz, Lehrstelle und Studienplatz ebnen helfen.

VI TIPs zum ALLTAG einer EPOS aus BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHER SICHT

Da Schülerfirmen nach Ansicht der Autoren meist nur sinnvoll sind und einen echten Mehrwert für die Schüler darstellen, wenn sie als reale Unternehmen betrieben werden, sollte sie die Erfahrungen und Standards (zum Teil gesetzlich geregelt) der realen Unternehmenspraxis nutzen bzw. denen gerecht werden. Die folgenden Ausführungen stellen mit Schlagworten in alphabetischer Reihenfolge wichtige betriebswirtschaftliche Aspekte des Alltages vor und geben an, wo sie innerhalb des Webportals www.cogbyte.de näher erläutert werden. Dieser Abschnitt ist daher nur online in Verbindung mit einem Internetzugang zu benutzen.

Auf der Webseite sind unter dem Inhaltspunkt „Schülerunternehmen/ Schülerzeitung“ in den einzelnen Wissensbereichen Informationen zu folgenden Alltagsthemen zu finden:

Buchführung

Standards: Grundlagen der Ordentlichen Buchführung (GOB)
Finanzjournal
Kassenbuch
Ablage (z. B. von Rechnungen und Zahlungsbelegen)
Gewinn und Verlust Rechnung (G+V)
Inventur/ Inventarlisten

Büroorganisation

Ablagesystem

Behörden

Anmeldungen
Genehmigungen
Steuern
Abgaben

Forderungen/ Verbindlichkeiten

Gewinn

Gewinnfeststellung
Gewinnverwendung

Investitionen

Kalkulation
Bestände
Geschäftsausstattung
Ausrüstungen

Kommunikation

Geschäftsanbahnung
Verhandlungstechniken/ Verhandlungsführung
Kleiderordnung
Geschäftsbrief

Krisenmanagement

Umgang mit Konflikten
Mediation und Moderation

Management

Personal
Finanzen
Geschäftsführung

Managementtechniken

Motivation
Zeitmanagement
Ressourcenmanagement

Marketing

Marktforschung

Liquidität

Personalfragen

Personalsuche
Personalauswahl
Versicherungen
Mitarbeiterführung
Motivation
Personalplanung
Einsatzplanung

Planung

Controlling
Jahresplan
Kalkulation
Finanzplan

Produktentwicklung

Produktzyklus
Ideenwerkstatt
Kalkulation. Investitionsbedarf

Public Relation

Homepage
Flyer
Logo

Rentabilität

Rentabilitätsrechnung

Werbung

Werbetechniken
Werbemittel/ -träger
Flyer
Stand- bzw. Ladengestaltungen
Messeauftritte

Empfehlung:

Es macht auch Sinne die entsprechenden Fragen auch unter Wikipedia nachzuschlagen:

www.wikipedia.de

VII ANLAGEN

A. Fortbildungscurricula für Schüler (und Lehrer) mit Interesse an der Gründung einer epos¹²

BASISANGEBOT

OBERTHEMA	UNTERTHEMA	WER?
Basisinformation über den Gegenstand der epos	Was macht eine epos?	z. B. Mitarbeiter aus Eine-Welt-Gruppen wie OIKOS (www.oikos-berlin.de)
	Welchen Nutzen haben „wir“?	
	Wer könnte „uns“ unterstützen?	

COACHING und GRÜNDUNG einer entwicklungspolitischen Schülerfirma

OBERTHEMA	UNTERTHEMA	WER?
Einführungskurse (Gruppengespräche)	Einführung in den Gegenstand der Entwicklungspolitik/ -zusammenarbeit und das Globale Lernen	Lehrer oder /und Partner aus den o. g. Serviceeinrichtungen bzw. -programmen
	Einführung in die Lernform Schülerfirmen und deren Praxis	
Coaching (individuelle Beratung sowie Arbeit mit den Mitteln einer Zukunftswerkstatt)	Gemeinsame Suche nach dem für die jeweilige Interessengruppe geeigneten Gegenstand einer Schülerfirma und Klärung der dafür notwendigen Bedingungen und Abläufe	
	Ausarbeitung des Businessplan	
Gründung einer Schülerfirma	Etablierung der Schülerfirma (z. B. in Form eines Event)	
	Fördermittel für Schülerfirmen	
Finanzierungsfragen		

ENTWICKLUNGSPOLITISCHE QUALIFIZIERUNG

OBERTHEMA	UNTERTHEMA	WER?
Fairer Handel (besonders geeignet für Schülerfirmen mit Bezug zum Handel und Catering)	Länderinformationen mit Bezug zum Fairen Handel, z. B. zu Ghana...(Basiswissen, Geografie, Bevölkerung, Sozialsystem, Kultur, Politik...)	Lehrer selbst; möglichst aber mittels entwicklungspolitische Bildungsreferenten (siehe Kontaktliste)
	Produktinformationen, z. B. zum Kaffee, Holz, Gewürze... (Anbau, Biologie, Verarbeitung, Verwendung...)	
	Sozialstandards (u. a. Kinderarbeit, Frauen, Gesundheit...)	
	Welthandel (Preise, Austauschbeziehungen...)	
	Weltläden (Selbstverständnis, Organisation, Arbeitsweise...)	
	CSR und Global Compact	

¹² Mit diesem Curricula hat OIKOS zwischen 2006 und 2009 Schülerfirmen gegründet und begleitet.

OBERTHEMA	UNTERTHEMA	WER?
Kampagnen (besonders geeignet für Schülerfirmen die auf Eventorganisation oder/ und PR-Arbeit/ Werbung etc. orientiert sind)	Inhalt: Diverse Themen wie z. B. Bildung, Entschuldung, Wasser, Minen, Kindersoldaten...	Lehrer selbst; möglichst aber mittels entwicklungspolitische Bildungsreferenten (siehe Kontaktliste)
	Handwerkszeug (1): PR-Arbeit incl. Medienarbeit	
	Handwerkszeug (2): Eventorganisation	
	Schülersolidarität/ Nord-Süd-Schulpartnerschaften	
Länderkunde. Land und Leute (könnten auch als Begleitveranstaltungen für das Schulische Umfeld genutzt werden, d. h. auch für Schüler, die nicht unmittelbar am Projekt teilnehmen)	Ausgewählte Länder Afrikas (Basiswissen, Geografie, Bevölkerung, Sozialsystem, Kultur, Politik...)	Lehrer selbst; möglichst aber mittels entwicklungspolitische Bildungsreferenten (siehe Kontaktliste)
	Ausgewählte Länder Asiens (Basiswissen, Geografie, Bevölkerung, Sozialsystem, Kultur, Politik...)	
	Ausgewählte Länder Lateinamerikas (Basiswissen, Geografie, Bevölkerung, Sozialsystem, Kultur, Politik...)	

KAUFMÄNNISCHES WISSEN für SCHÜLERFIRMEN

OBERTHEMA	UNTERTHEMA	WER?
BWL-Grundfragen	Betriebliche Funktionen	Lehrer mit entsprechenden Präferenzen/ Kompetenzen sowie unter Nutzung des Webportals „cogbyte“ sowie von Materialien für Existenzgründer
Managementfragen	Personalfragen	
	Marketing, Marktanalyse	
	Führungsfragen	
	Zeitmanagement	
	Aufbau- und Ablauforganisation	
	Produktentwicklung/ Produktzyklen	
Kaufmännisches Handwerkszeug	Sonderfragen	Gewinnung entsprechender Fachleute aus dem Umfeld der Schule/ Schüler, die möglicherweise hier unterstützen können (Achtung: auf methodische Kompetenzen achten. Nicht jeder Erwachsene mit gutem Fachwissen, kann dies jungen Menschen gegenüber attraktiv weitergeben!)
	Rechtsfragen, Genehmigungen	
	Kalkulation, Preisgestaltung	
	Controlling	
	Rechnungswesen, Gewinnermittlung, Steuern	
	Aus- und Einfuhrbestimmungen	
	PR-Materialien/ Werbung, Homepage	
	Verhandlungsführung	
	Kommunikation (Schrift, Sprache, Körpersprache)	
Sonderfragen		
Konflikttraining	Umgang mit Konflikten (Geschäft)	Lehrer bzw. Bildungsreferenten aus dem Bereich Globales Lernen, Demokratieerziehung, Mediation...
	Umgang mit Konflikten (interkulturell)	

B. Struktur eines Businessplan (Geschäftsplan). Vorschlagsraster

I Geschäftsidee

Welches Produkt/ welche Dienstleistung soll erstellt/ verkauft werden?
Welche Philosophie (Corporate Identity) liegt den Unternehmungen zugrunde?
Was ist das Besondere an diesem Angebot? Warum sollte es gekauft werden?
Start der Produktion/ Dienstleistung? Wann soll es losgehen
Welche Voraussetzungen müssen bis dahin noch erfüllt werden?

II Markt/ Konkurrenz/Standort

Wer sind die Kunden? Wo sind die Kunden?
Wie setzen sich die Kunden nach Alter, Geschlecht, Einkommen, Beruf, Einkaufsverhalten etc. zusammen (Kundenanalyse)
Welche Bedürfnisse haben die adressierten Kunden?
Wie erfahren die adressierten Kunden von den Angeboten?
Wer sind die Konkurrenten?
Warum haben Sie sich für den von Ihnen gewählten Standort entschieden?
Wie wird sich der Standort entwickeln?

III Management/ Angaben zu den Gründern

Welche Voraussetzungen bringen die Gründer für die Gründung mit (Qualifikationen, Erfahrungen...)?
Welche besonderen Stärken gibt es?
Welche Defizite liegen vor?
Wie soll das Unternehmen geführt werden?

IV Mitarbeiter. Personalmanagement incl. Vergütungsfragen. Soziale Verantwortung des Unternehmens

Wie viele Mitarbeiter sind nötig; welche Tätigkeitsprofile werden gebraucht?
Welche Qualifikation sollen die Mitarbeiter haben (Berufsqualifikationen/ soft skills...)?

V Marketing

Welche Preisstrategie wird gewählt, warum?
Welche Absatzgrößen sind in welchen Zeiträumen adressiert?
Welche Zielgebiete/ Vertriebsgebiete werden angesteuert?
Gibt es einen oder mehrere Vertriebspartner für das Angebot, welche Kosten entstehen dadurch?
Welche Werbemaßnahmen werden gewählt, warum?

VI Rechtsform/ Betriebliche Organisation/ Formalitäten

Welche Rechtsform wird gewählt, warum?
Welche betriebswirtschaftliche Organisationsform wird genutzt?
Wer ist für was zuständig?
Welche gesetzlichen Formalitäten und Zulassungen (z.B. bei Technik oder/ und Emissionen) sind zu beachten und zu beantragen?
Wie erfolgt die Büroorganisation incl. Ablage z.B. von Dokumenten?

VII Finanzierungen

Welche Kosten hat das Unternehmen (Kalkulation)?
Umsatz- und Ergebnisplan im ersten Jahr (möglicherweise auch Folgejahre)?
Welche Investitionen sind nötig (Investitionsplan)?
Welchen Kapitalbedarf hat die Firma in der Gründungsphase und danach?
Welche Finanzierung wird gewählt (Schüleraktie), wer kümmert sich um die Ausgabe, wer kauft sie?
Wer übernimmt die Buchhaltung?

C. Mustervertrag einer Schülerfirma mit einer Schule

Vereinbarung zur Gründung und den Betrieb einer Schülerfirma

zwischen der Schule.....vertreten durch Herrn/Frau
.....(Schulleiter)

und der Schülerfirmavertreten durch
Herrn/Frau.....(Geschäftsführer)

Inhalt und Grundsätze

Die Vereinbarung regelt das Innenverhältnis zwischen der Schule und der Schülerfirma im Rahmen der Durchführung des Projektes. Die Gründung und Betreibung der Schülerfirma ist ein von der Schule und der Schulkonferenz befürwortetes Projekt, das über einen Zeitraum von mindestens einem Schuljahr durchgeführt wird.

Das Projekt zielt neben einer Orientierung der beteiligten Schüler/innen auf Ausbildung und Beruf insbesondere auf die Entwicklung von Eigeninitiative, Eigenverantwortung und unternehmerischem Handeln.

Vereinbarung

1. Die Schülerfirma wird in weitestgehender Verantwortung der beteiligten Schüler betrieben. Als Ansprechpartner steht den Schülern in beratender und unterstützender Funktion Herr/Frau..... zur Verfügung.
2. Die beteiligten Schüler informieren ihre Eltern über ihre Mitarbeit in der Schülerfirma.
3. Der Schülerfirma erhält folgende Räumlichkeiten zur mietfreien, zweckgebundenen und weitgehend eigenverantwortlichen Nutzung: Der Schülerfirma wird zu folgenden Bedingungen ein Schlüssel übergeben..... Die Reinigung der genannten Räumlichkeiten erfolgt durch
4. Die Versicherung des Eigentums der Schülerfirma (Inventar) erfolgt durch
5. Die Schülerfirma richtet ein eigenes Girokonto ein, zu dem grundsätzlich Herr/Frau(Schüler) sowie Herr/Frau (Lehrer) gemeinsam zugangsberechtigt sind. Für das Konto wird kein Dispo-Kredit beantragt.
6. Über die o. g. Unterstützung hinaus stellt die Schule der Schülerfirma keine finanziellen Mittel zur Verfügung.
7. Die Geschäftsführung der Schülerfirma ist berechtigt, Geschäfte und Verträge mit einem jährlichen Gesamtumsatz bis zu einer maximalen Höhe von 60.000 DM abzuschließen. Der Umsatz muss durch ein gewissenhaft zu führendes Kassenbuch nachweisbar sein.
8. Die Schülerfirma macht bei allen Geschäften und Verträgen ihren Partnern gegenüber deutlich, dass es sich um eine Schüler-Firma und damit um ein Projekt der Schule handelt.
9. Die Schule stellt allen Schülern, die mindestens Monate in der Schülerfirma tätig waren, ein Zertifikat über ihre Teilnahme aus.
10. Die Vereinbarung wird für unbefristete Zeit geschlossen und endet, wenn Monate zuvor im gegenseitigem Einverständnis die Beendigung des Projektes vereinbart worden ist. (Datum, Unterschriften)

(Schulleiter/in)

(Geschäftsführer/in)

(Begleitende Lehrer/in)

D. Gesellschaftervertrag einer Schülerfirma (Schüler GmbH)

Gesellschaftervertrag für die Schüler-GmbH*

§ 1 Anliegen und Leistungen des Schülerunternehmens

(1) Die Schüler-GmbH ...** ist ein pädagogisches Projekt der ... (Schule mit Adresse).

Es ist Anliegen des Projektes, dass die Schüler ihr im Fachunterricht erworbenes Wissen praktisch in realitätsnahen wirtschaftlichen Zusammenhängen gebrauchen sowie Schlüsselqualifikationen für die erfolgreiche Bewältigung des Überganges von der Schule in den Beruf wie Eigeninitiative, Verantwortungsbereitschaft und Teamfähigkeit erwerben und anwenden. Das Schülerunternehmen soll gleichzeitig die Möglichkeiten einer sinnvollen Freizeitgestaltung an der Schule bereichern.

(2) Die Beziehungen zwischen Schule und Schülerunternehmen sind vertraglich geregelt. (siehe Gründungsvertrag)

(3) Die Geschäftsidee des Schülerunternehmens ist...*** Die Schüler-GmbH bietet folgende Leistungen an:

-
-

Der Leistungsbereich kann erweitert werden.

§ 2 Stammkapital

(1) Das Stammkapital beträgt bei Gründung des Schülerunternehmens**** (in Worten ...). Ein Gesellschafteranteil beträgt EUR. Es ist nicht möglich, mehrere Gesellschafteranteile zu erwerben.

(2) Jeder Gesellschafter zahlt binnen Woche(n) seinen Anteil auf das Firmenkonto ein. Bei Aufnahme weiterer Gesellschafter ist jeweils der gleiche Betrag zu entrichten, das Stammkapital erhöht sich entsprechend.

§3 Geschäftsjahr

Das Geschäftsjahr ist das Schuljahr.

§ 4 Mitglieder / Gesellschafter

(1) Es können nur Personen in der Schüler-GmbH ... mitarbeiten, die

- Schüler oder Lehrer der Schule ... sind
- die gleichzeitig Gesellschafter werden
- sofern sie Schüler sind, das Einverständnis ihrer Erziehungsberechtigten vorweisen können
- sich mit den in der Satzung aufgeführten Regelungen einverstanden erklären.

Über Ausnahmeregelungen entscheidet die Geschäftsleitung.

(2) Aufnahmeanträge sind an die Geschäftsleitung zu richten. Über die Aufnahme entscheidet

die Gesellschafterversammlung.

Neu aufgenommene Gesellschafter unterzeichnen einen Arbeitsvertrag und bekommen eine Kopie der Satzung.

(3) Die Gesellschafterversammlung wählt die Geschäftsleitung.

Jeder Gesellschafter ist verpflichtet, die ihm übertragenen Aufgaben pünktlich und ordentlich zu erfüllen. Die von der Schüler-GmbH genutzten Räumlichkeiten müssen in einem sauberen und ordentlichen Zustand gehalten werden. Gleiches gilt für die sich im Firmen- oder Schuleigentum befindlichen Gegenstände, technischen Geräte und Materialien.

Für grob-fahrlässige Beschädigungen werden die Verursacher bzw. deren Erziehungsberechtigte haftbar gemacht.

(4) Die Zugehörigkeit zur Schüler-GmbH endet

- auf Wunsch des Gesellschafters bei Einhaltung Kündigungsfrist von ... Wochen.
- bei Entlassung oder Ausschluss

Ein Gesellschafter kann wegen grober Verletzungen der von ihm übernommenen Pflichten oder bei fortgesetzter Nachlässigkeit aus dem Schülerunternehmen ausgeschlossen werden. Ihm muß jedoch Gelegenheit gegeben werden, sich dazu zu äußern. Über den Ausschluss entscheidet die Gesellschafterversammlung.

(5) Ein Gesellschafter kann im Falle eines starken Leistungsabfalls in einzelnen Fächern oder anderer Probleme zeitweise von seinen Pflichten werden. Für die Dauer der Entbindung bestehen keine Gewinnansprüche.

§ 5 Aufbau des Schülerunternehmens

(1) Die Gesellschaft hat ... Geschäftsführer. Er/sie leitet/leiten das Unternehmen und vertreten es nach außen.

(2) Die Gesellschaft hat eine gewählte Geschäftsleitung.

Der Geschäftsleitung besteht aus Mitgliedern.

- dem/den Geschäftsführer(n)
- den gewählten Abteilungsleitern
- einem projektbegleitenden Lehrer

(3) Die Geschäftsleitung organisiert und leitet alle die Gesellschaft betreffenden Maßnahmen gemäß § 1, Absatz 3. Sie entscheidet über die Gewährung und Erbringung von Leistungen und über finanzielle Angelegenheiten. Alle das Schülerunternehmen betreffenden Schriftstücke, die an Personen außerhalb der Firma gerichtet sind, müssen von mindestens einem Mitglied der Geschäftsleitung (Schüler) in Absprache mit dem projektbegleitenden Lehrer unterzeichnet werden.

(4) Die Gesellschaft gliedert sich in folgende Abteilungen:

- Finanzabteilung
- Personalabteilung
- u. s. w.

Über die konkrete Aufgabenverteilung der einzelnen Abteilungen entscheiden die Abteilungen selbständig. Verantwortlich ist der gewählte Abteilungsleiter.

§ 6 Gesellschafterversammlung

(1) Die Gesellschafterversammlung ist einzuberufen, wenn dies im Interesse des Schülerunternehmens liegt, aber mindestens 1x jährlich in den ersten ... Monaten des Schuljahres (Jahreshauptversammlung). Die Einberufung kann durch jedes Mitglied der Geschäftsleitung erfolgen. Alle Gesellschafter sind dazu rechtzeitig durch Aushang zu informieren.

Die Gesellschafterversammlung (Jahreshauptversammlung) hat folgende Aufgaben:

- Kontrolle der Arbeit der Geschäftsleitung
- Entgegennahme des Geschäftsberichts mit Jahresbilanz
- Neuwahl bzw. Bestätigung der Mitglieder der Geschäftsleitung
- Aufnahme / Ausschluss von Gesellschaftern
- Entscheidung über die Verwendung des Gewinns (nach Abstimmung mit der Schulleitung)

(2) Die Geschäftsleitung wird für die Dauer eines Schuljahres gewählt. Wenn mehr als die Hälfte aller Gesellschafter anwesend ist, ist die Versammlung beschlussfähig. Andernfalls muss eine neue Hauptversammlung einberufen werden, die dann in jedem Fall beschlussfähig ist. Wahlberechtigt sind alle als Gesellschafter registrierten Personen. Die Registratur ist Aufgabe der Personalabteilung. Wählbar sind alle Gesellschafter, die in Vorbereitung der Wahl als Kandidaten benannt wurden, Schüler der Schule sind und mindestens Monate im Schülerunternehmen mitgearbeitet haben. Der projektbegleitende Lehrer ist automatisch Mitglied der Geschäftsleitung, jedoch darf er nicht alleiniger Geschäftsführer werden.

(3) Zur Gewinnverwendung legt die Geschäftsleitung der Gesellschafterversammlung einen Vorschlag vor.

§ 7 Gültigkeit der Satzung

(1) Die Satzung tritt am in Kraft.

(2) Änderungen oder Ergänzungen bedürfen der Zustimmung der Gesellschafterversammlung.

Ort, Datum

Anmerkungen

* - Auch als Satzung bezeichnet

- Schriftlich niedergelegte Grundordnung mit Regelungen über Zweck, Name, Sitz, Vermögen, Arbeitsweise, Vertretung und Kompetenzen der Leitungsorgane
- Zwingend notwendig bei Körperschaften

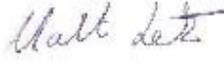
** - Name der Firma (sollte den Geschäftszweck widerspiegeln)

*** Genaue Beschreibung der Geschäftsidee (siehe Geschäftsplan)

**** Betrag, mit dem die GmbH nach außen haftet. Bei Schülerfirma kein Mindestbetrag festgeschrieben.

Dieser Mustervertrag hat empfehlenden Charakter und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit!

E. Beispiel für eine Zertifikat

 Dr. Geiger Unternehmensberatung & Training	 OIKOS EINE WELT e.V.	
<h1>Zertifikat</h1>		
<div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 50%; margin: 0 auto;"></div>		
hat vom _____ bis _____ 2009		
an einer u. a. vom Bundesministerium für Wirtschaftliche Zusammenarbeit und der Berliner Senatsverwaltung für Wirtschaft		
unterstützten schulischen Bildungsreihe zur Vorbereitung und Gründung sowie Betrieb eines international orientierten Schülerunternehmens teilgenommen.		
Im Rahmen der Workshops und Geschäftsaktivitäten des von ihm/ ihr mit gegründeten Unternehmens hat er/ sie sich neben Erwerbsleben bezogene Basiskompetenzen in den Bereichen Globales Lernen und Interkultureller Dialog faktisches Wissen und praktische Handlungskompetenzen in den Bereichen kaufmännisches Basiswissen, Management sowie wirtschaftsethische Fragen angeeignet.		
Besonders zu erwähnen ist der Erwerb praktischer Fähigkeiten und Fertigkeiten auf dem Gebiet der Existenzgründung.		
Berlin, _____ 2009	 Dr. Michael Geiger GUT Geschäftsführer	 Dr. Malte Letz OIKOS EINE WELT e.V. Projektleiter
 Internationale Weiterbildung und Berufshilfe gGmbH	 Berliner Schule für Existenzgründung	 Berliner Schule für Existenzgründung
Dr. Geiger Unternehmensberatung & Training www.gut-berlin.de		OIKOS EINE WELT e.V. www.oikos-berlin.de

F. Wichtige Adressen und Angaben zu weiterführenden Informationen bzw. Serviceleistungen

Betriebswirtschaftliche Aspekte

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie

Scharnhorststr. 34-37

11019 Berlin

Tel.: 030-18 615 0

Web: www.bmwi.de bzw.

www.existenzgruender.de:

Tip: Hier sind umfangreiche Informationen und Materialien für Unternehmensgründer zugänglich

Geiger Unternehmensberatung und Training (GUT)

Franz-Jacob-Str. 4 a

10369 Berlin

Tel. 030 98 60 79 72

www.gut-berlin.de

existere e.V.

Franz-Jacob-Str. 4 a

10369 Berlin

Tel. 030 98 60 79 72

Web: www.existere.de

Tip: Webportal für Schülerfirmen: www.cogbyte.de

Entwicklungspolitik

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)

Friedrich-Ebert-Allee 40

53113 Bonn

Web: www.bmz.de

Tip: u. a. Medienhandbuch Entwicklungspolitik anfordern !!! (Strukturen, Akteure, Adressen)

InWEnt gGmbH

Friedrich-Ebert-Allee 40

53113 Berlin

Tel.: 0228-44 60-0

Web: www.inwent.org

Tip: u. a. Bildungsmaterialien (Medienverzeichnisse...), Förderprogramme, Wettbewerbe, Kampagnen...

Stiftung Nord-Süd-Brücken

Greifswalder Str. 33a

10405 Berlin

Tel.: 030-42 85 13 85

Web: www.nord-sued-bruecken.de

Tip: u. a. Information über Bildungsträger, über Aktionen und Kampagnen, mögliche Förderungen

Verband Entwicklungspolitik deutscher Nichtregierungsorganisationen (VENRO)

Dr.-Werner-Schuster-Haus

Kaiserstr. 201

53113 Bonn

Tel.: 0228-946 77-0

Web: www.venro.org

Tip: Informationen über aktuelle Aktivitäten wie Kampagnen, Spendenaktionen...

EPIZ Berlin
Schillerstr, 59
10627 Berlin
Tel.: 030-692 64 18

Web: www.epiz-berlin.de

Tip: Vielfältige Materialien zur Ausleihe (Bibliothek/ Mediathek...), Beratung, Vermittlung von Bildungsreferenten (Raum Berlin)

DED. Schulprogramm

Web: www.ded.de (Rubrik „Bildungsarbeit“)

Tip: Beratungen, Unterstützung mit Bildungsreferenten...

Förderinstitutionen im Bereich der Kinder- und Jugendarbeit¹³

Deutsches Kinderhilfswerk (DKHW)

Leipziger Straße 116-118

10117 Berlin

Tel.: 030-30 86 93-0

Web: www.dkhw.de

Aktionsgruppenprogramm der InWEnt gGmbH

Web: www.inwent.org (Rubrik „Bildung für Entwicklung“)

Tip: Kofinanzierung von entwicklungspolitischen Aktivitäten

Stiftung Demokratische Jugend

Grünberger Str. 54

10245 Berlin

Tel.: 030-200 789-0

Web: www.jugendstiftung.org

¹³ Achtung: setzen in vielen Fällen beim Antragsteller den Status eines gemeinnützigen Vereins voraus. Angebracht ist es daher, den Antrag über den möglicherweise existierenden Förderverein der Schule oder über einen geeigneten Verein im Umfeld der Schule zu stellen.

