

Firmengründung leicht gemacht

Ein Unternehmen zu gründen, sollte wohlüberlegt sein. Durch sogenannte **Mini-Entreprises** haben Schüler der Sekundarstufe hierzulande die Möglichkeit, zu erfahren, wie es in der Geschäftswelt zugeht – nämlich hammerhart.

Text: Françoise Stoll (francoise.stoll@revue.lu) / Fotos: Anne Lommel, ALR, JEL

Mini-Unternehmen haben dieses Jahr einen regelrechten Boom erlebt. Dabei existiert das Konzept bereits seit 2005. „Anfangs haben nur um die 15 Gruppen teilgenommen“, erinnert sich Pitt Schneider von „Jonk Entrepreneuren Luxembourg“ (JEL), „mittlerweile sind es 63“. Er ist Programmkoordinator, Verantwortlicher für die Mini-Entreprises und selber Lehrer. Den enormen Zuwachs erklärt er sich durch drei Gründe: durch die Präsenz in der Presse, das Mitwirken von immer mehr Schulen und die Änderung der Teilnehmerzahl. „Früher haben ganze Klassen an ein- und demselben Projekt gearbeitet. Heute bestehen die Gruppierungen aus maximal acht bis zehn Schülern“. Das führe automatisch zu mehr Ideenreichtum, mehr Vielfalt, was Schneider sehr begrüßt: „Es geht darum, den unternehmerischen Geist bei den Jugendlichen zu wecken.“ Und das scheint zu funktionieren.

23 Sekundarschulen haben die Mini-Entreprises mittlerweile für sich entdeckt,

als „Option“, Schulprojekt oder alternativ als außerschulische Aktivität auf freiwilliger Basis. Wir waren im Atert Lycée Redange zu Besuch und trafen dort auf eine Menge motivierter Schüler. Genauso verschieden wie sie, sind ihre Geschäftsideen. So riefen einige eine neue Schokoladenmarke in Leben, andere schlugen einen eher politischen Weg ein und wiederum andere bewiesen sich im Weiterverkauf.

Luca Hipp und fünf seiner Klassenkameraden entschlossen sich, „Schokolux“ zu kreieren. Sie hätten Verbindungen zum „Tricentenaire“ in Bissen gehabt und diese genutzt. Obendrein sei die Schokolade Fairtrade, „made in Luxembourg“ und werde in geschützten Werkstätten hergestellt. „Geschmacklich haben wir uns für eine simple Variante entschieden. Ein einfaches Produkt ist leichter verkäuflich“, glaubt Luca. Trotzdem lief – genau wie bei allen anderen – nicht immer alles rund: „Wir haben viel

„Die Schüler sind in der Regel sehr engagiert und lernen dabei, wie sie Kompetenzen aus Fächern wie Buchhaltung, Sprachen und Kunst praktisch anwenden können.“

Pitt Schneider, JEL-Programmkoordinator



Zeit in den Entwurf einer bestimmten Schokoladenform gesteckt, aber daraus ist leider nichts geworden.“ Dafür stehen schon neue Ideen, wie die Zusammenarbeit mit Restaurants und die Erweiterung der Verkaufsstellen, am Start. Nichtumsetzbares über Bord zu werfen und Probleme gemeinsam zu bewältigen, ist Sinn der Sache.

Auch bei „Quale bei de Wahlen“ gab es manche (Start-)Schwierigkeiten. „Da 2018 ein Wahljahr ist, kam uns der Gedanke, eine politische Version von ‚Mensch ärgere Dich nicht‘ zu entwickeln. Wir inspirierten uns an einer bereits existierenden Variante mit

deutschen Politikern“, erklärt Kevin Simon, einer der Gründermittglieder. Die größte Herausforderung sei die Herstellung des Spielbretts gewesen. Selber aus Holz anfertigen oder doch lieber im Internet bestellen? Am Ende fiel die Wahl auf eine hiesige Druckerei. Die Spielfiguren ließen sie von Karikaturist Carlo Schneider zeichnen. „Jeder Spieler symbolisiert eine Partei, jede Figur einen Politiker. Es geht darum, wer den Eintritt ins Parlament schafft. Wer kann die anderen übertrumpfen? Das verleiht dem altbewährten Brettspiel einen neuen Touch“, führt Kevin weiter aus. Mit dem Verkauf laufe es derzeit nicht so rosig wie gedacht, in Sachen

Werbung werde man jedoch noch einmal eine Schippe nachlegen.

Ganz anders steht es um „Bottle up“. Für die fünf Jungs ist das Rennen schon gelaufen. Sie wählten den leichten Weg, kauften ein fertiges Produkt bei einem Händler im Netz ein und verkauften es weiter. Kosten und Zeit für die Entwicklung konnten sie sich so sparen. Allerdings waren sie sich bei der Suche nach dem geeigneten Artikel nicht immer einig. „Zu Beginn hatten wir ein anderes Produkt im Blick, aber es haute nicht hin. Das sorgte natürlich für längere Diskussionen. Am Ende haben wir jedoch

die richtige Wahl getroffen“, erläutert Daniel Schweitzer. Stimmt. Denn die Ware – platzsparende Trinkflaschen aus Silikon – ist restlos ausverkauft. Die Jungs freuen sich, nicht nur, weil sie die einhundert Flaschen vertrieben haben, sondern, weil sie das Projekt nun abhacken und sich komplett auf ihr Abitur konzentrieren können.

Natürlich bieten die Mini-Entreprises den Schülern einige Vorteile gegenüber klassischen Unternehmen. „Sie werden nicht besteuert und haben weniger Risiken. Sie können nicht pleitegehen. Nach einem (Schul-) Jahr wird das Vorhaben so oder so beendet“, fasst Pitt Schneider von JEL zusammen. Die

Jungunternehmer erwirtschaften ihr Kapital mit dem Verkauf von „Aktien“, die sie an Familie, Freunde, Bekannte und Sponsoren vertreiben. Ein Kreditkauf ist strikt untersagt. „Sie müssen einen Businessplan aufsetzen, ausrechnen, welches Kapital sie benötigen. Kommen sie am Ende des Jahres positiv raus, bekommen alle Aktionäre ihre Beiträge zurückbezahlt. Falls nicht, dann nicht“, verdeutlicht er.

Trotz Anpassungen ist es – gerade für Abiturienten – manchmal ganz schön schwierig, Schule und „Job“ unter einen Hut zu bekommen. Organisationssache, meint Schneider: „Die Schüler sind in der Regel sehr engagiert

und lernen dabei, wie sie Kompetenzen aus Fächern wie Buchhaltung, Sprachen und Kunst praktisch anwenden können.“ Auch wenn das Ganze sehr zeitintensiv ist, zeigen sich „Schokolux“, „Quale bei de Wahlen“ und „Bottle up“ durchweg begeistert. Einige haben Blut geleckt und könnten sich durchaus vorstellen eine eigene, vollwertige Firma zu gründen. „Jonk Entrepreneuren Luxembourg“ stünde ihnen dabei zur Seite. Erste Fälle, von Absolventen, die sich aufgrund der Mini-Entreprises selbstständig machten, existieren bereits.

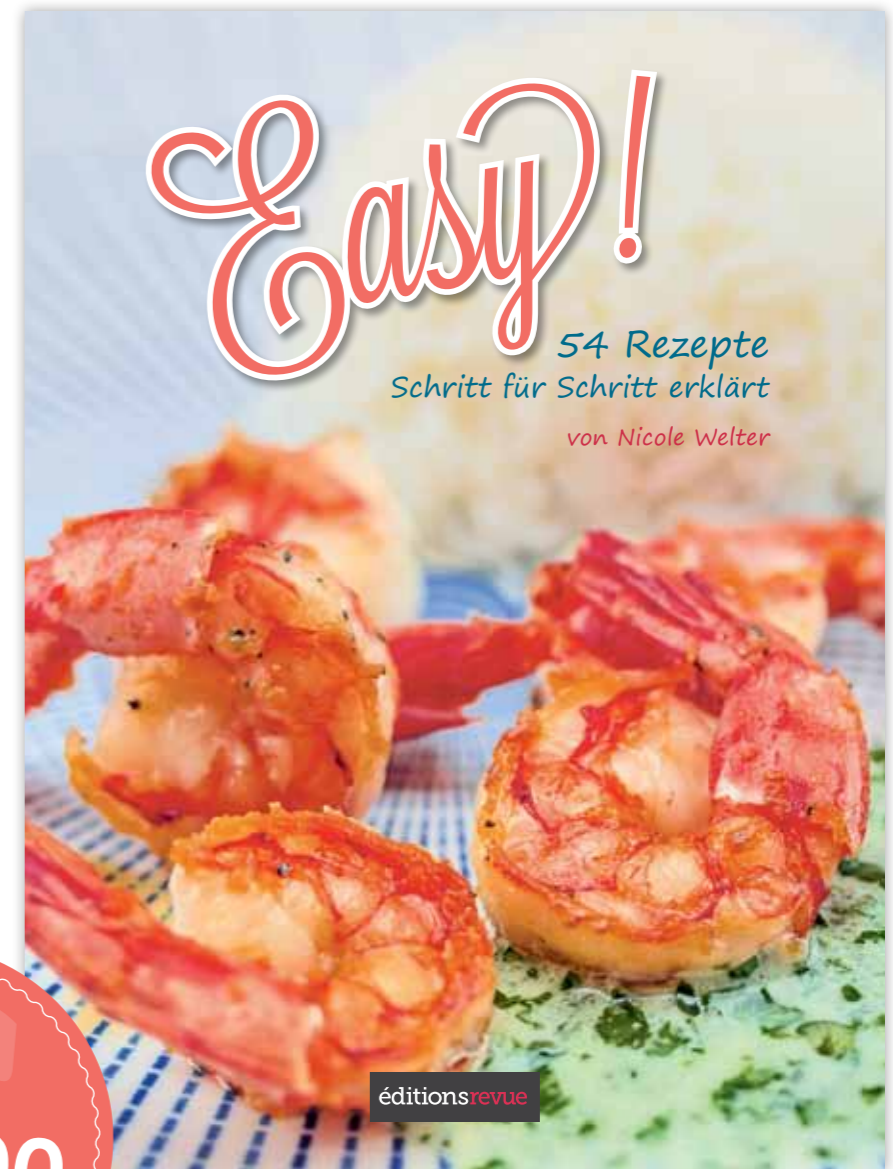
www.jonk-entrepreneuren.lu

Nichtumsetzbares über Bord zu werfen und Probleme gemeinsam zu bewältigen, ist Sinn der Sache.



Kathrin Wolff,
Niels Jansen,
Luca Hipp,
Maxime Galmiche und
Max Castermans (v.l.n.r.):
Die fünf Köpfe, die
hinter „Schokolux“ stecken.

Das ideale Buch zum Schenken. Einfach Kochen leicht gemacht!



35,00

Hardcover · Format: 210x280mm · 128 Seiten

shop.revue.lu

Bestellen Sie jetzt auf shop.revue.lu oder durch Überweisen von 35 Euro auf das Postscheckkonto der éditions revue **IBAN LU97 1111 0836 5137 0000** mit dem Vermerk „Kochbuch Easy“.

Achtung: Bitte die genaue Adresse angeben!
Lieferung frei Haus.

éditionsrevue