Faltbarer Kaffeebecher und wie man sich schlauer boxen kann

Die Breitunger Schülerfirma „Werra Snack" wird professioneller: Vier Schüler haben in einem Camp gelernt, worauf es bei der Unternehmensgründung ankommt.

Breitungen – Begriffe wie Zielgruppenanalyse, Vertriebspläne, juristische Unternehmensformen oder Guerilla Marketing zählen nicht gerade zu typischen Ferienbeschäftigungen von Teenagern. Für vier Zehntklässler der Regelschule Breitungen gehörten sie während eines „inventure-Camps" bei Neuruppin in Brandenburg zum täglich verwendeten Wortschatz – und es hat ihnen großen Spaß gemacht. Die vier sind Gründungsmitglieder der Breitunger Schülerfirma „Werra Snack" und nahmen das Angebot der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung wahr, während der Herbstferien zu lernen, wie ein Unternehmer denken muss, um eine Geschäftsidee erfolgreich umsetzen zu können.

Was sich reichlich theoretisch anhört, entwickelte sich für Bernis und Josephine Müller, Kay Fleischmann und Leon Grundke zu unterhaltsamen und lehrreichen Tagen, die Eindruck hinterlassen haben: Es sei „einfach nur klasse" gewesen, sagt Kay, und Bernis schwärmt von „super netten Leuten" und einer Zusammenarbeit im Team ganz „ohne die üblichen Zickereien".

Worum es genau ging, präsentierten die vier gestern den jüngeren Mitarbeitern der Schülerfirma „Werra Snack", sowie Betreuerin Luana Müller und Schulleiter Hartfried Klee.

Leon Grundke zum Beispiel berichtete von seinem Team, dem das Wegwerf-Prinzip beim „Coffee-to-go" nicht gefiel. Ist der Kaffeebecher ausgetrunken, fliegt er in den Mülleimer. „Umweltschutz to go" sei besser, dachte sich das Team und entwickelte einen faltbaren, wiederverwendbaren Kaffeebecher, der nach Gebrauch als Dose in die Hosentasche gesteckt werden kann. Die Jugendlichen ersannen sich die passende Rechtsform für ihr Unternehmen, kalkulierten den Finanzbedarf, kauften Material und bauten Prototypen, analysierten Stärken und Schwächen, Risiken und Chancen des Produkts und machten sich Gedanken über die Zielgruppe, die passende Kommunikation und wie Kunden gebunden werden können. Schulleiter Klee und Lehrerin Müller staunten.

Ebenso über die von Bernis und Kay unter der Überschrift „Social Business" vorgestellte „Studibox": Eine Art weiterentwickeltes Kulturhaus in Containern mit einem Café, das abends zur Bar und Disco wird, einer Terrasse zum Chillen und Containern, die für Präsentationen ausgerüstet und zu mieten sind. Das Team der beiden dachte dabei auch an überfüllte Hörsäle und wirbt mit dem Slogan „Box dich schlauer".

Bei einer Gründermesse präsentierten die 22 Jugendlichen aus sechs Bundesländern im Camp ihre Unternehmens-Ideen und ernteten reichlich Lob. „Experten sagten, diese Unternehmen könnte es wirklich geben", berichtete Josephine Müller.

Die vier wissen nun nicht nur, wie man einen Businessplan erstellt und Teamgeist funktioniert – sie haben sich selbst auch etwas besser kennengelernt. „Ihr könnt mehr, als ihr denkt" lautete die Botschaft, die Schulleiter Klee unterschrieb. „Wir sind stolz auf euch, ihr habt die Schule gut vertreten", lobte er und bat die vier darum, neue Mitglieder für „Werra-Snack" zu werben, bevor sie 2012 die Schule verlassen. *uf*

TLZ 11.11.11