



eTraining:

Unternehmergeist macht Schule

Modul 2: Betreuung von Schülerfirmen

Hinweis

Dieses Script dient als Hilfe für diejenigen, die sich das Training nicht in der interaktiven Version in Flash ansehen können oder wollen. Für die interaktiven Funktionen und einen höheren Lernerfolg empfehlen wir die Onlineversion mit Flashelementen:


<http://www.unternehmergeist-macht-schule.de/DE/HilfenundTipps/eTraining/node.html>

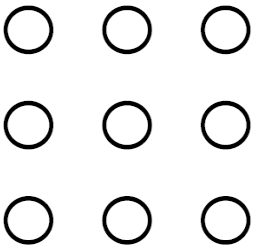
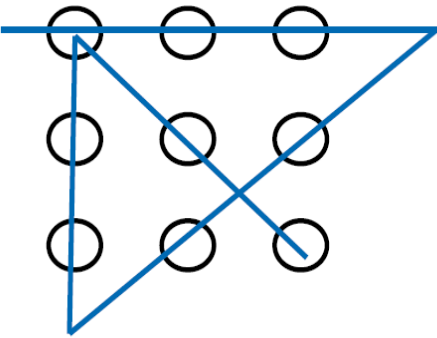
Inhalte des eTrainings in Textform

Text	Kapitel 1: Was ist eine Schülerfirma? In diesem Kapitel erfahren Sie, was eine Schülerfirma ist, wie sie funktioniert und welchen Zwecken sie dient. Für die Bearbeitung dieses Kapitels benötigen Sie ca. 5 Minuten.
Animation	Keine „echten“ Wirtschaftsunternehmen Schülerfirmen werden, wie der Name schon sagt, von Schülerinnen und Schülern eigenverantwortlich gegründet und geführt. Sie sind allerdings keine „echten“ Wirtschaftsunternehmen. Die Jugendlichen nehmen zwar an einem wirklichen Marktgeschehen teil, und es fließt auch tatsächlich Geld. Ein Schülerunternehmen ist dabei aber nicht hundertprozentig den Gesetzen des realen Marktes ausgeliefert.
Animation	Schutzraum Schule Bei Schülerfirmen handelt sich vielmehr um Unternehmen im Rahmen von Schulprojekten. Die Schule bietet für Gründung und Unternehmensführung einen rechtlichen Schutzraum, wenn sie das Projekt als Schulveranstaltung anerkennt.

<p>Animation</p>	<p>Verschiedene methodische Ansätze</p> <p>Es gibt nun ganz verschiedene Arten und Weisen, wie Schülerinnen und Schüler solche Schülerfirmen gründen und betreiben können: beispielsweise im regulären Unterricht oder außerhalb des Unterrichts im Rahmen einer AG. Und entweder ganz real oder aber nur virtuell im Internet. Und entweder für ein Schuljahr oder aber über viele Schuljahre hinweg. Wie auch immer: Sie sind eine besondere Form des Unterrichts mit hohem „Ernstcharakter“.</p>
<p>Interaktive Abfrage</p>	<p>Gemeinsamkeiten von Schülerfirmen</p> <p>Alle praktizierten Ansätze haben aber eine Reihe von Gemeinsamkeiten.</p> <p>Ist dieses Ihrer Meinung nach ein typisches Merkmal von Schülerfirmen?</p> <p><i>Klicken Sie auf „Ja!“, wenn Sie dieses Merkmal für typisch halten. Falls nicht, klicken Sie auf „Nein!“</i></p> <p>Schülerinnen und Schüler übernehmen das operative Geschäft in Schülerfirmen, die Verantwortung liegt bei ihren Lehrpersonen. Ja - Nein</p> <p>Auflösung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ja: Falsch. Schülerinnen und Schüler sind für ihre Firma selbst verantwortlich. ▪ Nein: Sie haben Recht: Schülerinnen und Schüler sind für ihre Firma selbst verantwortlich.
<p>Interaktive Abfrage</p>	<p>Schülerinnen und Schüler übernehmen Aufgaben im Auftrag der Schulleitung.</p> <p>Ja - Nein</p> <p>Auflösung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ja: Zumindest nicht ganz richtig. Es könnte so sein. Grundsätzlich verwirklichen Schülerfirmen aber immer eigene Geschäftsideen. ▪ Nein: Es könnte zwar so sein. Aber grundsätzlich verwirklichen Schülerfirmen immer eigene Geschäftsideen.
<p>Interaktive Abfrage</p>	<p>Schülerfirmen nehmen die Rechtsform z. B. der GmbH oder der Aktiengesellschaft an.</p> <p>Ja - Nein</p> <p>Auflösung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ja: Leider Falsch. Schülerfirmen orientieren sich nur an Rechtsformen. Ergebnis: die Schüler-GmbH oder Schüler-AG. ▪ Nein: Stimmt. Schülerfirmen orientieren sich an Rechtsformen. Ergebnis: die Schüler-GmbH oder Schüler-AG.
<p>Interaktive Abfrage</p>	<p>Auch Schülerfirmen können insolvent werden.</p> <p>Ja - Nein</p> <p>Auflösung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ja: Sie haben Recht, auch Schülerfirmen können tatsächlich

	<p>insolvent werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nein: Falsch. Auch Schülerfirmen können leider insolvent werden.
Interaktive Abfrage	<p>Schülerfirmen haben eine Geschäftsführung sowie Abteilungen für Finanzen, Einkauf, Marketing usw.</p> <p>Ja - Nein</p> <p>Auflösung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ja: Sie haben Recht. Schülerinnen und Schüler übernehmen diese Aufgaben entsprechend ihrer Fähigkeiten und Interessen. ▪ Nein: Doch. Schülerinnen und Schüler übernehmen diese Aufgaben entsprechend ihrer Fähigkeiten und Interessen.
Interaktive Abfrage	<p>Eine Schülerfirma benötigt mindestens 1.000 Euro Startkapital.</p> <p>Ja - Nein</p> <p>Auflösung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ja: Nein. Es gibt Schülerfirmen, die mit wenig mehr als 100 Euro starten. ▪ Nein: Genau. Je nach Geschäftsidee kommt die Schülerfirma mit wenig mehr als 100 Euro aus.
Animation	<p>Ziele von Schülerfirmen</p> <p>Die Gründung und Führung einer Schülerfirma sollen Jugendlichen Kenntnisse über reale wirtschaftliche Zusammenhänge und die Funktions- und Arbeitsweise von Unternehmen vermitteln. Sie sollen sie dazu animieren, kundenorientiert und kostenbewusst zu planen, zu organisieren und zu entscheiden. Und dazu anleiten, kaufmännische Probleme zu erkennen und zu lösen.</p>
Animation	<p>Unternehmer/innen ihrer selbst</p> <p>Dabei geht es nicht in erster Linie darum, Schülerinnen und Schüler auf eine spätere berufliche Selbständigkeit vorzubereiten. Ziel ist vielmehr, Können und Fertigkeiten zu entwickeln, die sie zu „Unternehmerinnen und Unternehmern ihrer selbst“ machen, um so auch ihre Chancen auf einen Ausbildungsplatz oder einen Arbeitsplatz nach ihrer Berufsausbildung zu erhöhen.</p>
Animation	<p>Schlüsselkompetenzen entwickeln</p> <p>Über den ökonomischen Tellerrand hinaus verfolgen Schülerfirmen darum auch andere allgemeine Ziele. Sie fördern Schlüsselkompetenzen. Sie verlangen von Schülerinnen und Schülern selbständiges unternehmerisches Denken und Handeln. Sie trainieren Teamarbeit und Kooperation. Sie üben soziale Kompetenzen, wie Kommunikation oder die Fähigkeit, Verantwortung zu übernehmen und Konflikte zu bewältigen, ein. Außerdem vermitteln sie methodische Kompetenzen: z. B. Geschäftsideen vor Publikum zu präsentieren.</p>
Text	<p>Lerneffekte von Schülerfirmen: Der Aufwand lohnt sich</p> <p>Keine Frage: Die Betreuung von Schülerfirmen bedeutet für</p>

	<p>Lehrerinnen und Lehrer einen gewissen Aufwand. Aber der lohnt sich, wie Margot Römmich bestätigt. Sie war im Auftrag von ifex - der Initiative für Existenzgründungen und Unternehmensnachfolge des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg aktiv. Dabei hat sie viele Lehrerinnen und Lehrer bei der Betreuung von Schülerfirmen begleitet.</p>
<p>Audiostatement Margot Römmich</p> 	<p>Es ist viel Aufwand. Auf der anderen Seite, es kommt wirklich viel zurück. Also wir haben auch immer wieder erlebt, dass gerade, wenn Schülerfirmen umgesetzt werden, die Schüler und Schülerinnen auch mit viel mehr Motivation dabei sind, dass die Anwesenheit also tatsächlich erhöht wird, dass die Klassennoten sich verbessern, dass ein Teamgeist entsteht, dass sie auch mehr Spaß am Unterricht haben. Und das merken natürlich auch die Lehrer und Lehrerinnen, bekommen dann Anerkennung auch unter den Kollegen, von der Schulleitung. Dann interessiert sich auch mal die regionale Presse für ihre Initiative. Und von daher gibt es dann auch so einen Selbstlauf, das fällt dann auch alles positiv auf die Lehrer und Lehrerinnen zurück.</p>
<p>Text</p>	<p>Abschluss des Kapitels</p> <p>Damit sind wir am Ende dieses Kapitels angekommen. Klicken Sie auf „Weiter“, um zum zweiten Kapitel zu gelangen. Dort informieren wir Sie über die thematischen Herausforderungen von Schülerfirmen.</p>
<p>Text</p>	<p>Kapitel 2: „Knackpunkte“ der Schülerfirmengründung</p> <p>In diesem Kapitel erfahren Sie, auf welche inhaltlichen Fragen Sie bei der Betreuung einer Schülerfirma besonders achten sollten. Für die Bearbeitung dieser Lektion benötigen Sie ca. 5 Minuten.</p>
<p>Text</p>	<p>Besondere Herausforderungen</p> <p>Auf Schülerinnen, Schüler und auch deren Betreuer kommen bei der Gründung und Führung einer Schülerfirma einige besondere Herausforderungen zu.</p> <p>Erstens: eine gute Geschäftsidee zu finden; zweitens: um diese Geschäftsidee herum den Businessplan für ein solides Unternehmen zu erarbeiten.</p>
<p>Text</p>	<p>Geschäftsidee entwickeln</p> <p>Das Fundament jeder Firma, auch jeder Schülerfirma, ist eine Erfolg versprechende Geschäftsidee. Bei vielen erfolgreichen Geschäftsideen handelt es sich um bestehende Ideen, die weiterentwickelt und verbessert oder auf neue Märkte übertragen wurden: also beispielsweise auf den Markt „Schule“ bzw. die Zielgruppe „Schülerinnen und Schüler“.</p>
<p>Text</p>	<p>Geschäftsidee und Kreativität</p>

	<p>Um eine zündende Geschäftsidee zu finden, sind Kreativität gefragt und die Bereitschaft, über den eigenen Tellerrand hinaus zu schauen. Wie wichtig das sein kann, um für ein anstehendes Problem eine Lösung zu finden, kann man mit folgender Übung deutlich machen.</p>
Übung	<p>Geschäftsidee und Kreativität</p> <p>Die Aufgabe ist: Verbinden Sie die neun abgebildeten Punkte mit maximal vier Strichen, ohne den Stift abzusetzen.</p> 
Übung	<p>Auflösung</p> 
Text	<p>Geschäftsidee und Kreativität</p> <p>Und: Haben Sie die Lösung gefunden? Wenn Sie diese Übung in der Schule anwenden: Überlegen Sie mit Ihren Schülerinnen und Schülern, welche Gewohnheiten oder selbst auferlegten Beschränkungen sie bei der Lösungssuche behindert haben. Und nutzen Sie die Antworten und Erkenntnisse dafür, lockerer und freier an die Suche nach Geschäftsideen zu gehen.</p>
Text	<p>Businessplan erarbeiten</p> <p>Der Businessplan ist ein Fahrplan in die Selbständigkeit, ein ausgefeilter Regieplan, der alle wichtigen Schritte und Überlegungen darüber enthält, wie eine Geschäftsidee in die Tat umgesetzt werden soll.</p> <p>Was dabei alles zu beachten ist und wie man einen Businessplan erarbeitet, dazu bieten wir Ihnen ein eigenes eTraining an.</p> <p>Darum beschränken wir uns hier auf einige grundlegende Hinweise und Tipps.</p>
Animation	<p>Businessplan erarbeiten</p> <p>Ein guter und vollständiger Businessplan sollte Informationen zu</p>

	<p>folgenden Themen enthalten:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. zu den beteiligten Gründerpersonen 2. zur Geschäftsidee, also den Produkten bzw. Dienstleistungen, die angeboten werden sollen 3. zu den Kunden für diese Angebote und zu den Wettbewerbern 4. zum Marketing 5. zur Unternehmensorganisation 6. zu den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern 7. zur Rechtsform des neuen Unternehmens 8. zu seinen Chancen und Risiken 9. zur finanziellen Planung 10. und eine Zusammenfassung des Ganzen
Text	<p>Quellen</p> <p>Leitfaden Schülerfirmen. Herausgeber: Projektträger und Sitz der JUNIOR-Geschäftsstelle. Institut der deutschen Wirtschaft Köln JUNIOR gGmbH. Ausgabe 05/2011</p>
Text	<p>Weitere Kapitel</p> <p>Damit sind wir am Ende dieses Kapitels angekommen. Klicken Sie wie gewohnt auf „Weiter“, um zum dritten Kapitel zu gelangen. Es beschäftigt sich mit der Rolle des Betreuers von Schülerfirmen und vermittelt Ihnen eine Reihe von nützlichen Praxistipps.</p>
Text	<p>Kapitel 3: Rolle des Betreuers</p> <p>In diesem Kapitel skizzieren wir die Rolle des Betreuers von Schülerfirmen und vermitteln Ihnen eine Reihe von nützlichen Praxistipps.</p> <p>Für die Bearbeitung dieses Kapitels benötigen Sie ca. 5 Minuten.</p>
Text	<p>Rolle des Betreuers</p> <p>Eine Schülerfirma zu betreuen, bedeutet für Lehrerinnen und Lehrer: eine besondere Rolle einzunehmen, vielleicht sogar ihre traditionelle Rolle aufzugeben und zu verändern.</p>
Interaktive Abfrage	<p>Rolle des Betreuers</p> <p>Was denken Sie: Welche Rolle wird von Ihnen als Schülerfirmen-Betreuer erwartet. Klicken Sie mit der Maus auf eine der drei folgenden Antwortmöglichkeiten. Wir sagen Ihnen, ob Sie Recht haben oder nicht.</p> <p>Antwort A: Steuermann</p> <p>Antwort B: Experte</p> <p>Antwort C: Berater</p> <p>Auflösung</p> <p>Antwort A: Diese Antwort ist falsch.</p>

	<p>Antwort B: Diese Antwort ist falsch. Antwort C: Stimmt genau.</p>
Text	<p>Verschiedene methodische Ansätze Berater also. Als Betreuer sollten Sie Schülerinnen und Schülern dabei helfen, ihre Firma möglichst ohne Ihre Hilfe zu gründen und zu führen. Dafür müssen Sie sich überflüssig machen. Das kann Schritt für Schritt geschehen: Während Sie bei der Entwicklung der Geschäftsidee oder der Überprüfung, ob die Geschäftsidee realisierbar ist, noch aktiv anleiten und führen können, sollten Sie im weiteren Verlauf einen Schritt zurücktreten. Nehmen Sie schließlich die Rolle eines betriebswirtschaftlichen Beraters oder auch Coaches ein.</p>
Interaktive Abfrage	<p>Rolle des Betreuers: Berater und Coach Berater und Coach: Was ist damit konkret gemeint? Wir stellen Ihnen jetzt ein paar Betreuer-Aktivitäten zur Auswahl vor. Welche – denken Sie – passen zu einem Berater oder Coach? Welche nicht? <i>Klicken Sie auf „Ja!“ oder „Nein!“.</i> Hinweise auf eventuelle Risiken des Geschäftskonzepts geben. Ja – Nein Auflösung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ja: Diese Antwort ist richtig. Hinweise auf Risiken sind zulässig und sinnvoll. ▪ Nein: Die Antwort ist falsch.
Interaktive Abfrage	<p>Als vertrauter Ansprechpartner auf jede Frage eine Antwort bereits halten. Ja – Nein Auflösung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ja: Diese Antwort ist falsch. ▪ Nein: Das ist richtig, Sie müssen nicht als Experte agieren.
Interaktive Abfrage	<p>Keine Antwortmaschine sein, sondern bei Fragen Experten vermitteln. Ja – Nein Auflösung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ja: Das ist richtig. Sie sind Berater, nicht Experte. ▪ Nein: Diese Antwort ist falsch.
Interaktive Abfrage	<p>Geschäftsführerrolle in der Schülerfirma übernehmen. Ja – Nein Auflösung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ja: Diese Antwort ist falsch. ▪ Nein: Richtig, als „Kapitän“ wären Sie mehr als nur Berater.
Interaktive Abfrage	<p>Externe Beratungsangebote vermitteln, z. B. zum Umgang mit</p>

	<p>Kunden, Marketing, Buchhaltung: durch Unternehmer oder die Industrie- und Handelskammer vor Ort.</p> <p>Ja – Nein</p> <p>Auflösung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ja: Diese Antwort ist richtig. Als Berater sollten Sie Schülern dabei helfen, selbst Lösungen für Probleme zu finden. ▪ Nein: Das ist die falsche Antwort.
<p>Interaktive Abfrage</p>	<p>Rollenmuster überwinden</p> <p>Als Berater oder Coach müssen sich betreuende Lehrerinnen und Lehrer manches Mal zurückhalten, um sich nicht bei anstehenden Problemen sofort einzumischen und Lösungen anzubieten. Das kann bei Schülerinnen und Schülern zu unvorhergesehen Reaktionen führen. Können Sie sich denken, zu welchen?</p> <p>Antwort A: Jugendliche atmen auf: Endlich werden sie in Ruhe gelassen.</p> <p>Antwort B: Jugendliche werden wütend.</p> <p>Antwort C: Jugendliche fühlen sich ungewohnt allein gelassen?</p> <p>Auswertung</p> <p>Antwort A: Da ist was dran: Es gibt in Schülerfirmen-Teams immer wieder auch Teilnehmer, die sich „wegducken“ und die anderen die Arbeit machen lassen.</p> <p>Antwort B: Das ist tatsächlich ein Problem: Schülerinnen und Schüler empfinden diese gezielte pädagogische Zurückhaltung – verglichen mit der "normalen" Unterrichtssituation – zuweilen nämlich als mangelnde Unterstützung. Akzeptieren Sie diese Reaktion. Ziel ist, die Jugendlichen dabei zu unterstützen, neue Sicherheit durch die Chance, eigenverantwortlich zu handeln, zu bekommen.</p> <p>Antwort C: Das ist eher unwahrscheinlich, dass Ihre Schülerinnen und Schüler es Ihnen übel nehmen, dass Sie Ihre Pflichten als Betreuer vernachlässigen.</p>
<p>Text</p>	<p>Tipps</p> <p>Zum Schluss noch eine Reihe von Praxistipps für die Betreuung von Schülerfirmen, und zwar zu den Themen Einbindung von Schülerfirmen in den Schulalltag, Einbindung von Schülerfirmen in den Fachunterricht, Bewertung der Teilnahme an Schülerfirmen sowie zu wichtigen Anforderungen an die Schulleitung.</p>
<p>Text</p>	<p>Rollenmuster überwinden - Praxistipps</p> <p>Schulalltag</p> <p>Die Betreuung von Schülerfirmen ist mit einem gewissen Aufwand verbunden. Je enger sie mit dem Schulalltag und dem Fachunterricht</p>

	<p>verflochten sind, desto geringer wird dieser Aufwand.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planen Sie genügend Zeit ein (für Absprachen sind die Pausen meist zu kurz). • Binden Sie Schülerfirmen in Schulaktivitäten ein (z. B. Catering für das Schulfest durch Catering-Schülerfirma). <p>Fachunterricht</p> <p>Binden Sie Schülerfirmen so weit wie möglich in den Fachunterricht ein.</p> <p>Beispiele:</p> <p>Deutsch: Formulieren von Werbetexten</p> <p>Mathematik: Prozentrechnung</p> <p>Technik: Materialkunde</p> <p>Erdkunde: Marktforschung, Standortfaktoren</p> <p>Biologie: Umweltschutz, Umweltverträglichkeit</p> <p>Kunst: Logo, Flyer, Homepage</p> <p>Bewertung</p> <p>Eine „amtliche“ Wahrnehmung der Teilnahme an Schülerfirmen wertet Schülerfirmen-Projekte auf.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Teilnahme an Schülerfirmen sollte (positiv) bewertet werden. • Die Teilnahme an Schülerfirmen sollte ins Zeugnis aufgenommen werden. • Die Teilnahme an Schülerfirmen könnte als Ersatz z. B. für eine mündliche Prüfung oder Klausur akzeptiert werden. <p>Schulleitung</p> <p>Projekte wie Schülerfirmen brauchen die tatkräftige Unterstützung der Schulleitung. Sie sollte u.a.</p> <ul style="list-style-type: none"> • für Würdigung und Anerkennung des Engagements der betreuenden Lehrerinnen und Lehrer sorgen; • Schülerfirmen ins Schulkonzept und -profil sowie in die Konzepte zur Berufsorientierung einbinden; • Schülerfirmen als Schulprojekte anerkennen; • geeignete Rahmenbedingungen (Räumlichkeiten, Bürogrundausstattung, Ermäßigungsstunden für betreuende Lehrerinnen und Lehrer usw. schaffen).
<p>Text</p>	<p>Quellen</p> <p>Leitfaden Schülerfirmen. Herausgeber: Projektträger und Sitz der JUNIOR-Geschäftsstelle. Institut der deutschen Wirtschaft Köln JUNIOR gGmbH. Ausgabe 05/2011</p>
<p>Text</p>	<p>Weitere Kapitel</p> <p>Damit sind wir am Ende dieses Kapitels und auch des eTrainings</p>

	<p>„Betreuung von Schülerfirmen“ angekommen. Regelmäßig erscheint ein neues Modul der eTrainings. Besuchen Sie unternehmergeist-macht-schule.de, um mehr darüber zu erfahren.</p>
--	---