

Ausgabe 111/2006

**Handbuch zur Durchführung und Gestaltung  
von Schülerfirmen** - Eine wichtige Hilfe für die ökonomische  
Grundbildung von Schülerinnen und Schülern

# **Handbuch zur Durchführung und Gestaltung von Schülerfirmen**

Eine wichtige Hilfe für die ökonomische Grundbildung von Schülerinnen und Schülern

## **Herausgeber:**

Industrie- und Handelskammer Mittlerer Niederrhein

Krefeld - Mönchengladbach - Neuss

Nordwall 39

47798 Krefeld

## **Verantwortlich für den Inhalt:**

Dr. Guido Kluth

Edgar Kern

Dr. Frank Lorenz

IHK Schriftenreihe - Ausgabe Nr. 111/2006

November 2006

# Inhaltsverzeichnis

1	EINLEITUNG .....	4
2	ÜBERSICHT EINER SCHÜLERFIRMA (LERNLANDKARTE) .....	5
3	LERNZIELE IN KURZFORM .....	6
4	WIRTSCHAFT .....	6
5	VOR- UND NACHTEILE DER SELBSTSTÄNDIGKEIT .....	10
6	WIE GRÜNDET MAN EINE SCHÜLERFIRMA?.....	10
7	DIE GESCHÄFTSIDEA .....	10
8	DER FIRMENNAME.....	11
9	DER RECHTSSTATUS.....	11
10	DER BUSINESSPLAN .....	12
10.1	KURZDARSTELLUNG DES GESCHÄFTSKONZEPTES .....	13
10.2	VORAUSSETZUNGEN BEI DER BESETZUNG DER EINZELNEN POSITIONEN – WER MACHT WAS? – AUFGABEN DER PERSONALPLANUNG.....	13
10.3	DIE PERSONALPLANUNG .....	13
10.4	DIE MARKETINGABTEILUNG .....	14
10.5	DIE EINKAUF- UND PRODUKTIONSABTEILUNG.....	14
10.6	DIE VERKAUFABTEILUNG.....	15
10.7	DIE FINANZ- UND VERWALTUNGSABTEILUNG.....	15
11	BETRIEBLICHE GRUNDAUFGABEN UND ZIELE .....	15
12	DER ABSATZ .....	16
13	TIPPS ZUM THEMA FINANZEN.....	16
14	DIE RISIKOANALYSE.....	16
15	CHECKLISTE ZUR GRÜNDUNG EINER SCHÜLERFIRMA.....	17
16	ANTWORTEN AUF HÄUFIG GESTELLTE FRAGEN.....	18
17	WAS SCHIEF GEHEN KANN .....	21
18	ANSPRECHPARTNER .....	22
19	BISHER ERSCHIENE IHK-SCHRIFTENREIHEN.....	23

### 3 Einleitung

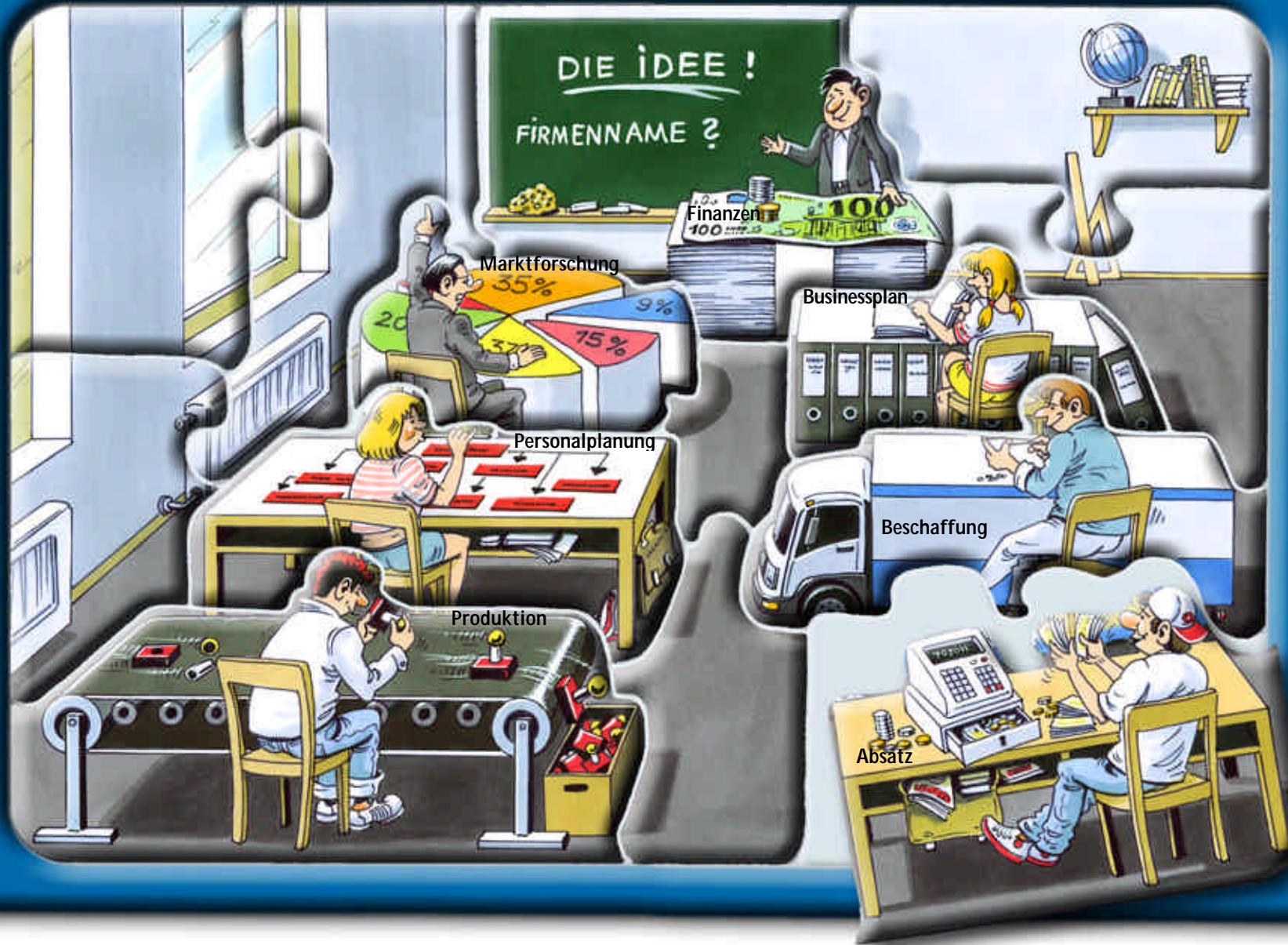
„Wirtschaft orientiert sich an Zukunft“

Im Fokus von allen weiterführenden Schulen sollte eine Reihe von Initiativen stehen, die den Schülerinnen und Schülern die Möglichkeit bieten, Wissen über die Wirtschaft und wirtschaftspolitische Zusammenhänge zu erlangen und vieles zum Thema Existenzgründung zu erfahren.

Die heutige Arbeitswelt verlangt ein fundiertes Wissen, eine hohe Qualifikation sowie fachliche, persönliche und soziale Kompetenzen. Eine gute Möglichkeit, dieses Wissen und diese Kompetenzen Schülerinnen und Schülern zu vermitteln, bietet die Gründung einer Schülerfirma. Hier haben Jugendliche die Chance, ihre ökonomische Grundbildung zu vertiefen und in der Praxis anzuwenden. Darüber hinaus können sie ihre eigenen Interessen und Fähigkeiten mit Enthusiasmus in zählbaren Erfolg ummünzen.

Die einzelnen Strategien und Möglichkeiten, die es bei der Gründung einer Schülerfirma zu beachten gibt und wie dabei vorgegangen werden sollte, werden auf den folgenden Seiten erläutert.

## 2 Übersicht einer Schülerfirma (Lernlandkarte)



### 3 Lernziele in Kurzform

Bevor mit der Gründung einer Firma begonnen wird, sollte den beteiligten Schülerinnen und Schülern die Zusammenhänge in der Wirtschaft und in Unternehmen so ausführlich geschildert werden, dass jeder sie auch nachvollziehen kann.

Darüber hinaus ist es ratsam, ihnen genaue Kenntnisse über die Arbeitsweise in einem Betrieb zu vermitteln. Dabei sollen die Jugendlichen erkennen, dass Betriebe bewusst geschaffene Zusammenschlüsse von Menschen sind, die arbeitsteilig Sachgüter und/oder Dienstleistungen erstellen.

Genauso sollte erklärt werden, dass Betriebe in Abhängigkeit zu anderen Wirtschaftseinheiten stehen. Es ist außerdem wichtig, die besondere Bedeutung des Geldes und die Rolle der Banken und der Kreditinstitute zu verstehen. Zu wissen, dass der Staat in vielfältiger Weise in das Wirtschaftsgeschehen eingreift. Zu erkennen, dass letztlich ein umfassendes Wissen über die Wirtschaft hilft, die Berufswahl zu erleichtern sowie sich im späteren Berufsleben zurecht zu finden. Gleichzeitig aber auch alle Möglichkeiten einzuschätzen, die sich für eine spätere Karriere bieten können.

### 4 Wirtschaft

#### Was ist Wirtschaft?

Um dieser Frage nachzugehen, ist es ratsam, durch gezielte Fragen die Jugendlichen für das Thema zu sensibilisieren und den Schülerinnen und Schülern Antwort auf diese Fragen anzubieten.

**Auf einen kurzen Nenner gebracht, ist Wirtschaft der Inbegriff aller Einrichtungen und planvollen Tätigkeiten, die für die Befriedigung menschlicher Bedürfnisse zur Verfügung stehen.**

Wirtschaft ist ein Begriff, der im Zusammenhang mit – Ware herstellen – Ware anbieten – Konsum von Waren – einkaufen – verkaufen – Geld ausgeben – Waren liefern – unterschiedliche Arbeiten durch führen ... besteht. Es ist also eine Kette von Kreisläufen.

Wirtschaft wird bestimmt durch Angebot und Nachfrage.



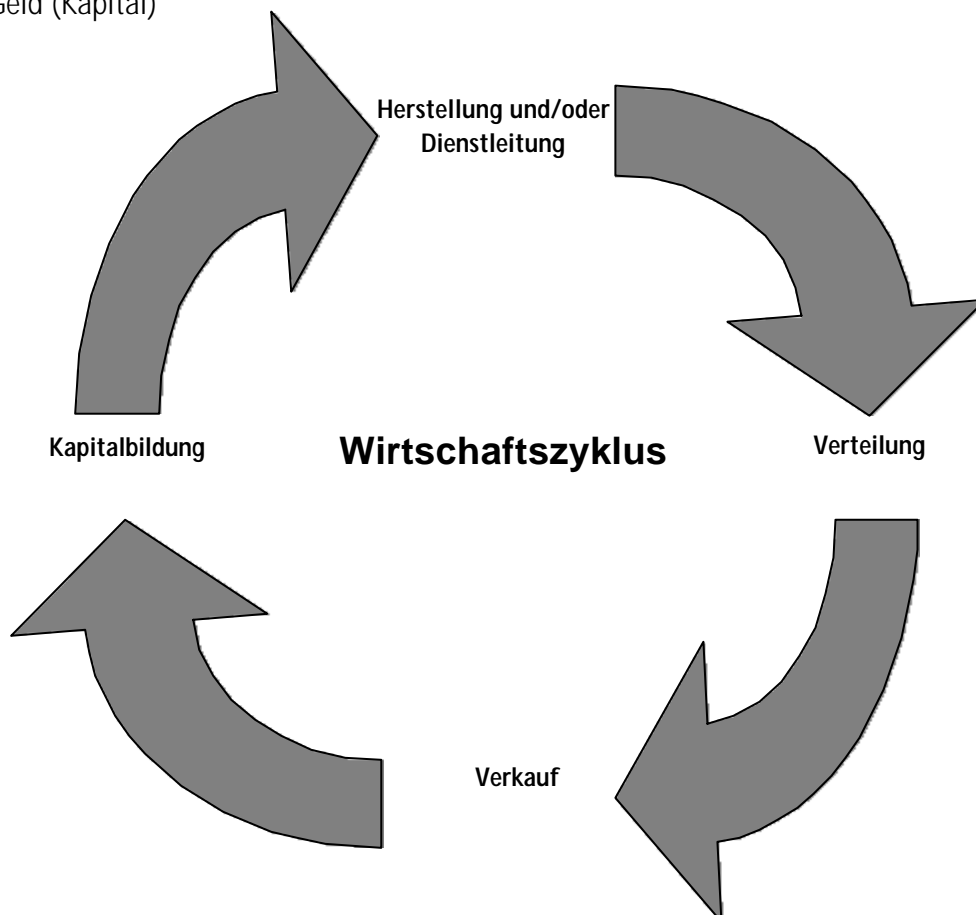
## Was sind Dienstleistungen?

Dienstleistung ist ein volkswirtschaftlicher Begriff für alle Arten von Leistungen, die im Gegensatz zu materiellen Gütern keinen Produktionsvorgang bedingen, sondern in Form von Arbeitsleistung direkt an den Verbraucher abgegeben wird. Dienstleister sind: Banken – Sparkassen – Handelsbetriebe – Krankenkassen – Behörden – Verkehrsbetriebe – Staat – Post – Fluggesellschaften – Die Bahn – Hotels – Rechtsanwälte – Unternehmensberater – Kammern usw.

## Was sind die Hauptaufgaben der Wirtschaft?

Im Mittelpunkt der Wirtschaft steht:

- Die Produktion von Waren (Herstellung)
- Die Vermarktung von Waren (Verteilung)
- Der Konsum von Waren (Verkauf)
- Die gesamten Dienstleistungen
- Das Geld (Kapital)



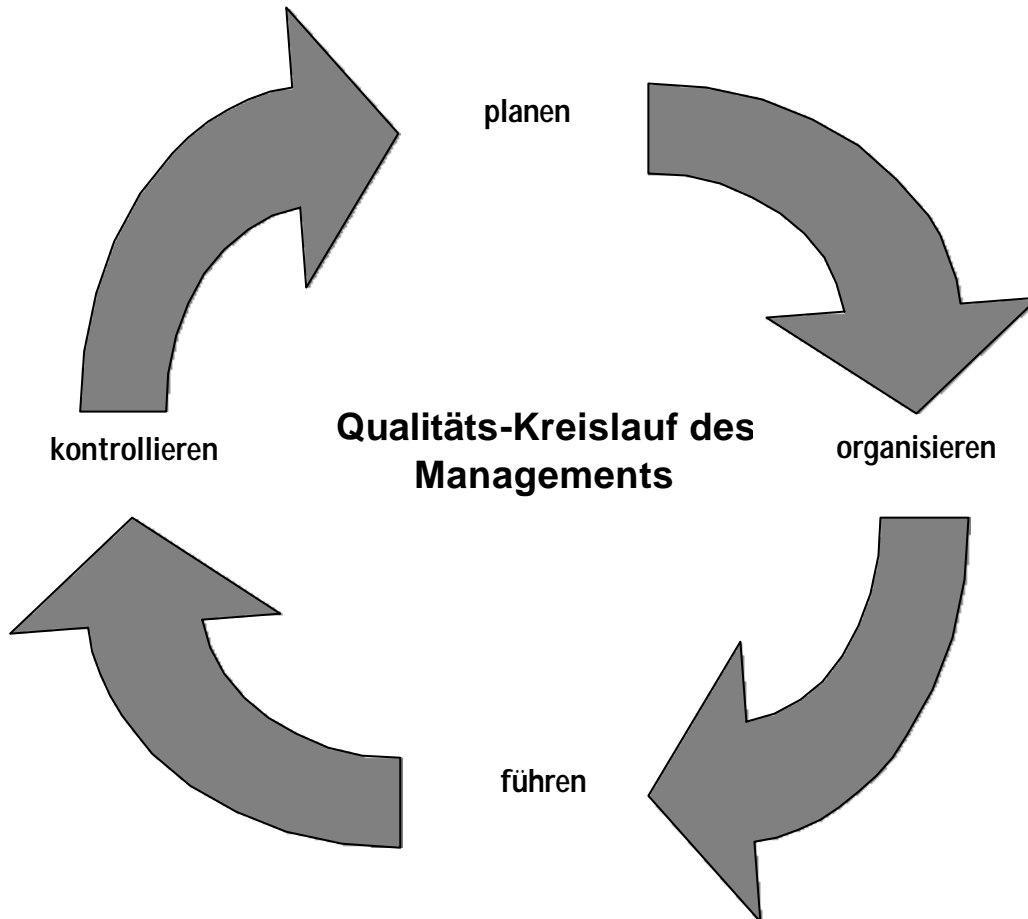
## Wer erzeugt die Güter?

Industrie – Unternehmen – Betriebe – Fabriken – Handwerksbetriebe

### Wer verteilt die Güter?

Großhandel – Einzelhandel – Versandhäuser – Abholmärkte – Discountmärkte – Tankstellen  
– Internethandel usw.

### Was sind die Aufgaben des Managements?



### Welche Stellung nimmt ein Unternehmen in der Wirtschaft ein?

Das Unternehmen ist eine Bezeichnung für eine räumliche Einheit, die aus Boden, Gebäuden, Maschinen, Werkzeugen und Arbeitskräften besteht, in der entweder Produktionsmittel d.h. Sachgüter und/oder Dienstleistungen produziert werden und auf dem freien Markt angeboten werden.

### Ist ein Unternehmen frei in seinen Entscheidungen?

Nein – der Staat greift in vielfältiger Weise in das Wirtschaftsgeschehen ein.

### Welche Perspektiven bietet ein Unternehmen?

- Dem Arbeitnehmer werden ein sicherer Arbeitsplatz, ein Einkommen, Aufstiegsmöglichkeiten, Freude an der Arbeit und soziale Leistungen geboten



- Dem Unternehmer eine sicherer Kapitalanlage und einen Gewinn-Kapitalertrag
- Den Jugendlichen Ausbildungsangebote, Qualität in der Ausbildung, Übernahme-Chance nach der Ausbildung
- Dem Management Macht und Einfluss, Entscheidungsmöglichkeiten und Freude an der Gestaltung von Unternehmensprozessen
- Dem Staat werden Ausbildungsplätze angeboten und schließlich
- Erhält die Kommune Steuereinnahmen

### **Wie entstehen in unserem freien marktwirtschaftlichen System Arbeitsplätze?**

Im Gegensatz zum planwirtschaftlichen System, kann in einer freien Markt- und Wettbewerbswirtschaft der Staat keine Arbeitsplätze schaffen, sondern nur die Rahmenbedingungen dafür günstig gestalten. Arbeitsplätze entstehen deshalb in unserem Wirtschaftssystem nur dann, wenn ein Bedarf an Waren und Dienstleistungen besteht oder erzeugt worden ist und genügend Abnehmer vorhanden sind, die gewillt sind Geld zu investieren.

### **Was sind die Ziele für einen Betrieb?**

Der Dreh- und Angelpunkt eines Betriebes ist seine Dynamik:

Jedes Unternehmen, das gegründet wird, hat sich die Aufgabe gestellt, Ziele zu erreichen:

Was soll produziert werden?

Wie soll produziert werden?

Für wen soll produziert werden?

Daraus resultieren drei wesentliche Aufgabenfelder:

### **Beschaffung – Produktion – Absatz**

Weiterhin:

Gewinn zu erwirtschaften

Die Versorgung der Bevölkerung zu erreichen

Geld für weitere Investitionen bereit zu stellen

Die Teilhaber der Gesellschaft zufrieden zu stellen

Arbeitsplätze zu schaffen

Sich in der Gesellschaft einzubringen und soziale Einrichtungen zu unterstützen

Die Produktivität zu steigern

Die Produktionskosten zu senken

Die Rohstoffe und Arbeitskräfte sparsam einzusetzen, um die Produkte günstiger anzubieten

Immer zu versuchen neue Produkte zu finden

Die Kunden bestmöglich zu bedienen

Den Arbeitnehmern eine angemessene Vergütung zu zahlen und auch gute

Arbeitsbedingungen zu bieten, um die Leistungsbereitschaft und Motivation der

Arbeitnehmer zu erhalten

## 5 Vor- und Nachteile der Selbstständigkeit

Fit zu sein für ein freiheitliches Leben, ohne dabei die Nachteile zu verkennen

Die Frage ob man selbstständig oder angestellt arbeiten möchte, muss sich jeder selbst stellen. Wer sich allerdings entschlossen hat den Schritt in die Selbstständigkeit zu gehen, sollte sich vorher die Vor- und Nachteile genau überlegen. Hier einige Beispiele:

### **Vorteile:**

Entscheidungsfreiheit  
Verwirklichung eigener Ideen  
Hobby zum Beruf machen  
Größere Verdienstmöglichkeiten  
Freie Arbeitseinteilung

### **Nachteile:**

Große Verantwortung  
Wenig Freizeit  
Wirtschaftliches Risiko  
Stress  
Kein geregeltes Einkommen

## 6 Wie gründet man eine Schülerfirma?

Schülerfirmen sind keine echten Wirtschaftsunternehmen, sondern Schulprojekte, die Schülerinnen und Schülern zeigen sollen, wie Wirtschaft funktioniert. Schülerinnen und Schüler planen, produzieren und verkaufen Produkte und/oder bieten Dienstleistungen an. Sie lernen im Gegensatz zum schulischen Unterricht in dem viel theoretisch vermittelt wird, das Leben in der Marktwirtschaft kennen und erhalten damit eine echte Chance, die Gründung eines Unternehmens vollständig durchzuspielen.

Die Gründung eines solchen Unternehmens läuft ganz ähnlich ab, wie bei einem Wirtschaftsunternehmen. So ist als erstes die Frage zu stellen, warum gründet überhaupt jemand ein Unternehmen?

Antworten:

Jemand hat eine Vision/eine Idee  
Jemand hat eine Erfindung gemacht  
Jemand möchte kein Angestellter sein  
Jemand sieht eine Lücke in der Angebotspalette  
Jemand stellt fest, dass es für eine bestimmte Sache eine große Nachfrage besteht usw.

## 7 Die Geschäftsidee

Als nächstes gilt es jetzt, eine gute Geschäftsidee zu finden. Das ist gar nicht so einfach, denn sie muss gut überdacht sein, damit sie auch langfristig d.h. nachhaltig von Bestand ist. Die Schüler sollten deshalb zunächst einmal eine gründliche Marktforschung in ihrer Umgebung und im Bekanntenkreis durchführen, was für ein Produkt oder welche Dienstleistung ankommen könnte. Auch muss dabei gewährleistet sein, dass sich die

gefundene Idee realisieren lässt. Dabei ist von Kosmetik-Artikeln über T-Shirts, Jute-Einkaufstaschen, Kalender, Schulstartpakete bis zu Dokumentsmappen alles machbar.

### **Fragen zur Entwicklung einer Geschäftsidee:**

Was würdet ihr euch in der Schulumgebung oder Schule wünschen, was bisher als Geschäft oder Dienstleistung fehlt?

Für welches Produkt oder welche Dienstleistung seht ihr Bedarf, insbesondere bei Mitschülern und Lehrern?

Welche günstigen Bedingungen bietet unsere Schule oder das Schulumfeld für eine Schülerfirma?

Welche Interessen, Fähigkeiten, Fertigkeiten, Erfahrungen und „Beziehungen“ habt ihr, die für eine Schülerfirma wichtig sein können?

Welche Berufe und Möglichkeiten von Eltern und Bekannten können für eine bestimmte Geschäftsidee hilfreich sein?

Welche räumlichen und materiellen Voraussetzungen brauchen wir dafür?

Wie aufwändig ist es, die grundsätzlichen Arbeitsvoraussetzungen zu schaffen, um die Dienstleistung anzubieten bzw. das Produkt herzustellen?

Wer sind unsere Kunden?

Können wir mit der Idee Gewinn erzielen? Über das ganze Schuljahr oder nur zu bestimmten Zeiten (Weihnachten, Ostern usw.)?

## **8 Der Firmenname**

Einen guten Namen für das Unternehmen auszusuchen, ist fast so wichtig, wie die Idee selbst. Dieser Name sollte auf jeden Fall einen Bezug zur Geschäftsidee haben.

## **9 Der Rechtsstatus**

Eine Schule nimmt die Rechtsstellung einer Körperschaft des öffentlichen Rechts ein. Wird eine Schülerfirma nun ohne eigenen Rechtsstatus unter dem Dach der Schule gegründet, so agiert die Schülerfirma unter dem Rechtsstatus der Schule. (Wenn die Schule durch die Aktivitäten über die Geringwertigkeitsschwelle des Jahresumsatzes von über 30.677 € gelangt würde eine Schülerfirma einen Betrieb gewerblicher Art (BGA) in einer Körperschaft des öffentlichen Rechts darstellen. Dann wäre sie ein Wirtschaftsunternehmen und müsste Steuern zahlen).

Ein Grundsatz dieses Konzeptes ist es aber, dass Schülerfirmen keine realen Firmen, sondern Schulprojekte sind. Wenn sie als solche anerkannt werden, entstehen aufsichts-, haftungs- und versicherungsrechtlich also keine gesonderten Anforderungen. Unter Schulveranstaltungen versteht das Bundessozialgericht – hierzu liegen zwei Grundsatzurteile vor – Veranstaltungen, die dem Ausbildungsprogramm der Schule zuzurechnen sind, deren Teilnahme also im wesentlichen durch den Schulbesuch bedingt ist. Das heißt auch, sie müssen nicht notwendigerweise Teil des Lehrplans sein oder innerhalb von Schulgebäuden abgehalten werden. Es kann sich also durchaus auch um eine außerschulische Veranstaltung handeln. Wichtig ist aber, dass auf jeden Fall ein wesentlicher innerer Bezug zur Ausbildung der Schule gegeben sein muss.

# 10 Der Businessplan

Der Businessplan soll die wichtigsten Kriterien und Themen der Schülerfirma beinhalten und weiterhin zeigen, dass die Schüler die Chancen und Risiken der geplanten Selbstständigkeit voll einschätzen können. So sieht der Businessplan folgende Abschnitte vor:

1. Am Anfang steht die Idee
2. Die Kurzdarstellung des Geschäftskonzeptes
3. die Finanzplanung
4. Wo ist mein Markt und welches sind meine Kunden?
5. Die Absatzstrategie
6. Was sollen Geschäftsleitung und Mitarbeiter können?
7. Wer macht was? Aufgaben und Personalplanung

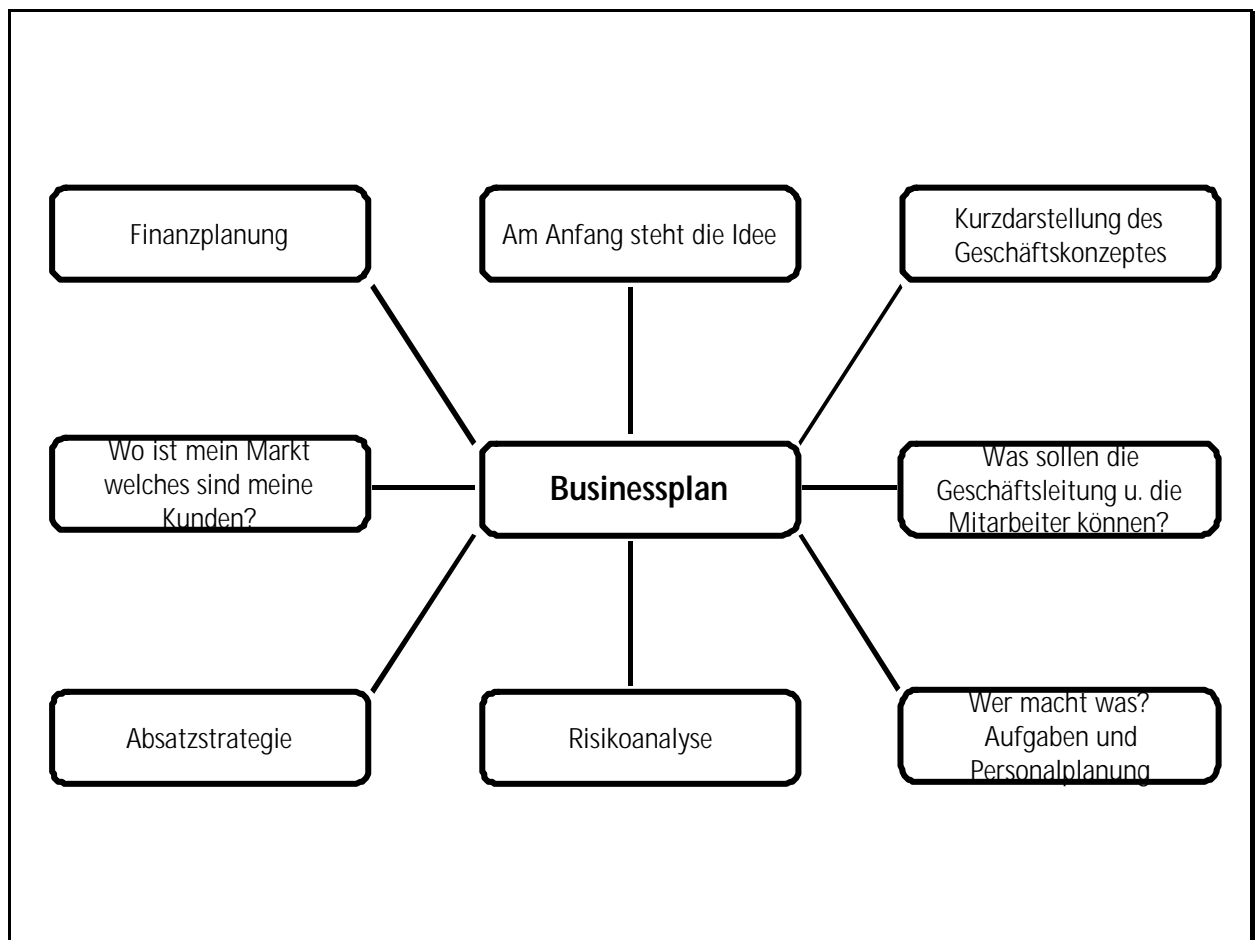


Abbildung: Der Businessplan

## 10.1 Kurzdarstellung des Geschäftskonzeptes

In dieser Kurzdarstellung sollen die Schülerinnen und Schüler alles zusammenstellen, was das wichtigste an dem gesamten Geschäftsplan ist, worum es bei dem geplanten Unternehmen überhaupt geht und wie man es umsetzen möchte. Wenn das geschehen ist, kann man die Kurzdarstellung auch zur Vorlage bei Banken oder Sparkassen für mögliche Kredite oder Darlehen benutzen. Aber auch als Nachweis, dass an alles Wesentliche gedacht worden ist, sowie zur eigenen Planung, Steuerung und Kontrolle des Unternehmenszieles.

## 10.2 Voraussetzungen bei der Besetzung der einzelnen Positionen – wer macht was? – Aufgaben der Personalplanung

Die Besetzung sollte unter den Schülern selbst ausgelotet werden. Bedacht werden sollte allerdings, dass leitende Positionen nach bestimmten Kriterien besetzt werden sollten z.B.

- Wer übernimmt gerne Verantwortung?
- Wer glaubt an sich?
- Wer besitzt eine gute Ausbildung sowie Fach- und Branchenkenntnisse?
- Wer kann kaufmännisch denken und delegieren?
- Wer kann Mitarbeiter motivieren?
- Wer ist besonders engagiert?
- Wer kann mit Konflikten gut umgehen?
- Wer verliert im Stress nicht den Überblick?
- Wer kann organisieren und planen?
- Wer ist verlässlich und entscheidungsfreudig?
- Wer ist kommunikativ?
- Wer kann Kunden überzeugen?

## 10.3 Die Personalplanung

Die Personalplanung sollte von folgenden Punkten bestimmt sein:

1. Aufgaben sinnvoll verteilen
2. Zuständigkeiten festlegen, Verantwortung delegieren
3. Arbeitsabläufe regeln

### **Der Geschäftsführer/in:**

Der Geschäftsführer/in muss sich um alle wichtigen Dinge im Unternehmen kümmern und Entscheidungen treffen. Er hat damit auch die volle Verantwortung für das Unternehmen. Er organisiert die Zuständigkeiten der Mitarbeiter. Er beruft Sitzungen ein und lässt sich regelmäßig von den leitenden Mitarbeitern über den Stand des Geschäftes in der Schülerfirma berichten.

**Der Stellvertreter/in:**

Der Stellvertreter/in ist die rechte Hand des Geschäftsführers/in und übernimmt die Vertretung bei Abwesenheit und Krankheit.

Die weiteren Abteilungen eines Unternehmens:

1. Marketingabteilung
2. Einkaufs- und Produktionsabteilung
3. Verkaufsabteilung
4. Finanz- und Verwaltungsabteilung

## 10.4 Die Marketingabteilung

Marketing ist der umfassende Begriff für alle Maßnahmen, die das Aufsuchen und Werben von Kaufinteresse, dem planvollen Verkauf, dem Verkauf unterstützender Dienstleistungen sowie der Ermittlung neuer Bedürfnisse besteht.

Die Marketingstrategie geht daher von 5 Faktorengruppen aus:

**Produktstrategie**

Produkt- und Verpackungsgestaltung  
Form – Funktion – Farbe – Preis

**Kommunikationsstrategie**

Werbung – Verkaufsförderung – Public Relations

**Distributionsstrategie**

Absatz – Verkäufereinsatz – Vertriebspartner – Kooperationspartner – persönliche Betreuung

**Konditionsstrategie**

Preis- und Rabattgestaltung

**Verbraucherinformation**

Plakate – Anzeigen – Flyer - Internet – Ausstellungsraum - Schaufenster

## 10.5 Die Einkaufs- und Produktionsabteilung

Diese Abteilung hat die Übersicht darüber, was für die Herstellung von Produkten und Dienstleistungen nötig ist und organisiert den Einkauf und produziert Ware (wenn etwas hergestellt wird).

## 10.6 Die Verkaufsabteilung

Der Absatz von Waren und Dienstleistungen an Händler, Endverbraucher und über das Internet fällt in den Aufgabenbereich dieser Abteilung.

## 10.7 Die Finanz- und Verwaltungsabteilung

Die Finanz- und Verwaltungsabteilung führt Buch über alle Ausgaben und Einnahmen und erstellt zweimal im Jahr eine Bilanz.

# 11 Betriebliche Grundaufgaben und Ziele

Jeder Betrieb der Güter oder Dienstleistungen erstellt, hat drei immer wiederkehrende Aufgaben zu erfüllen.

1. Er muss die betrieblichen Produktionsfaktoren, d.h. Arbeitskräfte, Rohstoffe, Maschinen usw. beschaffen
2. Er muss Güter produzieren oder einkaufen
3. Die produzierten oder eingekauften Güter müssen verkauft werden

Die leistungswirtschaftlichen Funktionen eines Betriebes sind somit:

### **Beschaffung – Produktion – Absatz**

Zu beschaffen sind:

- Menschliche Arbeitskraft
- Finanzmittel
- Werkstoffe und Betriebsmittel

Für die Bereitstellung dieser Mittel sind in jedem Unternehmen drei Beschaffungsstellen vorhanden:

1. Die Personalabteilung – für die Einstellung von Arbeitskräften
2. Die Finanz- und Verwaltungsabteilung – für den Kapital- und Kreditverkehr und für alle Zahlungseingänge und -ausgänge
3. Die Einkaufsabteilung – für die Beschaffung von Werk- und Betriebsstoffen sowie aller Materialien, Maschinen und Dienstleistungen

Um das auch bildlich darzustellen, ist es sinnvoll einen sogenannten Organisations- oder Stellenplan zu entwerfen, der klar nach den Aufgaben die Kompetenzen der Mitarbeiter darstellt.

# Stellenplan einer Schülerfirma

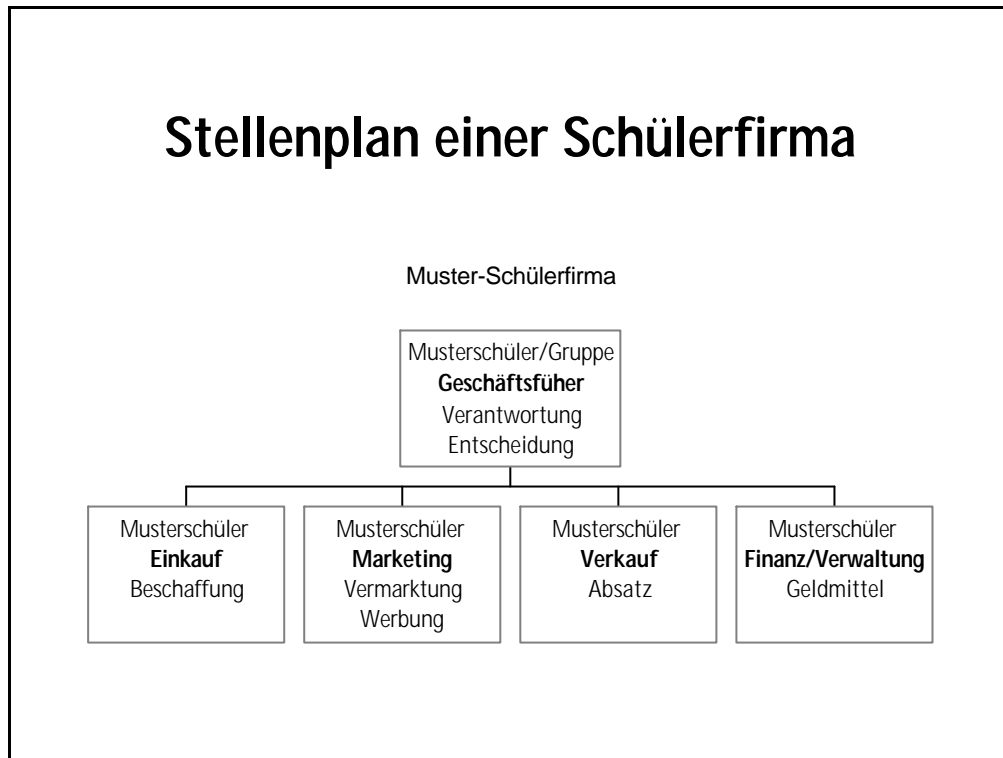


Abbildung: Stellenplan einer Schülerfirma

## 12 Der Absatz

Die letzte Phase des Betriebs- und Leistungsprozesses wird als Absatz bezeichnet. Ein Unternehmen kann nur überleben, wenn:

- Für die Leistungen Bedürfnisse vorhanden sind oder gerecht werden können
- Die angebotenen Leistungen die Bedürfnisse der Menschen befriedigen und
- Die Abnehmer die Geldmittel zur Verfügung haben

## 13 Tipps zum Thema Finanzen

Selbstverständlich benötigen sie für den Start der Schülerfirma auch das nötige Geld.

Wenn sie eine Aktiengesellschaft gründen, können sie z.B. selbst Anteilscheine herstellen und an Verwandte und Bekannte verkaufen. Weiterhin gibt es die Möglichkeiten von Sponsoring durch Firmen. Nach dem Erhalt von Geldern richtet man am besten ein Konto bei einer Bank oder Sparkasse ein.

## 14 Die Risikoanalyse

Bevor jetzt endgültig mit dem Start des Unternehmens begonnen wird, sollte noch eine Risikoanalyse erstellt werden.



Was haben wir bisher:

1. Wir haben uns kritisch mit dem Begriff Selbstständigkeit auseinandergesetzt
2. Wir haben eine gute Geschäftsidee gefunden
3. Wir wissen jetzt wie Wirtschaft funktioniert
4. Wir haben den Markt erforscht
5. Wir haben eine Strategie um das Geschäft umzusetzen
6. Wir haben gute und motivierte Mitarbeiter
7. Wir haben einen Organisationsplan, in dem alle wissen was sie zu tun haben und wer die Verantwortung trägt
8. Wir haben einen Finanzplan erstellt und das nötige Kapital für den Start besorgt
9. Wir haben ein festes Ziel
10. Nachfolgende Liste unterstützt die Kontrolle aller wesentlichen Arbeitsschritte

## 15 Checkliste zur Gründung einer Schülerfirma

Diese Checkliste dient der Schülerfirma, als Überblick, ob alle wichtigen Dinge beim Aufbau des Schülerunternehmens berücksichtigt wurden.

Anforderung / Merkmal	ja	nein	erl.
Eine Gruppe von Schüler/innen hat eine Geschäftsidee, die ethisch und moralisch vertretbar ist.			
Eine Kooperation zwischen Schülerunternehmen, Schule und evtl. (Schulförder-) Verein ist geschlossen worden (evtl. Kopie beilegen).			
Die Idee der Schülerfirma wurde auf der Gesamtkonferenz vorgestellt			
Die Eltern der beteiligten Schüler haben schriftlich ihre Zustimmung gegeben.			
Die Schule hat dem Schülerunternehmen Räumlichkeiten zur Verfügung gestellt, die sie selbständig nutzen können.			
Die Schule bemüht sich, in möglichst viele Unterrichtsfächer Teilaufgaben des Schülerunternehmens zu integrieren.			
Die Schülerfirma wird für mindestens 3 Jahre an der Schule existieren.			
Die Schüler haben Verantwortung übernommen und üben ihre Tätigkeit relativ selbständig aus.			
Es haben sich mind. 1 Lehrer bereit erklärt, die Schüler zu beraten und zu unterstützen.			
Das Schülerunternehmen wurde gegründet als	Schüler-AG	Schüler-GmbH	
Wichtige Vereinbarungen wurden fixiert in	Satzung	Gesellschaftervertrag	
Das Schülerunternehmen wird den Zusatz „Schüler“ (-AG/ -GmbH) und den Schulnamen stets gebrauchen.			
Ein Lehrer oder sonstiger Berater sorgt für eine realitätsnahe Strukturierung und Arbeit des Schülerunternehmens.			

Anforderung / Merkmal	ja	nein	erl.
Das Schülerunternehmen bietet Waren und/ oder Dienstleistungen an und hat daraus Einnahmen.			
Es wurde eine dem Alter und Bildungsgrad der Schüler angemessene Geschäftsidee entwickelt	Von den Schülern		
	Von den Lehrern		
Der Kundenkreis bleibt im Wesentlichen auf die Schule beschränkt (Schüler, Lehrer und Eltern).			
An der Schule wurde eine Marktanalyse durchgeführt, die bestätigt, dass der Markt für diese Geschäftsidee vorhanden ist.			
Die Preise für Waren und/oder Dienstleistungen entsprechen der Kaufkraft der Kunden.			
Nach der Anschubfinanzierung werden die entstehenden Folgekosten durch die Einnahmen gedeckt.			
Die Summe des Umsatzes und Gewinnes von Schülerunternehmen und (Schulförder-)Verein bleibt unter der Geringfügigkeitsgrenze. Es wird für die Schülerfirma ein Jahresumsatz von _____ € und ein Jahresgewinn von _____ € erwartet.			
Es ist gesichert, dass reale Firmen nicht durch das Schülerunternehmen in ihrer Existenz bedroht werden.			
Es wird Kontakte und/oder Partnerschaften mit realen Firmen geben.			
Bestimmungen des Kinder- und Jugendschutzgesetz werden beachtet.			
Gesetzliche Bestimmungen wie z.B. Brandschutz- und Hygienebestimmungen werden eingehalten.			
Das Schülerunternehmen wird ein eigenes Konto besitzen, für das ein Schüler und ein Lehrer zeichnungsberechtigt sind.			
Die Schüler führen ein Kassenbuch. Sie werden dabei von einem Lehrer beraten und unterstützt.			
Der Kostenplan ist im Verhältnis zur Geschäftsidee realistisch und berücksichtigt einen angemessenen finanziellen Rückhalt.			
In den ersten 3 Geschäftsjahren erstellt die Schülerfirma jährlich Zwischenberichte mit Bildmaterial.			
Bei der Öffentlichkeitsarbeit werden die Förderer in angemessener Form genannt.			
Weiterbildungsangebote und Möglichkeiten zum Erfahrungsaustausch (z.B. von DKJS, Go to school, Junior, Alumin e.V. ...) werden wahrgenommen.			

## 16 Antworten auf häufig gestellte Fragen

### Was ist eine Schülerfirma?

Schülerfirmen sind grundsätzlich keine realen Firmen, sondern Schulprojekte mit pädagogischer Zielsetzung. Trotzdem sind alle Abläufe mit einer real existierenden Firma

identisch. Alle Aktivitäten sind Schulveranstaltungen und somit rechtlich abgesichert. Schülerfirmen dürfen keine Konkurrenz zu realen Firmen darstellen.

### **Mit welchen Argumenten überzeuge ich meine Schulleitung von der Idee?**

Es handelt sich bei der Schülerfirma um ein pädagogisches Anliegen; man lernt wichtige Dinge für das spätere Leben. Sie bietet Möglichkeiten der Schülermitwirkung, welche ein grundlegendes Prinzip der Schule ist. Die Arbeit in einer Schülerfirma fördert die Erziehung von Schülern sowie die Selbstständigkeit, Verantwortungsbewusstsein, Teamfähigkeit etc. Außerdem sorgt eine gut funktionierende Schülerfirma immer für ein gutes Image der Schule, sobald dies in die Presse gelangt.

### **Welche Voraussetzung braucht man für eine Schülerfirma?**

Das ist selbstverständlich abhängig von der Art der Schülerfirma, die ihr gründen wollt. Grundsätzlich ist ein angenehmes Klima zwischen den Schülern, Lehrern und der Schulleitung notwendig. Wobei dieses auch durch ein solches Projekt gefördert werden kann. Zusätzlich braucht ihr natürlich auch interessierte Schüler, die bei der Schülerfirma mitarbeiten wollen.

### **Welche Rechtsfragen kommen auf uns zu?**

Hier muss noch mal betont werden, dass es sich bei einer Schülerfirma nicht um eine reale Firma handelt, sondern um ein Schulprojekt. Daher ist die Anerkennung des Projektes als schulische Angelegenheit durch den Schulleiter unerlässlich. Damit wäre dann die Basis zur Klärung weiterer Fragen geschaffen – wie z.B. die Nutzung von Räumlichkeiten, wer bekommt einen Schlüssel etc. Da Mitarbeiter von Schülerfirmen häufig unter 18 Jahren alt sind, müsstet ihr die Aufsichtspflicht klären. Wichtig ist, dass ihr die Eltern über die Mitarbeit in einem solchen Projekt informiert und deren Zustimmung habt.

### **Für welche Unternehmensform entscheiden wir uns?**

Die geläufigste aller Formen ist die Aktien-Gesellschaft. Der Vorteil hierbei ist, dass auch Schüler, die nicht aktiv mitarbeiten wollen, trotzdem an dem Projekt teilhaben können, indem sie Schüler-Aktien kaufen. Damit wäre auch die Frage des Startkapitals geklärt, was ihr bei der Schüler-GmbH oder einem Schüler-Verein nicht habt. Wichtig ist aber, dass ihr euch immer sofort als Schüler-[Unternehmen] zu erkennen gebt, damit keine Missverständnisse auftauchen.

### **Welche Geschäftsidee können wir als Schülerfirma realisieren?**

Hierzu nur einige Anregungen:

Cafeteria / Pausenversorgung, Catering, Schülerzeitung, Schülerradio, Internetcafé, Webdesign, Visitenkartendruckerei, Reisebüro, Veranstaltungsagentur, Textiliendruck, Schülertheater, Schülerwerkstatt, Schulwäscherei, Unterrichtsmaterialien, ...

### **Wie nennen wir unsere Schülerfirma?**

Über den Namen solltet ihr euch in der Gruppe gemeinsam Gedanken machen. Euer Name sollte kurz und unkompliziert auszusprechen sein. Sinnvoll ist es einen Bezug zum Schulnamen herzustellen. Ihr solltet bei der Auswahl des Namens aber nicht auf ein Produkt oder einen schon bestehenden Namen zurückgreifen, da die meisten Firmen ihre

Bezeichnung patentiert haben.

### **Welche Rolle nimmt der Lehrer in der Schülerfirma ein?**

Lehrer sollten im Normalfall die Rolle eines Beraters einnehmen. Wichtig ist, dass die Schüler selbst entscheiden und lernen Verantwortung zu tragen. Der Lehrer ist dazu da, um Konflikte zu lösen und gegebenenfalls Verträge abzuschließen. Denn dazu sind die Schüler nur bedingt befugt. Außerdem können Lehrer einen guten Kontakt zwischen Schüler- und Lehrerschaft herstellen.

### **Wie kommt unsere Schülerfirma an mehr Geld?**

Die einfachste Art an Geld heranzukommen ist die Ausgabe von Anteilsscheinen. Das geht nur bei Schülerfirmen AG's. Somit kann man schnell an Startkapital kommen. Aber bedenkt, dass die Aktien auch gut vermarktet werden müssen. Wenn keiner investiert, kommt auch kein Geld rein!

Alternativ kann eine Förderung bei einer Stiftung (z.B. DKJS) beantragt werden. Hierbei handelt es sich um eine Fehlbedarfsfinanzierung- oder -deckung. Das wird nur dann funktionieren, wenn ihr ein überzeugendes Konzept habt und dieses gut argumentiert. Fragt ruhig vorher an, in welchem Rahmen sich diese Gelder belaufen, damit ihr eine Vorstellung habt, wie hoch ihr eure Ansprüche stellen könnt

### **Müssen wir eine richtige Buchhaltung betreiben?**

Ja, aber erfahrungsgemäß reicht eine Excel-Tabelle oder ein handschriftliches Kassenbuch schon.

### **Ist es angebracht, den Mitarbeitern Löhne auszuzahlen?**

„Zeit ist Geld“, so denken viele Jugendliche. Und umso schwieriger ist es, sie für die ehrenamtliche Tätigkeit zu überzeugen. Ob eine Schülerfirma wirklich Löhne auszahlt, sollte vorher sorgfältig diskutiert werden.

### **Was machen wir mit unserem Gewinn?**

Bei dieser Frage werden Schüler immer besonders kreativ. Ganz so einfach ist es jedoch nicht. Am sinnvollsten ist die Reinvestition – also das Geld, was zum Beispiel im Schülercafé erwirtschaftet wurde, wird dafür genutzt, um dem Café einen neuen Anstrich zu geben oder der Marketing-Abteilung einen neuen Computer zu kaufen. Bei gegebenem Anlass bietet es sich evtl. an, zu spenden (Förderverein, Theater oder andere Schulprojekte...). Bei der Schüler AG ist eine Ausschüttung des Gewinns an die Anteilseigner zu berücksichtigen.

### **Wann ist es sinnvoll, Kooperationen schließen? Und mit wem?**

Kooperationen sind immer dann sinnvoll, wenn mehrere Partner ein gemeinsames Ziel verfolgen. Zum Beispiel wollt ihr in euerem Schülercafé das Sortiment erweitern – also ist eine Kooperation mit einem Lebensmittelhändler möglich. Oder ihr braucht Geld – dann sucht euch Partner, die euch sponsern. Das können ganz unterschiedliche Unternehmen sein Krankenkassen, Sparkassen/Banken, lokale Radiosender, Reisebüros Verbände, Kommunen, Kammern etc. Schülerfirmen können auch untereinander oder mit der Schulleitung kooperieren. Bei der Partnersuche sind fast keine Grenzen gesetzt. Aber beachtet, egal mit wem eure Schülerfirma kooperiert, beide Partner sollten weiterhin selbstständig arbeiten.

## 17 Was schief gehen kann

Auch wenn alles genau geplant ist, bestehen immer noch Risiken in der Planung. Um den Erfolg eines Unternehmens realistisch einschätzen zu können, muss man auf jeden Fall die Chancen und Risiken der Geschäftsidee erkennen und überprüfen. Eine der Hauptursachen für Schwierigkeiten und Pleiten liegen in der falschen Einschätzung der Risiken bei der Existenzgründung, d.h.:

- Viele schätzen den Markt zu optimistisch ein
- Der Wettbewerb der Mitbewerber und der Preiskampf wird unterschätzt
- Der Markt der Waren ist zu gering
- Die Belastungen von Krediten und Löhnen sowie von Investitionen sind zu hoch
- Der Break-even-Point (Gewinn-Einsatz) wird nicht schnell genug erreicht

Wie können die Risiken begrenzt werden?

1. Viel Zeit für die Gründung lassen
2. Eine lange Vorbereitungszeit einplanen
3. Analysen erstellen – Marktforschung und Marktprognosen erstellen
4. Umfassende Beratung (auch von außerhalb der Schule) nutzen
5. den Kreditrahmen weit spannen um nicht beim längeren Ausbleiben von Zahlungen durch Kunden in Verzug zu geraten

Dann heißt es endlich: „Start frei – Viel Erfolg für die geplante Schülerfirma.“



Abbildung: Edgar Kern beim Beratungsgespräch mit einer Schülerfirma

## 18 Ansprechpartner

Die Industrie und Handelskammer Mittlerer Niederrhein unterstützt Sie gerne bei der Einführung einer Schülerfirma an Ihrer Schule.

Für Fragen steht Ihnen Frau Kühn zur Verfügung:

Industrie und Handelskammer  
Mittlerer Niederrhein  
Margarethe Kühn  
Bismarckstraße 109  
41061 Mönchengladbach  
Telefon: 02161 – 241 111

Frau Kühn kann Ihnen einen kompetenten Ansprechpartner zur Einführung einer Schülerfirma nennen und Ihnen eine Rufnummer geben. Wir werden dann schnellstmöglich Kontakt mit Ihnen aufnehmen.

Sollten Sie eine Einführung für Ihr Kollegium oder Ihre Schüler wünschen, bieten wir ihnen gerne eine Einführungsveranstaltung an. Auch hierbei hilft Ihnen Frau Kühn gerne weiter.

Industrie und Handelskammer  
Mittlerer Niederrhein

<b>19</b>	<b>Bisher erschienen in der IHK-Schriftenreihe die folgenden Ausgaben:</b>	
Nr. 110/2006	Standortanalyse Brüggen	
Nr. 109/2006	Demographie und Einzelhandelsentwicklung	
Nr. 108/2006	Potenzial-Entdeckungsreise: Ein Unterrichtskonzept zur Berufsorientierung für die 8. Jahrgangsstufe (incl. CD)	10,00 €
Nr. 107/2006	Standortanalyse Grefrath	
Nr. 106/2006	Bevölkerungsprognosen für die Gemeinden des Kreises Viersen	
Nr. 105/2006	Bevölkerungsprognosen für die Gemeinden des Rhein-Kreises Neuss	
Nr. 104/2006	Gewerblicher Mietspiegel für den IHK-Bezirk Mittlerer Niederrhein, 8. Aufl.	10,00 €
Nr. 103/2006	Konjunktur zum Jahresbeginn 2006	
Nr. 102/2005	Konjunkturbericht zum Spätsommer 2005	
Nr. 101/2005	Demographischer Wandel am Niederrhein	
Nr. 100/2005	Standort Kreis Viersen: Wirtschaftsstruktur und Standortqualität	
Nr. 99/2005	Standort Rhein-Kreis Neuss: Wirtschaftsstruktur und Standortqualität	
Nr. 98/2005	Konjunkturbericht zum Jahresbeginn 2005	
Nr. 97/2005	Schule-Wirtschaft – Perspektiven am Mittleren Niederrhein	
Nr. 96/2005	Standort Krefeld: Wirtschaftsstruktur und Standortqualität	
Nr. 95/2005	Standort Mönchengladbach: Wirtschaftsstruktur und Standortqualität	
Nr. 94/2005	Gewerblicher Mietspiegel für den IHK Bezirk Mittlerer Niederrhein, 7. Aufl.	
Nr. 93/2004	Konjunkturbericht zum Spätsommer 2004	
Nr. 92/2004	Standortinitiative RHEIN LINKS. Projektbeschreibungen	
Nr. 91/2004	Region Mittlerer Niederrhein: Produkte und Infrastruktur	
Nr. 90/2004	Region Mittlerer Niederrhein: Erfinder und Erfindungen	
Nr. 89/2004	Region Mittlerer Niederrhein: Kultur und Freizeit	
Nr. 88/2004	Region Mittlerer Niederrhein: Bildung und Ausbildung	
Nr. 87/2004	Region Mittlerer Niederrhein: Wirtschaftsstruktur und Standortqualität	
Nr. 86/2004	Konjunkturbericht zum Jahresbeginn 2004	
Nr. 85/2003	Gewerblicher Mietspiegel für den IHK Bezirk Mittlerer Niederrhein	
Nr. 84/2003	Standortanalyse Korschenbroich	
Nr. 83/2003	Konjunkturbericht zum Spätsommer 2003	
Nr. 82/2003	Konjunkturbericht zum Jahresbeginn 2003	
Nr. 81/2002	Gewerblicher Mietspiegel für den IHK Bezirk Mittlerer Niederrhein	
Nr. 80/2002	Standortanalyse Jüchen	
Nr. 78/2002	Konjunkturbericht zum Spätsommer 2002	
Nr. 76/2002	Konjunkturbericht zum Jahresbeginn 2002	
Nr. 75/2002	Schulen am Mittleren Niederrhein – Fit für den Wettbewerb?	
Nr. 74/2002	Gewerblicher Mietspiegel für den IHK Bezirk Mittlerer Niederrhein, 4. Aufl.	
Nr. 73/2001	Konjunkturbericht zum Spätsommer 2001	
Nr. 72/2001	Rheinbrücke A 44 – Chancen für die Region Mittlerer Niederrhein	
Nr. 71/2001	Standortanalyse Neuss	
Nr. 70/2001	Firmenwanderung 1995 - 1999	
Nr. 69/2001	Geschichte der Stadt Neuss nach 1945	