

In einer Schülerfirma lernen Jugendliche, wie verschiedene Arbeitsabläufe zusammenhängen.



# Die besten Zweitbesten

Wie eine Firma funktioniert lernen Jugendliche am besten, wenn sie selbst eine führen. Am Johanna-Geissmar-Gymnasium in Mannheim gründeten Schüler daher eine echte Werbeagentur.

**Text** Kerstin Hochmuth

Es ist Mittwoch, 15 Uhr, das Team der Werbeagentur „Die Zweitbesten“ bespricht die anstehenden Termine. Wer vereinbart den Begehungstermin mit der Druckerei? Wer ruft den neuen Kunden an, der seinen Webauftritt umgestalten möchte? Der Webdesigner notiert ein paar Ideen, die er dem Kunden vorschlagen möchte. Das Marketingbudget für die geplanten Firmenkugelschreiber und T-Shirts wird besprochen und festgelegt, wie viele bestellt werden. Nach über zwei Stunden ist das Meeting beendet. Eine Besprechung wie in vielen anderen Firmen auch. Doch die Werbeagentur ist keine gewöhnliche Firma. Der jüngste Mitarbeiter ist 15 Jahre alt, der älteste 17 und ihre Firma ist ein Schülerunternehmen, für das sie vor allem in ihrer Freizeit arbeiten.

Seit Oktober 2013 erstellt ein Team zwischen acht und zwölf Schülerinnen und

Schülern der 9. bis 11. Klasse des Johanna-Geissmar-Gymnasiums in Mannheim regelmäßig Websites für reale Kunden, kreiert Logos, entwirft Flyer, Visitenkarten und Plakate. Die meisten im Team sind seit Firmengründung dabei. Im Sommer meldete sich die Schülerfirma beim Bundes-Schülerfirmen-Contest vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie an und wurde von Publikum und Jury unter die zehn Besten gewählt.

Die Idee zu der Schülerfirma kam Deutsch- und Sportlehrer Christian Mahnke während seines Referendariats. Er war früher selbst im Marketingbereich tätig und betreut heute das Schülerunternehmen. Ein Schüler brachte damals zu seinem Referat ein selbst erstelltes Magazin mit. Das nötige Know-how hatte sich der Siebtklässler selbst beigebracht. Mahnke war beeindruckt. Fünf Jahre später startete er seinen Aufruf am Johanna-Geissmar-

Gymnasium. Seine Idee: die Gründung einer Werbeagentur. „Ich wollte nichts ‚nur‘ für die Schule produzieren, also ein Schülercafé oder einen Bazar, wo meist nur die Schüler, die Eltern und die Verwandten der Schüler kaufen“, erzählt der Deutschlehrer, „daher entschied ich mich für eine Werbeagentur“. Er suchte Schüler als Grafik- und Webdesigner, Werbetexter und Marketingstrategen. Zwanzig Schüler meldeten sich.

Zunächst brauchte die neue Firma einen Namen. Die Schüler sammelten Ideen, sahen sich andere Agenturauftritte an und mit was sie warben. „Viele Firmen behaupten die Besten zu sein und das kann ja rein rechnerisch nicht ganz stimmen“, sagt der Elftklässler Deniz Celibi, Geschäftsführer und Webdesigner in der Schülerfirma, schmunzelnd. So entschieden sich die Schüler dafür die „besten Zweitbesten“ zu werden und nannten ihre Werbeagentur „Die ➤

## SCHÜLER BUSINESS AWARD 2015

**Gesucht wird das beste Schüler-Wirtschaftsprojekt Deutschlands.** Stellen Sie zusammen mit Ihren Schülerinnen und Schülern Ihr Projekt vor und gewinnen Sie tolle Gutscheine. Das Gewinnerteam wird zur Preisverleihung nach Berlin in das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie eingeladen.

**01.11.2014 Bewerbungsstart**

Zweitbesten“. Die Internetadresse [www.diezweitbesten.de](http://www.diezweitbesten.de) wurde reserviert und Deniz erstellte eine Firmen-Homepage. Lehrer Mahnke gab ihm ein paar Tipps, den Rest machte er allein. Auch die Web-Software wählte Deniz selbst aus, Mahnke ließ ihm freie Hand. Zu Beginn kümmerte sich Lehrer Mahnke noch selbst darum, Kunden zu gewinnen, heute übernehmen das auch die Schüler. Vor allem Max Förster, der für den Bereich Kundenakquise und Kommunikation zuständig ist, schleppt einen Kunden nach dem anderen an. „Der ist der Wahnsinn!“, schwärmt Christian Mahnke. Wie er das macht? Er rede einfach immer und überall über die Firma, erzählt ihm der Schüler, so kämen eben auch Geschäfte zustande. Für dieses Jahr sind Die Zweitbesten daher bereits ausgebaut.

Doch warum buchen Unternehmen eine Schülerfirma? Bei vielen sei das günstige Preis-Leistungsverhältnis ausschlaggebend, weiß Mahnke aus Gesprächen mit Kunden. Andere wiederum würden die Qualität und das Layout der Schülerfirmen-Website überzeugen. Doch nicht nur auf das technische Know-how, von

dem die Schüler schon einiges mitbrachten, kommt es an. So übte Mahnke mit den Schülern, wie man Werbe-Ideen entwickelt und Kundengespräche führt. „Die Schüler mussten auch darauf vorbereitet sein, wenn ein Kunde tausend Veränderungen will“, erklärt der Lehrer. Er zeigte ihnen, wie man Regelungen trifft, die verhindern, dass man „sich tot arbeitet“. Aber auch rechtliche Aspekte besprach er mit den Schülern: Was muss man bei Bildmaterial beachten? Was passiert, wenn man einen Termin nicht einhalten kann? Zur Verstärkung holte Mahnke sich zu Beginn einen Rechtsanwalt zu Hilfe, der sich mit Marken- und Internetrecht auskannte.

Feedback holen sie sich auch direkt bei den Kunden. „So eine Rückmeldung zeigt den Schülern, dass Dinge wie eine korrekte Rechtschreibung im Anschreiben an den Kunden, im Berufsleben tatsächlich eine wichtige Rolle spielen und sie das nicht nur für den Lehrer tun“, sagt Mahnke. Kundengespräche, Teammeetings, Termindruck – die Arbeit der Schüler unterscheidet sich nicht groß von anderen Firmen. Für die Elftklässlerin Christina Grossmann ein Grund, warum ihr die Arbeit in der Schülerfirma

Spaß macht und sie wie die anderen im Durchschnitt auch zwei bis drei Stunden in der Woche ihrer Freizeit investiert. „Ich mag die Firmenatmosphäre und wenn es ein bisschen stressiger zugeht. Da merkt man dann, dass es wirklich um etwas geht“, erzählt die 16-Jährige, die seit Anfang des Schuljahres die Schülerfirma als zweite Geschäftsführerin leitet. Als Texterin ist sie dafür zuständig, Werbebotschaften in prägnante Worte zu packen. Zudem betreut sie die firmeneigene Facebook-Seite, um die sich zu Beginn alle ein bisschen kümmern sollten. Doch auch das hat sie in der Firma gelernt: „Wenn man’s jedem gibt, macht’s keiner“, weiß sie heute.

Das Geld, das die Schülerfirma mit ihren Aufträgen einnimmt, fließt in die Firmenkasse. Davon werden Domainkosten, Fachliteratur und Werbematerialien bezahlt, der Rest sollte ursprünglich an die Schüler gehen. Ihre Idee war es, jedem von ihnen ein Grundgehalt zu zahlen und den Rest des Geldes nach Leistung zu vergeben. Lehrer Mahnke sollte entscheiden, wem wieviel zusteht. Später änderten sie ihre Pläne und vereinbarten, etwas für alle zu kaufen, das sie als

Erinnerung behalten könnten, wenn sie die Firma nach rund zwei Schuljahren verlassen. Denn nächstes Jahr, in der 12. Klasse, stehen die Abiturvorbereitungen an. Dann soll die Firma von neuen Schülern weitergeführt werden. Christian Mahnke sucht bereits in den 9. Klassen nach geeignetem Nachwuchs. Denn auch er möchte zukünftig etwas kürzer treten und den Schülern mehr Verantwortung übergeben. Noch haben sich die Schüler nicht entschieden, was sie sich von dem erarbeiteten Geld als Erinnerung kaufen wollen. Sicher ist: Die Erfahrungen, die sie in der Schülerfirma sammeln konnten, werden wohl die eindrucklichsten Erinnerungen bleiben – und sind unbezahlbar. ■

**Die Zweitbesten zu Besuch bei ihrem Partner Gerd Rimmler, Geschäftsführer der Druckerei City-Druck: die Zweitbesten-Geschäftsführer Christina Grossmann und Christian Große, Lehrer Christian Mahnke sowie Geschäftsführer Deniz Celebi und Grafiker Benjamin Mayer (v.l.n.r).**



Foto: Die Zweitbesten