

Veröffentlichung der Waiblinger Kreiszeitung vom 26.04.2007

Was für ein Saftladen - einer mit Erfolg!

Schülerfirma der Rumold-Realschule übernimmt Pausenverkauf

Von unserer Mitarbeiterin Franziska SchickKernen-Rommelshausen. „Saft gibt neue Kraft“ - mit diesem Motto werben die Schüler der Klassen 8 a und 8 b der Rumold-Realschule für ihren Pausen-Getränkeverkauf. Wie eine Aktiengesellschaft ist die Schülerfirma an der Rumold-Realschule aufgebaut - graue Theorie aus dem Unterricht in lebendige Realität umsetzen, das ist der Anspruch des WVR-Projektes.

Am Anfang war es ein planerisches Gedankenspiel im Wirtschaften-Verwalten-Recht-Unterricht (WVR). Was muss man alles in die Wege leiten, um selbstständig einen Getränkeverkauf zu organisieren? Wie finanziert man seine Selbstständigkeit?

Die Achtklässler kamen zusammen mit ihrem Lehrer Idler von der Rumold-Realschule Rommelshausen dann schnell dazu, die Ideen in die Tat umzusetzen: Sie übernahmen am 8. Februar den Getränkeverkauf von ihrem Hausmeister und machten ernst mit der Selbstständigkeit.

Selbstbewusste Jungunternehmer

„Ich hab mir's eigentlich schwerer vorgestellt“, meint Christian, der in der Finanzgruppe mit Gewinn- und Verlustrechnungen jongliert. „Aber als wir das dann tatsächlich gemacht und nicht nur geredet haben, war das gar kein Problem mehr.“

Neben den Finanzen teilen sich die fast 60 Schüler in weitere Gruppen auf: Geschäftsleitung, Organisation, Betriebsrat, Preisgestaltung, Einkauf, Verkauf, Marketing, Öko und Webseitengestaltung. Das sind Teilbereiche, die die Jungunternehmer nach und nach als wichtig fürs Geschäft erkannt haben.

Um ihre Firma finanzieren zu können, simulieren die Schüler eine Aktiengesellschaft. Die Aktien sind selbst gestaltet und können zu je fünf Euro das Stück erworben werden. Aktienbesitzer sind bis jetzt vor allem Eltern, Lehrer und die Schüler selber, aber auf der EXPO erwarb die Bürgerstiftung Kernen den bisher größten Aktienanteil. Ob eine Dividende ausgeschüttet werden kann, wird bei der ersten Hauptversammlung im Juni bekannt gegeben. Die Schüler machen etwa 20 bis 30 Euro Umsatz täglich, so der Lehrer, da kommen etwa vier bis fünf Euro Gewinn bei raus. Christian protestiert: „50 Euro haben wir zurzeit, Herr Idler“, was an den warmen Temperaturen liegen dürfte.

Das Schwierigste, meinen Katharina, Debora und Nina, war, die anderen Schüler davon zu überzeugen, dass es ab jetzt keine Cola mehr gibt. Denn „unser Ziel war es auch, Gesundes zu verkaufen, mal Abwechslung zu bieten“, erklären die Achtklässler.

Fächerübergreifend organisieren

Und so gibt's nicht nur den zweimal täglich stattfindenden Getränkeverkauf ohne den zuckerlastigen „Wuselmaus“-Trank. Montags um kurz vor elf wird zusätzlich ein Snackangebot bereitgehalten. Auch das soll gesund sein, und so wird im Mensch-und-Umwelt-Fach Müsli und Früchtequark gerührt, der dann in Plastikgeschirr ausgeteilt wird.

Jetzt wird über ein Abo für Lehrer nachgedacht. Die Lehrer könnten dann für eine Woche im Voraus angeben, was sie an Getränken haben möchten. Die Getränke werden dann prompt ins Lehrerzimmer geliefert. Eine geschickte Marketingstrategie, um die Lehrer für ihr Projekt begeistern zu können.

Denn über längere Zeit müsste das Projekt fächerübergreifend organisiert werden, meint Projektleiter Idler - die Computergruppe könnte sich um eine Webseite kümmern, die Mathematiker mit den Finanzen beschäftigen, und im Kunstunterricht würden Plakate gemalt.

Die Kids sprühen vor Ideen und Tatendrang, wollen ihr Sortiment um Schreibwaren oder T-Shirts erweitern, deshalb finden sie es schade, dass sie das Projekt an die Jüngeren abgeben müssen, wenn sie die achte Klasse verlassen. Ihr Lehrer meint dazu: „Ihr müsst nur einen Businessplan entwickeln, in dem ihr zeigt, dass ihr mich nicht braucht, dann liegt es weiter in eurer Hand.“ Das ist doch ein Anreiz.

Quelle: Waiblinger Kreiszeitung 26.04.2007