



UNTERNEHMEN UND INDUSTRIE

# SCHÜLERFIRMEN IM SEKUNDARBEREICH

BEST-PROJEKT :  
ABSCHLUSSBERICHT DER SACHVERSTÄNDIGENGRUPPE





**EUROPÄISCHE KOMMISSION**  
GENERALDIREKTION UNTERNEHMEN UND INDUSTRIE

Förderung der Wettbewerbsfähigkeit von KMU  
**Unternehmerische Initiative**

**BEST-PROJEKT**

**„SCHÜLERFIRMEN IM SEKUNDARBEREICH“**

**ABSCHLUSSBERICHT DER SACHVERSTÄNDIGENGRUPPE**

Endgültige Version

September 2005

## **Rechtlicher Hinweis**

Dieses Projekt wurde im Rahmen des von der Generaldirektion Unternehmen und Industrie der Europäischen Kommission koordinierten Mehrjahresprogramms für Unternehmen und unternehmerische Initiative (2001-2005) durchgeführt. An dem Projekt waren die Europäische Kommission sowie von den einzelstaatlichen Stellen benannte Sachverständige im Bereich der Bildungsmaßnahmen für unternehmerische Initiative beteiligt.

Obwohl die Arbeiten unter der Leitung von Beamten der Kommission durchgeführt wurden, spiegeln die in diesem Dokument zum Ausdruck gebrachten Ansichten nicht unbedingt die Meinung der Europäischen Kommission wider.

Nachdruck mit Quellenangabe gestattet.

### **Weitere Informationen erhalten Sie unter folgender Anschrift:**

#### **Europäische Kommission**

Generaldirektion Unternehmen und Industrie

Referat E.1: Förderung des Unternehmergeistes

Telefax: +32-2-29.66 27 8

E-Mail: [Entr-entrepreneurship@cec.eu.int](mailto:Entr-entrepreneurship@cec.eu.int)

[http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/support\\_measures/index.htm](http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/support_measures/index.htm)

### **Informationen zu anderen Projekten:**

Informationen zu anderen gemeinsam von der Europäischen Kommission und von den einzelstaatlichen Verwaltungen durchgeführten Projekten zur Förderung unternehmerischer Initiative finden Sie unter folgender Internetadresse:

<http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/index.htm>.

# Inhalt

<b>MITGLIEDER DER SACHVERSTÄNDIGENGRUPPE</b> .....	5
<b>ZUSAMMENFASSUNG</b> .....	8
<b>1. EINLEITUNG</b> .....	13
<b>1.1. Hintergrund</b> .....	13
<b>1.2. Zielsetzungen und Methode</b> .....	14
<b>1.3. Definition des Begriffs Schülerfirma</b> .....	16
<b>2. PROGRAMME</b> .....	18
<b>2.1. Grundlegende Merkmale von Schülerfirmenprogrammen</b> .....	18
<b>2.2. Welche Kompetenzen können durch diese Programme erworben werden?</b> .....	20
<b>2.3 Die bestehenden Programme im Überblick</b> .....	22
<b>2.4 Erfolgsfaktoren und Indikatoren vorbildlicher Verfahren</b> .....	23
<b>3. EINIGE BEISPIELE GUTER VERFAHREN</b> .....	25
<b>4. DERZEITIGE DURCHFÜHRUNG DER PROGRAMME: VERBREITUNG, WESENTLICHE HINDERNISSE, BEWERTUNG</b> .....	34
<b>4.1. Schülerfirmen in den verschiedenen Ausbildungsstufen</b> .....	34
<b>4.2. Hindernisse und Risikofaktoren</b> .....	36
<b>4.3. Quantitative Daten zur Durchführung der Programme</b> .....	39
<b>4.4. Bewertung und Auswirkungen</b> .....	42
<b>5. ERFOLGSGESCHICHTEN VON SCHÜLERN</b> .....	47
<b>6. RAHMENBEDINGUNGEN, UNTERSTÜTZUNG UND DIE ROLLE DER POLITIK</b> .....	50
<b>6.1. Finanzierungs- und Förderquellen aus dem privaten Sektor</b> .....	50
<b>6.2. Rahmenbedingungen und Unterstützung aus dem öffentlichen Sektor</b> .....	51
<b>6.3. Rechtlicher Status und Verwaltung von Schülerfirmen</b> .....	56
<b>7. SCHLUSSFOLGERUNGEN</b> .....	59
<b>7.1. Einige wichtige Ergebnisse</b> .....	60
<b>7.2. Zukunftsperspektiven</b> .....	63

<b>8. EMPFEHLUNGEN .....</b>	<b>65</b>
------------------------------	-----------

## **ANHANG**

Liste der in diesem Projekt ermittelten Schülerfirmenprogramme im Sekundarbereich gemäß der zugrunde gelegten Definition (Schuljahr 2003/2004) .....	69
---	----

## MITGLIEDER DER SACHVERSTÄNDIGENGRUPPE

Land	Name	Organisation	Kontaktadresse
<b>Belgien</b>	Frau Sandrine De Crom	Administratie Economie (directoraat-general)	<a href="mailto:sandrine.decrom@ewbl.vlaanderen.be">sandrine.decrom@ewbl.vlaanderen.be</a>
	Herr Bernard Surlemont	Fondation pour la Recherche et l'Enseignement de l'Esprit d'entreprendre	<a href="mailto:b.surlemont@freefoundation.be">b.surlemont@freefoundation.be</a>
<b>Tschechische Republik</b>	Herr Miroslav Kadlec	Nationales Institut für technische und berufliche Bildung	<a href="mailto:kadlec@nuov.cz">kadlec@nuov.cz</a>
	Herr Lukas Hula	Nationales Institut für technische und berufliche Bildung	<a href="mailto:hula@nuov.cz">hula@nuov.cz</a>
<b>Dänemark</b>	Frau Mette Lise Rogne	Bildungsministerium	<a href="mailto:mette.lise.rogne@uvm.dk">mette.lise.rogne@uvm.dk</a>
<b>Deutschland</b>	Frau Marion Hüchtermann M.A.	Projekt Junior / Institut der Deutschen Wirtschaft Köln	<a href="mailto:Huechtermann@iwkoeln.de">Huechtermann@iwkoeln.de</a>
<b>Estland</b>	Frau Epp Vodja	Junior Achievement-Fonds	<a href="mailto:epp@ja.ee">epp@ja.ee</a>
<b>Griechenland</b>	Herr Kostas Katsogiannos	Sonderbehörde für das operationelle Programm im Bildungsbereich	<a href="mailto:katsogi@epeaek.gr">katsogi@epeaek.gr</a>
<b>Spanien</b>	Frau Rosario Sánchez Núñez-Arenas	Ministerio de Educación y Ciencia	<a href="mailto:rosario.sanchezn@educ.mec.es">rosario.sanchezn@educ.mec.es</a>
<b>Frankreich</b>	Frau Christiane Moravie	Ministère de la Jeunesse, de l'Education Nationale et de la Recherche	<a href="mailto:christiane.moravie@education.gouv.fr">christiane.moravie@education.gouv.fr</a>
	Herr Jacques Mary	Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie	<a href="mailto:jacques.mary@decas.finances.gouv.fr">jacques.mary@decas.finances.gouv.fr</a>
<b>Irland</b>	Frau Fiona Kindlon	Second Level Support Service	<a href="mailto:Fionakindlon@slss.ie">Fionakindlon@slss.ie</a>
<b>Italien</b>	Frau Miriam Cresta	Junior Achievement Italia	<a href="mailto:miriam.cresta@junioritalia.org">miriam.cresta@junioritalia.org</a>
<b>Lettland</b>	Frau Antra Slava	Lettische Zentralbank (Latvijas Banka)	<a href="mailto:antra.slava@bank.lv">antra.slava@bank.lv</a>
<b>Litauen</b>	Herr Eugenijus Savicius	Junior Achievement Litauen	<a href="mailto:jalith@lja.lt">jalith@lja.lt</a>

<b>Luxemburg</b>	Herr Gilbert Engel	Ministère de l'Education Nationale, de la Formation Professionnelle et du Sport	<a href="mailto:engel@men.lu">engel@men.lu</a>
<b>Ungarn</b>	Frau Dora Darazs	Ungarische Stiftung Young Enterprise	<a href="mailto:darazsdora@eletpalya.hu">darazsdora@eletpalya.hu</a>
<b>Niederlande</b>	Herr Henk Vink	Mini-Ondernemingen Nederland	<a href="mailto:vink@vno-ncw.nl">vink@vno-ncw.nl</a>
<b>Österreich</b>	Frau Andrea Gintenstorfer	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur	<a href="mailto:andrea.gintenstorfer@bmbwk.gv.at">andrea.gintenstorfer@bmbwk.gv.at</a>
<b>Polen</b>	Herr Marcin Kulikowski	Schule für Wirtschaftswissenschaften Warschau	<a href="mailto:mkulik@sgh.waw.pl">mkulik@sgh.waw.pl</a>
<b>Rumänien</b>	Herr Gabriel Toader	Nationale Agentur für KMU und Genossenschaften (NASMEC)	<a href="mailto:gabrieltoader@mimmc.ro">gabrieltoader@mimmc.ro</a>
<b>Slowakei</b>	Frau Nadežda Redlich – Michalská	Bildungsministerium	<a href="mailto:nadja@education.gov.sk">nadja@education.gov.sk</a>
<b>Finnland</b>	Herr Antti Markkanen	Bildungsministerium	<a href="mailto:Antti.Markkanen@minedu.fi">Antti.Markkanen@minedu.fi</a>
<b>Schweden</b>	Frau Annika Järemo	NUTEK, Schwedische Behörde für Unternehmensentwicklung	<a href="mailto:annika.jaremo@nutek.se">annika.jaremo@nutek.se</a>
<b>Vereinigtes Königreich</b>	Herr Patrick Shipp	Enterprise and School-Business Links	<a href="mailto:patrick.shipp@dfes.gsi.gov.uk">patrick.shipp@dfes.gsi.gov.uk</a>
<b>Norwegen</b>	Herr John Christian Christiansen	Staatliche norwegische Bildungsbehörde	<a href="mailto:jcc@ls.no">jcc@ls.no</a>

**Sonstige Mitglieder der Sachverständigengruppe:**

<b>EUROPEN</b>	Frau Suzana Temkov	EUROPEN e.V.	<a href="mailto:Temkov@europen.info">Temkov@europen.info</a>
<b>JA-YE Europe</b>	Frau Caroline Jenner	Junior Achievement-Young Enterprise Europe <i>asbl</i>	<a href="mailto:Caroline@ja-ye.org">Caroline@ja-ye.org</a>
<b>JADE</b>	Frau Monika Oswald	JADE (European Confederation of Junior Enterprises)	<a href="mailto:monika.oswald@jadenet.org">monika.oswald@jadenet.org</a>
	Frau Dilek Ayhan	JADE (European Confederation of Junior Enterprises)	<a href="mailto:dilek.ayhan@gmail.com">dilek.ayhan@gmail.com</a>

<b>Europäische Kommission</b>	Herr Simone Baldassarri	Generaldirektion Unternehmen und Industrie	<a href="mailto:simone.baldassarri@cec.eu.int">simone.baldassarri@cec.eu.int</a>
-----------------------------------	----------------------------	---	--



## ZUSAMMENFASSUNG

Um die Ziele der neu belebten **Strategie von Lissabon** zu erreichen, muss Europa den Schwerpunkt im Bereich Wissen und Innovation setzen. Die Förderung einer ausgeprägteren **unternehmerischen Kultur** ist ein wichtiger Bestandteil dieser Bestrebungen, die bereits bei jungen Menschen und in der Schulausbildung ansetzen sollten.

Unternehmerische Initiative ist eine wesentliche Triebfeder für **Innovation, Wettbewerbsfähigkeit und Wachstum**. Unternehmerische Kompetenz ist unverzichtbar für Selbstständige, aber auch für abhängig Beschäftigte in Unternehmen beliebiger Größe. Der Rat von **Lissabon** hat bereits im Jahre 2000 unternehmerische Initiative als eine der „neuen Grundkompetenzen“ bestimmt, welche die gesamte Bevölkerung für das Leben und Arbeiten in einer Wissensgesellschaft benötigt.

In früheren Projekten, welche die Kommission in Zusammenarbeit mit von den einzelstaatlichen Regierungen benannten Sachverständigen durchgeführt hat, wurden Aktionen, bei denen **Schüler in der Schule eigene Mini-Unternehmen führen**, als wichtige Methode zur Verbreitung unternehmerischen Denkens bestimmt, da die Schüler bei diesen Aktionen durch unmittelbare unternehmerische Erfahrungen lernen.

Ziel der **von Schülern geführten Mini-Unternehmen** ist die Entwicklung **echter wirtschaftlicher Aktivität** im kleinen Maßstab bzw. die realistische **Simulation** der Abläufe in echten Unternehmen. Wenngleich die Abläufe in einer geschützten Umgebung und unter pädagogischen Aspekten erfolgen, werden in Schülerfirmen doch häufig **echte Produkte** hergestellt und verkauft bzw. **echte Dienstleistungen** erbracht. Aus diesem Grund wurden in dieser Studie sowohl Schülerfirmen berücksichtigt, die ihre Produkte tatsächlich verkaufen, als auch virtuelle Unternehmen (auch als fiktive Unternehmen oder Übungsfirmen bezeichnet), wenn die Simulation hinreichend realistisch ist und bestimmte Kriterien erfüllt werden.

Schülerfirmen sind ein pädagogisches Instrument, das auf **praktischen Erfahrungen** mit der Durchführung eines in sich geschlossenen Unternehmensprojektes im **Zusammenwirken** mit einem äußeren Umfeld aufbaut.

Diese Aktivitäten ermöglichen Schülern den Erwerb **grundlegender unternehmerischer Kompetenzen** sowie die Entwicklung von **persönlichen Qualifikationen** und **Querschnittskompetenzen**, die für das Leben und Arbeiten aller Mitglieder einer Wissensgesellschaft zunehmend an Bedeutung gewonnen haben. In Mini-Unternehmen prägen die Schüler **Kreativität**, Begeisterung und **Selbstvertrauen** aus, lernen **Teamfähigkeit**, zeigen größere Bereitschaft zur Übernahme von **Verantwortung** und entwickeln **Eigeninitiative**.

Die Sachverständigengruppe hat einige wesentliche Faktoren für die wirksame und erfolgreiche Einführung von Schülerfirmenprogrammen bestimmt. **Vorbildliche Verfahren** betonen Aspekte wie z.B. Teamarbeit und die Freiheit der Schüler zur Entwicklung eigener Ideen. Weitere wichtige Elemente erfolgreicher Schülerfirmenprogramme sind die Entwicklung von Verbindungen zur Wirtschaft und zur örtlichen Gemeinde sowie die Verfügbarkeit von **Mentoren und Beratern aus der Wirtschaft**.

Nach wie vor beteiligt sich jedoch nur eine Minderheit der Schüler an den Schülerfirmenprogrammen. Im Schuljahr 2003/04 wurde der Anteil der in diese Programme einbezogenen Schüler der Sekundarstufe insgesamt auf unter 1 % geschätzt. Nur in 5 Ländern wurde von einem Anteil von über 2 % ausgegangen. **Trotzdem nehmen in EU-25 und in Norwegen jährlich mindestens 200 000 Schüler der Sekundarstufe an diesen Programmen teil.** Informationen zur Beteiligung **nach Geschlecht** zeigen eine gute Balance zwischen Schülern und Schülerinnen. Hinsichtlich der Anzahl der Schulen, die diese Programme anbieten, ist festzustellen, dass in den meisten Ländern der Anteil der an diesen Programmen beteiligten **weiterführenden Schulen** bei **weniger als 15 %** liegt. Dieser Prozentanteil sollte gesteigert werden.

Der zunehmende Erfolg der Schülerfirmen-Methode ist auf folgende Faktoren zurückzuführen:

- die starke **Verbindung mit Unternehmen** und mit der örtlichen Gemeinde und die Einbeziehung des privaten Sektors,
- die **Flexibilität** und **Anpassungsfähigkeit** dieser Programme an unterschiedliche Bildungstypen sowie an unterschiedliche örtliche Gegebenheiten,
- die sich bei den Schülern entwickelnde **Begeisterung** und **Motivation** (selbst bei Schülern, die in den herkömmlichen Fächern weniger motiviert sind) und
- das Potenzial an **Kreativität, Initiative und Innovation**, das diese Aktivitäten bei Jugendlichen freisetzen können.

Diese Programme können **auf allen Ausbildungsebenen** und **in allen Schulformen** durchgeführt werden: in allgemein bildenden weiterführenden Schulen ebenso wie in berufsbildenden Schulen. In fast allen Ländern beteiligt sich allerdings die große Mehrheit der Schüler während der **Sekundarstufe 2** an diesen Aktivitäten. Schülerfirmenprogramme werden sowohl im Rahmen des Lehrplans und während der **üblichen Unterrichtszeiten** als auch **im Anschluss an den Unterricht** und als **außerschulische** Aktivitäten angeboten.

Häufig werden die Aktivitäten in der Schule ergänzt durch **zusätzliche** Arbeit, und die Schüler investieren zum Teil ihre Freizeit für ihre Unternehmertätigkeit (Produktentwicklung, Kontakte mit Lieferanten und Kunden, Verkauf usw.). Diese Methode beruht in erheblichem Umfang auf der Begeisterung und dem Einsatz von Schülern und Lehrkräften.

Wenngleich im Allgemeinen grundlegende **Bewertungsinstrumente** wie z.B. das Einholen von Rückmeldungen von Schülern und Lehrkräften genutzt werden, müssen für die Schulen und für die Förderer von Schülerfirmen bessere Möglichkeiten zur Überprüfung und **Bewertung** der Programme geschaffen werden, an denen diese beteiligt sind.

Bislang wurden in Europa **noch keine hinreichenden Untersuchungen** hinsichtlich der Auswirkungen einer Beteiligung an den Schülerfirmenprogrammen auf die künftige Karriere der Schüler durchgeführt. Die begrenzten verfügbaren Belege lassen jedoch darauf schließen, dass diese Programme den **Unternehmergeist** bei Jugendlichen **spürbar fördern**. Eine in Norwegen durchgeführte Erhebung z.B. zeigt, dass etwa 20 % der Befragten im Alter von 25 bis 34 Jahren, die an einem dieser Programme teilgenommen haben, ihr eigenes Unternehmen gegründet haben. Außerdem scheinen diese Programme positive Auswirkungen auch auf die angestrebte **Gleichstellung der Geschlechter** zu haben.

Nur in wenigen Ländern werden Schülerfirmenprogramme im **nationalen Lehrplan** offiziell anerkannt oder als Wahlfach empfohlen; dies scheint in den berufsbildenden Schulen häufiger der Fall zu sein als in allgemein bildenden weiterführenden Schulen.

Insgesamt scheinen die Schulen in allen Ländern **hinreichende Eigenständigkeit und Freiheit** zu besitzen, um im Rahmen ihrer Lehrpläne oder als außerplanmäßige Aktivität Schülerfirmenprogramme anbieten zu können. Ein Hindernis stellt die **Befürchtung von Schulen und Lehrkräften** dar, persönlich einstehen zu müssen, wenn die Programme von den Bildungsbehörden nicht unterstützt, nicht anerkannt oder nicht empfohlen werden. Die Einbeziehung von Schülerfirmenprogrammen als **Wahlfach** im nationalen oder regionalen Lehrplan hat sich positiv auf die Verbreitung und den Erfolg der Programme ausgewirkt, indem z.B. die Motivation der Lehrkräfte gesteigert werden konnte.

Diese Aktivitäten erfordern von den Lehrkräften nicht nur besondere Kenntnisse, sondern auch andere Unterrichtsmethoden. Dies wiederum setzt eine besondere Ausbildung voraus. Häufig muss ein bestimmter **zusätzlicher Zeitaufwand** investiert und gewisse **Arbeit** außerhalb der Schule geleistet werden, insbesondere bei Schülerfirmen, die echte Produkte oder Dienstleistungen zum Gegenstand haben. Die zusätzliche Arbeit von Lehrkräften über den normalen Schulbetrieb hinaus wird vielfach weder anerkannt noch honoriert; dies hält die Lehrkräfte davon ab, sich bei diesen Aktivitäten zu engagieren.

Meistens werden Schülerfirmenprogramme weniger vom Bildungssystem an sich als vielmehr **von externen Akteuren vorangetrieben und organisiert** (z.B. von NRO); allerdings beziehen die externen Akteure gelegentlich erhebliche Unterstützung aus dem öffentlichen Sektor. Aus diesem Grund sowie weil diese Aktivitäten manchmal auch außerhalb des schulspezifischen Lehrplans durchgeführt werden, sind diese Programme im Allgemeinen durch einen **Mangel an finanziellen Mitteln** gekennzeichnet.

Die Aktivitäten beruhen auf einer **nachhaltigen Einbeziehung des privaten Sektors** durch Finanzierungen oder durch Sachleistungen.

In den meisten Ländern werden Schülerfirmenprogramme in gewissem Umfang **von den öffentlichen Stellen unterstützt** (finanziell oder auf sonstige Weise). In manchen Ländern stammen die **finanziellen Mittel** für die Organisation dieser Programme sogar vorwiegend aus dem öffentlichen Sektor. Die Unterstützung durch öffentliche Stellen wird jedoch häufig als unzureichend für die Sicherstellung einer anhaltenden und starken Präsenz von Schülerfirmen-Methoden in den Bildungssystemen empfunden. Außerdem erfolgt die Unterstützung vielfach nicht systematisch, sondern eher projektbezogen und ermutigt entsprechend nicht zu langfristigen Planungen.

Sonstige Formen der Unterstützung bestehen in der offiziellen **Anerkennung** oder **Befürwortung** durch die Bildungsbehörden, der Einbeziehung als empfohlenes Wahlfach in die Rahmenvereinbarungen für **Lehrpläne** auf nationaler (oder regionaler) Ebene, der regulären **Zusammenarbeit** mit Förderern (z.B. NRO) und der aktiven **Werbung** bei Lehrkräften und in den Schulen.

Nur in wenigen Ländern haben die öffentlichen Stellen eine strukturierte **Zusammenarbeit mit NRO** entwickelt, die für die Organisation von Schülerfirmenprogrammen zuständig sind. Auch die aktive **Werbung** seitens der öffentlichen Stellen bei Lehrkräften und in den Schulen kann eine sehr wichtige Rolle bei der Verbreitung dieser Programme spielen. Verschiedentlich sendet das Bildungsministerium Einladungsschreiben und

Informationsmaterial an die Schulleiter, um die Schulleiter zur Beteiligung an den Programmen zu motivieren. Die Werbemaßnahmen erfolgen in den meisten Ländern nur gelegentlich oder nicht intensiv und systematisch genug.

In manchen Ländern stellen sich infolge der unklaren **rechtlichen** und **administrativen Bedingungen** (z.B. hinsichtlich der Besteuerung von Schülerfirmen oder der Möglichkeiten der Schüler zur Interaktion mit echten Unternehmen) erhebliche praktische Probleme bei der Organisation der Schülerfirmenprogramme. In anderen Fällen wurde ein spezifischer **rechtlicher Rahmen** für Schülerfirmen entwickelt, oder es wurden **Vereinbarungen** zwischen Organisationen, die sich in der Förderung von Schülerfirmen engagieren, und den Finanzbehörden getroffen.

Ohne der Wirksamkeit anderer pädagogischer Instrumente Abbruch zu tun, kann doch bekräftigt werden, dass **diese Programme im Rahmen einer jeden Strategie zur Anregung unternehmerischer Initiative und Kompetenzen eine wichtige Möglichkeit darstellen**, da sie auf dem Prinzip des Lernens durch praktisches Tun („*Learning by Doing*“) beruhen.

Außerdem können diese Programme ein wichtiges Instrument der **regionalen Entwicklungspolitik** sein. Insbesondere in weniger entwickelten oder isolierteren Regionen können die Aktivitäten positive Auswirkungen dahingehend haben, dass durch die Knüpfung direkter Kontakte mit der örtlichen Gemeinde die Anzahl der Schulabgänger wächst, die in der betreffenden Region bleiben.

Zurzeit bestehen die **wesentlichen Hindernisse** für eine stärkere Umsetzung der Programme in der unzureichenden Anerkennung, dem Fehlen einer nachvollziehbaren Funktion im Lehrplan, der mangelnden Motivation und der fehlenden gezielten Schulung der Lehrkräfte, der unzureichenden Werbung seitens der öffentlichen Stellen in den Schulen und dem Mangel an Finanzmitteln in einem Umfang, der eine langfristige Planung ermöglichen und die angestrebte Nachhaltigkeit sicherstellen würde.

Die Verbreitung und die Übernahme der Aktivitäten in Verbindung mit Schülerfirmen sollte erhöht werden, um **allen potenziell interessierten Schülern Zugang** zu diesen Programmen zu ermöglichen.

Vorgeschlagen wird eine Reihe von **Empfehlungen** an alle beteiligten Akteure betreffend die möglichst wirksame Umsetzung dieser Methoden sowie die Präsenz der Methoden in den Bildungssystemen und die Übernahme der Methoden durch Schulen und Schüler.

Im Hinblick auf Bedenken der **öffentlichen Stellen** werden folgende Maßnahmen empfohlen:

- Entwicklung einer **Gesamtstrategie** für Bildungsmaßnahmen für unternehmerische Initiative in den Schulen; im Rahmen dieser Strategie sollten Schülerfirmenprogramme als ein wichtiges Angebot im bestehenden Lehrplan hervorgehoben werden;
- Begründung einer regelmäßigen **Zusammenarbeit** verschiedener Ministerien, Wirtschaftsverbände, Nichtregierungsorganisationen, Bildungseinrichtungen und Kommunen mit dem Ziel der weiteren Förderung von Aktivitäten auf der Grundlage der Schülerfirmen-Methode;
- Zusammenarbeit insbesondere mit den **Einrichtungen** (z.B. NRO), die diese Programme allgemein verbreiten, und Einbeziehung dieser Einrichtungen in die einzelstaatlichen Pläne für Bildungsmaßnahmen für unternehmerische Initiative;

- **Unterstützung** und **aktive Bewerbung** von Aktivitäten in Verbindung mit Schülerfirmen bei Schulen, Schulleitern und Lehrkräften;
- Abbau **rechtlicher und administrativer Hindernisse** für die Konzeption und Gründung von Schülerfirmen.

Die **Schulen** werden aufgefordert, sich diesen Programmen anzuschließen, da den meisten durch die Beteiligung an einer Schülerfirma zu erwerbenden Kompetenzen insofern eine **fächerübergreifende Dimension** zukommt, als sowohl Querschnittskompetenzen und soziale Kompetenzen als auch grundlegende unternehmerische Fähigkeiten entwickelt werden. Die Arbeit in einer Schülerfirma erfüllt viele der auch in anderen Fächern gesetzten Ziele und Lerninhalte und stellt in dieser Hinsicht einen Vorteil für alle Fächer dar.

**Wirtschaftsverbände und Unternehmen** werden ermutigt, sich im Rahmen der sozialen Verantwortung in Unternehmen an diesen Programmen zu beteiligen. Die Unterstützung kann finanziell oder in Form von Sachleistungen erfolgen (u.a. durch die Bereitstellung von Beratern und Mentoren für Schülerfirmen). Die Vorteile für die Unternehmen würden in der Möglichkeit der Gewinnung motivierter Jugendlicher mit unmittelbarer Unternehmenserfahrung und mit einer ganzen Palette an Kompetenzen in Verbindung mit der Entwicklung von Kreativität, unternehmerischer Initiative und Innovationen bestehen.

Eine weitere Förderung dieser Programme wird dann möglich, wenn eine **Zusammenarbeit** zwischen den verschiedenen Abteilungen der öffentlichen Verwaltungen, den örtlichen Stellen, den Wirtschaftsverbänden, den NRO und den Schulen organisiert werden kann.

## 1. Einleitung

### 1.1. Hintergrund

Es wird anerkannt, dass unternehmerische Initiative eine wesentliche Triebfeder für Innovation, Wettbewerbsfähigkeit und Wachstum ist. Europa braucht eine ausgeprägtere **Unternehmerkultur**. Gemäß den Schlussfolgerungen des Rates von Lissabon im Jahre 2000, in denen unternehmerische Initiative als eine der durch lebenslanges Lernen zu erwerbenden neuen grundlegenden Kompetenzen bezeichnet wird, stehen die Förderung unternehmerischen Denkens und unternehmerischer Kompetenzen in unserer Gesellschaft durch entsprechende Ausbildung auf allen Ebenen im Zentrum der politischen Tagesordnung der EU. Die Rolle der Schulen und Universitäten bei der Förderung unternehmerischen Denkens bei Jugendlichen sowie bei der Erschließung der entsprechenden Kompetenzen wurde z.B. von der Europäischen Charta für Kleinunternehmen<sup>1</sup> sowie durch die Mitteilung zum Aktionsplan „Europäische Agenda für unternehmerische Initiative“<sup>2</sup> unterstrichen.

Dass Schüler lernen, ein Unternehmen zu führen, ist jedoch nur ein Aspekt. Unternehmerische Initiative sollte vielmehr in einem umfassenderen Sinne verstanden werden. Unternehmerische Kompetenzen und unternehmerisches Denken erschließen der gesamten Gesellschaft Vorteile über die Bedeutung für die eigentliche Unternehmertätigkeit hinaus. Unternehmerische Initiative trägt auch zur Persönlichkeitsbildung bei. Mit dem Erwerb unternehmerischer Kompetenzen werden auch **persönliche Merkmale** wie z.B. **Kreativität, Initiative und Verantwortung** entwickelt, die überall im Leben und in jeder Beschäftigungssituation hilfreich sein werden.

Im Jahre 2002 wurde in einem **Bericht** der Kommission im Rahmen des *Best-Projekts* zu Unterrichts- und Ausbildungsinhalten für unternehmerische Initiative<sup>3</sup> **festgestellt**, dass zurzeit zwar auf allen Ebenen zahlreiche Aktivitäten zur Förderung unternehmerischer Initiative entwickelt werden; diese Aktivitäten sind vielfach jedoch weder in den Lehrplan integriert noch Bestandteil einer kohärenten Rahmenvereinbarung. Infolge dieser Tatsache haben die meisten Schüler noch keine Gelegenheit, sich an Kursen und Programmen zur Förderung unternehmerischer Initiative zu beteiligen.

In diesem Zusammenhang wurde von einzelstaatlichen Sachverständigen eine konkrete **Definition des Begriffs Bildungsmaßnahmen für unternehmerische Initiative** vorgeschlagen und als Bezugsdefinition auf europäischer Ebene eingebracht. Diese Definition bezieht sich auf die verschiedenen Ausbildungsstufen und erläutert die typischerweise in den verschiedenen Stufen des Bildungswegs zu verfolgenden Zielsetzungen. Breiter Konsens bestand hinsichtlich der Bedeutung der Einbeziehung zweier komplementärer Elemente:

- eines allgemeineren Konzepts für die Gestaltung von **Bildungsmaßnahmen für unternehmerische Initiative**, das mit der Ausprägung bestimmter Persönlichkeitsmerkmale einhergeht und nicht unmittelbar auf die Gründung neuer Unternehmen angelegt ist, und
- eines spezifischeren Konzepts zur **Vermittlung von Kompetenzen zur Gründung und Führung eines Unternehmens**.

---

<sup>1</sup> [http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise\\_policy/charter/index.htm](http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise_policy/charter/index.htm)

<sup>2</sup> Aktionsplan: *Europäische Agenda für unternehmerische Initiative*, Europäische Kommission, KOM (2004) 70 endgültig, 11.02.2004.

<sup>3</sup> Abschlussbericht der Sachverständigengruppe für das Best-Projekt zu Unterrichts- und Ausbildungsinhalten für unternehmerische Initiative; Abschlussbericht der Sachverständigengruppe, November 2002.

Auch das *Best-Projekt* anerkennt Aktivitäten in Verbindung mit in Schulen geführten **Mini-Unternehmen** als besonders wirksame Methode zur Förderung unternehmerischen Denkens.

Auf dieser Grundlage konzentrierte sich ein Folgeprojekt<sup>4</sup> bei der Bestimmung **politischer Maßnahmen und Strategien**, die Fortschritte in diesem Bereich ermöglichen würden, insbesondere auf den Primar- und den Sekundarbereich. In den Schlussfolgerungen wird empfohlen, dass **Schülerfirmenprogramme** von den Bildungsbehörden anerkannt und besser in die Lehrpläne integriert werden.

Schließlich wurde im Februar 2004 ein **Aktionsplan zur Förderung der unternehmerischen Initiative**<sup>5</sup> angenommen. Der Aktionsplan schlägt horizontale Maßnahmen für die Kommission und für die Mitgliedstaaten zur Schaffung eines günstigen Umfelds für Maßnahmen zur Förderung unternehmerischer Initiative vor und konzentriert sich auf fünf strategische Maßnahmenbereiche; einer dieser Bereiche besteht in der „Förderung der unternehmerischen Mentalität“. Der Bericht wurde im Rahmen der Leitaktion Nr. 1 dieses Aktionsplans erstellt.

Beim Lehren unternehmerischer Initiative muss theoretischen Inhalten in ausgewogenem Maße eine starke **praktische Komponente** gegenüberstehen: Lernprozesse im Zusammenhang mit unternehmerischer Initiative erfolgen am besten durch praktische Ausübung unternehmerischer Tätigkeit.

Pläne, nach denen Schüler **Mini-Unternehmen** in der Schule gründen und führen, können insbesondere im Sekundarbereich sehr wirksam zur Entwicklung unternehmerischen Denkens und unternehmerischer Kompetenzen beitragen. Ziel der **Schülerfirmen** ist die Entwicklung echter wirtschaftlicher Aktivität bzw. die wirklichkeitsnahe Nachbildung der Abläufe in echten Unternehmen. Wenngleich die Abläufe in einer geschützten Umgebung und unter pädagogischen Aspekten erfolgen, werden in Schülerfirmen doch häufig echte Produkte hergestellt und verkauft bzw. echte Dienstleistungen erbracht. Durch die Beteiligung an diesen Programmen lernen die Schüler, in einem Team zu arbeiten und ihre kommunikativen Fähigkeiten zu verbessern sowie Begeisterung, Selbstvertrauen, größere Verantwortungsbereitschaft und stärkere Eigeninitiative zu entwickeln.

In einer Reihe von europäischen Ländern leisten diese Programme bereits einen wichtigen Beitrag zur Förderung unternehmerischer Initiative in den Schulen. Die entsprechenden Aktivitäten sollten jedoch weiter in die Bildungssysteme integriert und auf breiterer Basis zugänglich gemacht werden. Außerdem muss weiter untersucht werden, wie sich die Aktivitäten letztlich auf die Schüler sowie auf die gesamte Gesellschaft auswirken.

## 1.2. Zielsetzungen und Methode

Dieses europäische Projekt wurde im Rahmen des Aktionsplans für unternehmerische Initiative, Leitaktion 1 „Förderung unternehmerischer Mentalität durch Schulbildung“ als „*Best-Verfahren*“ entwickelt.

Das „*Best-Verfahren*“ wurde (gemäß einem Auftrag des Rates von Lissabon) eingerichtet, um den Austausch vorbildlicher Verfahren zu fördern und um Synergien zwischen

---

<sup>4</sup> Fortschritte bei der Förderung unternehmerischer Grundeinstellungen und Kompetenzen in der Primar- und Sekundarschulbildung; Abschlussbericht der Sachverständigengruppe, März 2004.

<sup>5</sup> Aktionsplan: *Europäische Agenda für unternehmerische Initiative*, Europäische Kommission, KOM (2004) 70 endgültig, 11.02.2004.

entsprechenden bestehenden Prozessen zu erschließen. Das gemeinsame Merkmal der Best-Projekte besteht in der Analyse von für die Kommission und für die einzelstaatlichen Verwaltungen wichtigen Fragen, um die Art dieser Fragen und die zu leistenden Anstrengungen besser verstehen und vorbildliche Verfahren bestimmen zu können.

Letztlich besteht das Ziel des gesamten Prozesses darin, politische Veränderungen in den Mitgliedstaaten und in den sonstigen teilnehmenden Ländern zu fördern; wesentlich für diese Methode ist entsprechend auch, dass die Projekte gemeinsam von der Kommission und von den jeweiligen einzelstaatlichen Verwaltungen durchgeführt werden.

Dieses Projekt beruht auf den Schlussfolgerungen des *Best*-Projekts zu Unterrichts- und Ausbildungsinhalten für unternehmerische Initiative sowie auf den Schlussfolgerungen des Folgeprojektes und soll zur weiteren Untersuchung einer Methode beitragen, die eine wesentliche Rolle bei der Verbreitung unternehmerischen Denkens bei Jugendlichen spielt.

Diese Aktivität hatte die folgenden wesentlichen **Zielsetzungen**:

- Erstellen einer Übersicht über die verschiedenen Methoden und die Anbieter der entsprechenden Programme,
- Vermitteln konkreter Beispiele für Schülerfirmenprogramme und Aufzeigen von Möglichkeiten zur erfolgreichen Umsetzung dieser Programme,
- Bestimmen von Erfolgsfaktoren sowie von möglichen Hindernissen und Schwierigkeiten,
- Hervorheben guter Verfahren bei der Förderung dieser Aktivitäten (d.h. Unterstützung von staatlichen oder kommunalen Verwaltungen),
- Sammeln von Informationen zur Bewertung der Verbreitung von Schülerfirmen im Sekundarbereich (z.B. Anzahl der teilnehmenden Schulen und Schüler) und
- Vorschlagen einer Strategie sowie maßgeblicher politischer Maßnahmen zur besseren Umsetzung dieser Programme.

Durch diese Aktivität konnten verschiedene Programme in ganz Europa bestimmt und mögliche Stärken und Schwächen erkannt werden. Ein weiterer wichtiger Effekt des Berichts müsste darin bestehen, dass diese Methoden stärker ins Bewusstsein gerückt werden. In diesem Sinne würden in erster Linie Schulen und Ministerien (Wirtschaft / Industrie und Bildung) von diesem Projekt profitieren. Die Aktion müsste sich deutlich auf die begleitende Politik sowie auf Entscheidungsprozesse auf den verschiedenen für den Sekundarbereich maßgeblichen Ebenen auswirken.

Die Aktion stand den EU-Mitgliedstaaten, den Kandidatenländern und den EFTA-/EWR-Ländern offen. Ergänzend zu den 21 EU-Mitgliedstaaten haben auch Rumänien, die Türkei und Norwegen beschlossen, sich an dieser Aktivität zu beteiligen.

Zur Umsetzung des Projektes wurde eine **Sachverständigengruppe** eingerichtet. Die einzelstaatlichen Regierungen wurden jeweils aufgefordert, einen Sachverständigen zu benennen. Die Vertreter einiger der wichtigsten internationalen Netze zur Förderung dieser Programme wurden ebenfalls zur Beteiligung eingeladen. (*Die Liste aller Sachverständigen finden Sie am Anfang dieses Dokuments.*)

Die Aufgaben der Gruppe bestanden in der Bündelung der erforderlichen Erfahrung, in der Bereitstellung von Informationen und Daten zu bestehenden Programmen und schließlich in



der Sicherstellung der Zusammenarbeit und der aktiven Beteiligung der einzelstaatlichen Verwaltungen der teilnehmenden Länder.

Die Sachverständigen wurden gebeten, sowohl qualitative Informationen (Bestimmung der verschiedenen Anbieter und Programme sowie Beispiele guter Verfahren usw.) als auch quantitative Daten (z.B. Anzahl der Schulen, in denen diese Programme genutzt werden, sowie Anzahl der teilnehmenden Schüler) einzubringen.

### 1.3. Definition des Begriffs Schülerfirma

In dieser Erhebung wurden Methoden ausgehend von **praktischen Erfahrungen** und **Interaktionsprozessen** untersucht. Gegenstand der Untersuchungen waren sowohl Schülerfirmen, die echte Produkte oder Dienstleistungen verkaufen, als auch virtuelle Unternehmen oder Übungsfirmen (bei hinreichend wirklichkeitsnaher Simulation und Erfüllung bestimmter Kriterien). Auf virtuelle Ergebnisse beschränkte schulische und außerschulische Programme (d.h. Computersimulationen), die nicht durch Teamwork und Interaktion unterstützt und integriert werden), wurden daher nicht berücksichtigt.

Entsprechend bestand eine der ersten Aufgaben der Sachverständigengruppe darin, sich auf eine Reihe von Kriterien zu verständigen, die definieren, ob ein Programm oder eine Methode in die Untersuchungen einbezogen werden sollte.

Als Maßstab wurden die folgende **Definition** und die nachstehenden **Kriterien** zugrunde gelegt:

**Schülerfirmen sind ein pädagogisches Instrument, das auf praktischen Erfahrungen mit der Durchführung eines in sich geschlossenen Unternehmensprojektes im Zusammenwirken mit einem äußeren Umfeld (d.h. der Wirtschaft oder der örtlichen Gemeinde) aufbaut.**

*Kriterien für die Entscheidung, ob ein Programm die vorstehende Definition erfüllt:*

- A. Die Schüler entwickeln eine **echte wirtschaftliche Aktivität**, indem sie – wenngleich in einer geschützten Umgebung und im Interesse eines pädagogischen Zwecks – ihr eigenes Unternehmen führen, d.h. Schülerfirmen erzeugen echte Produkte bzw. erbringen echte Dienstleistungen und / oder verkaufen die Produkte bzw. Dienstleistungen.

*Oder:*

- B. Im Falle der **Simulation** einer wirtschaftlichen Aktivität (virtuelle Unternehmen oder Übungsfirmen):

- 1) Die Schüler arbeiten innerhalb der Organisationsstruktur eines fiktiven Unternehmens unter Nachbildung der Funktionen, Prozesse und Zielsetzungen eines echten Unternehmens in einem Team an einem Unternehmensprojekt und sind für sämtliche Bereiche der Führung des simulierten Unternehmens verantwortlich.

*Und:*<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Beide Bedingungen müssen erfüllt sein.

- 2) Die Interaktion außerhalb der Schulumgebung ist sichergestellt. Die Schüler führen ihre Aufgaben im Kontakt mit echten Unternehmen oder unter direkter Aufsicht durch Fachleute aus der Wirtschaft (als Mentoren usw.) oder in Verbindung mit der örtlichen Gemeinde aus.

**In diesem Bericht werden die Begriffe „Schülerfirma“ und „Mini-Unternehmen“ synonym verwendet; beide Begriffe beziehen sich auf Unternehmen, die echte Produkte erzeugen bzw. echte Dienstleistungen erbringen und verkaufen, sowie auf virtuelle Unternehmen oder Übungsfirmen, welche die genannten Kriterien erfüllen.**

## 2. Programme

### 2.1. Grundlegende Merkmale von Schülerfirmenprogrammen

Das Ziel einer Schülerfirma besteht in der Entwicklung einer echten wirtschaftlichen Aktivität in kleinem Maßstab oder in der wirklichkeitsnahen Simulation einer wirtschaftlichen Aktivität. Entsprechend werden in dieser Übersicht sowohl reale als auch virtuelle Schülerfirmen<sup>7</sup> berücksichtigt, wenn bestimmte Kriterien (siehe vorstehender *Abschnitt 1.3.*) erfüllt sind.

Im ersten Fall werden die Schülerfirmen in einer geschützten Umgebung und aus pädagogischen Gründen geführt; in den Firmen werden echte Produkte **hergestellt** bzw. echte Dienstleistungen **erbracht und verkauft**. Die Schüler entscheiden selbst über das betreffende Produkt oder die betreffende Dienstleistung, wählen eigene Geschäftsführer und beschaffen das benötigte Kapital. Nach der Erstellung eines Businessplans und der Fertigstellung ihrer Vermarktungsstrategie erzeugen oder bestellen sie das nach ihren Vorgaben gefertigte Produkt. Das Unternehmen muss die für den Einkauf von Ausgangserzeugnissen und für die Lagerhaltung erforderliche Finanzierung selbst planen. Die Schüler verkaufen Ihre Produkte oder Dienstleistungen in der Schule oder außerhalb des Schulbereichs und führen Buch über ihr Unternehmen. Am Jahresende wird das Unternehmen aufgelöst, und die Schüler legen einen Bericht vor.

Im zweiten Fall sind die Mini-Unternehmen **simulierte Unternehmen**, in denen die Abläufe in echten Unternehmen sowie die entsprechenden Herausforderungen nachgebildet werden. In diesem Fall können sehr verschiedene Methoden zugrunde gelegt werden, da auch bei der Simulation unterschiedliche Konzepte verfolgt werden können. Die Aktivitäten können auf einem Software-Tool beruhen (z.B. auf dem Programm „*Managing Firm*“ in **Polen**) und vorwiegend auf einem Computer ausgeführt werden (z.B. als unternehmensbezogene Spiel-Software). Selbst wenn sich die Aktivitäten aber auf Computersimulationen konzentrieren, sollte Voraussetzung sein, dass die Schüler in einem Team arbeiten und dass eine gewisse Interaktion in der Schule und im außerschulischen Bereich mit Lehrkräften, Mentoren, Fachleuten aus der Wirtschaft oder mit der örtlichen Gemeinde im Allgemeinen erfolgt. Mit anderen Worten: Ein reines Computerspiel sollte also nicht als Schülerfirma behandelt werden. Ein weiterer Ansatz, der sich etwas näher an der Realität befindet und entsprechend – zumindest in allgemeiner Hinsicht – vorzuziehen ist, besteht in der Gründung eines fiktiven Unternehmens, dessen Abläufe weit über den Rahmen einer Computer-Software hinaus reichen, z.B. indem den Schülern ein konkreter Raum (ein Büroraum) mit den erforderlichen Einrichtungen zur Verfügung gestellt wird, in dem die Abläufe innerhalb des Unternehmens (d.h. alle für ein reales Unternehmen typischen betrieblichen und administrativen Abläufe) nachgebildet werden. Wie ein reales Unternehmen umfasst auch das fiktive Unternehmen verschiedene Abteilungen (Marketing, Vertrieb, Buchhaltung, Logistik usw.), und die Schüler übernehmen sämtliche Leitungsfunktionen. Entsprechend besteht der Hauptunterschied zwischen einem virtuellen Unternehmen und einer realen Schülerfirma darin, dass im virtuellen Unternehmen keine Produkte hergestellt werden und kein echtes Geld umgesetzt wird. Virtuelle Unternehmen können Partnerschaften mit echten Unternehmen begründen und echte Unternehmen als Modell für ihre Geschäftstätigkeit annehmen (z.B. Übungsfirmen in **Finnland, Ungarn, Österreich** und **Polen**); gelegentlich können sogar echte

---

<sup>7</sup> Wie bereits im vorherigen Abschnitt dargestellt, werden in diesem Bericht die Begriffe „Schülerfirma“ und „Mini-Unternehmen“ synonym verwendet; beide Begriffe beziehen sich sowohl auf Unternehmen, die echte Produkte erzeugen bzw. echte Dienstleistungen erbringen und verkaufen, als auch auf virtuelle Unternehmen oder Übungsfirmen, die die genannten Kriterien erfüllen.

Unternehmensfunktionen unter Einbeziehung der Produkte des Partnerunternehmens (**Finnland**) ausgeführt werden.

In der Regel beträgt die **Dauer** dieser Programme ein Schuljahr (9-10 Monate), wenngleich auch Programme mit einer Dauer von 4 bis 5 Monaten (z.B. in **Estland** und in **Litauen**) oder sogar von nur wenigen Wochen (z.B. in **Ungarn**) vorkommen.

**Ein Schuljahr** scheint der geeignete Zeitraum für die Untersuchung der komplexen Welt der Führung eines Unternehmens und zum Durchlaufen des gesamten Zyklus eines Unternehmens (von der Entwicklung der Geschäftsidee über die praktische Umsetzung bis hin zum Verkauf und zur Erzielung von Gewinnen) zu sein; in manchen Ländern werden Schülerfirmenprogramme für kürzere Zeiträume und als „intensivere“ Variante angeboten (z.B. 8-12 Wochen in **Irland** mit den Programmen „*Get up and Go*“ und „*Blast:Beat*“); diese Programme können leichter im Rahmen eines Schuljahres untergebracht oder innerhalb eines Schuljahres sogar zweimal durchgeführt werden, um mehr Schüler zu erreichen. Gelegentlich kommen auch noch kürzere Programme mit einer Dauer von einer Woche oder sogar nur einem Tag vor (z.B. das „*EBP*“-Programm im **UK**), in der großen Mehrheit der Schülerfirmen-Methoden stellen diese Programme jedoch eine Minderheit dar: Die starke zeitliche Beschränkung verhindert sicher, dass die Schüler unternehmerische Erfahrungen in allen Facetten erlangen. Trotzdem können diese Aktivitäten insofern hilfreich sein, als sie den Schülern einen ersten Eindruck von der Führung eines Unternehmensprojektes vermitteln und bei den Schülern ein entsprechendes Bewusstsein wecken.

In der Regel finden die Aktivitäten in der Schule ein- oder zweimal wöchentlich in Unterrichtseinheiten von 1 bis 2 Stunden (und insgesamt gewöhnlich 2 bis 5 Wochenstunden) statt. Die Aktivitäten in der Schule können durch **zusätzlichen Zeitaufwand** oder **außerschulisches** Engagement ergänzt werden, und die Schüler verwenden insbesondere wenn die geführten Unternehmen echte Produkte herstellen oder Dienstleistungen anbieten, teilweise ihre Freizeit auf die Gestaltung ihrer Unternehmenstätigkeit (Produktentwicklung, Knüpfen von Kontakten mit Lieferanten und Kunden, Vertrieb usw.). Diese Methode beruht in erheblichem Umfang auf der Begeisterung und dem Einsatz von Schülern und Lehrkräften.

In manchen Fällen finden Aktivitäten vollständig außerhalb der normalen Unterrichtszeiten und auf freiwilliger Basis statt. Die Schüler kommen nach Unterrichtschluss zusammen; aber auch in diesem Fall werden sie von einer Lehrkraft oder einem Berater aus der Wirtschaft unterstützt. Einige Programme bieten sowohl ein „schulinternes“ als auch ein „außerschulisches“ Modell an (z.B. das Programm „*Mini-entreprise*“ in **Belgien**).

Die Programme können erwiesenermaßen in **allen Schulformen** eingesetzt werden: in allgemein bildenden weiterführenden Schulen ebenso wie in der Berufsausbildung oder in Wirtschafts- oder Handelsfachschulen. Die entsprechenden Aktivitäten können in der Freizeit oder als Programm im Rahmen des Unterrichts durchgeführt werden. Maßgeblich sind nur die Struktur des einzelstaatlichen Bildungssystems sowie letztlich die Entscheidung der einzelnen Schule.

Den **Lehrkräften** kommt bei diesen Programmen eine **Betreuerfunktion** zu. Sie überzeugen die Schüler nicht von ihren Ideen, sondern beschränken sich darauf, die Schüler zu unterstützen und zu beraten. Die Schüler sollten ihre eigenen Ideen entwickeln können und in vollem Umfang für die Aktivitäten ihrer Mini-Unternehmen verantwortlich sein. Die Lehrkraft fungiert entsprechend als Tutor, dessen Eingreifen in den Entscheidungsprozess der Gruppe sich auf ein Mindestmaß beschränkt. Dieser Methodentyp setzt auf Lernen durch unmittelbare Erfahrung: Es wird davon ausgegangen, dass die Schüler Fehler machen und selbst erfahren, wie sich ihre Fehler auswirken.

Einige typische Aufgaben von Lehrkräften bei der Betreuung einer Schülerfirma sind die Unterstützung der Schüler bei der Beschreibung ihres Geschäftsgegenstandes, die Führung der Gruppe in der Anfangsphase, das Eingreifen als Moderator bei Problemen innerhalb der Gruppe usw.

Die grundlegende **Schulung von Lehrkräften** wird im Allgemeinen von Organisationen übernommen, die diese Programme fördern (z.B. durch Einführungstreffen, durch die Bereitstellung von Praxishandbüchern, durch die Organisation von Seminaren und berufsbegleitenden Kursen und durch ständige Beratung). Systematische berufsbegleitende Schulungen für Lehrkräfte sind naturgemäß eher zugänglich und werden von den Bildungsbehörden angeboten, wenn die Programme Bestandteil des bestehenden Lehrplans sind (wie z.B. in **Irland** und in **Österreich**).

In diesen Programmen können **Freiwillige aus der Wirtschaft**, die die Schüler in der Anfangsphase anleiten und in regelmäßiger Verbindung mit der Klasse stehen, sehr wichtig sein (z.B. im „*Junior Achievement Company Programme*“ in **Irland**, im Programm „*Impresa in Azione*“ in **Italien** oder im „*Young Enterprise Company Programme*“ im **Vereinigten Königreich**). Das Programm „*Mini-Öndernemingen*“ in den **Niederlanden** möchte sicherstellen, dass alle Unternehmen mindestens drei Berater haben: einen (früheren) Geschäftsmann, einen Buchhalter und eine Lehrkraft. Die Lehrkräfte in der Schule besitzen im Allgemeinen keine hinreichenden praktischen Kenntnisse und Erfahrungen mit der Führung eines Unternehmens. Lehrkräfte können zwar die Umsetzung der Programme koordinieren und erleichtern und den Schülern bei der Überwindung praktischer Schwierigkeiten helfen; Berater aus der Wirtschaft aber können den Schülern zusätzlich Führungserfahrungen aus erster Hand und aus dem wirklichen Leben vermitteln. Allerdings kann es gelegentlich schwierig sein, freiwillige Berater aus der Wirtschaft zu finden, besonders in weniger entwickelten und stärker isolierten Regionen.

Die Interaktion und Verbindungen mit der **Wirtschaft** oder mit der **örtlichen** Gemeinde sind ganz allgemein ein typisches Merkmal dieser Programme. Gelegentlich kommen den Kommunen die Dienstleistungen von Schülerfirmen zugute (z.B. das Programm „*Summerentrepreneur*“ der Gemeinde Västernorrland in **Schweden** oder das Programm „*Student Learning Company*“ in **Lettland**).

## 2.2. Welche Kompetenzen können durch diese Programme erworben werden?

Bildungsmaßnahmen für unternehmerische Initiative sollten im **weitesten Sinne** verstanden werden. Dies beinhaltet die Entwicklung der für eine Unternehmerpersönlichkeit erforderlichen Merkmale. Die an den Schülerfirmenprogrammen beteiligten Schüler zeichnen sich durch ihre Kreativität, durch Begeisterung und durch Selbstvertrauen aus, lernen mit anderen zusammenzuarbeiten und sind eher bereit, Verantwortung zu übernehmen und Eigeninitiative zu entwickeln. Der Erwerb dieser Kompetenzen und Merkmale trägt dazu bei, die Jugendlichen auf ihre Rolle als eigenständige, aktiv teilnehmende und verantwortliche Mitglieder der Gesellschaft vorzubereiten. Die Schüler, die an Aktivitäten im Rahmen von Schülerfirmenprogrammen teilgenommen haben, sind selbstsicherer, proaktiver und eher in der Lage, sich neuen Produkten, Märkten und Technologien zuzuwenden.

Im Folgenden ist eine detailliertere (wenn auch sicher nicht erschöpfende) Liste der **Merkmale** und **Kompetenzen** zusammengestellt, die die Schüler in der Regel infolge der Teilnahme an Schülerfirmenprogrammen entwickeln oder erwerben. Dabei wird zwischen **sozialen Kompetenzen** oder **Persönlichkeitsmerkmalen** und **unternehmerischen Kompetenzen** unterschieden. Diese Merkmale stehen alle in Verbindung mit

**unternehmerischer Initiative** und tragen zum Erfolg der Schüler in ihrer weiteren Schullaufbahn sowie in ihrem späteren Berufsleben bei.

Soziale Kompetenzen und Persönlichkeitsmerkmale:

- Kreativität,
- Teamfähigkeit,
- Problemlösungskompetenzen,
- Eingehen kalkulierbarer Risiken, Auseinandersetzung mit Risiken,
- kommunikative Fähigkeiten,
- Durchsetzungsfähigkeit,
- Führungsverhalten,
- Fähigkeit zu kritischem Denken,
- Selbstvertrauen,
- Bereitschaft zur Eigeninitiative,
- Bereitschaft zur Übernahme von Verantwortung,
- Selbstständigkeit,
- Bereitschaft zum Treffen von Entscheidungen als Einzelperson und in der Gruppe,
- Fähigkeit zum Zeitmanagement und zur Einhaltung von Terminen,
- Fähigkeit zum Setzen von Zielen,
- Verhandlungskompetenzen,
- Projektmanagementkompetenzen,
- Fähigkeiten zur Nutzung von IKT (Informations- und Kommunikationstechnologien),
- Fähigkeit zur öffentlichen Rede, Präsentationskompetenz,
- Fähigkeit zur Analyse und zur Planung der eigenen Tätigkeit,
- Verbesserung des persönlichen Lernerfolgs und der persönlichen Leistung.

Unternehmerische Kompetenzen:

- Verständnis der Funktionsweise eines Unternehmens sowie der Schaffung von Wohlstand,
- unternehmerisches Denken und Entwicklung von Geschäftsideen,
- Grundlagen der Wirtschaft,
- Erfahrungen mit wesentlichen Funktionen eines Unternehmens,
- Fähigkeit zur Durchführung von Marktforschungen,
- Entwicklung eines Businessplans,
- Unternehmensorganisation und -verwaltung,
- Personalführung,
- Grundkenntnisse in Finanzangelegenheiten,

- Fähigkeit zur Haushaltsplanung und zur Mittelzuweisung,
- Fähigkeit zur Beschaffung von Finanzmitteln durch Beteiligungen, Sponsoren und Kredite,
- Fähigkeit zur Berechnung von Produktkosten und Erträgen,
- Kenntnisse im Bereich der Buchführung,
- Kenntnisse im Bereich des Marketing,
- Fähigkeit zur Bewerbung eines Produkts / einer Dienstleistung,
- Fähigkeit zur Organisation von Ausstellungen und zur Beteiligung an Handelsmessen,
- Kenntnis von Verkaufs- und Einkaufstechniken,
- Kenntnis von Verwaltungsverfahren,
- Verständnis gesundheits- und sicherheitstechnischer Fragen,
- Fähigkeit zum Verfassen von Geschäftsbriefen, zur Führung von Aufzeichnungen und zur Erstellung von Berichten,
- Entwicklung und Pflege von Kontakten zur Wirtschaft und Interaktion mit der örtlichen Gemeinde,
- Fähigkeit zur Leitung von Betriebssitzungen.

### 2.3. Die bestehenden Programme im Überblick

Im Rahmen dieses Projekts wurde eine Übersicht über die Schülerfirmenprogramme im Sekundarbereich erstellt; Grundlage waren die auf einzelstaatlicher Ebene erfassten Informationen sowie die zugrunde gelegte Definition des Begriffs Schülerfirma oder Mini-Unternehmen (*Abschnitt 1.3*). Dabei wurden **82 Programme in ganz Europa ermittelt** (in 24 an der Studie beteiligten Ländern).

Die Übersicht zeigt, dass mehr als die Hälfte dieser Programme (52) von Organisationen gefördert wurden, die sich einem **europäischen Netz**, insbesondere den Netzen *Junior Achievement – Young Enterprise Europe* (26 Programme ) und *EUROPEN* (17 Programme), angeschlossen haben.

Wenngleich die Mitglieder der genannten Netze gemeinsame Ziele verfolgen und auch bestimmte grundlegende methodische Elemente gemein haben, sind auf einzelstaatlicher Ebene **Unterschiede bei der Umsetzung** festzustellen (hinsichtlich der Dauer der Programme und der Schulformen, in denen die Programme angeboten werden, bezüglich der Entscheidung, ob die Programme als schulische oder außerschulische Aktivität durchgeführt werden usw.).

Aus der Übersicht ist ein gewisses Gleichgewicht zwischen Programmen für **Unternehmen, die echte Produkte verkaufen (49)**, und **fiktiven oder virtuellen Unternehmen (33)** erkennbar.

Die **vollständige Liste** der in diesem Projekt ermittelten Schülerfirmenprogramme im Sekundarbereich ist im **Anhang** zusammengestellt. Die Übersicht ist jedoch nicht als erschöpfende Liste sämtlicher Programme in Europa zu betrachten, die das Lernen unternehmerischer Initiative durch praktisches Tun zum Gegenstand haben; vielmehr beinhaltet diese Liste ausschließlich die Aktivitäten, welche die verschiedenen von der Sachverständigengruppe für Schülerfirmen-Methoden definierten Kriterien erfüllen (*siehe*

*Abschnitt 1.3.*). Zudem konnten nicht immer Informationen zu allen maßgeblichen Aktivitäten in den einzelnen Ländern erfasst werden; dies gilt insbesondere für Programme, die sich auf einen sehr lokalen Rahmen oder auf nur wenige bestimmte Schulen beschränken.

## 2.4. Erfolgsfaktoren und Indikatoren vorbildlicher Verfahren

Der wachsende Erfolg der Schülerfirmen-Methoden in Europa ist auf eine Reihe typischer Merkmale für die betreffenden Aktivitäten zurückzuführen, die gleichzeitig die wesentlichen **Stärken** dieser Aktivitäten darstellen:

- die starke **Verbindung mit Unternehmen** und mit der örtlichen Gemeinde und die Einbeziehung des privaten Sektors,
- die **Flexibilität** und **Anpassungsfähigkeit** dieser Programme an unterschiedliche Bildungstypen sowie an unterschiedliche örtliche Gegebenheiten,
- die bei den Schülern entstehende **Begeisterung** und **Motivation** (selbst bei Schülern, die in den herkömmlichen Fächern weniger motiviert sind) und
- das Potenzial an **Kreativität, Initiative und Innovation**, das diese Aktivitäten bei Jugendlichen freisetzen können.

Insbesondere hinsichtlich der Frage, wie diese Methode konkret am besten umgesetzt werden kann, wurde die Sachverständigengruppe gebeten, eine Reihe von **Schlüsselmerkmalen** zu bestimmen, die als wesentliche Faktoren für die Effizienz und den Erfolg bei der Umsetzung von Schülerfirmenprogrammen betrachtet werden können. Diese Merkmale werden bei der Bewertung von auf dieser Methode beruhenden Programmen als Indikatoren für **vorbildliche Verfahren** vorgeschlagen.

Viele der in dieser Untersuchung in Europa ermittelten Programme erfüllten die meisten oder gar alle in der folgenden Tabelle genannten Anforderungen.

Diese Liste beinhaltet keine Elemente in Verbindung mit **externen Rahmenbedingungen**, d.h. keine Elemente in Verbindung mit der Umgebung, in der die Programme durchgeführt werden (z.B. Unterstützung durch öffentliche Stellen, Einbindung in den offiziellen Lehrplan usw.). Diese Elemente werden später in diesem Bericht im Zusammenhang mit den Maßnahmen öffentlicher Stellen berücksichtigt, welche die Erziehung zu unternehmerischer Initiative und die Durchführung von Schülerfirmenprogrammen fördern.

### *Kriterien zur Bestimmung vorbildlicher Verfahren bei der Durchführung von Schülerfirmenprogrammen*

- 1) Das Programm setzt den Schwerpunkt auf **Teamfähigkeit** und auf die Zusammenarbeit zwischen den Schülern. Die Schüler werden vor der tatsächlichen Durchführung des Programms in das Arbeiten in Gruppen eingeführt.
- 2) Die beteiligten Freiwilligen und **Lehrkräfte** sind für die Organisation von Schülerfirmenprogrammen **qualifiziert** oder erhalten eine entsprechende **Schulung**.
- 3) Lehrkräfte und Schüler erhalten **Unterstützung** und **Beratung** während der gesamten Dauer des Programms.



- 4) Die **Schüler** werden von einem Betreuer (Lehrkraft, Tutor, Mentor) unterstützt; die Schüler haben jedoch völlige **Freiheit** zur Entwicklung eigener Ideen und sind uneingeschränkt **verantwortlich** für die Leitung ihrer Unternehmen.
- 5) Spezifisches **Unterrichtsmaterial**, das die Führung von Schülerfirmen erläutert und erleichtert, wurde erstellt und ist in unterschiedlichen Formen verfügbar (als Lehrbücher, Anleitungen usw.).
- 6) Das Programm ist **flexibel**, auf zahlreiche Zusammenhänge anwendbar und sowohl in der Klasse als auch als Aktivität außerhalb des vorgegebenen Lehrplans leicht in den Schulbetrieb zu integrieren.
- 7) Mentoren und Berater aus der **Wirtschaft** sind an der Umsetzung des Programms beteiligt.
- 8) Es werden außerschulische **Veranstaltungen** wie z.B. Handelsmessen organisiert.
- 9) Das Programm wird von der **örtlichen Gemeinde** unterstützt.
- 10) Zur **Bewertung** des Programms werden regelmäßig bestimmte Instrumente eingesetzt.
- 11) Die **Vernetzung** zwischen den Lehrkräften ermöglicht eine wechselseitige Unterstützung und das Lernen voneinander sowie die Herstellung von Kontakten zwischen Lehrkräften, Schülern und sonstigen beteiligten Akteuren auf einzelstaatlicher und internationaler Ebene.

### 3. Einige Beispiele guter Verfahren

Wie bereits dargestellt (*Abschnitt 2.4.*), hat sich gezeigt, dass viele in dieser Untersuchung erfasste Programme die meisten von der Sachverständigengruppe für die Bestimmung vorbildlicher Verfahren bei der Durchführung von Aktivitäten in Verbindung mit Schülerfirmen definierten Kriterien erfüllen.

In diesem Abschnitt sollen einige Beispiele vorgestellt werden. Diese Beispiele beruhen zwar auf bestimmten allgemeinen Prinzipien, beinhalten jedoch auch eine Vielfalt an Methoden und Lösungen zur Vermittlung unternehmerischen Denkens durch projektbezogene Arbeit. Die Beispiele sind nicht als erschöpfende Auflistung bester Beispiele in Europa zu verstehen (die Liste der Beispiele vorbildlicher Verfahren wäre erheblich länger), sondern als sinnvolle Auswahl einiger guter Verfahren.

#### 3.1. «*La Mini-entreprise en classe*» (Belgien)

Dieses strukturierte Projekt ist auf eine Dauer von **fünf Wochenstunden** angelegt und wird von einem **aus Lehrkräften gebildeten Team** geleitet. Mindestens zwei Lehrkräfte sind während der Dauer des Kurses ständig ansprechbar. Die Programme haben durchschnittlich 12 und höchstens 23 Teilnehmer. Die Schüler sind im Allgemeinen 16 bis 19 Jahre alt und befinden sich in einer technischen oder beruflichen Ausbildung. Die Lehrkräfte werden von Mitarbeitern der asbl (Non-Profit-Organisation) „*Les Jeunes Entreprises*“ unterstützt, die Begleitunterlagen und Lehrbücher zur Verfügung stellen, Seminare organisieren usw.

Die Aktivitäten erfolgen in der Klasse **im Rahmen des vorgegebenen Lehrplans**, werden außerhalb der Schule von den Schülern aber freiwillig fortgeführt. In Verbindung mit Produktionsprozessen muss von den Schülern in jedem Fall zusätzliche Zeit investiert werden. Auch Vertriebsaktivitäten erfolgen vorwiegend abends oder am Wochenende. Dass die Lehrkräfte dieses „**Klassenunterrichts-Modell**“ in ihren Unterricht einbeziehen, ermöglicht eine gründlichere Auseinandersetzung als bei außerschulischen Aktivitäten, die auf völlig freiwilliger Basis erfolgen.

Die Schülerfirmen werden jeweils von zwei **Beratern** aus der Wirtschaft unterstützt, die den Jugendlichen ihre Erfahrung zur Verfügung stellen. Beziehungen mit Lieferanten und Kunden bieten die Möglichkeit zur Interaktion mit der realen Wirtschaft außerhalb der Schule.

Zur wirksamen Bewertung werden die Instrumente der asbl „*Les Jeunes Entreprises*“ verwendet. Außerdem erstellen die Lehrkräfte Dokumente und Bewertungsbogen, die eine umfassendere Beurteilung des Engagements der Schüler ermöglichen sollen. Am Ende des Jahres wird jeweils eine **Abschlussprüfung** durchgeführt. Wenn die Aktivität der Schülerfirma vom Lehrkräfteteam und von den externen Beratern positiv bewertet wird, erhalten die Schüler ein **Zertifikat**, mit dem die Schule die „erfolgreiche Durchführung des Projekts“ bestätigt. Wenn die Schüler eine Reihe von Bedingungen erfüllen, die die asbl „*Les Jeunes Entreprises*“ vorgibt, erhalten die Schüler zudem das so genannte Jungunternehmer-Zertifikat.

*Kontakt:*

asbl „*Les Jeunes Entreprises*“  
[www.lesjeunesentreprises.be](http://www.lesjeunesentreprises.be)

### 3.2. Übungsfirma in der Berufsschule Merikoski (Finnland)

Übungsfirmen werden in Finnland in den staatlichen berufsbildenden Schulen genutzt. Die Firmen an sich sind fiktiv; allerdings haben manche Schüler ausgehend von Übungsfirmen in Verbindung mit Produkten eines Partnerunternehmens eine echte Geschäftstätigkeit entwickelt. Gefördert werden Übungsfirmen in Finnland über das *FINPEC (Finnish Practice Enterprises Centre)*.

Die Dauer der Beschäftigung mit einer Übungsfirma bewegt sich zwischen drei Monaten und einem Jahr. Interessant ist die **Ersetzung eines Lehrplanfachs durch eine Business-Planning-Aktivität**, wobei die Übungsfirmen (in der einen oder anderen Form) bis zu drei Jahre fortgeführt werden können. Das pädagogische Ziel besteht darin, dass die Schüler mit der Erstellung von Businessplänen vertraut gemacht werden, die Fähigkeit zur Übernahme verschiedener Funktionen innerhalb eines Unternehmens erwerben, ein Unternehmen insgesamt verstehen und verschiedene soziale Kompetenzen ausprägen. Übungsfirmen interagieren aktiv mit anderen Übungsfirmen sowie mit der außerschulischen Welt; die Interaktion erfolgt insbesondere nach Gründung der Übungsfirma und vornehmlich mit dem jeweiligen Partnerunternehmen.

Die **berufsbildende Schule Merikoski** hat in den Rahmenvereinbarungen für den Lehrplan enthaltene Standardfächer durch das Fach **Businessplanung für Übungsfirmen** ersetzt. Dieser Businessplan ist für die Schüler über die gesamte 3-jährige Schulzeit maßgeblich. Wo der bestehende Lehrplan zuvor Vorgaben zu den Unterrichtsgegenständen enthielt, entscheidet nun der Businessplan über die Ausrichtung der verschiedenen Blöcke des Unterrichtsprogramms. Gegenstand der ersten beiden Jahre sind Planung, Vorbereitung und Verbesserung der vorgesehenen Tätigkeiten. Das dritte Jahr konzentriert sich auf die eigentliche Führung der Übungsfirmen.

Der Businessplan wird in Zusammenarbeit mit einem **Partnerbetrieb** und Geldgeber entwickelt, der für die Schüler erhebliche Vorteile mit sich bringt. Die Vertreter der Partnerunternehmen sitzen im Vorstand der Übungsfirmen, um die Schüler bei der Führung ihrer Unternehmen zu unterstützen und Anreize für die Führung der Unternehmen zu bieten.

In diesem Beispiel haben sich die Schüler im Rahmen ihrer Übungsfirma am Geschäftsbetrieb eines Partnerunternehmens beteiligt, indem sie die Produkte dieses Unternehmens verkauft haben. Dies ist den Schülern zugute gekommen. Außerdem haben die Schüler auf internationalen Übungsfirmenmessen ein gewisses Test-Marketing für das Partnerunternehmen übernommen. Diese Erfahrungen haben sich als sehr hilfreich für die Lern- und Anpassungsprozesse der Schüler erwiesen.

*Kontakt:*

*Finnish Practice Enterprises Centre (FINPEC)*

[www.finpec.fi](http://www.finpec.fi)

### 3.3. Das Schülerfirmenprogramm „Get Up and Go“ (Irland)

Im Laufe der Jahre hat sich „*Get up and Go*“ in den Schulen zum **beliebtesten** Schülerfirmenprogramm innerhalb des *Transition Year Programme* entwickelt. Das *Transition Year Programme* ist ein im Lehrplan vorgesehenes Programm, das fast 70 % aller weiterführenden Schulen nutzen, um den Schülern den Übergang von der Sekundarstufe 1 in die Sekundarstufe 2 zu erleichtern. Dieses Programm soll die Schüler in einer vorberuflichen

Umgebung auf die Arbeitswelt vorbereiten und beinhaltet unter anderem die Entwicklung unternehmerischer Kompetenzen.

Das Schülerfirmenprogramm „*Get Up and Go*“ stellt eine **lehrplanmäßige Aktivität** dar; das Programm kann als 10-wöchiges Modul durchgeführt werden; optimal ist eine Dauer von einem Jahr. Vorzugsweise sollte **die gesamte Klasse des *Transition Year*** die „Firma“ bilden, wobei sich die Schüler in Vorstellungsgesprächen um Führungspositionen bewerben sollten. Alternativ können auch kleinere Gruppen innerhalb einer Klasse eigenständige Firmen bilden; die Nachbildung „realitätsbezogener“ Erfahrungen gelingt häufig jedoch in einer großen Gruppe am besten.

Das im Rahmen des Programms „*Get up and Go*“ entwickelte Lehrbuch umfasst **zehn Kapitel**. Die Kapitel beschäftigen sich jeweils mit bestimmten Aspekten des Schülerfirmenprogramms:

- 1) Einführung in Schülerfirmen einschließlich der Vorteile von Schülerfirmen, der zugrunde gelegten Methoden und der produktbezogenen Entscheidungen,
- 2) Auswahl und Strukturierung des Schülerfirmenteams,
- 3) Kommunikation,
- 4) Registrierung von Schülerfirmen,
- 5) Marketing,
- 6) Rechtsvorschriften,
- 7) Businessplan,
- 8) Finanzen,
- 9) Schließung und Auflösung von Schülerfirmen,
- 10) Handelsmessen / Ausstellungen.

Durch die Beteiligung am Programm „*Get Up and Go*“ erhalten die Schüler Gelegenheit, unternehmerische Kompetenzen in der „ungefährlichen“ Umgebung ihres Klassenzimmers zu entwickeln. Möglichkeiten, diese Kompetenzen zu zeigen und sich am Erfolg dieser Kompetenzen zu freuen, erhalten die Schüler auf Handelsmessen, in Wettbewerben und in Projektarbeiten. Die Schüler sind automatisch motiviert, da sie Eigentümer ihrer Firmen sind und ihre eigenen Ideen verfolgen. Das Selbstbewusstsein der Schüler wächst, da sie spüren, dass sie selbst Kontrolle über ihren Lernerfolg haben, und die Lehrkräfte treten weniger als Vermittler denn als Betreuer auf.

*Kontakt:*

Transition Year Support  
Second Level Support Service  
<http://ty.slss.ie>

### **3.4. JUNIOR - „Junge Unternehmer initiieren - organisieren - realisieren“ (Deutschland)**

Schüler ab dem 9. Schuljahr aller Schulformen im Sekundarbereich können am Schülerfirmenprogramm JUNIOR teilnehmen. Die Schülerfirmen werden in **mehrere Abteilungen** gegliedert. Jeder Schüler übernimmt eine bestimmte Stellung und Funktion. Die Firmen sind jeweils für Marketing, Beschaffung, Buchhaltung und Finanzen zuständig. Die von Schülerfirmen im Rahmen des JUNIOR-Programms hergestellten Produkte sind innovativ und marktorientiert und werden zu wettbewerbsfähigen Preisen angeboten. Nach einem Schuljahr werden die Schülerfirmen aufgelöst, und der erzielte Erlös wird an die Beteiligten ausgezahlt.

Veranstaltungen wie z.B. Handelsmessen sowie nationale und regionale Wettbewerbe werden in das Programm einbezogen. Auf nationalen und internationalen Messen haben die JUNIOR-Unternehmen die Möglichkeit, sich selbst sowie ihre Produkte und Leistungen vorzustellen und gleichzeitig Kontakt mit anderen Schülerfirmen aufzunehmen.

Schülerfirmen werden **während des gesamten Jahres** vom JUNIOR-Büro beraten. Das JUNIOR-Büro ist eine Abteilung des *Instituts der deutschen Wirtschaft Köln* und ermöglicht Schülerfirmen, mit anderen Unternehmen, Betrieben und Verbänden in Kontakt zu treten.

Über die Beratung hinaus erhält jeder Schüler und jeder Betreuer Informationsmaterial zur Führung eines Unternehmens. Für bestimmte Themen werden Workshops, Broschüren und Material aus dem Internet angeboten (z.B. für die Bereiche Marketing und Buchhaltung); aus diesen Workshops und Materialien beziehen die Schüler weitere Informationen zur erfolgreichen Führung eines Unternehmens. Am Programm sind Mentoren und Prüfer aus der Wirtschaft beteiligt, die den Schülern ebenfalls Beratungen und Informationen anbieten. Die Schüler, die das Programm erfolgreich durchlaufen haben, erhalten ein Zertifikat, das in der Wirtschaft allgemein anerkannt ist.

Partner des JUNIOR-Programms auf einzelstaatlicher Ebene sind die *KfW Mittelstandsbank*, *die Gothaer Versicherungen*, *das Handelsblatt*, das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit und die Arbeitgeberverbände sowie die Handelskammern. In den Bundesländern wird JUNIOR zudem von zahlreichen Unternehmen, Banken, Ministerien und Verbänden unterstützt.

*Kontakt:*

JUNIOR-Büro  
Institut der deutschen Wirtschaft Köln  
[www.juniorprojekt.de](http://www.juniorprojekt.de)

### 3.5. „*Une entreprise dans votre lycée*“, *Académie de Rennes (Frankreich)*

**Alle Bildungseinrichtungen des Sekundärbereichs** in der Akademie Rennes können an diesem Programm teilnehmen; dies gilt gleichermaßen für öffentliche wie für private Schulen (*lycées*) mit allgemein bildender, technischer und berufsbezogener Ausrichtung.

Jährlich im Mai veranstalten die Einrichtungen der Akademie Rennes einen **Wettbewerb** unter zehn Schülerteams (durchschnittlich jeweils mit 12 Schülern); die Bewertungen erfolgen durch eine mit Fachleuten besetzte Jury. Die am Wettbewerb beteiligten Teams stellen das Unternehmen vor, das sie in der Schule gegründet haben; dazu beschreiben und entwickeln sie die Bedingungen für die Gründung und die Führung eines echten Unternehmens.

Die Ausbildung der Lehrkräfte erfolgt durch das *Rectorat* und durch die Industrie- und Handelskammer. Mit **örtlichen Unternehmen** werden **Qualitätspartnerschaften** aufgebaut; im Rahmen dieser Partnerschaften sollen die Unternehmen die Jugendlichen durch Sponsoring, Beratung und Zusammenarbeit unterstützen.

Von einer Produkt- oder Dienstleistungsidee ausgehend schließen sich die Schüler zur Gründung ihrer eigenen Firma zusammen. Sie reichen ihre Unterlagen bei einem mit Vertretern der an dieser Aktion beteiligten Partner besetzten Ausschuss ein. Nach Durchführung der administrativen und rechtlichen Schritte zur Einrichtung eines **fiktiven Unternehmens** teilen sich die am Projekt beteiligten Schüler Verantwortungen und Aufgaben

ausgehend von einem detaillierten Flussdiagramm in folgenden Bereichen: Marktforschung und Wettbewerb, Registrierung der Firma beim *INPI (Institut National de la Propriété Industrielle)*, Gestaltung des Firmenlogos, technische Entwicklung, Verhandlungen mit Unterauftragnehmern, Marketing und Vertrieb usw.

Am Tag der Schließung des Unternehmens, an dem alle Teilnehmer beteiligt sind, erläutern die Schüler die Situation ihres jeweiligen Unternehmens und halten eine mündliche Präsentation vor einer mit Vertretern der Partner und mit den Firmenchefs besetzten Jury. Die drei besten Unternehmen werden vom Regionalrat mit einem Preis ausgezeichnet.

Dieses Programm ermöglicht einem Team Jugendlicher, in der Arbeit an einem Projekt zusammenzukommen. Dabei werden Unterrichtsmethoden einbezogen, welche die Eigenständigkeit der Schüler fördern und dazu beitragen, dass die Schüler ein Bewusstsein für die Wirtschaft entwickeln. Beispiele zeigen, dass in vielen Fällen Jugendliche das Projekt ihrer Firmengründung schließlich **in die Praxis umgesetzt haben**; in anderen Fällen wurden besonders innovative und zuverlässige Projekte von örtlichen Partnerunternehmen weiterentwickelt.

*Kontakt:*

Académie de Rennes  
[ce.daet@ac-rennes.fr](mailto:ce.daet@ac-rennes.fr)

### ***3.6. Integrierter Ansatz bei der Gestaltung von Bildungsmaßnahmen für unternehmerische Initiative in einem wirtschaftswissenschaftlichen Polytechnikum (Ungarn)***

In Ungarn hat eine weiterführende Schule (eine wirtschaftswissenschaftliches Polytechnikum) ein interessantes **integriertes System** zur Durchführung von Bildungsmaßnahmen für unternehmerische Initiative entwickelt.

1. **Im Alter von 16 Jahren** nehmen die Schüler im zweiten Schuljahr am Schülerfirmenprogramm *Young Enterprise* teil. Grundprinzip in diesem Abschnitt ist das **Lernen durch praktisches Tun**. In diesem Programm gründen und führen die Teilnehmer über ein ganzes Schuljahr ihre eigene Firma. Sie wählen einen Vorstand unter den beteiligten Mitschülern, beschaffen Aktienkapital und vermarkten und finanzieren ein Produkt oder eine Dienstleistung ihrer Wahl. Sie setzen echtes Geld um, erzeugen echte Produkte und beteiligen sich an echten Handelsmessen. Am Ende des Schuljahres lösen sie ihre Firma auf und legen einen Bericht sowie ihre Bücher vor.

2. Der nächste Schritt besteht in **theoretischem wirtschaftsbezogenem Unterricht (Alter 17-18 Jahre)**.

3. Die Schüler erwerben in Übungsfirmen (**Alter 19 Jahre**) spezifische **berufsbezogene Kenntnisse**. Die Unterrichtsmethode beinhaltet die Bereitstellung eines Raums geeigneter Größe, eine dem Stand der Technik entsprechende technische Ausstattung und die Einrichtung eines fiktiven Unternehmens. Im Unterricht werden ergänzende Materialien angeboten und theoretische Kenntnisse vertieft, wobei den Schülern bestmögliche Gelegenheit zum praktischen Lernen und zur Simulation von Aktivitäten aus der Welt der Wirtschaft und des Handels geboten wird. Die Aktivitäten stehen unmittelbar oder mittelbar mit der Führung eines echten Unternehmens in Verbindung. Das Büro des fiktiven Unternehmens hat Kontakt mit dem realen Unternehmen aufgenommen, dem das fiktive Unternehmen nachgebildet ist, und Abläufe aus diesem Unternehmen z.B. anhand von Unterlagen dieses Unternehmens übernommen.

4. In der letzten Stufe gewährt die Schule den Schülern im Rahmen eines Programms für Firmengründungen Zugang zu einem Gründerzentrum, in dem die Schüler **ihr eigenes reales Unternehmen** aufbauen können.

*Kontakt:*

Business Polytechnic

[www.poli.hu](http://www.poli.hu)

### **3.7. Schülerfirmenprogramm Junior Achievement (Estland)**

Das Schülerfirmenprogramm wird von *Junior Achievement Estland* angeboten. Teilnehmer sind Schüler der Sekundarstufe 2, in der Regel im Alter von 16-18 Jahren, aber auch Schüler aus der Sekundarstufe 1 (im Alter von 13-15 Jahren). Das Programm ist auf eine Dauer von höchstens einem Schuljahr angelegt; im Allgemeinen ist das Programm nach fünf Monaten beendet. Die Schüler arbeiten unter Aufsicht eines Beraters (oder häufiger) einer Lehrkraft, die eine besondere Ausbildung zur Betreuung von Schülerfirmen erhalten hat.

An einer Schülerfirma kann eine gesamte Klasse (selten) oder eine kleinere Gruppe (3-7 Personen) beteiligt sein. Die Schüler entscheiden selbst über das Produkt oder die Dienstleistung, die sie anbieten möchten, wählen Führungskräfte und emittieren Aktien, um Kapital zu beschaffen. Sie fertigen das zu verkaufende Produkt selbst oder lassen das Produkt nach ihren Vorstellungen herstellen. Sie verkaufen ihr Produkt und führen Buch. Während des Schuljahres beteiligen sich die Schüler an Schülerfirmenmessen auf lokaler und nationaler Ebene. Am Ende des vorgesehenen Zeitraums legen Sie *Junior Achievement Estland* einen Bericht vor.

Schulen und Lehrkräfte werden von *Junior Achievement Estland* für das Programm vorbereitet. Der erste Schritt besteht in einer Basisschulung, bei der den Lehrkräften erste Informationen zur Unterrichtsmethode und zu ihrer Betreuerfunktion in den Schülerfirmen vermittelt werden. Anschließend wird regelmäßig eine weiterführende Schulung angeboten. Außerdem können Schulen und Lehrkräfte im Rahmen des Schülerfirmenprogramms eine ständige Beratung durch Fachleute von *Junior Achievement Estland* in Anspruch nehmen. In den verschiedenen Schulungen werden die spezifischen Kompetenzen von Fachleuten aus der Wirtschaft und Universitäten einbezogen. Das Unterrichtsmaterial für Schüler und Lehrkräfte wurde von *Junior Achievement Estland* entwickelt.

Häufig erklären sich **ehemalige Teilnehmer** des Programms freiwillig bereit, die Lehrkräfte an der Schule zu unterstützen. In einem **neuen Programm** soll diesen ehemaligen Teilnehmern vermittelt werden, wie sie als Junior-Berater für jüngere Schüler in den Schulen fungieren können. Dieses Programm sollte positive Wirkungen in zweierlei Hinsicht entwickeln: für die Schülerfirmen, die neue Erfahrungen und Anregungen von Gleichaltrigen und von älteren Schülern erhalten, und für ältere Schüler, die erste Unterrichtserfahrung erwerben.

*Kontakt:*

Junior Achievement Estland

[www.ja.ee](http://www.ja.ee)

### **3.8. Empresa Joven Europea – EJE (Spanien)**

Die Regierung der Autonomen Region Asturien spielt eine aktive Rolle bei der Förderung von Bildungsmaßnahmen für unternehmerische Initiative. Valnalón, ein Staatsunternehmen im Besitz des Ministeriums für Arbeit und Industrie, ist innerhalb des Ministeriums für Bildung und Qualifikation mit der Entwicklung und Einführung von Programmen für unternehmerische Initiative in verschiedenen Stufen des Bildungssystems beschäftigt.

Das Programm *Empresa Joven Europea (EJE)* wurde in den **regionalen Lehrplan für den Sekundarbereich** aufgenommen. Seit dem Schuljahr 2003/2004 wird EJE nun als Wahlfach angeboten. Diese offizielle Anerkennung hat dazu geführt, dass sich die Anzahl der beteiligten Schulen und Schüler nicht nur in Asturien, sondern in ganz Spanien ständig erhöht hat.

*Empresa Joven Europea* richtet sich an Schüler im Alter von 12-16 Jahren. Während eines gesamten Schuljahres beschäftigen sich die Schüler mit der Gründung und der Führung von **Import-Export-Unternehmen** und tätigen echte Handelsgeschäfte mit ausländischen Schülerfirmen. Die Schüler kommunizieren in Videokonferenzen oder per E-Mail mit Partnerunternehmen im Ausland, geben Bestellungen auf und erfassen Bestellungen und verkaufen importierte Produkte auf der örtlichen Handelsmesse. Anschließend werden die erwirtschafteten Gewinne unter den Partnern des Unternehmens aufgeteilt; ein Teil der Gewinne fließt an eine NRO oder in ein sonstiges Kommunalprojekt.

Über die Förderung unternehmerischer Kompetenzen bei Schülern hinaus sieht das Programm auch **neue Technologien** als wesentlichen Bestandteil des Unterrichts- und Lernprozesses vor. Eine positive Haltung wird auch gegenüber dem **Fremdsprachenunterricht** vermittelt, da Fremdsprachen als wichtiges Instrument für die Kommunikation zwischen Partner-Mini-Unternehmen in verschiedenen Ländern betrachtet werden.

Die von Valnalón veröffentlichten **Lehrmittel** werden von der Regionalregierung unterstützt. Um eine größere Verbreitung zu erzielen, sind Lehr- und Lernmittel für Schüler und Lehrkräfte in den Schulen Asturiens vollständig kostenlos. Die Unterrichtsmaterialien beschäftigen sich mit theoretischen und praktischen Aspekten. Sämtliche Aktivitäten wurden von einer aus Lehrkräften des Sekundarbereichs, aus Bildungsexperten und aus Fachleuten aus der Wirtschaft gebildeten Arbeitsgruppe konzipiert.

Die entwickelte konsistente **Verbreitungsstrategie** hat in Form eines weit verzweigten Schulnetzes in ganz Spanien Früchte getragen; inzwischen sind weiterführende Schulen in Andalusien und in Asturien, auf den Balearen und auf den Kanarischen Inseln, in Madrid und Navarra, im Baskenland und in Valencia am Programm beteiligt. Außerdem besteht eine Zusammenarbeit mit Schulen in Mexiko, in den Vereinigten Staaten, in Kanada und im Vereinigten Königreich sowie in Schweden, Norwegen, Polen und der Slowakei.

*Kontakt:*

Valnalón Ciudad Tecnológica  
[www.valnalon.com](http://www.valnalon.com)

### **3.9. Projekt: Sommerunternehmer im Bezirk Västernorrland (Schweden)**

Dieses Programm wird auf **regionaler Ebene** im Bezirk Västernorrland durchgeführt. Seit 2002 sind die Städte Örnsköldsvik, Sollefteå und Kramfors beteiligt.



Das Programm dauert 8 Wochen **und beschränkt sich auf die Sommerferien**. Zielgruppe sind Jugendliche von 17 bis 19 Jahren.

Mit dem Programm sollen Jugendliche in den Sommerferien die Möglichkeit haben, Kenntnisse und Erfahrungen in der Führung eines Unternehmens zu erwerben und unternehmerische Initiative zu entwickeln. Auf diese Weise schaffen sich die Jugendlichen gewissermaßen ihren eigenen **Ferienjob**, statt sich von ihren Gemeinden Ferienjobs vermitteln zu lassen. (In Schweden ist allgemein üblich, dass die Gemeinden den Jugendlichen Ferienjobs in ihrem Zuständigkeitsbereich (z.B. in der Pflege von Grünanlagen) anbieten.)

Das Projekt beginnt mit einem zweiwöchigen Einführungskurs, mit theoretischen und praktischen Elementen. Während dieser beiden Wochen beziehen die Teilnehmer eine Unterstützung von der Gemeinde (55-65 schwedische Kronen pro Tag). Anschließend führen die Schüler **sechs Wochen** ihr eigenes Unternehmen.

Von Anfang Juni bis Ende August werden die „Sommerunternehmer“ der Steuerklasse F zugewiesen; die Zuweisung stellt gewissermaßen eine Genehmigung des Finanzamtes für die Führung eines Unternehmens dar. Ende August lösen die Unternehmer ihre Firma auf und senden ihre persönliche Einkommenssteuererklärung an die Steuerbehörde.

Interaktionen mit anderen Unternehmen oder mit der örtlichen Gemeinde sind durch die Beteiligung von Beratern aus der Industrie, aus den Gemeinden und aus sonstigen Einrichtungen gegeben.

*Kontakt:*

*Open for business in the county of Västernorrland*

[www.ofb.nu](http://www.ofb.nu)

### **3.10. Young Enterprise Company Programme (Vereinigtes Königreich)**

Das Programm *YE Company* wurde ausgehend von einem **schon lange bestehenden und über das gesamte Vereinigte Königreich verbreiteten Netz** entwickelt. Dem Netz ist es sehr erfolgreich gelungen, **die Wirtschaft mit dem öffentlichen Sektor zusammenzubringen, um Ressourcen in Form von Geldern, Krediten, Fachkräften und Materialien für die Vermittlung bzw. Durchführung der erprobten und bewährten Programme des Netzes zu erschließen**. Die Materialien für das Programm *YE Company* werden alle 3 Jahre überarbeitet und nutzen in angemessener Weise die Möglichkeiten des Speichermediums CD-ROM ebenso wie Website-Technologien, wemgleich das wesentliche Material weiterhin in gedruckter Form vorliegt.

Es hat sich gezeigt, dass das Programm **wiederholt** und auf die einzelstaatliche Ebene skaliert werden kann; dabei sollte allerdings die Einbeziehung von Persönlichkeiten aus der **örtlichen Umgebung** in den Unterricht beibehalten werden.

Das Programm *Young Enterprise Company* richtet sich an Schüler im Alter von 15 bis 19 Jahren und bietet jedes Jahr Tausenden von Schülern die Gelegenheit, sich auf ihr Berufsleben vorzubereiten, indem sie Erfahrungen mit der Führung eines eigenen Unternehmens erwerben. Dabei werden die Schüler während der gesamten Dauer des Kurses (ein Schuljahr) von **freiwilligen Beratern aus der Wirtschaft** unterstützt. Die freiwilligen Berater aus der Wirtschaft sind wesentlich für die reibungslose und erfolgreiche

Durchführung des Programms, da sie die Schüler bei der Durchführung der verschiedenen unternehmensbezogenen Aktivitäten anleiten.

Die Schüler wählen einen Vorstand unter den beteiligten Mitschülern, beschaffen Aktienkapital und vermarkten und finanzieren ein Produkt oder eine Dienstleistung ihrer Wahl. Nachdem die Schüler einen Businessplan erstellt und ihre Marketingstrategie festgelegt haben, muss das Unternehmen planen, wie die Einkäufe der Ausgangserzeugnisse und der Lagerbestände finanziert werden sollen. Die Herstellung eines Prototyps soll helfen, praktische Schwierigkeiten zu erkennen und als Orientierung dafür dienen, wie viele Produkte in einem bestimmten Zeitraum gefertigt werden können. Das Back Office erstellt die Planung für die Produktion und die Montage der verschiedenen Komponenten des herzustellenden Produkts.

Während des einjährigen Kurses organisiert der *Young Enterprise Area Board* mindestens eine Handelsmesse; auf regionaler, nationaler und europäischer Ebene finden aber auch größere Messen statt. Diese Aktivitäten ermöglichen den Teilnehmern, andere Teilnehmer aus anderen Unternehmen kennen zu lernen und auf den Handelsmessen ihre Produkte zu verkaufen. Am Ende des Schuljahres werden die Unternehmen aufgelöst, und die Schüler legen allen Anteilseignern einen Bericht und ihre Abrechnung vor. Die Schüler erwerben Erfahrungen mit der realen Außenwelt, übernehmen Verantwortung und legen gegenüber den Anteilseignern Rechenschaft über die Führung ihres Unternehmens ab.

*Kontakt:*

Young Enterprise UK  
[www.young-enterprise.org.uk](http://www.young-enterprise.org.uk)

#### **4. Derzeitige Durchführung der Programme: Verbreitung, wesentliche Hindernisse, Bewertung**

##### **4.1. Schülerfirmen in den verschiedenen Ausbildungsstufen**

Im **Sekundarbereich** (und insbesondere in der Sekundarstufe 2) sind Schülerfirmenprogramme stärker verbreitet und können eine größere Wirkung entfalten. Erfahrungsgemäß können reale oder fiktive Unternehmen erfolgreich von einem aus Schülern der Sekundarstufe bestehenden Team geführt werden, das in intellektueller und sozialer Hinsicht in der Lage ist, Verantwortung für die eigenständige Arbeit an einem umfassenden Unternehmensprojekt zu übernehmen. In dieser Phase müssen die Jugendlichen ihre menschlichen und fachübergreifenden Kompetenzen wie z.B. Teamfähigkeit, Kommunikationsfähigkeit und projektbezogenes Arbeiten vervollkommen, die sie in ihrem späteren Berufsleben benötigen. Im Sekundarbereich beginnen die Schüler auch über ihre berufliche Entwicklung nachzudenken. Aus diesen Gründen können unternehmerische Erfahrungen im Sekundarbereich die größte Wirkung entfalten. Und schließlich dürfen die Jugendlichen im Sekundarbereich noch ausprobieren und ihre eigenen Lösungen finden (auch indem sie Fehler machen), ohne sich allzu großem Druck aussetzen zu müssen.

Allerdings werden Schülerfirmenprogramme auch in der Grundschule und im Hochschulbereich erfolgreich durchgeführt.

In der **Grundschule** sind die durchzuführenden Aktivitäten und Aufgaben einfacher und die Programme kürzer (z.B. 2-3 Monate oder nur für die Dauer eines bestimmten Projekts). Die Methoden sind stärker auf spielerisches Lernen sowie auf das Lernen durch Ausprobieren und durch Spielangebote ausgelegt. Der Schwerpunkt liegt eher auf der grundsätzlichen Einstellung (Teamarbeit, Initiative usw.) als auf den eigentlichen unternehmerischen Kompetenzen. Häufig werden bereits in den Schulen übliche Aktivitäten (z.B. das Organisieren eines Basars oder die Beschaffung von Geldern für Klassenfahrten) einbezogen, oder eine Schülerfirma wird mit Blick auf ein bestimmtes Ereignis (z.B. den Verkauf von Produkten auf einem Weihnachtsmarkt) gegründet. Geschichten, Spiele, einfache Aktivitäten usw. vermitteln ein grundlegendes Verständnis der wirtschaftlichen Zusammenhänge. Die Kinder entwickeln ein stärkeres Bewusstsein für die Organisation der Welt außerhalb ihres Klassenraums. Besuche in örtlichen Unternehmen sind Bestandteil der Programme. Außerdem werden auch in den Programmen für diesen Bereich Treffen mit Vertretern der Wirtschaft organisiert.

##### ***Yggdrasil (Leben wie in die Wikinger) - das Firmenprojekt der Grinder-Schule***

Die *Grinder-Schule* ist eine **Grundschule** der im Inneren Norwegens gelegenen Gemeinde Grue. Dort bestand bereits in der späten Eisenzeit eine Siedlung; diese Zeit wird in Norwegen als die frühe Wikingerzeit bezeichnet.

Schüler der 5. und der 6. Klasse haben auf dem Schulgelände einen Hof aus der Wikingerzeit rekonstruiert. In den entsprechenden Häusern leben die Schüler wie eine Gemeinschaft zur Zeit der Wikinger. Sie tragen Wikinger-Kleidung und bereiten sich ihre Mahlzeiten aus für die Wikingerzeit typischen Lebensmitteln. Außerdem beinhaltet das Projekt das Kardieren von Wolle und andere Tätigkeiten des täglichen Lebens und der Wikingerkultur.

Der unternehmerische Aspekt besteht in der Beschaffung von Mitteln aus örtlichen und staatlichen Einrichtungen und in der Einbeziehung und Koordinierung aller Beteiligten. An diesem pädagogischen Konzept ist die gesamte Schule beteiligt. Außerdem werden ortsansässige Unternehmer sowie die Gemeinde, Eltern und örtliche und staatliche Museumsfachleute einbezogen.

Auf **Hochschulebene** konzentrieren sich die eingesetzten Methoden eher auf die Erstellung von Businessplänen und auf die Entwicklung von Geschäftsideen. In diesem Stadium müssen eher theoretische Kenntnisse vermittelt werden, und die Firmen werden an innovative und wissensbasierte Tätigkeiten herangeführt. Das Schülerfirmenprogramm hat weniger einen pädagogischen Zweck und ist stärker darauf ausgerichtet, den Studenten echte Vernetzungspotenziale zu erschließen und somit einen Übergang zum echten Unternehmensumfeld zu schaffen. In dieser Stufe können die Studenten den Lernprozess in uneingeschränkter Eigenständigkeit und Verantwortung vollständig selbst steuern. Die Studenten erhalten größere Freiheit bei der Organisation ihrer Treffen mit Beratern aus der Wirtschaft. Das Programm ist weniger strukturiert, und praktische Anleitungen sind weniger ausgeprägt. Damit ist die Firmenumgebung freilich auch weniger geschützt, und das wirtschaftliche Risiko nimmt zu. Die Schülerfirmenprogramme in dieser Bildungsstufe müssen sich noch näher an der Wirklichkeit orientieren und führen häufig zur Gründung eines echten Unternehmens. Auch Gründerzentren können die Studenten bei der praktischen Umsetzung ihrer Geschäftsideen begleiten.

***Junior Enterprises im Hochschulbereich – JADE (European Confederation of Junior Enterprises)***

***Junior Enterprises*** sind Non-Profit-Vereinigungen, die vollständig von Studenten geführt werden und Wissen aus dem Hochschulbereich mit praktischen unternehmerischen Erfahrungen bei der Führung von Beratungsprojekten in verschiedenen Bereichen kombinieren.

Die Studenten erwerben soziale Kompetenzen wie z.B. unternehmerische Initiative und Kreativität sowie Präsentations- und Projektmanagement-Kompetenzen. Die Mitglieder von *Junior Enterprises* bieten zahlreiche Dienstleistungen (Erstellung von Studien mit wirtschaftlichem oder technischem Hintergrund usw.) für verschiedene Unternehmenstypen in allen Sektoren an.

***Mögliche Brücken und Verbindungen***

Durch die Herstellung entsprechender Verbindungen könnte den Schülern bzw. Studenten der Übergang von den im Sekundarbereich durchgeführten Programmen zu Programmen im Hochschulbereich erleichtert werden.

Die Führung eines Schülerunternehmens im Sekundarbereich kann eine sehr wirksame Einführung in Unternehmensprogramme im Hochschulbereich darstellen, wo eines der möglichen Ziele sicher in der Gründung von Kleinstfirmen – während des Curriculums oder im Anschluss an das Curriculum – besteht. Diese Programme setzen voraus, dass die Studenten lernen, einen echten Businessplan zu erstellen; Studenten, die bereits während der Schulzeit an einem Programm für Schülerfirmen teilgenommen haben, sind für diese Aufgabe sicher besser gerüstet als Schüler ohne die entsprechende Vorbildung. Auch Kontakte, die während der Schulzeit mit Unternehmen hergestellt wurden, können den Studenten im Tertiärbereich bei Forschungsarbeiten sowie ganz allgemein bei der Durchführung der Projekte von Nutzen sein.

Mit dem „unterzeichneten Abschlusszertifikat“ eines anerkannten Anbieters von Bildungsmaßnahmen für unternehmerische Initiative im Sekundarbereich können sich die Schüler für die Teilnahme an den anspruchsvolleren Unternehmensprogrammen im Hochschulbereich bewerben, wenn die betreffenden Stellen das Zertifikat anerkennen. Alternativ kann in einer Prüfung festgestellt werden, in wie weit die Schüler die Grundlagen

der Führung eines Unternehmens erfasst haben; auf diese Prüfung können die Studenten später im Hochschulbereich verweisen.

In **Lettland** erhalten die Schüler, die den gesamten Lebenszyklus einer Schülerfirma (von der Registrierung bis zur Auflösung) erlebt haben, das Zertifikat *Junior Achievement Lettland*. Mit einigen Universitäten wurde die Berücksichtigung dieses Zertifikats bei der Immatrikulation der Studenten vereinbart.

In **Österreich** wird das „Übungsfirmenprogramm“ in zwei wirtschaftswissenschaftlichen Hochschulen durchgeführt; die Übungsfirmen von Schülern im Sekundarbereich und jene der Studenten sind Geschäftspartner. Diese Universitäten bieten eine grundlegende Schulung für Lehrkräfte an, die sich mit Übungsfirmen beschäftigen werden; auch in Zusammenarbeit mit Weiterbildungseinrichtungen für Lehrkräfte.

Auf europäischer Ebene haben zwei große Netze zur Förderung von Schülerfirmenprogrammen im Sekundar- und im Tertiärbereich (*JA-YE Europe* und die für die Koordination von *Junior Enterprises* im Hochschulbereich zuständige Organisation *JADE*) kürzlich eine Kooperationsvereinbarung geschlossen.

#### 4.2. Hindernisse und Risikofaktoren

Eine der Zielsetzungen dieser Untersuchung besteht in der Bestimmung der wesentlichen Probleme, Hindernisse, Schwächen und Risikofaktoren von Programmen, die auf dieser Methode beruhen. Indem für alle Beteiligten einschließlich der öffentlichen Stellen, externer Fördereinrichtungen (z.B. NRO), Schulen, Unternehmen und Unternehmensverbänden Maßnahmen beschrieben und Anweisungen formuliert würden, könnten die Wirksamkeit dieser Programme verbessert, die Präsenz dieser Programme in den Bildungssystemen erhöht und die Beteiligung seitens der Schüler verstärkt werden.

Anhand einer Übersicht über die Mehrzahl der bestehenden Schülerfirmenprogramme in Europa sowie aufgrund der Beurteilung durch entsprechende Fachleute konnten einige der wesentlichen Hindernisse für eine weitere Verbreitung dieser Konzepte bestimmt werden:

a) Die Schulen bewegen sich innerhalb eines **engen Rahmens** (unzureichende Flexibilität).

Gelegentlich und in unterschiedlichem Ausmaß fehlt den Schulen die erforderliche Eigenständigkeit und Unabhängigkeit (pädagogisch, administrativ, finanziell usw.), um außerlehrplanmäßige Aktivitäten zu unterstützen und / oder Verbindungen mit der örtlichen Gemeinde sowie mit privaten Akteuren wie z.B. Betrieben herzustellen. Die Schule beschränkt sich auf ihren eigenen Bereich und darf keine Schnittstellen mit der Wirtschaft haben. Die Schulen sollten befugt werden, eine Lernumgebung zu schaffen, die den Erwerb fächerübergreifender Kompetenzen wie z.B. unternehmerische Initiative ermöglicht. Sie sollten geeignete zeitliche und finanzielle Ressourcen besitzen und flexibel genug sein, um die auf den Kompetenzerwerb seitens der Schüler ausgerichteten Aktivitäten koordinieren zu können. Die Schulen sollten ermutigt werden, auch außerhalb des formalen Bildungsangebots Kurse einzurichten, da diese Kurse die Fähigkeit zur Umsetzung neuer Initiativen stärken. Wenn ein Bildungsprogramm nicht als Bestandteil des offiziellen Lehrplans ausgewiesen ist, haben die Schulen Bedenken, sich diesem Programm anzuschließen. Ein wichtiger Aspekt ist, dass Schülerfirmenprogramme den Schülern eine erhebliche Eigenständigkeit einräumen. Anschließend ist sehr schwierig, die Schüler mit den herkömmlichen Unterrichtsinstrumenten zu überwachen oder z.B. Noten zu vergeben. Die Einführung dieser Programme setzt ein

liberales Grundverständnis sowie eine unternehmerische Haltung seitens der Schule und der Lehrkräfte voraus.

#### b) **Finanzierung**

Sehr häufig werden diese Programme von NRO und sonstigen außerhalb des Bildungssystems stehenden Organisationen unterstützt, und die entsprechenden Aktivitäten erfolgen vielfach außerhalb des offiziellen schulspezifischen Lehrplans. Daher werden zusätzliche finanzielle Mittel benötigt. Die Programme sind z.B. vielleicht nicht in der Lage, den Lehrkräften ihren Zusatzaufwand in Verbindung mit den Schülerfirmen zu honorieren oder für Reisekosten in Verbindung mit der Teilnahme an einzelstaatlichen oder internationalen Handelsmessen aufzukommen.

#### c) Für Schüler und Lehrkräfte entsteht eine **Zusatzbelastung**.

Die Programme sind für Schüler und für Lehrkräfte gleichermaßen sehr anspruchsvoll. Die Führung eines Schülerunternehmens ist ein zeitaufwändiges Unterfangen. Daher ist das Erreichen eines hohen Motivierungsgrades am Anfang des Programms sehr wichtig dafür, ob die Schüler im Programm einen Lernerfolg erzielen. Allerdings kann es für die Schüler schwierig sein, die Arbeit in ihrem Unternehmen mit der Arbeit für andere Unterrichtsfächer zu vereinbaren. Hinsichtlich der Lehrkräfte ist festzustellen, dass viele Lehrkräfte wegen eines übervollen Stundenplans keine hinreichende Zeit für die Vermittlung unternehmerischer Inhalte und für die Gründung von Schülerfirmen haben. Das Engagement in außerschulischen Aktivitäten bietet für die Schüler viele Chancen und Vorteile, birgt aber auch Probleme bezüglich der Aufsichtspflicht und des Versicherungsschutzes. Die Lehrkräfte müssen abendliche Coaching-Angebote wahrnehmen und abends Schulungen im Bereich der Sicherheit an der Schule besuchen.

#### d) Der von den Lehrkräften erbrachte **Zusatzaufwand** wird zu wenig geschätzt – und zu wenig honoriert.

Wie bereits dargestellt, setzt die Durchführung von Schülerfirmenprogrammen häufig einen besonderen Einsatz der Lehrkräfte voraus, der in den üblichen Unterrichtszeiten nicht zu bewältigen ist. Die Lehrkräfte sind ohnehin bereits sehr stark ausgelastet und leisten hohe Wochenstundenzahlen. Wenn dieses zusätzliche Engagement nicht anerkannt und nicht belohnt wird, bringen die Lehrkräfte unter Umständen nicht mehr die erforderliche Motivation für die Durchführung der entsprechenden Aktivitäten auf. In diesem Sinne kann die Einbindung von Schülerfirmenprogrammen in den schulspezifischen Lehrplan von erheblicher Bedeutung sein.

#### e) Die Programme setzen **neue Unterrichtsmethoden** bei den Lehrkräften voraus.

Die Durchführung dieser Programme setzt voraus, dass die Lehrkräfte ihr herkömmliches pädagogisches Konzept ändern. Anfangs wird die zuständige Lehrkraft zwar zunächst allgemeine Grundbegriffe vermitteln und den Schülern wesentliche Fachbegriffe aus der Wirtschaft erklären. Danach wird sich die Lehrkraft aber eher in die Rolle eines Betreuers, Beraters oder stillen Beobachters begeben. Die Lehrkraft wird die Verantwortung für Entscheidungen den Schülern übertragen, denn erst durch die Übernahme von Verantwortung für ihr eigenes Lernen können die Jugendlichen unternehmerische Merkmale und Kompetenzen stärker ausprägen. Aus diesem Grund müssen die zuständigen Lehrkräfte sorgfältig ausgewählt und geschult werden. Die Einführung sollte sich auf grundsätzliche Erläuterungen zur Führung einer Schülerfirma und zu den auf Teamwork und Projektarbeit beruhenden Methoden beschränken und Informationen über die Zielsetzungen und die von

den Schülern infolge der Teilnahme an diesen Aktivitäten zu erwerbenden Kompetenzen beinhalten.

f) Externe **Berater / Freiwillige** müssen herangezogen werden.

Die Entwicklung der Verbindungen mit der Wirtschaft und die Verfügbarkeit von Mentoren und Beratern aus örtlichen Unternehmen sind wesentliche Merkmale erfolgreicher Schülerfirmenprogramme. Die Lehrkraft beschränkt sich auf die Unterstützung und Betreuung in den verschiedenen Phasen des Programms; die Schüler brauchen Berater jedoch auch aus echten Unternehmen, die ihre persönliche Erfahrung einbringen und den Schülern helfen können, mehr über die Wirtschaft und über unternehmerisches Denken zu erfahren. Gelegentlich kann es sehr schwierig sein, hinreichend Berater aus Unternehmen zu finden, da Unternehmer und sonstige Fachleute aus der Wirtschaft naturgemäß äußerst beschäftigt sind. Besonders in isolierten Regionen haben Schulen Zugang zu Mentoren aus der Wirtschaft nicht im gewünschten Umfang. Der Erfolg dieser Programme hängt jedoch wesentlich vom guten Willen und von der Verfügbarkeit von Fachleuten aus der Wirtschaft und von ortsansässigen Unternehmen ab, welche die Programme unterstützen möchten.

g) Kollegen und die Schulleitung **anerkennen** die Projekte nicht hinreichend.

In allen Stufen des Bildungssystems sollten alle Beteiligten angefangen bei der Schulleitung und bei den zuständigen Verwaltungsfachleuten die Bedeutung der Entwicklung unternehmerischer Merkmale und Kompetenzen bei den Jugendlichen sowie die diesbezügliche Wirksamkeit der Schülerfirmenprogramme anerkennen. Alle Beteiligten sollten sich diesen neuen Unterrichtsansatz zu Eigen machen und die Lehrkräfte bei der Einführung des neuen Ansatzes unterstützen. Viele Lehrkräfte scheuen den Zeitaufwand für die Vermittlung unternehmerischer Inhalte und für die Durchführung von Schülerfirmenprogrammen. In dieser Hinsicht bleibt noch viel zu tun, bis alle Mitglieder eines Lehrkörpers Schülerfirmen als sinnvollen Bildungsinhalt betrachten. Bei der Erreichung dieses Ziels sollten die öffentlichen Stellen eine aktivere Rolle spielen.

h) Es bestehen rechtliche und administrative **Hindernisse**.

In einer Reihe von Ländern sehen sich Schülerfirmenprogramme praktischen Schwierigkeiten in Verbindung mit rechtlichen oder bürokratischen Fragen gegenüber. Der rechtliche Status von Schülerfirmen ist tatsächlich unklar, und hinsichtlich der Verwaltungsverfahren, der Entrichtung von Steuern und Mehrwertsteuer sowie bezüglich Versicherungen, Haftungsfragen usw. bestehen keine spezifischen Regelungen. Schülerfirmen müssten juristisch als pädagogisches Instrument betrachtet werden und dürften somit nicht den gleichen administrativen und fiskalischen Belastungen unterworfen werden wie reale Unternehmen; eine anderweitige Behandlung stellt eine erhebliche Behinderung für die Einbindung dieser Programme in den Schulbetrieb dar. In manchen Ländern können diese Programme nicht offiziell anerkannt werden, weil das Unternehmenssteuerrecht keine Ausnahmen für Bildungsprogramme zulässt. (*Dieser Aspekt wird in Abschnitt 6 noch näher erläutert.*)

i) Die Programme erfahren keine Unterstützung durch **öffentliche Stellen**.

Eines der wesentlichen Hindernisse, auf das die einzelstaatlichen Sachverständigen verweisen, besteht in der unzureichenden Unterstützung durch öffentliche Stellen (insbesondere durch die Bildungsministerien) bei der Werbung für die Durchführung von Schülerfirmenprogrammen. Da Schulen und Lehrkräfte bei Entscheidungen über die

anzubietenden Inhalte eine gewisse Freiheit genießen und die Beschäftigung mit unternehmerischem Denken von der Schule und von den übrigen Akteuren des Bildungswesens nicht als Unterrichtsgegenstand anerkannt wird, ist entsprechende Werbungs- und Überzeugungsarbeit zu leisten. In dieser Hinsicht ist entscheidend, dass die Bildungsministerien eine aktive Rolle spielen. Die Einbeziehung der Programme in die schulspezifischen Lehrpläne – als Wahlfach innerhalb des übergeordneten Ziels der Förderung einer unternehmerischen Kultur – wäre ein wichtiger Schritt. Wenn die Schulen die Programme innerhalb des Lehrplans unterrichten könnten, würde die Motivation der Lehrkräfte zunehmen. Außerdem kann der Lehrplan so gestaltet werden, dass die Arbeitsbelastung der Schüler auch bei Teilnahme an den Programmen nicht zu groß wird. Und schließlich sind öffentliche Stellen auch für die inkonsistenten rechtlichen bzw. administrativen Rahmenbedingungen zuständig, die sich gelegentlich so abschreckend auf die Umsetzung der entsprechenden Aktivitäten in den Schulen auswirken (*siehe Abschnitt 6*).

### 4.3. Quantitative Daten zur Durchführung der Programme

Dieser Abschnitt und die folgende Tabelle beinhalten **Schätzungen** bezüglich der **Verbreitung von Schülerfirmenprogrammen im Sekundarbereich** sowohl hinsichtlich der Einbeziehung von Bildungseinrichtungen als auch bezogen auf die Beteiligung seitens der Schüler. Diese Schätzungen beruhen auf quantitativen Daten, die unter der Verantwortung der benannten einzelstaatlichen Sachverständigen erfasst wurden. In einer Reihe von Ländern standen diese Informationen nicht für alle bestehenden Programme zur Verfügung. Selbst in diesen Fällen wurden jedoch die meisten durchgeführten und hinsichtlich ihrer Quantität wichtigsten Aktivitäten in dieser Untersuchung berücksichtigt. Da die Zahlen, auf denen diese Schätzungen beruhten, nicht repräsentativ für alle bestehenden Programme in Europa waren, wird die Verbreitung der Programme und insbesondere die Beteiligung seitens der Schüler wahrscheinlich zu gering eingeschätzt. Aus diesem Grund sollten die hier genannten vorläufigen Zahlen als aufgrund der verfügbaren Informationen bestmögliche Annäherung an die Wirklichkeit verstanden werden.

Nach wie vor beteiligt sich nur eine Minderheit der Schüler an den Schülerfirmenprogrammen. Im Schuljahr 2003/04 betrug der Anteil der in diese Aktivitäten einbezogenen Schüler der Sekundarstufe in den meisten Ländern unter 1 %. Die Länder mit der höchsten geschätzten Beteiligung der Schüler (über 2 %) waren **Irland, Litauen, Österreich, das Vereinigte Königreich und Norwegen**.

Es wird geschätzt, dass jährlich **mindestens 200 000** Schüler in weiterführenden Schulen in EU-25 und in Norwegen an diesen Programmen teilnehmen. (Die tatsächliche Anzahl dürfte noch höher sein.) Diese Zahl gründet sich auf eine ausgewählte Stichprobe der im *Anhang* genannten meistverbreiteten Programme in den einzelnen Ländern.

Da diese Programme den Schülern jedoch nicht auferlegt, sondern eher als Angebot beworben und allen potenziell Interessierten zugänglich gemacht werden sollten, ist längerfristig wahrscheinlich die Anzahl der Schulen wichtiger, die entschieden haben, die Programme als Wahlfach für ihre Schüler anzubieten.

Zu den Ländern, in denen diese Programme im Sekundarbereich stärker verbreitet sind (mit einer Beteiligung von schätzungsweise zwischen 40 und 50 % aller weiterführenden Schulen), zählen **Irland**, wo vielfältige Aktivitäten in Verbindung mit Schülerfirmen größtenteils im Rahmen von in den offiziellen Lehrplan einbezogenen Programmen durchgeführt werden, und im **Vereinigten Königreich**, wo besonders das Programm *Young Enterprise* eine lange und bewährte Tradition hat. Nach diesen beiden Ländern folgen Länder, in denen etwa 30 % aller



weiterführenden Schulen Schülerfirmenprogramme anbieten (**Belgien, Luxemburg und Norwegen**). In allen übrigen Ländern wird die Beteiligung der weiterführenden Schulen auf 3 bis 15 % geschätzt. Selbst in Ländern mit der geringsten Beteiligung ergibt sich jedoch ein Anteil von 10 bis 20 %, wenn ausschließlich die **Sekundarstufe 2** berücksichtigt wird.

In allen Ländern (mit Ausnahme **Norwegens**) nimmt die überwältigende Mehrheit der Schüler in der **Sekundarstufe 2** an diesen Aktivitäten teil. In manchen Ländern werden Schülerfirmenprogramme in der Sekundarstufe 1 überhaupt nicht angeboten.

Hinsichtlich der Nutzung dieser Programme in **allgemein bildenden weiterführenden Schulen** im Vergleich zur Nutzung in **berufsbildenden weiterführenden Schulen** (Berufsschulen sowie technische und kaufmännische/wirtschaftliche Schulen) ergibt sich ein eher

gemischtes Bild: In Ländern wie z.B. **Deutschland** oder **Schweden** ist die Beteiligung in allgemein bildenden Schulen erheblich höher, während für Länder wie z.B. **Österreich** und die **Tschechische Republik** ein gegenteiliges Bild zu verzeichnen ist.

Gemäß den beschränkten zugänglichen Informationen zur Beteiligung nach **Geschlechtern** besteht eine gute Balance zwischen Schülern und Schülerinnen, wobei die Schülerinnen in manchen Fällen sogar überwiegen (z.B. in den *Junior Achievement-Unternehmensprogrammen* in **Estland** und in **Lettland**, wo der Anteil der Schülerinnen bei über 60 % liegt).

In **Griechenland** und in der **Türkei** werden zurzeit keine Programme durchgeführt, die auf der Schülerfirmen-Methode beruhen würden. Eine wichtige Initiative soll jedoch ab dem Schuljahr 2005/06 in **Griechenland** eingeführt werden (*siehe Abschnitt 6.1.*). Auch in der **Türkei** werden vorbereitende Untersuchungen durchgeführt, um unter Berücksichtigung dieses Berichts Schülerfirmen in die Lehrpläne der berufsbildenden Schulen einzubeziehen.

Für **Spanien, Italien, die Niederlande, Rumänien** und die **Slowakei** waren keine quantitativen Daten verfügbar.

**TABELLE: GESCHÄTZTE VERBREITUNG VON SCHÜLERFIRMENPROGRAMMEN IM SEKUNDARBEREICH**

	Belgien <sup>8</sup>	Belgien <sup>9</sup>	Tschechische Republik	Dänemark	Deutschland	Estland	Frankreich	Irland	Lettland	Litauen	Luxemburg	Ungarn	Österreich	Polen	Finnland	Schweden	UK	Norwegen
<b>Geschätzter Anteil der weiterführenden Schulen in %, die 2003/04 an Programmen teilnahmen (Sekundarstufen 1 und 2, alle Schulformen)</b>	20-25 %	25-30 %	3-5 %	3-5 %	5-10 %	5-10 %	3-5 %	40-50 %	5-10 %	5-10 %	25-30 %	15-20 %	10-15 %	5-10 %	3-5%	10-15 %	40-50 %	30-40 % <sup>10</sup>
<b>Anzahl der an einer ausgewählten Stichprobe aus Programmen des Schuljahres 2003/04 beteiligten Schüler<sup>11</sup></b>	1 500	4 989	6 375	1 271	10 532	504	4 432	13 656	685	2 450	168	5 470	16 300	19 913	1 199	10 050	45 982	45 592

<sup>8</sup> Daten für die französische Gemeinschaft

<sup>9</sup> Daten für die flämische Gemeinschaft

<sup>10</sup> Dieser Prozentanteil wird ausgehend von der Gesamtzahl der Schulen im Primar- und im Sekundarbereich berechnet, da Schülerfirmenprogramme auch in der Grundschule durchgeführt werden, und da die Grundschule und die Sekundarstufe 1 in Norwegen häufig kombiniert sind. Wahrscheinlich wäre der Prozentanteil höher, wenn die Betrachtung auf den Sekundarbereich beschränkt würde.

<sup>11</sup> Zahlen einer ausgewählten Stichprobe der im Anhang in der Übersicht zusammengestellten meistverbreiteten Programme in den einzelnen Ländern

#### 4.4. Bewertung und Auswirkungen

Dieser Abschnitt soll einen Überblick über die zurzeit eingesetzten Instrumente zur **Bewertung** der Qualität und der Wirksamkeit der Programme sowie über die derzeitigen Untersuchungen zur Messung der endgültigen **Auswirkungen** vermitteln.

##### *- Bewertung der Programme*

In jedem Fall sind die folgenden Kriterien Gegenstand der Bewertung eines Schülerfirmenprogramms:

- a. von den Schülern erworbene Kompetenzen,
- b. entwickelte Einstellungen und Pläne in Bezug auf unternehmerische Initiative,
- c. Bewertung der Programme durch die Schüler.

Nicht alle Schülerfirmenprogramme werden regelmäßig bewertet; meist werden jedoch während der Durchführung und / oder bei Abschluss der Programme Rückmeldungen von den Lehrkräften und von den Schülern eingeholt. Diese Rückmeldungen können als die einfachste und am meisten verbreitete Bewertungsmethode betrachtet werden; dabei werden folgende Instrumente eingesetzt:

- **Selbstbewertung** seitens der Schüler auf Fragebogen,
- von den Schülern während der Projekte erstellte Unterlagen und **Berichte**, die Lehrkräften sowie Beratern aus der Wirtschaft oder Mitarbeitern der Organisation zur Überprüfung vorgelegt werden, die das jeweilige Programm unterstützt,
- Überprüfungen der von den Schülern sowie von den Schülerfirmen insgesamt erbrachten **Leistungen** durch Lehrkräfte und Berater aus der Wirtschaft,
- von den **Lehrkräften** auszufüllende Fragebogen.

In einer Reihe von Programmen werden beide Bewertungsinstrumente kombiniert: Für eine allgemeine Erhebung müssen die Schüler einen Fragebogen ausfüllen; außerdem werden die Schüler aufgefordert, einen schriftlichen Bericht vorzulegen, in dem sie ihre individuelle Erfahrung beschreiben sollen, um eine stärker qualitätsorientierte Bewertung zu ermöglichen.

Da die Lehrkräfte in diesen Programmen als Betreuer fungieren, die während des gesamten Prozesses die Aktivitäten auf den verschiedenen Stufen einer Schülerfirma begleiten, die Schüler unterstützen und Hilfestellung und Beratung anbieten, können die **Lehrkräfte / Ausbilder** eine direkte und unmittelbare Bewertung auf der Grundlage ständiger Beobachtung formulieren. Sie können beschreiben, wie die Schüler die ihnen zugewiesenen Aufgaben erfüllen, in welchem Umfang sie initiativ werden, wie sie praktische Probleme lösen usw.

Eine **Überprüfung** hinsichtlich der beteiligten Schüler sollte vorzugsweise sowohl am Anfang als auch am Ende einer Aktivität erfolgen, um feststellen zu können, in wie weit sich Einstellungen geändert haben und neue Kompetenzen erworben wurden (sowohl allgemein als auch im unternehmerischen Bereich). Bei einigen Programmen werden regelmäßig am Ende des Schuljahres Telefonbefragungen bei einer Stichprobe der Schüler durchgeführt.

Als hilfreiche Maßnahme zur Optimierung der Bewertungsergebnisse wurde vorgeschlagen, Erhebungen zur Ermittlung der Fortschritte beim Erwerb von Kompetenzen und neuen Sichtweisen im Vergleich zu entsprechenden Informationen aus Stichproben unter Schülern durchzuführen, die **nicht** an Schülerfirmenprogrammen beteiligt waren; mit Hilfe dieser

Erhebungen könnten die Vorteile für die an den Aktivitäten teilnehmenden Schüler aufgezeigt werden.

Im Rahmen eines **nationalen Lehrplans** durchgeführte Programme werden eher regelmäßig bewertet (z.B. durch Prüfungen wie etwa in **Österreich**, wo die Programme Bestandteil der staatlichen Abschlussprüfungen sein können, oder durch Beurteilungen der Unterrichts- und Lernqualität durch staatliche Inspektoren wie z.B. in **Irland**).

Bewertungen werden in der Regel von den unterstützenden Organisationen im Rahmen nationaler Wettbewerbe für Schülerfirmen vorgenommen. In eher allgemeiner Form erfolgt eine gewisse Bewertung der Verfahren durch die von den unterstützenden Organisationen durchgeführten Analysen quantitativer und qualitativer Daten.

Weniger häufig werden folgende Bewertungsinstrumente eingesetzt:

- **Prüfungen** am Ende der Programme,
- von einer **unabhängigen** Stelle oder von einem Ausschuss durchgeführte Bewertungen,
- Einrichtung von **Fokusgruppen** am Ende der Programme.

Eine **Prüfung** am Ende eines Programms könnte am wirkungsvollsten aufgrund einer praktischen Situation, d.h. aufgrund der Beteiligung der Schüler an einem beliebigen Werktag in einem Unternehmen oder durch die Bearbeitung einer Fallstudie am Ende des Programms erfolgen, wo die Schüler die erworbenen Kompetenzen und erlernten Konzepte konkret anwenden und einer Beurteilung aussetzen können. Die Schüler könnten z.B. einen ganzen Tag in einer virtuellen Firma arbeiten und sich mit komplexen unternehmerischen Sachverhalten und Herausforderungen auseinandersetzen, indem sie verschiedene Aufgaben und Funktionen übernehmen, bei denen sie die entwickelten Kompetenzen und das erworbene Wissen im praktischen Unternehmensbetrieb einsetzen können.

Die *Young Enterprise International Examination* wird von der **University of Cambridge** (*International Examinations*) durchgeführt, um die Kompetenzen und Kenntnisse zu messen, welche die Schüler durch ihre Beteiligung am Programm *Junior Achievement–Young Enterprise* erworben haben. Die Prüfung beruht auf einer Fallstudie einer vollständig fiktiven Schülerfirma; den Schülern wird das betreffende Szenario vor der Prüfung mitgeteilt. Anschließend können die Schüler mit ihren Mitschülern und mit Beratern aus der Wirtschaft ihre eigenen unternehmerischen Erfahrungen auf diese Fallstudie anwenden. Die Prüfung möchte feststellen, was die Schüler tatsächlich aus ihren Schülerfirmen gelernt haben; dabei werden in erster Linie die Schlüsselkompetenzen bewertet, die die Teilnehmer in den Programmen erwerben können. Dieses freiwillige Qualifikationsangebot besteht in allen Ländern für alle Teilnehmer des Netzes *JA-YE Europe*. Nach der Prüfung kann die erzielte Leistung mit einem weltweit anerkannten Zertifikat dokumentiert werden, dem ein international vereinbarter Standard zugrunde liegt.

Ein weiteres hilfreiches Bewertungsinstrument ist die Einrichtung von **Fokusgruppen**, in denen Lehrkräfte und Schüler die Stärken und Schwächen der Programme, die Probleme aus Sicht der Schüler und die erworbenen Kompetenzen eingehend diskutieren und analysieren können. Die Fokusgruppe kann sowohl vor der Teilnahme an den Programmen als auch am Ende der Programme eingerichtet werden. (Dieser Ansatz wird z.B. in **Irland** in Verbindung mit dem für das *Transition Year* vorgesehenen Schülerfirmenprogramm „*Get up and Go*“ und beim *Junior Achievement Company Programme* verfolgt.)

Eine wichtige Methode – wenngleich nicht am weitesten verbreitet – besteht in einer unabhängigen Bewertung der Programme durch eine externe Stelle.

Das *European Network of Practice Firms* führt das Qualitätszertifikat **EUROPEN** ein, mit dem allgemeine Regeln für die Bewertung virtueller Firmen festgelegt werden. Die Definition der Qualitätskriterien auf europäischer Ebene hat die Kommission im Rahmen des Programms „Leonardo da Vinci“ unterstützt.<sup>12</sup>

Die **wirksame Bewertung** von Schülerfirmenprogrammen bietet die Möglichkeit, erzielte Erfolge zu feiern, Problembereiche herauszustellen und Pläne zur Überwindung erkannter Schwächen umzusetzen. Im Bewertungsprozess sollte die Schulleitung versuchen, die Standpunkte aller an den Schülerfirmen Beteiligten (der Schüler, der Koordinatoren, der Lehrkräfte, der Freiwilligen aus der Wirtschaft und aus der örtlichen Gemeinde, der Eltern und der unterstützenden Organisationen) einzubeziehen.

#### - Auswirkungen der Programme

Es wurde vorgeschlagen, bei der Analyse der Auswirkungen die folgenden wesentlichen Indikatoren zu berücksichtigen:

- a) die von den Schülern entwickelte **Einstellung** zu unternehmerischer Initiative und
- b) die Anzahl der Schüler, die nach ihrer Ausbildung **ein eigenes Unternehmen gründen**.

Hinsichtlich des zweiten Indikators sollten Untersuchungen eher allgemein feststellen, wie und in welchem Umfang diese Programme **später für die Schüler hilfreich waren**. Ergänzend zur Anzahl der Schüler, die ein eigenes Unternehmen gründen, könnten die Bewertungen auch Informationen zu späteren Karrieren der Teilnehmer (d.h. zur Art der ausgeführten Beschäftigung und zur Beschäftigungsquote) enthalten. Wesentlich ist, dass die ermittelten Zahlen den Zahlen für andere Schüler gegenübergestellt werden, die nicht an diesen Programmen teilgenommen haben.

Zurzeit werden in Europa **keine hinreichenden Untersuchungen** hinsichtlich der Auswirkungen von Schülerfirmenprogrammen auf die Schüler durchgeführt. Bislang wurden sehr wenige Erhebungen entwickelt, die sich zudem auf Einzelstaaten oder auf bestimmte Programme beschränken.

Die begrenzten verfügbaren Belege lassen jedoch darauf schließen, dass diese Programme den **Unternehmergeist** bei Jugendlichen **spürbar fördern**.

Im Jahre 2002 hat *Young Enterprise Sweden* eine **Erhebung** unter Schülern durchgeführt, die seit 1980 am Schülerfirmenprogramm *Young Enterprise* teilgenommen hatten.<sup>13</sup> Gemäß dieser Erhebung führten **7 % der Schüler, die auf die Erhebung geantwortet haben**, noch immer ein Unternehmen; **13 % der Schüler hatten zeitweise ein eigenes Unternehmen geführt**. Mit zunehmendem Alter der Schüler prägte sich dieses Bild noch stärker aus. **In der Gruppe der Personen mit einem Mindestalter von 29 Jahren betrug der Anteil 19 %**. Im Laufe der Jahre haben Schüler, die zuvor am Programm YE teilgenommen hatten, in ihren eigenen Unternehmen 16 000 Personen beschäftigt.

Die meisten Schüler (87 %) waren der Ansicht, dass sie durch ihre Teilnahme an dem Programm ihre Kenntnisse bezüglich der Führung eines Unternehmens sowie ihre Problemlösungskompetenz verbessert hatten. Außerdem verwiesen die Schüler darauf, dass ihr Selbstvertrauen und ihre Fähigkeit zur Zusammenarbeit mit anderen gewachsen seien.

---

<sup>12</sup> Weitere Informationen zur „Analyse und Entwicklung von Mindestqualitätsstandards“ sind der EUROPEN-Website unter [www.europen.info/leonardo](http://www.europen.info/leonardo) zu entnehmen.

<sup>13</sup> *Ung Företagsamhet*, „What has happened afterwards?“, 2002, CMA - Centre Market Analysis AB.

Eine Erhebung von *Young Enterprise Norway*<sup>14</sup> führte später zu ähnlichen Ergebnissen. 9,7 % der befragten Teilnehmer dieser Programme hatten nach Abschluss der Sekundarstufe 2 ihr eigenes Unternehmen gegründet, und **20,5 % der Befragten im Alter von 25 bis 34 Jahren hatten ihr eigenes Unternehmen gegründet**. Der entsprechende Anteil auf nationaler Ebene in Norwegen lag bei den 25- bis 34-Jährigen bei 4,5 %.<sup>15</sup>

Die norwegische Erhebung hat ergeben, dass der Frauenanteil unter den Personen, die nach Abschluss der Sekundarstufe 2 ihr eigenes Unternehmen gegründet haben, bei 30 % lag und dass Führungspositionen zu 50 % von Frauen besetzt waren. In Norwegen befinden sich 19 % aller Unternehmen im Besitz von Frauen, 11,3 % aller Vorstandsvorsitzenden und 16,5 % aller Geschäftsführer sind Frauen. Dies zeigt, dass Schülerfirmenprogramme einen positiven Einfluss auch auf die Erhöhung des Frauenanteils in den höchsten Führungspositionen haben. Offenbar wirkt sich die Durchführung dieser Programme positiv auf die Chancengleichheit der Geschlechter aus, wenn in Unternehmen Führungspositionen zu besetzen sind.

Die Auswirkungen dieser Aktivitäten werden von einer jüngeren Erhebung (veröffentlicht im Jahre 2005) bestätigt, in der der Anteil der Unternehmensgründungen durch ehemalige Teilnehmer an den Programmen in der Altersgruppe ab mindestens 29 Jahren mit 26,6 % angegeben wurde.<sup>16</sup> Insgesamt haben 16,6 % aller befragten Teilnehmer der Schülerfirmenprogramme mindestens ein Unternehmen gegründet. (In der vorherigen Erhebung lag dieser Anteil bei 9,7 %.)

In **Belgien** hat eine in der flämischen Gemeinschaft durchgeführte Erhebung<sup>17</sup> ergeben, dass von 10 Schülern, die in den vergangenen drei Jahren an einem Schülerfirmenprogramm teilgenommen hatten, 9 eine sehr positive Einstellung zur Wirtschaft hatten, und ein Fünftel der Schüler erklärte, dass sie binnen der kommenden 5 Jahre gerne ein eigenes Unternehmen gründen würden.

In **Deutschland** zeigte eine interne Bewertung unter den Teilnehmern des Programms JUNIOR im Schuljahr 2003/04, dass über 80 % der Teilnehmer der Ansicht sind, sie verstehen nun mehr von wirtschaftsbezogenen und unternehmerischen Sachverhalten; ein Drittel der Schüler konnte sich vorstellen, ein eigenes Unternehmen zu gründen.

*JADE (European Confederation of Junior Enterprises)* hat eine Piloterhebung<sup>18</sup> zur Entwicklung unternehmerischen Denkens und zur Ausprägung größeren Selbstvertrauens bei den Teilnehmern des *Junior Enterprises*-Programms im Sekundarbereich durchgeführt. Nach dieser Erhebung vertrauen 80 % der Befragten auf ihre eigenen Fähigkeiten, 98 % bemühen sich um Veränderungen, und 79 % haben stärkere Kreativität entwickelt. In dieser Hinsicht haben die Teilnehmer offenbar in vollem Umfang die unternehmerischen Qualitäten erworben, die Führungskräfte in der Wirtschaft auszeichnen.

*Junior Achievement – Young Enterprise Europe* hat die Erhebung „*Enterprise 2010 - the Next Generation*“<sup>19</sup> durchgeführt. In der Erhebung wurden 10 000 Schüler des Sekundarbereichs

---

<sup>14</sup> „What happened later?“. 2003, M. Luktavslimo.

<sup>15</sup> Kolvereid und Alsos, Zahlen von 1997.

<sup>16</sup> M. Haugum, Ungdomsbedrifter og entreprenørskap 2005. Nord-Trøndelagsforskning, Steinkjer.

<sup>17</sup> VLAJO, 2001.

<sup>18</sup> Professor Renaud Redien-Collot, Advancia Paris und Mojca Jesenovec, Senior Project Manager, JADE [www.jadenet.org](http://www.jadenet.org).

<sup>19</sup> Endgültige Ergebnisse sind im Oktober 2005 unter der folgenden Adresse verfügbar: [www.ja-ye.org](http://www.ja-ye.org).

unabhängig davon, ob sie an den *JA-YE*-Programmen teilgenommen hatten, zu ihrer Einstellung gegenüber unternehmerischer Initiative befragt. In der Erhebung wurden die Ergebnisse aus 26 Ländern verglichen. Die Erhebung soll alle drei Jahre wiederholt werden. Erste Ergebnisse zeigen, dass 77 % der Schüler, die sich an den Schülerfirmenprogrammen beteiligt haben, Selbstständigkeit als Karriereoption betrachten; Jugendliche, die nicht an den *JA-YE*-Programmen teilgenommen haben, sind weitaus zögerlicher in der Akzeptanz einer möglichen Selbstständigkeit.

## 5. Erfolgsgeschichten von Schülern

### ➤ *Miera – Bananenhalter (Belgien)*

In Belgien hat am *Vti Mariendaal Instituut Diest* eine Gruppe aus sechs Schülern, die sich alle durch häufiges unerlaubtes Fehlen auszeichneten, unter der Aufsicht ihrer Lehrkraft die Schülerfirma „Miera“ gegründet. Die Gruppe entwickelte eine hohe Motivation und investierte sogar ihre Freizeit in das Unternehmen und in die Herstellung ihres Produktes (Bananenhalter).

Vor Gründung ihres Unternehmens hatten die Schüler kein Selbstvertrauen und keine Selbstachtung und betrachteten sich als Randgruppe. Aufgrund ihrer Erfahrungen mit ihrer Schülerfirma erklärten sie, dass sie begonnen haben, ihre eigenen Fähigkeiten und Talente zu entdecken und dass sie neues Selbstvertrauen und neue Selbstachtung gewonnen haben. Außerdem hatte sich die Beziehung zu ihrer Lehrkraft verbessert, die weniger als Lehrer denn als Berater betrachtet wurde. Zwei der Schüler gründeten später tatsächlich ein sehr erfolgreiches eigenes Unternehmen (D’Hondt Bedachungen).

### ➤ *ALCA Bohne GesmbH - Kaffee und Tee (Österreich)*

Geschäftsgegenstand der österreichischen Übungsfirma „ALCA Bohne GesmbH“ ist der Handel mit Kaffee und Tee. Das Unternehmen wurde 1993 gegründet und ist in der österreichischen Bundeshandelsakademie in Neumarkt am Wallersee (im Raum Salzburg) angesiedelt. Die Schüler sind 17–18 Jahre alt; Aktivitäten in Verbindung mit der Übungsfirma sind für das vierte Jahr ihrer 5-jährigen beruflichen Ausbildung vorgesehen.

In den vorherigen Schuljahren werden die Schüler in verschiedenen maßgeblichen wirtschaftsbezogenen Fächern unterrichtet, um den Herausforderungen der Arbeit in der Übungsfirma begegnen zu können. ALCA Bohne erzielt optimale Ergebnisse. Das Unternehmen ist ein zuverlässiger Partner auf dem einzelstaatlichen Markt für Übungsfirmen von Schülern und Studenten (etwa 950 Wettbewerber) und setzt im Wettbewerb der von Schülern und Studenten geführten Übungsfirmen in Österreich Maßstäbe. Diese unter Beteiligung von Schülern und Lehrkräften geführte Übungsfirma leistet langfristige und hochwertige Bildungsarbeit. Obwohl sich das Personal der Unternehmen (die teilnehmenden Schüler) jedes Jahr ändert, hält das Unternehmen den erreichten hohen Standard und zeigt, dass sich Programme wie z.B. die Schülerfirmenprogramme positiv auf die eigentliche Qualität der Ausbildung auswirken können. ALCA Bohne arbeitet mit zwei realen Partnerunternehmen zusammen, die die Schülerfirma über die Jahre unterstützt und ihrerseits von den Kompetenzen der Schüler profitiert haben.

### ➤ *S4S - „Die Spielmaschine“ (Deutschland)*

In Deutschland wurde im Oktober 2002 das JUNIOR-Unternehmen S4S – Schüler für Schüler – gegründet. Das Unternehmen stellt „die Spielmaschine“, eine Sammlung von 166 Gesellschaftsspielen für Gruppentreffen, Seminare und Geburtstagsfeiern, her. Die Spiele werden jeweils bestimmten Kategorien zugeordnet, nach spezifischen Kriterien bewertet und mit Zusatzinformationen versehen. Das Produkt wurde von den Schülern selbst entwickelt; die Produktentwicklung wurde im Februar 2003 abgeschlossen. Das Unternehmen konnte sein Produkt mehr als 580-mal verkaufen und erzielte einen Umsatz von fast 5000 Euro bei einem Gewinn von fast 2000 Euro; damit wurde der Aktienwert um etwa 256 % gesteigert. Wie in fast allen JUNIOR-Unternehmen haben die Schüler auch bei diesem Unternehmen ihre Aktivitäten auf vier Abteilungen verteilt: Verwaltung, Marketing, Produktion und Finanzen.

Die Marketing-Abteilung führte am Anfang des Projekts eine Erhebung durch und war zuständig für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, die mit Fernsehspots, Berichten im Radio und vielen Zeitungsartikeln sehr erfolgreich geleistet wurde. Die Marketing-Abteilung hat auch die verschiedenen



Vertriebsmöglichkeiten untersucht (Messen, Zusammenarbeit mit andern JUNIOR-Unternehmen, Online-Handel usw.). Die Produktionsabteilung war nicht nur für die Herstellung der *Spielmaschine* zuständig, sondern musste auch die kostengünstigste Möglichkeit für den Druck des Produktes ermitteln.

Alle Schüler erklärten, dass sie von ihren Erfahrungen profitiert haben: durch einen realistischen Eindruck von der echten Arbeitswelt, durch das Kennenlernen wirtschaftsbezogener Zusammenhänge, durch die Verbesserung persönlicher Kompetenzen und durch die bessere Teamfähigkeit. Einige Schüler setzten die Aktivität auch nach Auflösung des JUNIOR-Unternehmens fort.

➤ **R@ - Computermaus (Estland)**

In Estland wurde im Schuljahr 2003/2004 in einem kleinen estnischen Dorf in der Sekundarstufe 2 der örtlichen Schule die Schülerfirma R@ gegründet. Die Schülerfirma wurde als außerlehrplanmäßige Aktivität geführt.

Das Produkt der Schülerfirma bestand in einer Computermaus mit Textilbezug und mit Spielzeug-Appeal. Infolge einer guten Vertriebsstrategie erzielte das Produkt der Schülerfirma einen verhältnismäßig hohen Bekanntheitsgrad und wurde in Estland verhältnismäßig populär. In der Presse wurde über die Firma berichtet.

Inzwischen haben einige Mitglieder die Sekundarstufe 2 abgeschlossen und ein Hochschulstudium aufgenommen. Die ehemaligen Schüler beabsichtigen die Gründung eines eigenen Unternehmens.

Dieser Fall war aus estnischer Sicht besonders interessant, da die Arbeitslosigkeit in den kleinen Dörfern im Süden Estlands hoch und unternehmerische Initiative nicht eben stark verbreitet ist. Für die Schüler sind kaum auch nur Berater aus örtlichen Unternehmen zu finden. Alle an der Gruppe beteiligten Schüler erklären, dass sie neue Denkmuster gelernt haben und dass sie unternehmerische Initiative als eine wichtige Option für ihr Leben betrachten. Die Schüler sind bereit, Schülerfirmen als wichtiges Unterrichtsinstrument zu unterstützen. Nach ihrem Erfolg und nach der Aufnahme ihres Erfolges in den Medien sind Schülerfirmen bei Schülern und Eltern verhältnismäßig populär geworden.

➤ **„School Days“ – Jahrbuch eines Abschlussjahrgangs (Irland)**

In Irland ist „School Days“ ein Beispiel für ein reales Mini-Unternehmen, das von 16 Schülerinnen einer Mädchenschule (Sekundarbereich) in Dublin im Rahmen des Schülerfirmenprogramms „Get up and Go“ für das *Transition Year* gegründet wurde.

Kürzlich haben die Schüler des Abschlussjahrgangs an der Schule Interesse an einem Jahrbuch für ihr Abschlussjahr bekundet. Sie baten die Schüler des *Transition Year*, im Rahmen ihres Schülerfirmenprogramms ein Jahrbuch für sie zu erstellen. Nach einigen Treffen und ausgedehnten Marktforschungen wurde diese Idee als gute und durchführbare Anregung angenommen. Die Ziele dieser Schülerfirma bestanden in der Herstellung eines Überblicks über das Schuljahr 2003/2004 in Form eines farbigen Jahrbuchs mit einem Umfang von 32 Hochglanzpapierseiten im A4-Format.

Durch Werbung, Sponsoren und den Verkauf des Produkts erzielten die Schüler einen Gewinn von €3 600. Die Schüler hatten Gelegenheit, unmittelbare Erfahrungen mit der Planung, Gründung und Führung eines Unternehmens zu machen. Die Entwicklung eigener Ideen und die Erstellung von Businessplänen waren wesentliche Komponenten eines Prozesses, der die Schüler befähigte, mögliche erste Schritte für die Entwicklung und die Weiterverfolgung von Ideen für Firmengründungen zu erkennen.

➤ ***Presnatch - „Preventor“-Haken (Schweden)***

Die schwedische Schülerfirma „*Presnatch*“ beruht auf einer Idee, mit der verhindert werden kann, dass Personen an öffentlichen Orten wie z.B. in Cafés, Restaurants und Hotels Taschen und Handtaschen geraubt werden, und mit der sich Besucher dieser öffentlichen Orte sicherer und insgesamt wohler fühlen. „*Presnatch*“ hat einen innovativen Haken gefertigt, der Handtaschendiebstähle in Restaurants und Bars verhindert. In enger Zusammenarbeit mit der schwedischen Polizei entwickelt, entwirft, vermarktet und vertreibt das Unternehmen den „*Preventor*“. Das Produkt wird an allen Sitzplätzen in einem Café, Restaurant oder Hotel jeweils unter dem Tisch angebracht. An den Haken können die Gäste ihre Taschen hängen. Dank des Produktes von *Presnatch* brauchen die Gäste ihre Taschen nicht mehr vor sich auf dem Schoß zu behalten; dies kommt dem Sicherheitsgefühl und dem Wohlbefinden der Gäste zugute.

Um die Urheberrechte an ihrem Produkt sicherzustellen, haben die Schüler beim schwedischen Patentamt die ausschließlichen Rechte an „*Preventor*“ beantragt.

*Presnatch* ist auf einem ständig wachsenden Markt aktiv. Das Produkt der Firma ist zurzeit einmalig in Schweden. Entsprechend möchte die Firma rasch wachsen, bevor sich Wettbewerber auf dem Markt engagieren. Da das künftige Marktpotential sehr hoch war, haben die Schüler entschieden, ihre Unternehmertätigkeit auch während des Studiums fortzusetzen.

➤ ***Dogbag - Umweltfreundliche Hundekotbeutel (Norwegen)***

Fünf Mädchen in der Sekundarstufe 2 einer norwegischen Schule haben das Unternehmen *Dogbag* gegründet. Das Unternehmen wollte umweltfreundliche Hundekotbeutel entwickeln. Herkömmliche Hundekotbeutel haben den Nachteil, dass sie zwar organisches Material beinhalten, selbst aber nicht biologisch abbaubar sind und somit eine Umweltverschmutzung darstellen. Die Mädchen prüften verschiedene Kunststoffe und fanden schließlich ein umweltfreundliches Material, das sich binnen vier Tagen zersetzt.

Nachdem sie sich einen Kredit für die Gründungsinvestition beschafft hatten, nahmen die Mädchen Kontakte zur örtlichen Industrie auf und produzierten 1000 Rollen mit den neuen Beuteln. Anschließend wurden die Rollen in einem der großen Supermärkte in ihrem Bezirk angeboten. Die Lebensmittelkette hielt die Idee für so interessant, dass sie einen Vertrag mit der Schülerfirma unterzeichnete, mit dem sie sich die Alleinvertriebsrechte sicherte. Die 1000 Rollen waren bald verkauft, und das Unternehmen musste eine weitere Serie produzieren.

## 6. Rahmenbedingungen, Unterstützung und die Rolle der Politik

### 6.1. Finanzierungs- und Förderquellen aus dem privaten Sektor

Wenngleich erhebliche Unterstützung auch aus dem öffentlichen Sektor geleistet wird, werden Schülerfirmenprogramme stärker **von externen Organisationen** (z.B. von NRO) als durch das Bildungssystem an sich gefördert. Aus diesem Grund sowie weil die entsprechenden Aktivitäten gelegentlich auch außerhalb des offiziellen schulspezifischen Lehrplans durchgeführt werden, leiden die Programme meist unter **unzureichender finanzieller Ausstattung**.

Die Aktivitäten der Schülerfirmen beruhen sehr häufig auf der **starken Einbindung des privaten Sektors**, der sich mit Fördermitteln oder Sachleistungen engagiert. Je nach Land und abhängig vom einzelnen Programm erfolgt die Finanzierung in manchen Fällen vorwiegend durch **öffentliche Stellen** (z.B. in **Österreich, Frankreich und Norwegen**); in anderen Fällen übernimmt meist der **private** Sektor die Finanzierung (z.B. in der **Tschechischen Republik**, in **Lettland**, in den **Niederlanden** und in **Polen**). Eine Übersicht über die Finanzierungsquellen vermittelt einen Eindruck von der großen Vielfalt an Situationen und unterschiedlichen Lösungen hinsichtlich der Herkunft der Mittel für diese Art von Programmen. Meist stammt ein erheblicher Anteil (z.B. 80 % oder mehr) entweder aus dem öffentlichen oder aus dem privaten Sektor; nur in wenigen Fällen scheint die finanzielle Beteiligung zwischen öffentlichem und privatem Sektor ausgewogener zu sein (z.B. in **Dänemark, Irland und Schweden**). Diese Situation könnte auf gewisse Schwierigkeiten bei der Abstimmung der Finanzierung durch öffentliche und private Mittel hindeuten.

Im Rahmen der öffentlichen Finanzierung können **Gemeinschaftsmittel** aus dem **ESF** (Europäischen Sozialfonds) und aus Programmen wie z.B. „Leonardo da Vinci“ eine wichtige Rolle beim Ausbau dieser Aktivitäten spielen. In **Frankreich** z.B. stellt die Unterstützung aus dem ESF einen wertvollen Beitrag zur schnelleren Anpassung der Berufsausbildung an die neuen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Bedingungen dar. Dank des finanziellen Beitrags aus dem ESF kann systematische Unterstützung für die Herstellung von Verbindungen zwischen Schulen und Unternehmen und für den Ausbau von Unternehmensprojekten in Frankreich gewährt werden; dies gilt auch für Schülerfirmen in technischen und berufsbildenden Schulen im Sekundarbereich.<sup>20</sup>

Auch in **Griechenland** besteht ein wichtiges Projekt im Rahmen des operationellen Programms für Bildung in der Führung virtueller Unternehmen in technischen Schulen der Sekundarstufe 2 und in Einrichtungen zur beruflichen Grundbildung. Das angenommene Konzept eines virtuellen Unternehmens berücksichtigt bereits die in diesem Bericht zugrunde gelegte Definition des Begriffs Schülerfirma. Ab dem Schuljahr 2005/06 erhalten alle technischen Schulen die Möglichkeit zur Teilnahme über einen Zeitraum von zwei Jahren.

Im privaten Sektor werden Finanzmittel meist von einzelnen **Unternehmen, Stiftungen** und **Wirtschaftsverbänden** aufgebracht. In einer Reihe von Ländern spielen **Banken** eine wichtige Rolle. In manchen Fällen erfolgt die Finanzierung vorwiegend über von Schulen und Schülern zu entrichtende **Teilnahmegebühren**.

Ebenso wichtig oder teilweise noch wichtiger als die finanzielle Unterstützung ist die Unterstützung durch **Sachleistungen** aus der Wirtschaft. Die Sachleistungen können in der Einbringung von Erfahrung und Wissen in die Organisation der Programme, in der direkten

---

<sup>20</sup> Überprüfung der ESF-Programme im Zeitraum 2004-2006. AXE 3 – Mesure 4: Faciliter le passage de l'école au travail.

Beteiligung von Beratern und Tutoren aus der Wirtschaft, in der spezifischen Ausbildung von Lehrkräften, im Angebot des freien Zugangs zu Betriebsgeländen und Büroräumen und in der Mithilfe bei der Organisation von Veranstaltungen wie z.B. Handelsmessen bestehen.

Der größte Nutzen für die Programme ergibt sich aus der Möglichkeit der Inanspruchnahme eines Pools an **Beratern aus der Wirtschaft**; diese Berater bringen Erfahrung ein, fördern das Interesse der Schüler für die Wirtschaft und nehmen als Fachleute unmittelbar an den Programmen teil.

Zu betonen ist, dass Schüler, die an einem Schülerfirmenprogramm teilgenommen haben, eine einzigartige Personalressource für die Unternehmen darstellen, da sie unmittelbare Unternehmenserfahrungen und verschiedene Kompetenzen erworben haben, die in einer dynamischen Organisation äußerst hilfreich sein können. Dies ist häufig ein wichtiges Argument für die Wirtschaft, sich in diesen Programmen zu engagieren.

- In **Deutschland** wird das *JUNIOR*-Programm seit 1997 von der *Gothaer Versicherungen* gefördert. Das Engagement der Versicherung allein ist für Schüler und Unternehmen bereits ein Anlass zur Teilnahme am Programm. Die *Gothaer Versicherungen* übernimmt die gewerbliche Haftpflichtversicherung für alle Schülerfirmen sowie die Produkthaftung und eine Unfallversicherung. Diese Versicherungen ergänzen den allgemeinen Versicherungsschutz in den Schulen. In Verbindung mit dem *JUNIOR*-Programm entstehen für die Schülerfirmen also keine unnötigen Risiken. Außerdem vermittelt die *Gothaer Versicherungen* Fachleute als Berater für Seminare und als Prüfer bei den Schülerfirmenwettbewerben sowie als Unterstützung im Umgang mit der Öffentlichkeit und mit den Medien.
- In **Spanien** spielt die Bankgesellschaft *CAJASTUR* eine höchst wichtige Rolle im EJE-Programm (*EJE = Empresa Joven Europea*). Die Bank bietet Schülerfirmen zinslose Darlehen an und bietet Schülerfirmen die Möglichkeit, Bankkonten zu eröffnen; auf die üblichen Bankgebühren werden beträchtliche Nachlässe angeboten. Die Schülerfirmen vereinbaren Treffen mit dem Leiter einer Filiale, um dort ein Darlehen zu beantragen. Sie werden aufgefordert, einen Businessplan vorzulegen, der bei diesen Treffen eingehend erläutert werden muss.
- In **Schweden** wurde im Rahmen des Programms *Young Enterprise* ein Modell für eine Zusammenarbeit mit Geldgebern und Partnern entwickelt. Dieses Modell wird in allen Bereichen des Programms *Young Enterprise* in Schweden zugrunde gelegt. Mit diesem Modell soll deutlich gemacht werden, was die Geldgeber dafür bekommen, dass sie das Programm *Young Enterprise* unterstützen. Das Modell unterscheidet zwischen Gold-, Silber- und Bronzepartnern; die Vorteile für die Sponsoren reichen von einem großen Logo auf allen einzelstaatlichen Präsentations- und Informationsmaterialien des Programms *Young Enterprise* bis zum Angebot, dass Partnerunternehmen ihrerseits mit dem *Young Enterprise*-Logo werben dürfen.

## 6.2. Rahmenbedingungen und Unterstützung aus dem öffentlichen Sektor

### *Einbeziehung in Lehrpläne*

Die Aktivitäten in Verbindung mit Schülerfirmen können wahlweise im Rahmen des Unterrichtsprogramms der Schulen oder als außerlehrplanmäßige Veranstaltungen durchgeführt werden. In manchen Ländern werden bestehende Möglichkeiten genutzt, in

anderen Ländern werden die Programme vorwiegend im Rahmen des schulspezifischen Lehrplans (z.B. in der **Tschechischen Republik** sowie in **Finnland, Irland, Österreich** und **Norwegen**) oder in erster Linie außerhalb des schulspezifischen Lehrplans durchgeführt (z.B. in **Belgien**,<sup>21</sup> **Estland, Deutschland** und **Schweden**). Die Schülerfirmen können innerhalb der normalen Unterrichtszeiten, aber auch als außerschulische Veranstaltungen im Anschluss an den normalen Unterricht durchgeführt werden. Meist bestehen beide Ansätze nebeneinander; in manchen Ländern (z.B. in **Belgien** (französische Gemeinschaft), in **Estland** und in **Luxemburg**) werden Schülerfirmenprogramme in der Regel außerhalb der normalen Unterrichtszeit angeboten. Wenn die Aktivitäten vollständig außerhalb des Lehrplans durchgeführt werden, besteht ein wesentlicher Nachteil darin, dass die Lehrkräfte zusätzliche Zeit in die Programme investieren müssen, die anschließend nicht immer honoriert wird.

Wenngleich Schülerfirmenprogramme häufig, vielleicht sogar in der Mehrzahl aller Fälle, im Rahmen der schulspezifischen Lehrpläne entwickelt werden, sind die Programme im Allgemeinen doch nicht hinreichend **anerkannt**, werden von den Bildungsbehörden nicht hinreichend **beworben** und sind **schwierig in das offizielle Unterrichtsangebot einzubeziehen**. Praktische Probleme bei der Umsetzung dieser Aktivitäten sind auf die hohen Anforderungen an die Erfüllung der Lehrplanziele in den einzelnen Fächern und auf die Überfrachtung der Lehrpläne sowie darauf zurückzuführen, dass zu wenig Zeit für die Erarbeitung von Inhalten und für die Lösung von Problemen bei der Anpassung lehrplanübergreifender Konzepte bestimmter Programme eingeräumt wird und dass die Lehrkräfte schließlich unzureichend motiviert sind.

Während ein gewisser Mangel an Flexibilität in einzelnen Fällen zu Problemen führen kann, besteht jedoch allgemein Einigkeit dahingehend, dass in allen Ländern **Schulen eine hinreichende Eigenständigkeit besitzen**, die den Schulen die Durchführung von Schülerfirmenprogrammen als Angebote innerhalb oder außerhalb des Lehrplans ermöglichen. Ein wesentliches Hindernis besteht in der **zögernden Haltung von Schulen und Lehrkräften** bezüglich der entstehenden Beanspruchung, wenn die Programme von den Bildungsbehörden nicht hinreichend unterstützt, empfohlen oder anerkannt werden.

Die offizielle Einbeziehung von Schülerfirmenprogrammen als **Wahlfach in bestehende Lehrpläne** auf staatlicher oder regionaler Ebene wirkt sich positiv auf die Verbreitung und den Erfolg der Programme aus, z.B. indem die Motivation der Lehrkräfte gestärkt und eine hinreichende Anzahl an Unterrichtsstunden zur Verfügung gestellt wird. Ein gewisser Anteil an **zusätzlichen Stunden** und außerschulischer Arbeit der Schüler ist häufig jedoch erforderlich, insbesondere bei der Führung von Schülerfirmen, die echte Produkte oder Dienstleistungen anbieten.

Die formale Anerkennung dieser Programme im nationalen Lehrplan ist häufiger im Bereich der **Berufsausbildung**; dort sind allerdings eher virtuelle Unternehmen oder Übungsfirmen Gegenstand der Programme (z.B. in **Österreich**, in der **Tschechischen Republik** und in **Finnland**). Seltener werden Schülerfirmenprogramme im Rahmen des nationalen Lehrplans für den Sekundarbereich in allgemein bildenden Schulen anerkannt oder empfohlen (z.B. in **Irland, Lettland** und **Norwegen**).

---

<sup>21</sup> Französische Gemeinschaft

- In **Irland**, wurde das Fach *Enterprise Education* in die Reihe der lehrplanmäßigen Angebote für den Sekundarbereich aufgenommen (gemeinsam mit dem *Transition Year-Programm*, dem *Leaving Certificate Vocational Programme* und dem Modul *Leaving Certificate Applied*). In allen Programmen können lehrplankonforme Aktivitäten in Verbindung mit Schülerfirmen durchgeführt werden.
- In **Lettland** müssen die Schüler im Rahmen der Unterrichtsfächer „Grundwissen Wirtschaft“ und „Wirtschaftswissenschaften“ innerhalb des Moduls „Unternehmerische Initiative“ lernen, einen Businessplan zu erstellen; die entsprechenden Aktivitäten können in die Führung von Schülerfirmen eingebunden sein.
- In **Norwegen** werden Schülerfirmen und die Auseinandersetzung mit unternehmerischer Initiative im Rahmen praktischer Projektarbeit als Wahlfach in der Sekundarstufe 1 (Klassenstufen 8-10) angeboten. Insgesamt sind in drei Jahren dazu mindestens 228 Stunden vorgesehen. Die Schüler können alternativ dieses Fach oder eine zweite Fremdsprache wählen. Ab 2006, wenn eine zweite Fremdsprache Pflicht wird, wird die praktische Projektarbeit als eigenständiges Wahlfach im Lehrplan angeboten.

Beispiele auf regionaler Ebene bestehen in **Deutschland** etwa in Baden-Württemberg (Angebot des *JUNIOR*-Programms als Projekt in den Jahrgangsstufen 11-13) und in Bayern, wo die Schüler ab dem 10. Schuljahr das Wahlfach „Gründung eines Mini-Unternehmens“ belegen können. Auch in **Spanien** wurde das Programm *Empresa Joven Europea* in der Autonomen Region Asturien in den regionalen Lehrplan für die Sekundarstufe 1 aufgenommen.

In diesem Zusammenhang stimmen die Sachverständigen dahingehend überein, dass die Bildungsmaßnahmen für unternehmerische Initiative zwar ausdrücklich als allgemeine Unterrichtsinhalte in den Lehrplan einbezogen werden sollten; allerdings sollten die Aktivitäten in Verbindung mit Schülerfirmen nur als **Wahlfach im Lehrplan** angeboten werden. Für die Durchführung der Programme wäre eine Rechtsgrundlage vorteilhaft; dabei sollten den Schulen allerdings unterschiedliche Wege offen stehen und den Schulen die Entscheidung überlassen bleiben, ob sie die entsprechenden Aktivitäten in ihre Lehrpläne einbeziehen. Aktivitäten in Verbindung mit Schülerfirmen sollten entsprechend nicht vorgeschrieben, aber eindeutig empfohlen werden. Die Einbeziehung der entsprechenden Aktivitäten sollte eine wichtige Option im offiziellen Lehrplan darstellen.

#### *Schulung und Unterstützung für Lehrkräfte*

Ein wesentliches Hindernis für eine größere Verbreitung der Aktivitäten in Verbindung mit Schülerfirmen besteht in der **fehlenden Fachkompetenz** (und entsprechend in der mangelnden Motivation) der Lehrkräfte dahingehend, wie unternehmerische Initiative und die Arbeit in Unternehmensprojekten in den Unterricht einbezogen werden könnten. Diese Aktivitäten setzen nicht nur besonderes Wissen, sondern auch eine Änderung der Unterrichtsmethoden voraus, da die Lehrkraft statt der Rolle des Lehrers eher die Aufgabe eines Betreuers übernimmt. Die Lehrkräfte müssen sorgfältig ausgewählt und eingeführt werden, wenn sie am Aufbau von Schülerfirmen in den Schulen beteiligt werden sollen. Die Einführung sollte eine Schulung im Bereich aktiver Unterrichts- und Lernmethoden mit dem Schwerpunkt Gruppenarbeit beinhalten.

Eine Begrenzung der finanziellen und personellen Ressourcen in den Schulen, insbesondere dann, wenn die Schülerfirmenprogramme nicht als Wahlfach im Lehrplan anerkannt sind, hat zur Folge, dass nicht immer die Lehrkräfte die erforderlichen Schulungs- und

Unterstützungsmaßnahmen in Anspruch nehmen können, die diese Maßnahmen auch tatsächlich benötigen würden.

Während die Lehrkräfte im Allgemeinen von externen Organisationen (z.B. NRO) für die Förderung dieser Programme geschult werden, wird in den meisten Ländern von öffentlichen Stellen **zu wenig systematisch ausgebildet** (sowohl hinsichtlich der grundlegenden Ausbildung als auch bezüglich der weiteren berufsbegleitenden Schulungen) und zu wenig Unterstützung bei der Durchführung von Unternehmensprojekten in den Schulen gewährt. Außerdem werden die Lehrkräfte verschiedentlich von den Schulen nicht gerade ermutigt, Weiterbildungsangebote anzunehmen.

Hinzu kommt, dass der **zusätzliche Aufwand**, den die Lehrkräfte in Verbindung mit Schülerfirmen über die übliche Wochenarbeitszeit hinaus leisten müssen, weder anerkannt noch honoriert wird. Auch dies bewegt die Lehrkräfte, eher Abstand von einem Engagement in diesen Aktivitäten zu nehmen.

#### *Öffentliche Unterstützung für Schülerfirmenprogramme*

In den meisten Ländern werden Schülerfirmenprogramme in gewissem Umfang **von den öffentlichen Stellen unterstützt** (finanziell oder auf sonstige Weise). Die Unterstützung wird häufig jedoch als **nicht hinreichend** für eine weitere Ausdehnung dieser Aktivitäten betrachtet.

Meist ist die Unterstützung durch öffentliche Stellen **finanzieller Art**. Wie bereits dargestellt, stammen die Finanzmittel für die Durchführung dieser Programme in manchen Ländern überwiegend aus dem öffentlichen Sektor. Allerdings erfolgt die öffentliche Unterstützung vielfach nicht systematisch, sondern eher projektbezogen sowie nur auf örtlicher Ebene; entsprechend fehlt in dieser Hinsicht der Anreiz für eine langfristige Planung und eine weitere Ausweitung der Programme.

In einigen wenigen Ländern haben die öffentlichen Stellen eine strukturierte **Zusammenarbeit mit NRO** begründet, die für die Durchführung von Schülerfirmenprogrammen zuständig sind, indem sie diese in die Entwicklung einer staatlichen Strategie für Bildungsmaßnahmen für unternehmerische Initiative eingebunden haben (**Dänemark und Norwegen**).

In **Norwegen** ist *Young Enterprise Norway* bei der Durchführung vieler der in der staatlichen *Strategie für Bildungsmaßnahmen für unternehmerische Initiative* genannten Aktionen ein wichtiger Partner. Die öffentliche Finanzierung für *Young Enterprise Norway* wird vom Ministerium für Gebietskörperschaften und Regionalentwicklung, vom Ministerium für Handel und Industrie und vom Ministerium für Bildung und Forschung garantiert.

Die aktive **Werbung** für diese Programme seitens öffentlicher Stellen bei den Lehrkräften und in den Schulen kann ebenfalls eine sehr wichtige Rolle bei der Verbreitung der Programme spielen. In **Belgien** verschickt das Ministerium Einladungsschreiben an die Schulleiter, die eine Teilnahme an dem Programm in Erwägung gezogen haben. In **Polen** fällt die Werbung für die Schülerfirmenprogramme in die Zuständigkeit der Schulinspektoren. Im Allgemeinen erfolgt diese Form der Werbung in den meisten Ländern nur gelegentlich bzw. in unzureichendem Umfang und nicht systematisch genug.

In **Finnland** werden die Schulen finanziell unterstützt, um Aktivitäten in Verbindung mit Übungsfirmen von Schülern durchführen zu können; auf allen Foren des öffentlichen Sektors (z.B. auf der Website des Erziehungsministeriums) sind die entsprechenden Programme ständig präsent. Auch das finnische Erziehungsministerium verschickt Einladungsschreiben und eine Informationsbroschüre an alle finnischen Schulen, in denen die Schulen zu einer Beteiligung am Programm *Young Enterprise* aufgefordert werden.

Und schließlich ist wie bereits dargestellt, die offizielle **Anerkennung** dieser Aktivitäten entscheidend für den Erfolg der Aktivitäten. In einer Reihe von Ländern erfahren die Programme eine gewisse Anerkennung in unterschiedlicher Ausprägung von der einfachen moralischen Unterstützung (z.B. einer Erklärung oder einer Mitteilung des Ministeriums) bis hin zu konkreteren und wirksameren Maßnahmen wie z.B. der ausdrücklichen Empfehlung von Schülerfirmen als Wahlfach im Lehrplan.

In **Österreich** sind Schülerfirmenprogramme Pflichtfächer oder empfohlene Wahlfächer im Lehrplan der berufsbildenden und allgemein bildenden Schulen der Sekundarstufe 2. In diesem Fall bezahlen die öffentlichen Stellen die Lehrkräfte für die Durchführung dieser Aktivitäten und bieten den Lehrkräften Weiterbildungsmaßnahmen an. Außerdem werden in Österreich die beiden Servicestellen für die bestehenden Programme (*Übungsfirmen von Schülern* und *Junior-Firmen*) vom öffentlichen Sektor finanziert.

In manchen Ländern ergeben sich bei der Organisation von Schülerfirmenprogrammen größere praktische Probleme, weil z.B. die **Rechtslage** und der **Verwaltungsrahmen** unklar sind (etwa hinsichtlich der Besteuerung von Schülerfirmen). Dieses Problem wird in Abschnitt 6.3 näher erläutert.

Die Sachverständigengruppe wurde aufgefordert, eine Reihe von **Indikatoren** zu bestimmen, mit denen gemessen werden kann, in welchem Umfang die Politik die Entwicklung von Aktivitäten in Verbindung mit Schülerfirmen sowie ganz allgemein Bildungsmaßnahmen für unternehmerische Initiative durch praktisches Lernen unterstützt. Diese Indikatoren werden im Folgenden als mögliches Instrument für die Bewertung der Politik in diesem Bereich vorgeschlagen.

*Indikatoren für die Unterstützung dieses Bereichs durch die Politik:*

- 1) Die Regierung hat eine **Gesamtstrategie** zur Förderung von Bildungsmaßnahmen für unternehmerische Initiative in den Schulen entwickelt.
- 2) Durch einen spezifischen **Rechts-** oder **Verwaltungsrahmen** oder durch eine **Vereinbarung** werden Schülerfirmen als pädagogisches Instrument anerkannt; auf diese Weise wird sichergestellt, dass die entsprechenden Aktivitäten nicht behindert werden.
- 3) Schülerfirmenprogramme werden von den Bildungsbehörden offiziell als Bestandteil der allgemein bildenden oder berufsbezogenen Ausbildung im Sekundarbereich **anerkannt** oder **empfohlen**; für die Durchführung der Programme sind bestimmte Leitlinien vorgegeben.
- 4) Die **Schulen** besitzen die **Flexibilität**, Eigenständigkeit und Freiheit, im Rahmen des Lehrplans oder als außerschulische Aktivität Schülerfirmen zu gründen und werden ermutigt, diese Unterrichtsmethode aufzugreifen.



- 5) Die Lehrkräfte erhalten im Rahmen der grundlegenden Ausbildung oder durch berufsbegleitende Schulungen eine **besondere Ausbildung** zur Einführung der Schülerfirmenprogramme in den Klassen.
- 6) Der Aufwand und die Überstunden der **Lehrkräfte** in Verbindung mit Schülerfirmenprogrammen werden anerkannt und honoriert.
- 7) **Externe Organisationen** (z.B. NRO), die Schülerfirmenprogramme fördern, werden von den öffentlichen Stellen unterstützt, und / oder mit den Organisationen werden Vereinbarungen über die Durchführung dieser Programme in den Schulen geschlossen.

### 6.3. Rechtlicher Status und Verwaltung von Schülerfirmen

In manchen Ländern sehen sich Schülerfirmen Problemen hinsichtlich der verwaltungs- und steuerrechtlichen Bestimmungen gegenüber, weil der rechtliche Status der Schülerfirmen in Bezug auf die Entwicklung einer echten wirtschaftlichen Aktivität nicht geklärt ist.

Wenn die Schülerfirmen von den Finanzbehörden nicht als Ausbildungsinstrument anerkannt werden und / oder wenn keine spezifischen Vorschriften für Schülerfirmen bestehen, werden Schülerfirmen u.U. aufgefordert, die gleichen Verwaltungsanforderungen zu erfüllen wie echte Unternehmen.

Über Schwierigkeiten in unterschiedlichem Umfang wird z.B. in der **Tschechischen Republik**, in **Estland**, in **Lettland**, in **Polen**, in **Spanien** und in **Schweden** berichtet.

Das Fehlen eines spezifischen Rechts- oder Verwaltungsrahmens sowie geeigneter Vereinbarungen mit den Finanzbehörden kann einen erheblichen Einfluss auf das Engagement der Schulen haben und somit die Durchführung der Programme **behindern**, wenn sich Bedenken von Lehrkräften und Schulleitern in erster Linie auf wirtschaftliche und rechtliche Aspekte der Aktivitäten konzentrieren.

**Die wesentlichen praktischen Probleme** lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Einhaltung bürokratischer und administrativer Verfahren,
- Steuerfragen (Einkommens- und Umsatzsteuerpflicht),
- Schwierigkeiten bei der Buchhaltung,
- Haftung von Schülerfirmen sowie von beteiligten Schülern und Lehrkräften,
- Unmöglichkeit der Zusammenarbeit mit echten Unternehmen sowie der Tätigkeit echter Bankgeschäfte,
- mögliche Beschwerden seitens echter Unternehmen (Wettbewerbsfragen).

Es sind Fälle bekannt, in denen sich Schulleiter geweigert haben, Aktivitäten in Verbindung mit Schülerfirmenprogrammen in den Schulen zuzulassen, weil sie Probleme für den Fall befürchteten, dass öffentliche Stellen Überprüfungen hinsichtlich der Rechtmäßigkeit der Aktionen durchführen. In anderen Fällen haben sich örtliche öffentliche Stellen in die Aktivitäten der Schülerfirmen eingeschaltet oder sind auch bei Veranstaltungen wie z.B. Handelsmessen eingeschritten und haben auf die Notwendigkeit der Einhaltung der Rechtsvorschriften und der gesetzlichen Dokumentationspflichten hingewiesen, die auch für registrierte Handelsunternehmen gelten.

Unter derart ungünstigen Bedingungen können Schülerfirmen nicht in vollem Umfang am Wirtschaftsleben teilnehmen. Diese Situation bedingt erhebliche **Hindernisse** für den Aufbau von Schülerfirmen und für den Lernprozess der Schüler, da das Lernen bei diesen Methoden auf praktischer Erfahrung beruht. Da die Schülerfirmen keine Rechtspersonen darstellen, können sie im eigenen Namen keine Rechnungen ausstellen oder entgegennehmen. In diesen Fällen ist gewöhnlich die Organisation, die diese Programme durchführt, für die entsprechenden administrativen und finanziellen Verfahren zuständig, oder die Schüler handeln als Privatpersonen. Außerdem haben die Schüler unter Umständen keine Möglichkeit zur rechtmäßigen Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen (z.B. beim Verkauf ihrer Produkte an Einzelhändler, bei der Aufgabe umfangreicherer Bestellungen, beim Einkauf billigerer Ausgangserzeugnisse bei Großhändlern usw.). Und schließlich haben Schülerfirmen u.U. nicht einmal die Möglichkeit, ein Bankkonto zu eröffnen und können entsprechend auch keine Zahlungen per Banküberweisung leisten.

Wenn die **Grenzen und die Rechte** von Schülerfirmen allgemein bekannt sind, können diese Programme ausgedehnt werden und sich entwickeln. Die bestehenden Rechtsvorschriften und die vorgesehenen Verwaltungsverfahren sollten den Schülern den Handel mit echten Unternehmen ermöglichen (z.B. damit die Schüler ihre Produkte an Läden verkaufen können) und gleichzeitig dafür sorgen, dass die Risiken geringer sind als bei echten Unternehmen. Auf diese Weise können die Schüler viel über Zusammenhänge in der realen Wirtschaft lernen.

In manchen Ländern wurden bestimmte Rechtsvorschriften für Schülerfirmen entwickelt oder Vereinbarungen zwischen fördernden Organisationen und den Finanzbehörden geschlossen (z.B. in **Belgien, Deutschland, Finnland, den Niederlanden** und **Norwegen**); in anderen Ländern waren keine bestimmten Maßnahmen erforderlich, weil der bestehende Rechtsrahmen die Aktivitäten von Schülerfirmen in keiner Weise behinderte.

In **Belgien** hat die Umsatzsteuerbehörde Schülerfirmen durch eine formale Verwaltungsentscheidung von der Umsatzsteuerpflicht befreit.

In **Finnland** haben die Steuerbehörden Rechtsvorschriften für Schülerfirmen entwickelt, die im Rahmen des Schülerfirmenprogramms gegründet wurden. Um sicherzustellen, dass keine Schwierigkeiten mit den Steuerbehörden auftreten, wird erläutert, wie die Schülerfirmen ihre Einkommenssteuererklärung anfertigen müssen. Diese Rechtsvorschriften verhindern auch den Missbrauch des Schülerfirmenstatus durch „echte“ Unternehmen und legen bestimmte Obergrenzen für Schülerfirmen fest. Das Schülerfirmenprogramm kann in den Schulen mit echtem Geld durchgeführt werden; wenn der Umsatz 3000 Euro überschreitet, wird den Schülerfirmen empfohlen, sich mit den örtlichen Steuerbehörden in Verbindung zu setzen. Wenn erforderlich, kann den Schülerfirmen auch eine Umsatzsteueridentifikationsnummer zugewiesen werden.

In den **Niederlanden** werden Schülerfirmen nicht bei der Handelskammer, sondern bei der Förderorganisation *Jong Ondernemen* registriert, und um Probleme im Verwaltungsbereich zu vermeiden, die sich ergeben könnten, weil Schülerfirmen nur für jeweils ein Schuljahr gegründet werden, wurde mit den Steuerbehörden vereinbart, dass Schülerfirmen Steuern an *Jong Ondernemen* abführen. Eine Versicherung schützt Schülerfirmen vor Haftungsansprüchen und bietet gegebenenfalls einen Rechtsschutz.

In **Norwegen** zahlen Schülerfirmen weder Einkommenssteuern noch Umsatzsteuer. Schülerfirmen brauchen sich nicht beim zentralen Büro für Privatunternehmen zu registrieren, keine Jahresberichte zu veröffentlichen usw. Das Steuerrecht lässt bei Gewinnen bis zu einer bestimmten Höhe eine vollständige Befreiung von der Steuerpflicht zu.

Häufig werden Schülerfirmenprogramme in Zusammenarbeit mit einer Einrichtung organisiert, die den Schülerfirmen Rechtssicherheit und den erforderlichen Versicherungsschutz bietet. Die Einrichtung gibt für die an den Schülerfirmen beteiligten Personen maßgebliche Regeln vor. Dies gilt z.B. in **Deutschland** für die *Deutsche Kinder- und Jugendstiftung* und für das Programm „*Schüler unternehmen was!*“. Auch in **Österreich** werden der rechtliche Status und die Verwaltung von Schülerfirmen durch die nationalen Servicestellen (*ACT und Junior*) auf der Grundlage von Sondervereinbarungen mit einzelstaatlichen Behörden sichergestellt, um rechtliche Probleme zu vermeiden.

Wenn erforderlich, **sollte der bestehende Rahmen verbessert werden**, da die Führung eines Schülerunternehmens für Schüler, Lehrkräfte und Schulen erhebliche administrative und rechtliche Probleme aufwerfen kann. Dies könnte durch konkrete **Vereinbarungen** zwischen den Förderorganisationen und den zuständigen Behörden in Form von **Sondervorschriften** oder weniger formal durch Anerkennung einer gewissermaßen **simulierten Rechtsperson** geschehen, die über alle Attribute eines normalen Unternehmens verfügt, jedoch einem Ausbildungszweck dient.

In Ländern, in denen ein großes Spektrum an Programmen angeboten wird, sollte jedoch kein starrer für alle Programme gleichermaßen gültiger Rechtsrahmen festgelegt werden; dies würde eine für die Schulen nicht praktikable Vereinheitlichung der unterschiedlichen Programme bedeuten. (Zurzeit können die Schulen die Konzepte auswählen, die ihnen jeweils am besten zusagen.)

Sondervereinbarungen zur **Gewinnbesteuerung** und zur **Umsatzsteuerpflicht** von Schülerfirmen wären wünschenswert.

Wesentlich ist, dass **alle Beteiligten einbezogen und koordiniert werden**. Organisationen, die Schülerfirmen fördern, sowie die Ministerien für Bildung, Finanzen und Industrie sollten sich auf gemeinsame Grundsätze verständigen und diese Grundsätze berücksichtigen.

Jeglicher Rechtsrahmen und alle Sondervereinbarungen oder -bestimmungen sollten folgende **Ziele** verfolgen:

- offizielle Anerkennung von Schülerfirmen als Lerninstrument,
- Definition des Umfangs der Aktivitäten von Schülerfirmen (unter Berücksichtigung der Unterschiede zwischen den bestehenden Programmen),
- Gewährung des Rechts zur Ausstellung von Rechnungen, zur Tätigkeit finanzieller Transaktionen und zur Eröffnung von Bankkonten im Namen der Schülerfirmen,
- Schaffung der erforderlichen Rechtssicherheit für die an Schülerfirmen beteiligten Personen beim Umgang mit echten Unternehmen und bei der Durchführung von Projekten für den privaten Sektor,
- Gewährung von Umsatzsteuerbefreiungen und sonstigen Steuervorteilen, wenn ein bestimmter Gewinn nicht überschritten wird (ggf. unter Anhebung eines bereits festgesetzten Grenzbetrags),
- Klare Beschreibung und Abgrenzung der Haftung (Schülerfirmen, Schulen, Lehrkräfte).

## 7. Schlussfolgerungen

Bildungsmaßnahmen für unternehmerische Initiative sollten **im weitesten Sinne** verstanden werden. Dies beinhaltet die Entwicklung der für Unternehmerpersönlichkeiten erforderlichen Qualitäten – z.B. die Fähigkeit zur Initiative, zum Durchhalten in schwierigen Zeiten, zur Auseinandersetzung mit Problemen und zur Lösung von Problemen, zur Flexibilität und Kreativität usw. Das **Ziel** von Schülerfirmenprogrammen sollte nicht nur darin bestehen, Kenntnisse hinsichtlich der Verfahren zur Gründung von Unternehmen zu vermitteln, sondern auch die Entwicklung eines umfangreichen Spektrums an Querschnittskompetenzen und allgemein unternehmerischen Merkmalen beinhalten.

Schülerfirmen sind **eine der besten Methoden** und zweifellos ein **sehr wirksames Instrument** zur Förderung unternehmerischer Initiative in den Schulen. Durch das Angebot dieser Programme werden den Schülern die Möglichkeiten unternehmerischer Initiative bewusst, und die Schüler erwerben zahlreiche Kompetenzen, die ihnen nicht nur in ihrem künftigen Berufsleben, sondern auch als verantwortliche und aktive Mitglieder der Gesellschaft von Vorteil sein werden. Eine wichtige Auswirkung der Teilnahme an Schülerfirmen kann darin bestehen, dass mehr Jugendliche ermutigt werden, Geschäftspotenziale auszuloten und selbst initiativ zu werden oder den Einstieg in das Berufsleben auch in einem kleinen wachstumsorientierten Unternehmen zu versuchen. Dies ist längerfristig ein entscheidender Faktor für Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit in Europa.

Außerdem können diese Programme ein wichtiges Instrument der **regionalen Entwicklungspolitik** sein. Insbesondere in weniger entwickelten oder isolierteren Regionen können die Aktivitäten positive Auswirkungen dahingehend haben, dass durch die Knüpfung direkter Kontakte mit der örtlichen Gemeinde die Anzahl der Schulabgänger wächst, die in der betreffenden Region bleibt.

Um möglichst vielen Schülern Gelegenheit zu bieten, sich an diesen Aktivitäten zu beteiligen, müssen einige **grundlegende Bedingungen** erfüllt sein (Einbeziehung in den Lehrplan, Eigenständigkeit der Schulen, angemessene Finanzierung, geschulte und motivierte Lehrkräfte).

Die weitere Förderung dieser Programme sollte nicht Aufgabe nur der Bildungsbehörden sein. Vielmehr sollte die Förderung in **Zusammenarbeit** zwischen allen beteiligten Ministerien, örtlichen Behörden, Einrichtungen der Wirtschaft, Nichtregierungsorganisationen und Ausbildungseinrichtungen erfolgen.

Die Herstellung von Kontakten mit der örtlichen Gemeinde und mit der Wirtschaft und die aktive Einbeziehung von **Partnern aus der Wirtschaft** als Mentoren und Berater sind Schlüsselemente für erfolgreiche Schülerfirmenprogramme.

Die **Rolle der Bildungsbehörden** ist entscheidend für die formale Anerkennung der Bedeutung dieser Programme und für die Akzeptanz und Wahrnehmung der Programme als Wahlfach im Lehrplan mit dem übergeordneten Ziel der Förderung unternehmerischer Initiative.

In diesem Zusammenhang ist festzustellen, dass die meisten durch die Beteiligung an einer Schülerfirma zu erwerbenden Kompetenzen **fächerübergreifender Art** sind. Die Mitarbeit in einer Schülerfirma erfüllt daher viele Ziele auch sonstiger Unterrichtsfächer und zahlt sich insofern für alle Fächer aus. Dies ist ein wichtiges Argument für die Förderung von Schülerfirmen, das in zurückhaltenden Verwaltungen und bei skeptischen Führungskräften angeführt werden kann.

Die Schülerfirmen können als wichtiges Element **lebenslangen Lernens** betrachtet werden. Bildungsmaßnahmen für unternehmerische Initiative sollten vor dem Hintergrund des lebenslangen Lernens gesehen und auf allen Ebenen von der Grundschule bis in den Postgraduiertenbereich hinein gefördert werden.

## 7.1. Einige wichtige Ergebnisse

### Methode

Sowohl Programme mit **echten** Unternehmen als auch Programme mit **virtuellen** Unternehmen können wirksam genutzt werden, sofern die virtuelle Aktivität nicht zu isoliert und abstrakt erfolgt. Die Interaktion mit anderen Schülern, Lehrkräften und Beratern sowie Kontakte mit der außerschulischen Umgebung sind wesentliche Komponenten von Schülerfirmenprogrammen.

Die meisten ermittelten Programme erstrecken sich über **ein Schuljahr** (9 bis 10 Monate): Dies scheint ein geeigneter Zeitraum für die Erkundung der komplexen Welt der Führung eines Unternehmens zu sein. Allerdings werden auch kürzere Programme (3 bis 5 Monate) erfolgreich eingesetzt.

**Vorbildliche Verfahren** bei der Durchführung von Schülerfirmenprogrammen stellen Aspekte wie z.B. Teamarbeit und die Freiheit der Schüler zur Entwicklung eigener Ideen in den Vordergrund. Weitere wichtige Elemente erfolgreicher Schülerfirmenprogramme sind die Entwicklung von Verbindungen zur Wirtschaft und zur örtlichen Gemeinde sowie die Verfügbarkeit von **Mentoren und Beratern aus der Wirtschaft**. Allerdings wird ein größeres Problem häufig in der Gewinnung von Freiwilligen aus der Wirtschaft gesehen; dies gilt insbesondere für weniger entwickelte und eher isolierte Regionen.

### Verbreitung

An Schülerfirmenprogrammen beteiligte Schüler stellen nach wie vor eine **Minderheit** dar. (In den meisten Ländern betrug der Anteil der beteiligten Schüler im Sekundarbereich im vergangenen Schuljahr weniger als 1 %.) **Schätzungsweise nehmen in EU-25 und in Norwegen im Sekundarbereich allerdings jährlich mindestens 200 000 Schüler an diesen Programmen teil.** Aktivitäten in Verbindung mit Schülerfirmen sollten nicht für alle Schüler vorgeschrieben, sondern eher im umfassenderen Rahmen der Bildungsmaßnahmen für unternehmerische Initiative als Option beworben und empfohlen werden. Aus diesem Grund bieten **zahlreiche Schulen** diese Programme an. Nach **Irland** und dem **Vereinigten Königreich**, wo schätzungsweise 40 bis 50 % aller Schulen im Sekundarbereich beteiligt sind, liegt der Anteil der beteiligten Schulen im Sekundarbereich in den engagiertesten sonstigen Ländern bei etwa 30 %. In allen übrigen untersuchten Ländern wird die Beteiligung im Sekundarbereich auf 3 bis 15 % geschätzt. Die Anzahl der beteiligten Schulen müsste erhöht werden.

Die begrenzten Informationen zur Beteiligung nach **Geschlecht** belegen ein gutes Gleichgewicht zwischen Schülern und Schülerinnen, wobei Schülerinnen bei manchen Programmen in der Überzahl sind.

Die Programme können in allen **Stufen des Bildungssystems** (auch in den Grundschulen und im Hochschulbereich) und in allen **Schulformen** durchgeführt werden: im Sekundarbereich allgemein bildender Schulen ebenso wie in der Berufsausbildung oder in Wirtschafts- oder Handelsfachschulen. In fast allen Ländern beteiligt sich allerdings die große Mehrheit der

Schüler während der **Sekundarstufe 2** an diesen Aktivitäten. Schülerfirmenprogramme werden sowohl im Rahmen des schulspezifischen Lehrplans und während der **üblichen Unterrichtszeiten** als auch **im Anschluss an den Unterricht** sowie als **außerschulische** Aktivitäten angeboten.

### Bewertung und Auswirkungen

Grundlegende **Bewertungsinstrumente** wie z.B. das Einholen von Rückmeldungen der Schüler und der Lehrkräfte (durch Selbstbewertung, Berichte, Überprüfungen durch die Lehrkräfte usw.) sind bei den meisten Programmen üblich; leistungsfähigere Techniken (z.B. unabhängige Bewertungen, Prüfungen am Ende der Programme usw.) sind jedoch noch wenig verbreitet. Schulen und die Anbieter von Schülerfirmenprogrammen müssen die Möglichkeit haben, die Programme zu **bewerten**, an denen sie sich beteiligen. Eine wirksame Bewertung ermöglicht die Hervorhebung von Erfolgen und die Überwindung von Schwächen.

Bislang wurden in Europa **noch keine hinreichenden Untersuchungen** dahingehend durchgeführt, wie sich eine Beteiligung an den Schülerfirmenprogrammen auf die künftige Karriere der Schüler auswirkt. Die begrenzten verfügbaren Belege lassen jedoch darauf schließen, dass diese Programme den **Unternehmergeist** bei Jugendlichen **spürbar fördern**. Außerdem scheinen diese Programme positive Auswirkungen auch auf die angestrebte **Gleichstellung der Geschlechter** zu haben.

### Einbeziehung in den Lehrplan und Durchführung auf Schulebene

Nur in wenigen Ländern werden Schülerfirmenprogramme im **nationalen Lehrplan** offiziell anerkannt oder als Wahlfach empfohlen; dies scheint im Bereich der berufsbildenden Schulen häufiger der Fall zu sein als in allgemein bildenden weiterführenden Schulen.

Insgesamt scheinen die Schulen in allen Ländern **hinreichende Eigenständigkeit und Freiheit** zu besitzen, um im Rahmen ihrer Lehrpläne oder als außerplanmäßige Aktivität Schülerfirmenprogramme anbieten zu können. Ein Hindernis stellt die **Befürchtung von Schulen und Lehrkräften** dar, persönlich einstehen zu müssen, wenn die Programme von den Bildungsbehörden nicht unterstützt, nicht anerkannt oder nicht empfohlen werden.

Aktivitäten in Verbindung mit Schülerfirmen werden von den Schulen zwar vielfach im Rahmen der bestehenden Programme angeboten; im Allgemeinen werden diese Aktivitäten jedoch **nicht hinreichend anerkannt** und sind nicht **hinreichend in die offiziellen Lehrpläne integriert**. **Praktische Probleme** bei der Durchführung dieser Aktivitäten ergeben sich aus der Notwendigkeit der Erfüllung von Lehrplanzielen in den verschiedenen Fächern, aus der mangelnden Arbeitszeit zur Entwicklung von Inhalten, aus Schwierigkeiten bei der Anpassung eines fächerübergreifenden Ansatzes an bestimmte Programme, aus der mangelnden Motivierung und aus der zu geringen Wahrnehmung der Bedeutung dieser Aktivitäten im Bildungsbereich seitens der Lehrkräfte.

Die offizielle Einbeziehung von Aktivitäten in Verbindung mit Schülerfirmen als **im nationalen oder regionalen Lehrplan verankertes Wahlfach** hat sich positiv auf die Verbreitung und den Erfolg der Programme ausgewirkt, indem z.B. die Motivation der Lehrkräfte gesteigert werden konnte.

Diese Aktivitäten erfordern von den Lehrkräften nicht nur besondere Kenntnisse, sondern auch andere Unterrichtsmethoden. In den Berufsschulen verfügen die Lehrkräfte zwar häufig über Kenntnisse aus dem Bereich der Wirtschaft; im Sekundarbereich allgemein bildender

Schulen ist dies jedoch nicht immer der Fall. Zwar wird im Allgemeinen von den externen Organisationen, die diese Programme unterstützen, eine Einführungsschulung für Lehrkräfte angeboten; in den meisten Ländern **fehlt jedoch eine systematische Ausbildung** (sowohl hinsichtlich der grundlegenden Ausbildung als auch in Bezug auf berufsbegleitende Schulungsmaßnahmen), und die öffentlichen Stellen unterstützen die Durchführung von Unternehmensprojekten in den Schulen nicht hinreichend; gelegentlich wird auch nicht befürwortet, dass die Lehrkräfte entsprechende Weiterbildungsangebote annehmen.

Häufig muss ein bestimmter **zusätzlicher Zeitaufwand** investiert und gewisse **Arbeit** außerhalb der Schule geleistet werden, insbesondere bei Schülerfirmen, die echte Produkte oder Dienstleistungen zum Gegenstand haben. Die zusätzliche Arbeit von Lehrkräften über den normalen Schulbetrieb hinaus wird vielfach weder anerkannt noch belohnt; dies hält die Lehrkräfte davon ab, sich bei diesen Aktivitäten zu engagieren.

### Finanzierung und Unterstützungsmaßnahmen

Meistens werden Schülerfirmenprogramme weniger vom Bildungssystem an sich als vielmehr **von externen Akteuren vorangetrieben und organisiert** (z.B. von NRO); allerdings beziehen die externen Akteure gelegentlich erhebliche Unterstützung aus dem öffentlichen Sektor. Aus diesem Grund sowie weil diese Aktivitäten manchmal auch außerhalb des offiziellen schulspezifischen Lehrplans durchgeführt werden, sind diese Programme im Allgemeinen durch einen **Mangel an finanziellen Mitteln** gekennzeichnet.

Die Aktivitäten beruhen auf einer **nachhaltigen Einbeziehung des privaten Sektors** durch Finanzierungen oder durch Sachleistungen. Abhängig von den einzelnen Ländern und Programmen stammen die verfügbaren **finanziellen Mittel** in manchen Fällen überwiegend aus dem öffentlichen Sektor, in anderen Fällen erfolgt die Finanzierung weitgehend über den privaten Sektor (durch Unternehmen, Wirtschaftsverbände, Stiftungen und Banken).

In den meisten Ländern werden Schülerfirmenprogramme in gewissem Umfang **von den öffentlichen Stellen unterstützt** (finanziell oder auf sonstige Weise). Diese Unterstützung wird häufig nicht als hinreichend betrachtet, um eine weitere Verbreitung dieser Methoden zu ermöglichen. Die Unterstützung aus dem öffentlichen Sektor erfolgt in Form von **Finanzierungsmaßnahmen**, aktiver **Werbung** bei Lehrkräften und Schulen und offizieller **Anerkennung** sowie durch Einbeziehung in die **Lehrpläne** als empfohlenes Wahlfach, durch die **Zusammenarbeit** mit fördernden Organisationen und durch den **Abbau von Hindernissen** im Verwaltungsbereich (wenn erforderlich).

Die **finanzielle Unterstützung** durch öffentliche Stellen erfolgt verschiedentlich projektbezogen und zeitlich begrenzt. Daher ist die Nachhaltigkeit der Aktivitäten nicht gewährleistet.

In manchen Ländern bestehen erhebliche praktische Schwierigkeiten bei der Organisation von Schülerfirmenprogrammen wegen der unklaren **rechtlichen und administrativen Situation** (z.B. hinsichtlich der Besteuerung von Schülerfirmen oder bezüglich der Möglichkeit der Zusammenarbeit mit echten Unternehmen). In anderen Ländern wurden eigene **Rechtsvorschriften** für Schülerfirmen eingeführt oder **Vereinbarungen** zwischen fördernden Organisationen und den finanzierenden Behörden getroffen.

## 7.2. Zukunftsperspektiven

Die Programme erfreuen sich in Europa zunehmender Beliebtheit, **sind aber noch nicht regelmäßig für alle Schüler zugänglich**. Nur eine Minderheit der Schulen bietet die Programme an. In den meisten EU-Ländern bieten weniger als 15 % der weiterführenden Schulen Schülerfirmenprogramme an.

Ohne der Wirksamkeit anderer pädagogischer Instrumente Abbruch zu tun, kann doch bekräftigt werden, dass **diese Programme im Rahmen einer jeden Strategie zur Anregung unternehmerischer Initiative und Kompetenzen eine wichtige Möglichkeit darstellen**, da sie auf dem Prinzip des Lernens durch praktisches Tun beruhen.

Jeder, der einmal eine Schülerfirma beobachtet oder gesehen hat, wie Schülerfirmen ihre Produkte präsentieren, wird unter anderem von der Begeisterung, der Innovationsfähigkeit, der Kreativität, dem Selbstvertrauen und den kommunikativen Fähigkeiten beeindruckt sein, die diese Programme bei den Jugendlichen hervorbringen. Diese Merkmale und Leistungen decken sich mit den Merkmalen und Anforderungen, die ganz allgemein **Zielsetzungen** jeglicher Bildungsmaßnahmen, insbesondere aber im Sekundarbereich sein sollten.

Bei Durchführung auf breiter Basis können diese Programme hinsichtlich des Bewusstseins für unternehmerische Initiative als tragfähiger Option sowie bezüglich der praktischen Erfahrung der kommerziellen Nutzung einer Geschäftsidee und unternehmerischen Engagements in unserer Gesellschaft – in der die unternehmerische Kraft weithin als unzureichend empfunden wird – gewaltige **Auswirkungen** erzielen.

Zurzeit bestehen die **wesentlichen Hindernisse** für eine weiter reichende Umsetzung dieser Programme in der unzureichenden Anerkennung, im Fehlen einer nachvollziehbaren Funktion im Lehrplan, in der mangelnden Motivation und der fehlenden gezielten Schulung der Lehrkräfte, in der unzureichenden Werbung seitens der öffentlichen Stellen in den Schulen und im Mangel an Finanzmitteln in einem Umfang, der eine langfristige Planung ermöglichen und die angestrebte Nachhaltigkeit sicherstellen würde. Viele dieser Probleme und Hindernisse, denen sich diese Programme gegenübersehen (Zersplitterung, unzureichende Anerkennung usw.), sind ganz allgemein typisch für die Situation bei der Entwicklung von Bildungsmaßnahmen für unternehmerische Initiative.

Einige fördernde Organisationen verwenden unterstützt durch Unternehmen, Schulen und in einer Reihe von Fällen auch durch öffentliche Stellen erhebliche Anstrengungen auf die Verbreitung dieser Programme. **Weitere Anstrengungen** unter enger Zusammenarbeit **aller Beteiligten**, insbesondere der Bildungsbehörden, sind jedoch erforderlich, wenn die Präsenz dieser Methoden im Sekundarbereich erhöht werden soll.

Die **Bildungsbehörden** spielen eine wesentliche Rolle bei der Anerkennung der Vorteile dieser Programme in Bezug auf den Erwerb fächerübergreifender Kompetenzen und Fähigkeiten, die für die soziale Entwicklung der Jugendlichen wichtig sind und den Jugendlichen in vielen Bereichen helfen (unter anderem bei ihrer Entwicklung zu aktiven, verantwortlichen und erfolgreichen Mitgliedern der Gesellschaft sowie – bei einigen Jugendlichen – zu dynamischen und kreativen Führungskräften und Unternehmern).

Es wird anerkannt, dass **unternehmerische Initiative** als Grundkompetenz betrachtet werden sollte, die in der gesamten Pflichtschulzeit sowie in anschließenden Bildungsphasen erworben werden sollte; die Bildungsbehörden werden aufgefordert, ihre Anerkennung der Schülerfirmen-Methoden und des Lernens durch Projektarbeit dadurch zum Ausdruck zu bringen, dass sie die Programme innerhalb eines größeren Rahmens von Bildungsmaßnahmen für unternehmerische Initiative in allen Stufen eindeutig als **Wahlfach in die Lehrpläne** einbeziehen. Außerdem werden die Schulen aufgefordert, bei den Schulen und Lehrkräften



für dieses Konzept zu **werben**, die noch nicht von diesen Programmen gehört haben oder nicht hinreichend motiviert oder überzeugt genug sind, um sich an der Durchführung dieser Programme zu beteiligen. In dieser Hinsicht kann die **Verbreitung von Erfahrungen und Beispielen guter Verfahren** ein wirksames Instrument sein.

Weitere Formen der Unterstützung seitens öffentlicher Stellen (einschließlich verschiedener Ministerien) können in **Finanzierungsmaßnahmen**, in stärkerer **Zusammenarbeit** mit fördernden Organisationen und im Abbau von **Hindernissen** im rechtlichen und im administrativen Bereich bestehen.

## 8. Empfehlungen

Im Folgenden werden allen Beteiligten einige spezifische **Maßnahmen** zur möglichst wirksamen Durchführung von Schülerfirmen-Methoden, zur Stärkung der Präsenz in den Bildungssystemen und zur Übernahme der Methoden durch Schulen und Schüler **empfohlen**.

### Schulen

- 1) Die **Schulen** werden aufgefordert, sich diesen Programmen anzuschließen, da den meisten durch die Beteiligung an einer Schülerfirma zu erwerbenden Kompetenzen insofern eine **fächerübergreifende Dimension** zukommt, als sowohl Querschnittskompetenzen und soziale Kompetenzen als auch grundlegende unternehmerische Fähigkeiten entwickelt werden. Die Arbeit in einer Schülerfirma erfüllt viele der auch in anderen Fächern gesetzten Ziele und Lerninhalte und stellt in dieser Hinsicht einen Vorteil für alle Fächer dar.
- 2) Die **Lehrkräfte** sollten von den Schulen ermutigt werden, spezifische **Weiterbildungsangebote** zur Durchführung von Schülerfirmenprojekten wahrzunehmen.

### Schulen, fördernde Organisationen und die Bildungsbehörden

- 1) **Programme**, die auf der Schülerfirmen-Methode beruhen, sollten die Entwicklung von Teamfähigkeit, Lernen durch praktisches Tun, regelmäßigen Kontakt mit einer Lehrkraft oder einem Berater und Interaktion mit dem außerschulischen Umfeld gewährleisten.
- 2) Bemühungen von **Lehrkräften** und **Schülern** in Verbindung mit Schülerfirmenprogrammen, die gelegentlich über die normalen Arbeits- oder Lernzeiten hinaus reichen, sollten als offizielle Aufgabe der Schulen anerkannt werden, und den Lehrkräften sollten entsprechende Anreize geboten werden.
- 3) Bildungsbehörden, fördernde Organisationen und Schulen sollten klarere Systeme zur Überprüfung und **Bewertung** von Schülerfirmenprogrammen entwickeln. Dabei sollten geeignete Techniken zur Beurteilung der erworbenen Kompetenzen zum Einsatz kommen.
- 4) Anbieter der Programme sowie die Bildungsbehörden sollten klarere Systeme zum **Sammeln von Daten** zur Beteiligung von Schulen und Schülern an den entsprechenden Aktivitäten entwickeln.

### Die Wirtschaft

- 1) **Wirtschaftsverbände und Unternehmen** werden ermutigt, sich im Rahmen der sozialen Verantwortung in Unternehmen an diesen Programmen zu beteiligen. Die Unterstützung kann finanzieller Art sein oder in Form von Sachleistungen (u.a. durch die Beauftragung von Beratern und Mentoren zur Betreuung der Schülerfirmen) erfolgen und sollte durch geeignete Anreize von den öffentlichen Stellen anerkannt werden. Die **Vorteile** für die Unternehmen würden in der Möglichkeit der Gewinnung motivierter Jugendlicher mit unmittelbarer Unternehmenserfahrung und mit einer

ganzen Palette an Kompetenzen in Verbindung mit der Entwicklung von Kreativität, unternehmerischer Initiative und Innovationen bestehen.

- 2) Eine ausgeprägtere Zusammenarbeit zwischen **Schulen** und der **örtlichen Wirtschaft** muss unterstützt werden, da sich die Schülerfirmenprogramme nicht auf die schulische Umgebung beschränken sollten. Die **Wirtschaftsverbände** werden daher aufgefordert, **bei ihren Mitgliedern das Bewusstsein dafür zu fördern**, dass die Unternehmen Verbindungen mit den Schulen und mit fördernden Organisationen herstellen und sich an der Durchführung der Programme beteiligen können.
- 3) Die Herstellung von **Verbindungen zwischen Schulen und der Wirtschaft** ist ein Schlüsselement erfolgreicher Programme. Auf Initiative der öffentlichen Stellen, der Wirtschaftsverbände und der fördernden Organisationen sollte ein systematisches Verfahren und ein Modell für die Zusammenarbeit zwischen Schulen und Unternehmen entwickelt werden.

#### Öffentliche Stellen (auf nationaler und regionaler Ebene)

Nationale und regionale Behörden werden aufgefordert,

- 1) eine **Gesamtstrategie** für Bildungsmaßnahmen für unternehmerische Initiative in den Schulen zu entwickeln; in dieser Strategie sollten Schülerfirmenprogramme als ein wichtiges Instrument herausgestellt werden;
- 2) eine regelmäßige **Zusammenarbeit** verschiedener Ministerien, Wirtschaftsverbände, Nichtregierungsorganisationen, Bildungseinrichtungen und Kommunen mit dem Ziel der weiteren Förderung von Aktivitäten auf der Grundlage der Schülerfirmen-Methode zu begründen;
- 3) insbesondere mit den **fördernden Organisationen** (z.B. NRO), die diese Programme allgemein verbreiten, zusammenzuarbeiten und diese Einrichtungen in die einzelstaatlichen Pläne für Bildungsmaßnahmen für unternehmerische Initiative einzubeziehen;
- 4) Schulen und fördernde Organisationen bei der Durchführung von Aktivitäten in Verbindung mit Schülerfirmen zu fördern und zu unterstützen, indem **finanzielle Mittel** zur Verfügung gestellt und / oder Sachleistungen angeboten werden;
- 5) ganz allgemein die **Langfristigkeit** der Programme durch geeignete Finanzierung, Einbindung in die Rahmenpläne, Zusammenarbeit mit fördernden Organisationen und Aufforderungen zur Beteiligung seitens der Wirtschaft sicherzustellen.

#### Bildungsministerien

- 1) Schülerfirmenprogramme sollten von den Bildungsbehörden **anerkannt** oder **empfohlen** werden, indem sie mit dem umfassenderen Ziel der Förderung von Bildungsmaßnahmen für unternehmerische Initiative klar erkennbar als Wahlfach in die Lehrpläne der allgemein bildenden Schulen und der **berufsbildenden** Schulen aufgenommen werden.

- 2) Den Schulen sollte hinreichende **Eigenständigkeit** für die Durchführung von Schülerfirmenprogrammen wahlweise im Rahmen des Lehrplans oder als außerschulische Aktivität im Anschluss an den Unterricht gewährt werden.
- 3) Die Bildungsbehörden sollten in den Schulen sowie bei Schulleitern und Lehrkräften **aktiv für Schülerfirmen werben**.
- 4) Durch die **Verbreitung von Informationen** bei den verschiedenen Beteiligten sollte das **Bewusstsein** für diese Methoden gestärkt und zur Unterstützung dieser Methoden auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene ermutigt werden. Dies beinhaltet die aktive Werbung für bestehende Konzepte und die Vorstellung von Beispielen guter Verfahren.
- 5) Der **Austausch von Informationen** über die Entwicklung von Aktivitäten in Verbindung mit Schülerfirmen zwischen europäischen Netzen und einzelstaatlichen Programmen sowie unter den Schulen sollte unterstützt werden, damit methodische Leitlinien und praktische Hinweise gemeinsam genutzt werden können.
- 6) Die **Lehrkräfte** müssen im Rahmen ihrer grundlegenden Ausbildung oder in weiteren berufsbegleitenden Schulungsmaßnahmen eine spezifische **Ausbildung** erhalten, in der sie lernen, wie Schülerfirmenprogramme in den Klassen eingeführt werden. Diese Ausbildung sollte aktive Unterrichts- und Lernmethoden beinhalten; besondere Schwerpunkte sollten die Gruppen- und Projektarbeit als Grundlagen für die Führung eines Unternehmens und die Herstellung von Verbindungen mit der Wirtschaft und der jeweiligen örtlichen Gemeinde sowie Verfahren zur Überprüfung und Bewertung der durchgeführten Aktivitäten sein.

#### Wirtschafts- und Finanzministerien

- 1) Wenn angemessen oder maßgeblich, sollte **anerkannt** werden, dass Schülerfirmen ein **pädagogisches Instrument** darstellen und dass an Schülerfirmen nicht die gleichen rechtlichen und administrativen Anforderungen gestellt werden sollten, wie an echte Unternehmen.
- 2) **Rechtliche und administrative Hindernisse** für die Konzeption und Gründung von Schülerfirmen sollten abgebaut werden.
- 3) Für Schülerfirmen sollten **vereinfachte steuerrechtliche Vorschriften** sowie Befreiungen von Einkommens- und Umsatzsteuer vereinbart werden, wenn die Gewinne einen bestimmten Betrag nicht überschreiten; ähnliche Regelungen sollten in Bezug auf die **Versicherung** gegen Haftungsansprüche getroffen werden.
- 4) Schülerfirmen sollten die Möglichkeit erhalten, **mit echten Unternehmen zusammenzuarbeiten**, um ihre Produkte in Läden anbieten zu können; außerdem sollten Schülerfirmen Bankkonten eröffnen können.

#### Europäische Kommission

- 1) Bei allen maßgeblichen einzelstaatlichen Ministerien (Bildung, Beschäftigung, Industrie und Unternehmen) sollte die Bedeutung von Schülerfirmenprogrammen als Bildungsmaßnahme für unternehmerische Initiative und für den Erwerb einer Reihe

allgemeiner Grundkompetenzen **stärker ins Bewusstsein** gerückt werden, damit die Programme auch auf nationaler Ebene größere Anerkennung finden.

- 2) **Der Austausch von Informationen und guten Verfahren** zwischen verschiedenen Ländern und zwischen allen, die an Schülerfirmen beteiligt sind (einschließlich der Wirtschaftsverbände), sollte verbessert werden.
- 3) Zu den Programmen sollten **Informationen und Werbematerialien** verbreitet werden, aus denen deutlich wird, dass die Programme zur Erreichung der von der EU für Bildung, Beschäftigung und Wachstum vorgegebenen Ziele beitragen.
- 4) Auf europäischer und nationaler Ebene sollten **Werbeveranstaltungen** (z.B. Handelsmessen) stattfinden, die als Schaufenster Einblicke in die Aktivitäten von Schülerfirmen bieten.
- 5) Zur Bewertung der Auswirkungen der Programme sollten **europäische Erhebungen** entwickelt werden.

Alle maßgeblichen Sektoren:

- 1) Die öffentlichen Stellen auf allen Ebenen sowie Partnerunternehmen und Schulen werden aufgefordert, Aktivitäten in Verbindung mit Schülerfirmen stärker bekannt zu machen und entsprechende Aktivitäten verstärkt einzubeziehen, damit **alle potenziell interessierten Schüler Zugang zu diesen Programmen erhalten**.
- 2) Die **Auswirkungen** einer Teilnahme an diesen Programmen für die berufliche Entwicklung der Schüler sowie für die Gesellschaft im Allgemeinen sollten **untersucht werden**. Dabei sollten nicht nur die erworbenen Kompetenzen, sondern auch berufliche Optionen, besuchte Schulungen und die Anzahl der Unternehmensgründungen durch ehemalige Teilnehmer berücksichtigt werden. Weitere Informationen über die Auswirkungen dieser Programme könnten dazu beitragen, dass Bildungsmaßnahmen für unternehmerische Initiative auf die Tagesordnung der politischen Entscheidungsträger und der Bildungsbehörden gesetzt werden.

**ANNEX: Inventory of student company programmes in secondary education identified according to the adopted definition (school year 2003/2004):**

	<i>Name of programme</i>	<i>Name of promoting organisation</i>	<i>Level of applic.</i>	<i>Information</i>
<b>Austria</b>	Junior	Junior Österreich	National	<a href="http://www.junior.co.at">www.junior.co.at</a>
	Practice Firm	ACT	National	<a href="http://www.act.at">www.act.at</a>
<b>Belgium</b>	Mini-entreprise	asbl Les Jeunes Entreprises	Regional	<a href="http://www.lesjeunesentreprises.be">www.lesjeunesentreprises.be</a>
	Mini-ondernemingen	Vlajo (Vlaamse Jonge Ondernemingen)	Regional	<a href="http://www.vlajo.be">www.vlajo.be</a>
	Practice Firm	COFEP	National	<a href="http://www.cofep.be">www.cofep.be</a>
	Vaardig Ondernemen en Ondernemende Vaardigheden	Network For Training Entrepreneurship, Belgium	Regional	<a href="http://www.nfte.be">www.nfte.be</a>
<b>Czech Rep.</b>	The Company Programme	Junior Achievement Czech Republic	National	<a href="http://www.jacr.cz">www.jacr.cz</a>
	Practice Firm	Centre of Practice Firms (CEFIF)	National	<a href="http://www.nuov.cz">www.nuov.cz</a>
<b>Denmark</b>	The Company Programme	Young Enterprise Denmark	National	<a href="http://www.ja-ye.dk">www.ja-ye.dk</a>
	European Business Games	European Schoolnet	National	<a href="http://www.business-games.dk">www.business-games.dk</a>
	SIMU Practice Firm	Simu-Center	National	<a href="http://www.simu.dk">www.simu.dk</a>
<b>Estonia</b>	The Company Programme	Junior Achievement Estonia	National	<a href="http://www.ja.ee">www.ja.ee</a>
<b>Finland</b>	The Company Programme	Young Enterprise Finland	National	<a href="http://www.nuoriyrittajyys.fi">www.nuoriyrittajyys.fi</a>
	Practice Firm	Finnish Practice Enterprises Centre (FINPEC)	National	<a href="http://www.finpec.fi">www.finpec.fi</a>
<b>France</b>	Mini-entreprises	Fédération des associations Jeunes Entreprises FAJE, Académies d'Amiens, Lyon, Limoges, Clermont Ferrand et Versailles	Regional	<a href="http://www.jeunes-entreprises.org">www.jeunes-entreprises.org</a> ; <a href="mailto:secretariat.faje@wanadoo.fr">secretariat.faje@wanadoo.fr</a>
	Création d'entreprise du secteur cafés – hôtels- restaurants	AGPCE	National	<a href="mailto:roger.benad@wanadoo.fr">roger.benad@wanadoo.fr</a>
	Entreprendre au Lycée	Académies Marseille et Nice, Guyane et Guadeloupe.	Regional	<a href="mailto:Entreprendre.lycee@free.fr">Entreprendre.lycee@free.fr</a> ; <a href="mailto:ce.daet@ac-aix-marseille.fr">ce.daet@ac-aix-marseille.fr</a> ; <a href="mailto:ce.daet@ac-nice.fr">ce.daet@ac-nice.fr</a>
	Une entreprise dans votre lycée (La Basket-entreprise)	Académie de Nantes	Regional	<a href="mailto:dafpic.formation-initiale@ac-nantes.fr">dafpic.formation-initiale@ac-nantes.fr</a>
	CCI des Jeunes	Académie de Montpellier	Regional	<a href="mailto:patrick.brisset@ac-montpellier.fr">patrick.brisset@ac-montpellier.fr</a>
	Une entreprise dans votre lycée	Académie de Rennes	Regional	<a href="mailto:ce.daet@ac-rennes.fr">ce.daet@ac-rennes.fr</a>
	Créons Ensemble	Académie de Bordeaux	Regional	<a href="mailto:Jean-claude.weidmann@ac-bordeaux.fr">Jean-claude.weidmann@ac-bordeaux.fr</a>

	Graine de Boîte	Académie d'Orleans-Tours	Regional	<a href="mailto:evelyne.binet@ac-orleans-tours.fr">evelyne.binet@ac-orleans-tours.fr</a>
	Challenge "Destination Entreprises"	Association Destination Entreprises, Académies de Limoges et Martinique	Regional	<a href="mailto:rossignolnadine@wanadoo.fr">rossignolnadine@wanadoo.fr</a>
	Demain mon Entreprise	CCI Versailles Académie de Versailles	Regional	<a href="mailto:rwolezyk@versailles.cci.fr">rwolezyk@versailles.cci.fr</a>
	Mini-entreprises dans les collèges francs comtois	MEDEF (Mouvement des entreprises de France), Académie de Besançon	Regional	<a href="mailto:formation@medef.fr">formation@medef.fr</a> <a href="http://nche-comte.com">nche-comte.com</a>
	Mini-entreprises: Centre des Jeunes Dirigeants	Académie de Lille	Regional	<a href="mailto:od@odicee.com">od@odicee.com</a>
	Concours «Jeunes créez en Auvergne»	Mission Régionale pour la création d'Entreprise (MRCE), Académie de Clermont Ferrand	Regional	<a href="mailto:mrce@ard-auvergne.com">mrce@ard-auvergne.com</a>
	Concours « Entreprendre »	Centre de ressources pour la création d'activités innovantes (PROMOTECH CEI), Académie de Nancy-Metz	Regional	<a href="mailto:direction.promotech@wanadoo.fr">direction.promotech@wanadoo.fr</a>
<b>Germany</b>	<b>JUNIOR</b> Junge Unternehmer initiieren-organisieren-realisisieren	JUNIOR-Office (Institut der deutschen Wirtschaft) (Junior Achievement Young Enterprise Germany)	National	<a href="http://www.juniorprojekt.de">www.juniorprojekt.de</a>
	Achievers International	Achievers International	National	<a href="http://www.achieversinternational.org">www.achieversinternational.org</a>
	Schüler Unternehmen was!	Deutsche Kinder- und Jugendstiftung	National	<a href="http://www.dkjs.de/schuelerunternehmen.de">www.dkjs.de/schuelerunternehmen.de</a>
	business@school	Boston Consulting	National	<a href="http://www.business-at-school.de">www.business-at-school.de</a>
	Jugend gründet	Bundesministerium für Bildung und Forschung, Steinbeis-Transferzentrum an der Hochschule Pforzheim	National	<a href="http://www.jugend-gruendet.de">www.jugend-gruendet.de</a>
	Start-Up Werkstatt	Deutscher Sparkassen- und Giroverband, Stern; McKinsey	National	<a href="http://www.startup-werkstatt.de">www.startup-werkstatt.de</a>
	Schul/Banker – Das Bankenplanspiel	Bundesverband deutscher Banken	National	<a href="http://www.schulbanker.de">www.schulbanker.de</a>
	Practice Firm	Zentralstelle des Deutschen Übungsfirmenrings (ZÜF)	National	<a href="http://www.zuef.de">www.zuef.de</a>
	Get up Wettbewerb "Schüler gründen Unternehmen"	Gesellschaft zur Förderung neuer Technologien e.V. Bildungswerk der Thüringer Wirtschaft e.V.	Regional (ended in 2004)	<a href="http://www.getup.org">www.getup.org</a>
	Jungunternehmerschule	Wirtschaftsförderungsgesellschaft Güstrow mbH, Landkreis Güstrow, Unternehmerverband Norddeutschland, Region Güstrow, Ostsee-Sparkasse Rostock	Regional	<a href="http://www.bilse.de/jus">www.bilse.de/jus</a>

	Ifex	Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg	Regional	<a href="http://www.ifex.de">www.ifex.de</a>
	TheoPrax	Fraunhofer-Institut für chemische Technologie	Regional	<a href="http://www.theo-prax.de">www.theo-prax.de</a>
	Ideen machen Schule	Hans Lindner Institut	Regional	<a href="http://www.regensburg.de/wirtschaft/existenzgruender/existenzgruender-spiel">www.regensburg.de/wirtschaft/existenzgruender/existenzgruender-spiel</a>
	SCHUB - Schulen machen Betrieb	Bildungswerk der Wirtschaft Mecklenburg-Vorpommern e.V.	Regional	<a href="http://www.bildungswerk-wirtschaft.de/swevne/schub">www.bildungswerk-wirtschaft.de/swevne/schub</a>
<b>Hungary</b>	The Company Programme	Junior Achievement Hungary	National	<a href="http://www.ejam.hu">www.ejam.hu</a>
	Practice Firm	National Institute of Vocational Education	National	<a href="http://www.gtbbp.hu/zuf/">http://www.gtbbp.hu/zuf/</a>
<b>Ireland <sup>1</sup></b>	“Get up and Go” Mini Company Programme	Transition Year Programme, Second Level Support Service	National	<a href="http://ty.slss.ie">http://ty.slss.ie</a>
	“Blast:Beat” Music Mini Company Programme	Treasure Island Records	National	<a href="http://www.treasureisland.ie">www.treasureisland.ie</a>
	Company Programme	Junior Achievement Ireland	National	<a href="http://www.juniorachievement.ie">www.juniorachievement.ie</a>
	Student Enterprise Awards	City and County Enterprise Boards	National	<a href="http://www.studententerprise.ie">www.studententerprise.ie</a>
	Young Entrepreneurs Scheme	Young Entrepreneurs Scheme	National	
<b>Italy</b>	Impresa in azione	Junior Achievement Italia	National	<a href="http://www.junioritalia.org">www.junioritalia.org</a>
	Imprese Formative Simulate	Centrale di Simulazione	National	<a href="http://www.simulimpresa.com">www.simulimpresa.com</a>
<b>Latvia</b>	Student Learning Company	Junior Achievement Latvija	National	<a href="http://www.jal.lv">www.jal.lv</a>
<b>Lithuania</b>	The Company Programme	Junior Achievement Lithuania	National	<a href="http://www.lja.lt">www.lja.lt</a>
	Virtual Firm	SimuLith Centre	National	<a href="http://sl.viko.lt/">http://sl.viko.lt/</a>
<b>Luxembourg</b>	Mini-entreprises	Ministère de l’Education nationale	National	
<b>Netherlands</b>	Mini-Ondernemingen	Mini-Ondernemingen Nederland	National	<a href="http://www.jongondernemen.nl">www.jongondernemen.nl</a>
	Practice Firm	SimNet	National	<a href="http://www.simnet.nl">www.simnet.nl</a>
<b>Norway</b>	Pupil companies Youth companies	Young Enterprise Norway	National	<a href="http://www.ue.no">www.ue.no</a>
	Simu-companies	SimuNor	National	<a href="http://www.simunor.no">www.simunor.no</a>
<b>Poland</b>	Young Mini-Enterprise	Fundacja Młodzieżowej Przedsiębiorczości	National	<a href="http://www.junior.org.pl">www.junior.org.pl</a>
	Managing Firm	Fundacja Młodzieżowej Przedsiębiorczości	National	<a href="http://www.junior.org.pl">www.junior.org.pl</a>



	September Package	Fundacja Małych i Średnich Przedsiębiorstw KOMANDOR	National	<a href="http://www.fundacja.komandor.pl">www.fundacja.komandor.pl</a>
	Simulation Firms	Polish Centre of Simulation Firms - CENSYM	National	<a href="http://www.cku.zgora.pl/censym/CSstart.html">www.cku.zgora.pl/censym/CSstart.html</a>
	Establish and Run a Company	Centrum Edukacji Obywatelskiej	National	<a href="http://www.ceo.org.pl">www.ceo.org.pl</a>
	Economics - every day	Fundacja Młodzieżowej Przedsiębiorczości	Regional	<a href="http://www.junior.org.pl">www.junior.org.pl</a>
	School Laboratory of Entrepreneurship	Teachers' Association of Entrepreneurship and Economic Education	Regional	<a href="http://www.nauczyciele.org">www.nauczyciele.org</a>
	Practical School of Entrepreneurship	Business Chamber of Podkarpacie	Regional	<a href="http://www.pig-chamber.com.pl">www.pig-chamber.com.pl</a>
<b>Romania</b>	The Company Programme	Junior Achievement Romania.	National	<a href="http://www.jar.ro">www.jar.ro</a>
	Practice Firm	ROCT (Romanian Coordination of Training firms)	National	<a href="http://www.roct.ro/ro/index.php">http://www.roct.ro/ro/index.php</a>
<b>Slovakia</b>	The Company Programme	Junior Achievement Slovakia	National	<a href="http://www.jasr.sk">www.jasr.sk</a>
	Practice Firm	SCCF - Slovak Center for Training Firms	National	<a href="http://www.siov.sk/siov/dokhtm/5sccf/sma_in2.htm">http://www.siov.sk/siov/dokhtm/5sccf/sma_in2.htm</a> ; <a href="http://www.siov.sk/">http://www.siov.sk/</a>
<b>Spain</b>	Practice Firm	Fundación INFORM	National	<a href="http://www.inform.es">www.inform.es</a>
	Empresa Solidaria	Junior Achievement Spain	National	<a href="http://www.jaes.es">www.jaes.es</a>
	Empresa Joven Europea (EJE)	Valnalón Ciudad Tecnológica	Regional	<a href="http://www.valnalon.com">www.valnalon.com</a>
<b>Sweden</b>	Young Enterprise (Ung Företagsamhet)	Young Enterprise Sweden	National	<a href="http://www.ungforetagsamhet.se">www.ungforetagsamhet.se</a>
	Practice Firm	Business Training Centre (BTC)	National	<a href="http://www.businesstrainingcentre.nu">www.businesstrainingcentre.nu</a>
	Summerentrepreneur (Sommarlovsentreprenör)	Open for business in the county of Västernorrland	Regional	<a href="http://www.ofb.nu">www.ofb.nu</a>
<b>U.K.</b>	The Company Programme - Team Programme	Young Enterprise UK	National	<a href="http://www.young-enterprise.org.uk">www.young-enterprise.org.uk</a>
	Practice Firm	EGNI (UK Central Office for Practice Companies and Virtual Firms)	National	<a href="http://egni.morganwg.ac.uk/">http://egni.morganwg.ac.uk/</a>
	EBP - Education Business Partnerships	NEBPN – The National Education Business Partnerships Network	Local	<a href="http://www.nebpn.org">www.nebpn.org</a>

<sup>1</sup> In Ireland, students involved in the Leaving Certificate Vocational Programme (<http://lcvp.slss.ie>) and the Leaving Certificate Applied (<http://lca.slss.ie>) are generally involved in a programme of enterprise studies which may involve mini companies.