

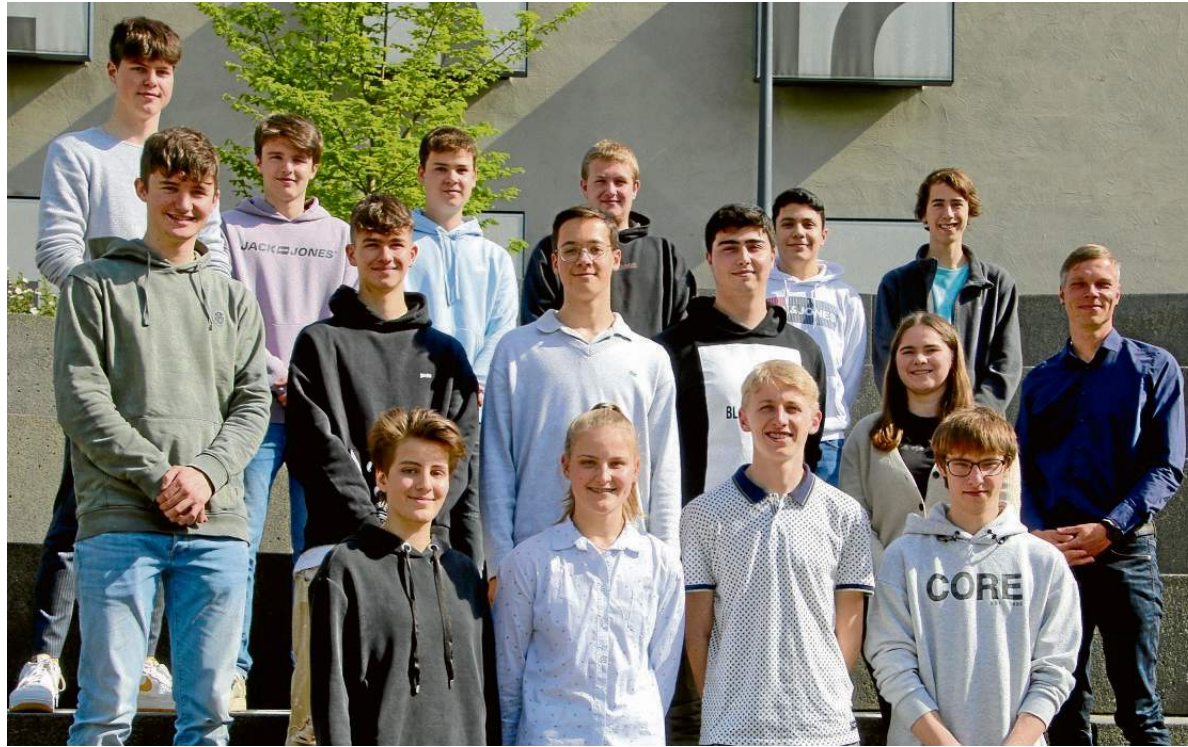
Nachhaltigkeit und Ökologie in den Fokus rücken

Schule Die Juniorfirma des Balinger Gymnasiums entwickelt eine Marketing-Strategie für die Gartenschau.

Balingen. Am Gymnasium Balingen schnuppern Schülerinnen und -schüler der Kursstufe Jahr für Jahr ins Berufsleben. Möglich machen das Juniorfirmen, die jedes Schuljahr in neuer Besetzung und mit anderen Unternehmenszielen gegründet werden. Während in der Vergangenheit meist physische Produkte kreiert, hergestellt und vertrieben wurden, hat sich der Wirtschaftsleistungskurs diesmal ein gänzlich anderes Projekt zur Aufgabe gemacht: Als eine der wenigen Juniorfirmen bietet „Greenway Forward“ – sinngemäß übersetzt: den grünen Weg vorantreiben – nämlich eine Dienstleistung an.

Nathalie Wiesmath und Jakob Froneck, die die Geschäftsleitung der Juniorfirma bilden, und Lina Krohn, die für das Marketing zuständig ist, erzählen im Gespräch mit der Redaktion von ihrer Arbeit. Die Aufgabenstellung lautete, für die Stadt Balingen eine Marketingstrategie rund um die Gartenschau zu entwickeln und das Augenmerk auf den ökologischen und nachhaltigen Aspekt für Balingen zu legen. Dafür mussten die Mitarbeitenden von „Greenway Forward“ über den Tellerrand hinausschauen und Elemente aus anderen Fächern einbeziehen. Zu viel dürfe allerdings noch nicht verraten werden. Konkrete Details zum Projekt werden nämlich erst in der Balinger Gemeinderatssitzung am 24. Mai öffentlich gemacht.

Apropos: Dass sie ihr Projekt den Lokalpolitikern vorstellen



Der Wirtschaftskurs der 11. Klasse mit Lehrer Matthias Schulze zeichnet für die Juniorfirma des Gymnasiums verantwortlich. Nathalie Wiesmath (vorne links) und Jakob Froneck (vorne, Zweiter von rechts) führen das Unternehmen.

Foto: Jasmin Alber

dürfen, ist für die Juniorfirma ein Zeichen der Wertschätzung. Den ersten Kontakt zu den Rätinnen und Räten hatte „Greenway Forward“ bereits vergangene Woche: Schon am „Runden Tisch“ haben sie den Gremiumsmitgliedern Einblicke in die Juniorfirma und das Marketingprojekt gegeben. Dort haben sie nach der Präsentation viel positive Rückmeldung bekommen und große Akzeptanz erfahren, schildern die drei. „Das

war ein richtiger Boost“, ergänzt Nathalie Wiesmath.

Doch bevor es an die konkrete Ausarbeitung der angebotenen Dienstleistung ging, mussten die LKler zunächst das Unternehmen gründen und gliedern. Lehrer Matthias Schulze stand bei Fragen zur Seite, ließ den Schülerinnen und Schülern aber weitgehend freie Hand. Die Juniorfirma funktioniert im Prinzip wie jedes andere Wirtschaftsunternehmen. Na-

thalie Wiesmath und Jakob Froneck bilden die Geschäftsleitung, darüber hinaus gibt es Abteilungsleiterinnen und -leiter, die für Marketing, Verwaltung und Finanzen verantwortlich zeichnen. „Greenway Forward“ hat 16 Beschäftigte.

Die Abläufe sind sehr nah am realen Geschäftsleben. Echtes Geld kommt zum Einsatz, die Juniorfirma zahlt Steuern, wenn auch nicht an den Staat, sondern

an „IW Junior“. Dieses Institut aus Köln organisiert unter anderem Projekte und kümmert sich um das Rechtliche bei den Schülerfirmen. 50 Zeitstunden muss jeder der Beschäftigten in der unterrichtsfreien Zeit investieren, die auch vergütet werden. Das Geld, mit dem gearbeitet wird, wird über eine Art Aktienverkauf generiert. Die Juniorfirma kann damit bis zu 900 Euro Kapital aufbauen, erklärt Jakob Froneck.

Die Investoren können sich diese Anteilsscheine nach Ablauf des Schuljahres entweder mit Rendite auszahlen lassen oder sie der Juniorfirma überlassen, die das Geld dann für die Ukrainehilfe spendet. „Es geht uns aber nicht darum, möglichst viel Geld zu machen“, meint Nathalie Wiesmath. Dennoch trage die Nähe zum echten Berufsleben zum Erkenntnisgewinn bei.

Nicht nur trockene Theorie

Fast schon erwartbar lief gerade anfangs – trotz der Seminare bei „IW Junior“ für die Abteilungsleiter – nicht alles rund. „Aus Fehlern lernt man“, sagt Lina Krohn. Diese Erkenntnisse „können wir mitnehmen in die freie Wirtschaft“. Am Ende stehe natürlich eine Note, „aber die Erfahrung zählt mehr“, ergänzt Jakob Froneck. „Wir hoffen natürlich, dass die Kampagne auch umgesetzt wird.“ Aber auch wenn das Projekt nicht realisiert werden sollte, sei es eine wertvolle Erfahrung fürs spätere Berufsleben gewesen.

Jasmin Alber