

Green Business und Juniorenfirmen

Die nächste Generation der Ecopreneure?

Unternehmerisches Denken und Handeln unter Einhaltung ökologischer Prinzipien ist eine komplexe Aufgabe. Doch wie können Jugendliche an diese Thematik herangeführt werden? In einem Modellversuch arbeiteten Unternehmer mit Schulen zusammen, um so die Praxis des nachhaltigen Wirtschaftens zu erproben. **Von Nadine Poser**

Um ihre gesellschaftliche Verantwortung zu demonstrieren, nahmen zehn Unternehmen aus Baden-Württemberg an dem vom Verein UnternehmensGrün initiierten Modellversuch „Juniorenfirmen auf dem Weg zum nachhaltigen Wirtschaften“ teil. Der Bundesverband der grünen Wirtschaft tritt für Rahmenbedingungen ein, die es Unternehmer(inne)n erleichtern, im Einklang mit ökologischen Lebensgrundlagen zu wirtschaften. Gefördert durch die Deutsche Bundesstiftung Umwelt wurde das Projekt als UN-Dekadenprojekt für nachhaltige Entwicklung ausgezeichnet.

Ziel des Projektes war es, unternehmerisches Denken und Handeln unter Einhaltung ökologischer Prinzipien für junge Menschen in sogenannten „Juniorenfirmen“ praktisch erfahrbar zu machen. Bei der Juniorenfirma handelt es sich um ein Unternehmen, das in eine Schule oder ein anderes Unternehmen integriert ist, mit dem Hintergrund reale Geschäfte zu tätigen (Baldegger et al. 2012).

Erste Anläufe

Gottfried Härle erklärte als einer der ersten Unternehmer seine Bereitschaft, am Projekt teilzunehmen. Die Brauerei Härle in Leutkirch im Allgäu hebt sich von anderen Betrieben durch ihre starke Umweltorientierung ab. Der gesamte Betrieb wurde auf regenerative Energieträger umgestellt und arbeitet mit 100 Prozent Erneuerbaren Energien. Gottfried

Härle betreibt somit die erste klimaneutrale Brauerei Deutschlands. Diese wollte ein alkoholfreies Bio-Erfrischungsgetränk entwickeln. Fünf Jugendliche schlossen sich zum „Seezüngele Marketing Team“ zusammen und verbrachten über einen Zeitraum von einem Jahr wöchentlich zwischen drei und fünf Stunden im Unternehmen.

Durch die Kooperation zwischen Gymnasium und Unternehmen konnten die Schüler die Tätigkeit in der Juniorenfirma auf ihre schulischen Leistungen anrechnen lassen. So konnten sie außerhalb des schulischen Umfeldes Einblicke in Unternehmensabläufe gewinnen und profitierten gleichzeitig vom Wissen der Unternehmer rund um Nachhaltigkeit.

Einblick in Unternehmensabläufe

Fahrräder sind das große Thema der LeaseRad GmbH aus Freiburg, die umfangreiche Mobilitätslösungen mit Fahrrad- und Pedelecflotten anbietet. Das junge Unternehmen entwickelt Ideen zum Einsatz des Fahrrads anstelle des Autos für Berufs- sowie Alltagsleben. „Uns hat das Konzept gefallen, jungen Menschen frühe Praxiserfahrung in einem nachhaltigen Unternehmen zu vermitteln“, beschreibt Alexandros Molphetas, Mobilitätsmanager bei LeaseRad, die erste Begegnung mit der Idee.

Fünf Jugendliche eines regionalen Gymnasiums fanden einen passenden Namen: „TransportGrün“. Ein Business-

plan für ein Geschäftskonzept sollte entwickelt werden. Gegenstand war die Frage, wie man den täglichen Einkauf mit Hilfe von Lastenrädern umweltfreundlicher gestalten könnte.

Auch Unternehmer Peter Kohler richtet seine Geschäftsprozesse an nachhaltigen Prinzipien aus. Das Einrichtungshaus in Erolzheim ist auf den Verkauf ökologisch verarbeiteter Möbel spezialisiert. Vom Betriebsgebäude in Passivenergiebauweise über die ausschließliche Verwendung von Vollholzmöbeln bis hin zur Bewirtung der Gäste mit Biokaffee; Peter Kohler legt Wert auf Nachhaltigkeit im eigenen Betrieb. Vier Mädchen und ein Junge riefen die „Kohler Juniorenfirma“ ins Leben und übernahmen den Vertrieb eines Hockers, der als Stehhilfe dient. Für jeden verkauften Hocker sollte als Ausgleich für das Holz, das verwendet wurde, ein Baum in der Umgebung gepflanzt werden.

Alle drei Unternehmen versuchten den Nachhaltigkeitsgedanken bewusst an die Junioren weiterzugeben, zum einen über Produkte und Dienstleistungen, andererseits durch aktiven Informationsaustausch mit den Mitarbeiter(inne)n. „Die Junioren haben von Anfang an gesehen, worum es bei unserem Geschäft geht und was die Schwerpunkte sind“, so Peter Kohler. „Sie konnten spüren, dass dies kein übergestülptes grünes Mäntelchen ist, sondern aus Überzeugung kommt.“

Bewusstseinerweiterung oder „nice to have“?

Nach dem Pilotprojekt wurden die Junioren zu Durchführung und Lernerfolg befragt. Das Ergebnis belegt, dass Workshop und Juniorenfirma sowohl bei der Vermittlung von Nachhaltigkeit als auch als Ort zum Erlernen von Selbstständigkeit und Eigeninitiative gute Instrumente sind (Kutt 2010). Im Vergleich zwischen nachhaltigen und traditionellen Juniorenfirmen konnten 88 Prozent der Teilnehmer(innen) der nachhaltigen Juniorenfirmen Nachhaltigkeit erklären, während dies nur 42 Prozent der Teilnehmer(innen) der traditionellen Juniorenfirmen konnten (Poser 2011).

Doch nicht allein die Jugendlichen profitierten von der Juniorenfirma. Für die Unternehmen brachte diese Methode ebenso einen großen Vorteil: Die Sicht von außen. Junge Menschen hinterfragen Betriebsabläufe und bringen sich kritisch ein. „Diesen Spiegel vorgehalten zu bekommen, ist natürlich sehr interessant“, bestätigt Gottfried Härle: „Eine andere Form der Unternehmensberatung.“

Mehr als Kompetenzförderung

Keine Frage, Nachhaltigkeit birgt wirtschaftliche Potenziale. „Aber es gibt auch durchaus Entscheidungen, in denen dies nicht der Fall ist, in denen man durch eine nachhaltige Ausrichtung wirtschaftlich eher Nachteile in Kauf nehmen muss, zum Beispiel wenn man auf Ökostrom umsteigt“, sagt Gottfried Härle.

Während es bei traditionellen Juniorenfirmen hauptsächlich um die Vermittlung von Kernkompetenzen und unternehmerischem Denken und Handeln geht, versucht die nachhaltige Juniorenfirma den Spagat zwischen Ökologie, Ökonomie und sozialer Verantwortung zu schaffen (Kutt 2010).

Nina Scheer, Geschäftsführerin von UnternehmensGrün, beschreibt das Projekt als gelungen, nimmt aber auch kritische Learnings mit. So erwiesen sich auf sich allein gestellte Juniorenfirmen als weniger effizient in der Bearbeitung der Aufgabe, als jene, die eine aktive Betreuung erfuhren.

Fazit

Rückblickend betrachtet stellte für Gottfried Härle die unterschiedliche Motivation der Jugendlichen die größte Herausforderung während des Projektes dar. Er würde künftig mehr auf die Teamzusammensetzung achten. Für Peter Kohler gestaltete sich die Suche nach einer passenden Geschäftsidee als besonders schwierig. Alexandros Molphetas stellte das zeitliche Engagement als das kritischste Element dar. Man sollte sich Zeit nehmen, wenn man sich für eine Juniorenfirma im Unternehmen entscheidet.

Trotz dessen wurde die Methodik der Juniorenfirma von den beschriebenen Unternehmern als sinnvolles Instrument erachtet, um nachhaltiges Denken und Handeln zu vermitteln. Die Junioren hatten nicht nur die Möglichkeit, die Unternehmen kennenzulernen, auch Nachhaltigkeit konnten sie praktisch erleben.

Literatur

- Baldegger, U. et al. (2012): Wie Ideen laufen lernen: Unternehmerisches Denken und Handeln in der Berufsausbildung. Schaan, Discover.
- Kutt, K. (2010): Geschichte und Werdegang der Ausbildungsmethode „Juniorenfirmen“. In: UnternehmensGrün (Hrsg.): Juniorenfirmen auf dem Weg zum nachhaltigen Wirtschaften. Berlin, UnternehmensGrün Verlag. S. 9-24.
- Poser, N. (2011): Green Business und Juniorenfirmen - Die nächste Generation Ecopreneure: Ein Instrument zur Förderung nachhaltigen Denkens und Handelns von Jugendlichen. Universität Liechtenstein, unveröffentl. Master Thesis. S. 1-96.

AUTORIN+ KONTAKT

Nadine Poser ist wissenschaftliche Projektmitarbeiterin am Institut für Entrepreneurship an der Hochschule Liechtenstein.

Nadine Poser, Universität Liechtenstein,
Fürst-Franz-Josef-Strasse, 9490 Vaduz,
Fürstentum Liechtenstein. Tel.: +423 265 1148,
E-Mail: nadine.poser@uni.li,
Internet: www.uni.li



soziale technik
ifz Zeitschrift für sozial- und umweltverträgliche Technikgestaltung

Seit 22 Jahren ist SOZIALE TECHNIK - herausgegeben vom Interuniversitären Forschungszentrum für Technik, Arbeit und Kultur (IFZ) - ein Forum für die interdisziplinäre Technikforschung und liefert Beiträge für eine sozial- und umweltverträgliche Gestaltung von Technologien. SOZIALE TECHNIK erscheint vierteljährlich, ein Jahresabonnement kostet € 21,50 (für Studierende € 15,-).

Kostenloses Probeabonnement!

Mit Beiträgen zu:

- Technologie & Politik
- Umwelt & Energie
- Neue Biotechnologien
- Frauen & Technik



soziale technik
ifz Zeitschrift für sozial- und umweltverträgliche Technikgestaltung



Kostenloses Probeabo (2 Ausgaben) und Abbestellungen:
Tel.: +43/316/813909-0 Fax: +43/316/813909-11
E-mail: reinhard.waechter@aau.at
Web: www.ifz.aau.at/sote

Copyright © 2013, IÖW und oekom Verlag. Die Nutzung des Artikels ist Abonnenten von Ökologisches Wirtschaften vorbehalten. Nachdruck und Vervielfältigung des Artikels einschließlich Speicherung und Nutzung auf optischen und elektronischen Datenträgern nur mit Zustimmung der Redaktion von Ökologisches Wirtschaften (<http://www.oekologisches-wirtschaften.de>).