

Schülerfirma mit Handcreme erfolgreich



ZUM ERFOLGREICHEN LUV-TEAM GEHÖREN NELE PETERSEN (R.) UND JUNES AMADI, LEHRERIN SARAH HODUM UNTERSTÜTZTE FAST NUR ZU BEGINN, GRISCHA MALCHOW

ITZEHOE Eigentlich sollten die Schüler „nur“ die Grundprinzipien unternehmerischen Handelns durch praktische Erfahrungen kennenlernen. Durch die Corona-Pandemie lernten sie jedoch auch, wie es ist, ein Unternehmen durch eine Krise zu führen: Neun Elftklässler aus dem Wirtschaft-Politik-Profil der Kaiser-Karl-Schule (KKS) nahmen am Junior-Programm teil und gründeten eine Schülerfirma. Ihr Produkt ist lokal, umweltfreundlich und vegan.

Aus den Anfangsbuchstaben leitet sich auch der Name ihrer Firma her: Luv. Unter dieser Bezeichnung verkaufen die Mädchen und Jungen eine Handcreme mit hohem Fettgehalt. Die Gründung der Schülerfirma ist gelungen, sie zählt zu den zehn erfolgreichsten Unternehmen des Landes in der Kategorie Junior-Expert.

Zu Beginn des Schuljahres stand für die Schüler die Überlegung, was sie herstellen wollen. Schnell fiel die Wahl auf ein Kosmetikprodukt, das bei der Erzeugung den Luv-Kriterien entsprechen muss. „Alle Teilnehmer sollten sich damit identifizieren können“, sagt Nele Petersen (17), Vorstandsvorsitzende als Luv. Zunächst sollte es eine Seife sein. Doch in der Viktoria Apotheke riet man zu einer Creme, denn Seife müsse sechs bis acht Wochen aushärten. „Das hat auch ganz gut gepasst, weil es auf den Winter zugeht“, so Nele Petersen.

Für Rezeptur und Produktion holten sich die neun Jugendlichen Tipps bei der Apotheke, in der anschließend überwiegend alleine produziert wurde. „Das war weniger kompliziert, als wir anfangs gedacht haben, da wir alles gut durchgeplant hatten“, verrät Produktionsleiter Junes Amani (17). Auch die optische Gestaltung der Creme-Dosen übernahmen die jungen Erwachsenen – unter Mithilfe von Fulfillment Mail & Marketing.

Seit der Produktion im Februar haben die Elftklässler fast das gesamte Sortiment verkauft. Die Corona-Krise stellte sie aber vor neue Herausforderungen. Absetzen wollten sie ihre Creme an Verkaufsständen, etwa im Holstein-Center. Sie suchten sich neue Vertriebswege – im Internet und per Lieferung.

Corona lieferte sogar ein Verkaufsargument: „Trockene Hände vom Desinfektionsmittel? Holt euch die ultimative Luv-Handcreme“, lautet der Slogan, den sich die Schüler überlegten. „Vor- und Nachteile haben sich die Waage gehalten“, schätzt Petersen.

Positiv fällt auch das Fazit aus pädagogischer Sicht aus: Die Schüler hätten neben fachlichen Inhalten hinsichtlich Organisation und Selbstständigkeit – auch durch Corona – viel gelernt, sagt Lehrerin Sarah Hodum. *grm*
