

BILDUNG: AG am Johanna-Geissmar-Gymnasium ist mit neun Mitbewerbern als beste Schülerfirma Deutschlands nominiert

Werbeprofis am Nachmittag

Von unserem Redaktionsmitglied Fabian Busch

Ein bisschen Ironie und Bescheidenheit drückt der Firmenname aus: "Die Zweitbesten" nannte man sich, weil die Frage am Anfang natürlich im Raum stand: Eine Werbeagentur, hinter der eine Schülerfirma steckt? Würden die Kunden das ernst nehmen? Inzwischen spricht der Name eher für Ironie als für Bescheidenheit. Denn inzwischen hat die Firma am Johanna-Geissmar-Gymnasium nicht nur namhafte Auftraggeber an Land gezogen und Geld verdient. Die "Zweitbesten" haben es beim "Bundes-Schülerfirmen-Contest" auch unter die besten zehn Schülerfirmen Deutschlands geschafft. Im November reisen sie zur Preisverleihung nach Berlin - und hoffen, dann vielleicht sogar den ersten Platz zu erreichen. Eine kleine Schönauer Erfolgsgeschichte sind sie jetzt schon.

Die Idee kam von Christian Mahnke, der am "JGG" Deutsch und Sport unterrichtet. Er hatte schon in seinem Referendariat erlebt, wie geschickt Schüler bei der Mediengestaltung sind, und danach auch selbst in der Werbebranche gearbeitet. "Es ist toll, welche Möglichkeiten die Schüler schon in ihren jungen Jahren haben. Und Grafik- und Internetdesign kann später eigentlich jeder einmal gebrauchen", erklärt er.

Also machte er vor einem Jahr einen Aushang für eine Arbeitsgemeinschaft. Inzwischen sind die Zweitbesten gut im Geschäft. Für die SAP haben sie Schilder entworfen, für die Akademie von 1899 Hoffenheim ein Plakat gestaltet. Zurzeit arbeiten sie an einem größeren Werbekonzept für ein Unternehmen aus der Finanzbranche. Es gibt zwei Geschäftsführer, Fachleute für Kommunikation, Grafik- und Webdesigner, Werbetexter, einen Buchhalter.

Viel Zeit investiert

Und es gibt Probleme, mit denen auch ein ganz normales Unternehmen zu kämpfen hat. "Die Kundenakquise ist schon anspruchsvoll!", sagt Schüler Vincent Long. Gleichwohl haben die Zweitbesten auch einige Erfolge vorzuweisen: Inzwischen haben sich die ersten Kunden schon gemeldet, ohne dass sie von den Schülern angesprochen wurden. Denn auch das haben Vincent und seine Mitsstreiter gelernt: "Wenn man professionell gegenüber den Leuten auftritt, dann kommt auch Professionalität zurück."

Professionalität hat aber auch ihren Preis. Und der heißt in diesem Zusammenhang: Zeit. Bei den anderthalb Stunden, die der Gruppe wöchentlich in ihrer AG-Zeit zur Verfügung stehen, ist es nicht geblieben. Christian Mahnke schätzt, dass jeder im Schnitt mindestens fünf, sechs Stunden pro Woche investiert. Für die Schüler ist das aber kein Problem. Wirklich wie Schule fühle sich das ja nicht an, da sind sie sich einig.

"Die Schüler sind unglaublich innovativ", sagt Christian Mahnke, "vor manchen Agenturen brauchen wir uns nicht zu verstecken." Doch ihm geht es nicht in erster Linie um Spaß und Geld verdienen. Ob Ideenfindung, Teamgeist, Texten, das Schlüpfen in neue Rollen - lernen sollen die Schüler natürlich auch etwas. "Früher habe ich viel zu lange Sätze ohne Komma geschrieben", erzählt Geschäftsführer Christian Große, "jetzt schreibe ich kurze Sätze ohne Komma."

Die Zweitbesten verlangen nicht die marktüblichen Preise. Doch auch eine Schülerfirma darf Geld verdienen, Jahreseinkünfte über 3835 Euro müsste sie versteuern. Zwei Laptops wollen sie noch anschaffen, auch in T-Shirts und Bademantel hat die Firma investiert. Wie groß das Einkommen der jungen Werber ist, dazu sagt Lehrer Mahnke nur so viel: "Ihr Abitur werden sie schon noch machen müssen."

© Mannheimer Morgen, Mittwoch, 15.10.2014

DER WETTBEWERB

Der Bundes-Schülerfirmen-Contest steht unter der Schirmherrschaft von Bundeswirtschaftsminister Sigmar Gabriel. In diesem Jahr nahmen rund 500 Schülerfirmen aus ganz Deutschland teil. Nach einem Voting-Verfahren wählte eine Jury aus den ersten 20 die besten zehn Schülerfirmen aus - darunter auch die "Zweitbesten" vom Johanna-Geissmar-Gymnasium.