

# Alles andere als vom Fließband

Die Schülerfirma „Haute Klettüre“ übt das Leben nach dem Abitur

**Sillenbuch.** Im Rahmen des Wirtschaftsprojektes „Junior“ hat ein Kurs des Geschwister-Scholl-Gymnasiums die Schülerfirma „Haute Klettüre“ gegründet. Individuelle Mode mit veränderbaren Motiven heißt das Erfolgsrezept der jungen Nachwuchs-Modeschöpfer.

*Von Carsten Weirich*

Die Pausenglocke läutet, die Türen der Klassenzimmer öffnen sich, und die Schüler des Geschwister-Scholl-Gymnasiums strömen in ihre Aula. Sie unterhalten sich, lachen und trinken aus Tetrapaks. Aus den Lautsprechern tönt Popmusik. Eigentlich eine ganz normale Pause, wäre da nicht der schwarze Laufsteg, der quer durch den Raum verläuft. Um den versammeln sich dann die Schüler, als ein junger Ansager sie darauf aufmerksam macht, dass sie gleich losgeht – die Modeschau der Schülerfirma „Haute Klettüre“.

Die Jungen und Mädchen gehen selbstbewusst und lächelnd über den Laufsteg, drehen sich gekonnt um die eigene Achse und präsentieren ihren Mitschülern, worum es geht: T-Shirts, Poloshirts, Kapuzen-Sweatshirts und Kapuzenjacken, auf denen Schriftzüge wie „I love Klinsi“, „Sunshine“ oder

„Born to be wild“ zu lesen sind. Das Besondere an der Mode von „Haute Klettüre“ – die Buchstaben sind auf einem Klettband befestigt und können jederzeit zu neuen, ganz persönlichen Aussagen umgeordnet werden. „Es gibt genug bedruckte Kleidung, aber keine, bei der man nach Lust und Laune Farbe und Aussage des Schriftzuges verändern kann“, sagt Elisa Schwemmler, zuständig für Marketing bei „Haute Klettüre“.

Die Schülerfirma entstand während des bundesweiten Projekts „Junior“ des Instituts der Deutschen Wirtschaft in Köln. Das Institut will den Schülern zeigen, wie die Wirtschaft funktioniert. Gleichzeitig sollen die Jungen und Mädchen selbstständiger werden und lernen, in der Gruppe zu arbeiten. Auch die Schüler des Wirtschaftskurses der Jahrgangsstufe zwölf haben sich entschlossen mitzumachen. „Sie organisieren alles selbst und investieren zum Teil auch ihre Freizeit. Die wussten vorher gar nicht, dass sie so viel leisten können“, sagt Andreas Hamm-Reinöhl, der Wirtschaftslehrer der Schülerfirma. „Wenn es jetzt im Unterricht um Themen wie Bilanzierung oder Marktanalyse geht, sitzen mir 20 sehr aufmerksame Schüler gegenüber.“

Nachdem die Schülerfirma die Idee für „Haute Klettüre“ gefunden hatte, musste sie erst einmal Eltern, Lehrer und Mitschüler

vom Konzept überzeugen. Denn die sollten Anteilsscheine zu je zehn Euro kaufen, insgesamt 90 Stück, damit das Startkapital verdient war. Danach müssen die Nachwuchsunternehmer Rohstoffe besorgen, die Weiterverarbeitung organisieren, sich um die Vermarktung kümmern und Bilanzen schreiben. Auch Löhne und Steuern müssen bezahlt werden – wie in der echten Wirtschaft eben. Mittlerweile verkaufen die Schüler ihr Produkt und hoffen, dass ihre Mode auch bei anderen Jugendlichen gut ankommt. „Einen ersten größeren Auftrag für unsere Abiturienten haben wir schon. Hoffentlich geht es so weiter“, sagt Elisa Schwemmler.

Die Konkurrenz lässt aber nicht lange auf sich warten und kommt ausgerechnet aus dem eigenen Haus. Denn im Geschwister-Scholl-Gymnasium bieten auch die Nachwuchsunternehmer von „Liquidium“ ihre Produkte an. Sie wollen mit individueller Beleuchtung Kunden gewinnen. Nach einem Jahr werden die Schülerfirmen aufgelöst und Bilanz gezogen. Dann wird sich zeigen, wer die besseren Unternehmer sind – die Beleuchter von „Liquidium“ oder die Modeschöpfer von „Haute Klettüre“.

**INFO:** Weitere Informationen zu den Schülerfirmen unter [www.haute-klettüre.de](http://www.haute-klettüre.de) und [www.liquidium.de](http://www.liquidium.de).



Wer Mode von „Haute Klettüre“ trägt, kann die Schriftzüge jederzeit verändern.

Foto: Carsten Weirich