

HANDELSBLATT MACHT SCHULE: Aktuelle Berichte aus der Welt der ökonomischen Bildung

Kleine Etats mit großer Wirkung

In den Youth Banks helfen junge Leute Gleichaltrigen bei der Umsetzung von lokalen Projekten

KERSTIN SCHNEIDER

Stefan Schönwetter merkte erst beim Theaterspielen, wie schwer man manchmal an Geld herankommt. Mit einem Freund wollte der Schüler ein ehrgeiziges Projekt realisieren: die Menschheitsgeschichte in Szenen. Doch finanzielle Unterstützung gab es nicht. Die Aufführung kam zwar zustande, aber nur mit Ach und Krach, wie sich der heute 19-Jährige erinnert.

Unbürokratische Hilfe

Für den Berliner war diese Erfahrung Grund genug, sich einem besonderen Projekt anzuschließen. Seit einem Jahr hilft die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung durch so genannte Youth Banks jungen Leuten, die Geld für lokale Projekte brauchen. Das geht so: Drei bis zehn Jugendliche schließen sich in einer Youth Bank zusammen und unterstützen Gleichaltrige bei der Umsetzung ihrer Projekte. Sind die Youth Banker von einer Idee überzeugt, können sie Projektgelder bei der Kinder- und Jugendstiftung beantragen. Kleine Förderstipendien von 50 bis 500 Euro. Sie arbeiten dabei wie eine kleine Stiftung, testen die Ideen auf ihre Tauglichkeit und entwerfen Finanzierungspläne. Bianka Pergande, die das Projekt bei der Kinder- und Jugendstiftung koordiniert, macht deutlich: „Manche brauchen nur ein bisschen Geld, um Farbe zu kaufen oder ein Schülerfest zu organisieren.“ In Berlin gibt es drei Youth Banks.



Youth Banks sind für junge Leute da, doch manchmal muss man auch Erwachsenen erklären, um was es geht. Schüler Ron stellt die Youth Bank Lichtenberg vor.

Stefan Schönwetter und seine Youth Banker engagieren sich in Marzahn-Hellersdorf, einem Kiez, das nicht gerade durch gute Schlagzeilen auffällt. Weil auch die Jugendlichen ihren Bezirk in schlechtem Licht sehen, unterstützt das Team etwa das Magazin „Petze“, das über die Veranstaltungen der Jugendclubs informiert. Die Projekte der Schüler und Studenten sind so vielfältig wie ihre Interessen. Kultur und Sport überwiegen, aber es gibt auch viele gesellschaftliche und soziale Projekte. In Regensburg organisierten die jungen Leute eine Jugend-Open-Air-Veranstaltung, in Leipzig brachte eine Schülerin deutsche und deutsch-russische Schüler zusammen, und in Neubrandenburg gab es Workshops für Streetdance. Wer wie viel Geld aus gibt, wird sauber dokumentiert.

Alles ist auf der Website nachzulesen. Die Förderrichtlinien der Projekte haben die Jugendlichen sogar selbst erarbeitet, wie Projektmanagerin Pergande stolz erzählt. 35 Prozent der 14- bis 25-Jährigen engagieren sich ehrenamtlich, wie ein Infratest-Studie von 2004 für das Bundesfamilienministerium zeigt. Für Bianka Pergande ist klar: „Die meisten Jugendlichen wollen etwas auf die Beine stellen, aber nicht unbedingt dafür in einen Verein eintreten“. Spontan soll die Hilfe sein und unbürokratisch. „In den Youth Banks sitzen keine jungen Banker in Nadelstreifen, sondern junge Helden!“ heißt es denn auch kämpferisch auf der Homepage der Initiative. Die Briten haben diese Art der Förderung vorgemacht. Seit 1999 gab es dort Pilotprojekte. Trotz der recht

kleinen Geldsummen und der Erfahrung aus anderen Ländern waren potentielle Förderer jedoch zunächst abgeschreckt, Schülern unbürokratisch Geld in die Hand zu geben. „Wir haben nur positive Erfahrungen gemacht“, tritt Bianka Pergande solchen Vorurteilen munter entgegen. Und mit der Deutsche Bank Stiftung habe die Kinder- und Jugendstiftung einen guten Partner für ihre Youth Banks gefunden. 104 Mikroprojekte wurden im vorigen Jahr mit einem Betrag von insgesamt 50 000 Euro gefördert. 70 Jugendliche engagieren sich regelmäßig in einer der 15 Youth Banks und ziehen weitere junge Leute in die Ideenschmieden mit hinein. In diesem Jahr stehen 300 000 Euro für Projekte zur Verfügung. Die Kinder- und Jugendstiftung will damit die Verant-

wortung und das ehrenamtliche Engagement der Jugendlichen stärken. Und bekommt dabei Unterstützung von Experten wie Wolfgang Edelstein, dem Doyen der Bildungsforschung. Er attestiert, dass die Youth Banks eigenverantwortliches Handeln stärken: „Sie sind ein wesentlicher Beitrag zur Überwindung von Passivität“. Youth Banks regen den außerschulischen Bildungsprozess an. Da ist sich Bianka Pergande sicher. Eine Teilnehmerin aus Halle habe ihr selbstbewusst erzählt: „Ich will Unternehmensberaterin werden und kann hier über“. Denn wer 400 Euro verwaltet, mag sich später auch mit größeren Etats beschäftigen.

Weitere Informationen zu diesem Thema finden Sie unter: www.youthbank.de

Was Kunden und Händler gerne wollen

Studenten entwickeln Strategie für den Kleinwagen Fox

SARA KAMMLER

Kein öder Seminarraum an der Uni, sondern das Automobilforum Unter den Linden wurde für Anika Giftge und ihre drei Mitstreiter zur Bühne für die erste große Präsentation. Die Studenten des Privaten Instituts für Marketing und Kommunikation (IMK) stellten vor 300 Gästen in Berlin ihr Marketing-Konzept für den VW-Kleinwagen Fox vor.

Das Konzept war das Ergebnis einer dreimonatigen Arbeit. Dabei erstellen 20 Studenten unter realitätsnahen Bedingungen eine Marketing-Lösung für ein Unternehmen - vor VW waren dies etwa die Dresdner Bank, Jägermeister oder die Lufthansa. „Die Studierenden haben wie in einer Agentur in verschiedenen Gruppen ihre Konzepte entwickelt und sie intern vorgestellt. Das beste Team durfte seine Strategie vor VW präsentieren“, erklärt Oliver Stollorz, Berlin-Chef des IMK.

Anika Giftge aus dem Siegerteam weiß genau: „Am meisten lernt man bei solchen Projekten. Denn man sieht, ob man das im Unterricht Gelernte umsetzen kann und richtig verstanden hat“. Dabei wurden durchwegs heikle Fragen besprochen, die etwa das Service-Konzept von VW betrafen. In Gesprächen mit den Händlern erfuhren die Studenten, dass diese zum Beispiel Info-Broschüren über den Kleinwagen kaufen mussten statt sie kostenlos zu erhalten. „Dann haben wir uns mit Marktdaten und Analysen beschäftigt“, erklärt Giftge das Vorgehen ihrer Gruppe. Auch als Testkäufer waren die Studenten in Berlin unterwegs.

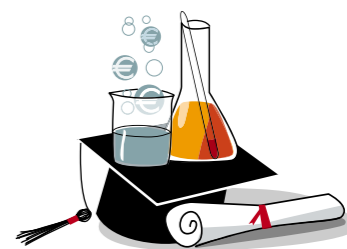
Zu der Präsentation des Konzeptes kamen neben VW-Vertretern aus Berlin, Wolfsburg und Shanghai sowie Kommilitonen der Studenten auch potentielle Arbeitgeber aus Werbeagenturen. Auch deshalb erhofft sich Anika Giftge von ihrem Auftritt besonders gute Berufschancen.

Den Marketing-Experten von Volkswagen hat die Arbeit der Studenten gefallen, in der auch konkrete Vorschläge für Serviceleistungen gemacht wurden. VW hat sich bereits nach den Nutzungsrechten des Konzepts erkundigt. Sollte der Autokonzern Teile davon umsetzen, würden die Studenten als Urheber genannt. Sorgen um die Zukunft brauchen sich die Studenten des IMK ohnehin kaum zu machen. Stollorz betont: „96 Prozent unserer Absolventen haben nach dem Abschluss innerhalb von drei Monaten einen Job.“

Auch wegen der guten Kontakte des Instituts zu Unternehmen: Jede Woche präsentieren die Studenten bei der so genannten Freitagspräsentation ihre Arbeitsergebnisse vor Unternehmensvertretern und Agenturmitarbeitern. So können Studenten Kontakte knüpfen und häufig auch ihre Diplomarbeit für ein Unternehmen schreiben.

Das IMK bietet etwa 20 Studenten die Möglichkeit, in Berlin oder Wiesbaden nach einem zweijährigem Studium einen Abschluss zum Kommunikationskaufmann oder zum Marketing-Kommunikationswirt zu erwerben. Das Institut finanziert sich durch Studiengebühren.

Weitere Informationen zu diesem Thema finden Sie unter: www.imk.de



JOBFINDER

Aktuelle Stellenangebote für Fach- und Führungskräfte. Jetzt im Handelsblatt und gleichzeitig unter www.stellenanzeigen.de

In Kooperation mit stellenanzeigen.de
Wo die Richtigen ins Netz gehen.

Beratungs- und Dienstleistungsspezialisten		Finanz- und Rechnungswesen		Marketing		Vertrieb			
NOVARTIS Scientific Liaison Manager - „field-based“ Novartis Pharma GmbH / Nürnberg www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90115083	step2step step2step Personalservice GmbH / Köln www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90117353	JDSU Marketing Program Manager (m/f) Acterna Germany GmbH / Enigen unter Achalm www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90115724	löwencapital Bankkauffrau/-mann - Vertriebspezialisten Löwen Capital AG / deutschlandweit www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90115195	INNOVEX Pharmaberater (m/w) Innovex GmbH / deutschlandweit www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90117355	Rechnungsprüfer? JOBFINDER immer freitags		debitel Online Redakteur/-in debitel AG / Stuttgart www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90117650	HEINING Handelsvertreter Helling GmbH / Karlsruhe-Baden www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90117108	
UCB PHARMAREFERENTEN/-IN UCB GmbH / Bayern www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90117673	Bindan Bilanzbuchhalter/-in Bindan GmbH & Co. KG / Bonn www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90117764	HSM Leiter Product Management (m/w) HSM Pressen GmbH & Co. KG / Salem-Baden www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90117825	Mercuri Urval Key Account Manager (m/w) Mercuri Urval GmbH / Norddeutschland www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90117498	Controlling / Planung		Ingenieure		Die Wunschposition... suche und finde... JOBFINDER!	
ING DiBa Controller (m/w) ING-DiBa AG / Frankfurt am Main www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90116467	Elektronik GmbH Medizintechniker/-ingenieur (w/m) AD Elektronik GmbH / Wetzlar www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90117001	JDSU Produkt Manager (m/w) Acterna Germany GmbH / Enigen unter Achalm www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90116223	Personal / Weiterbildung		UCB Key Account Manager/-in UCB GmbH / deutschlandweit www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90117647	AVALKOR VENILIA Bezirksleiter (m/w) ALKOR-VENILIA GMBH / Ruhrgebiet/Niederrhein www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90117812		Hier könnte Ihre Anzeige stehen!	
pilz Juniorcontroller (m/w) Pilz GmbH & Co. KG / Ostfildern www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90117334	Elektronik GmbH Technischen Kaufmann (w/m) AD Elektronik GmbH / Wetzlar www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90116993	personal total Kompetenter Personalberater (m/w) personal total Olpe / Olper Raum www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90117779	Mercuri Urval Human Resources Manager/-in Mercuri Urval GmbH / Großraum Magdeburg www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90117829		In Zusammenarbeit mit dem Handelsblatt bietet Ihnen stellenanzeigen.de die leistungsstarke Kombination von Print und Online für Ihre Stellenanzeige an.		Nutzen Sie gleichzeitig die attraktive Reichweite im Magazin kombiniert mit den Vorteilen der ausführlichen Online-Anzeige auf stellenanzeigen.de . Interessiert? Dann rufen Sie uns an: 089 - 65 10 76-300 oder einfach per E-Mail: anzeigen@stellenanzeigen.de		
VARICON Controller (m/w) VARICON Personalberatung / München www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90117418	e-plus+ Expert Geodata Services (m/w) E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG / Düsseldorf www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90117763	MANPOWER Personalvermittler (m/w) Manpower GmbH & Co. KG / Hamm-Westfalen www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90117959	Marketing		Recht				
fortyfive Finanzcontroller/-in forty-five Personalberatung / Köln www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90117653	ING DiBa Kreditsachbearbeiter/-innen ING-DiBa AG www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90117841	KPMG Jurist (m/w) Financial Services Tax Köln KPMG AG Deutsche Treuhandgesellschaft / Köln www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90112476	QSC AG Market Segment Manager/-in QSC AG / Köln www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90114622		VHV GRUPPE Leiter/-in Konzernrecht VHV Gruppe / Hannover www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90117741				
brose Leiter/-in Controlling Brose Fahrzeugteile GmbH & Co. KG / Coburg www.stellenanzeigen.de / Online-ID=9093508	Finanz- und Rechnungswesen		Steinbach & Partner Bilanzbuchhalter (m/w) STEINBACH CONSULTING AG / Allgäu www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90117277	ECKART & PARTNER Mitarbeiter/-in Strategische Analyse ECKART & PARTNER GMBH / Ottobrunn www.stellenanzeigen.de / Online-ID=90117234					

Um die vollständige Stellenanzeige zu sehen, geben Sie bitte die entsprechende Online-ID direkt auf www.stellenanzeigen.de ein.

Technik & Innovation Beilage

Das affine Anzeigenumfeld garantiert einen hohen Beachtungswert.

Es berät Sie gerne
Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH
GWP media-marketing
Inga Hennrich
Telefon 0211.887-1323
E-Mail i.hennrich@vhb.de

GWP
media-marketing

Erreichen Sie mit Ihrer Anzeige Deutschlands Top-Entscheider!
Erscheinungstermin: 8. Februar 2006
Anzeigenschluss: 30. Januar 2006

E-World Energy & Water

Handelsblatt
Substanz entscheidet.