

Und die Studenten blühen auf

Olivenöl, Kosmetik, virtuelles Büro: Wie der Erfinder der „Teekampagne“ Unternehmer macht

von Juliane von Mittelstaedt

Beuys sagt: „Jeder ist Künstler!“ Aristoteles sagt: „Jeder ist Politiker!“ Und Günter Faltin sagt: „Jeder ist Unternehmer!“ Der 57-Jährige ist Professor für Wirtschaftspädagogik an der Freien Universität Berlin. Seine erfolgreiche „Teekampagne“ dient seit über 15 Jahren als Modell für den Unterricht. 15 Mitarbeiter beschäftigt Faltin in seiner Firma, die jährlich 450 Tonnen Darjeeling-Tee importiert – nach Angaben des „Tea Board of India“ rangiert sie damit weltweit auf Platz eins. Faltin will seinen Studenten beibringen, wie sie mit einfachen Mitteln ein Unternehmen aufbauen können. Aus diesem Grund erfand Faltin das „Labor für Entrepreneurship“, eine virtuelle Gründerwerkstatt. Denn Faltin hat festgestellt, dass „Universität un kreativ macht“. Umfragen bestätigen dies: Vor Studienbeginn wünschen sich mehr Jugendliche, einmal selbstständig zu werden, als danach. „Markt und Unternehmen werden an der Universität trocken und theoretisch gelehrt“, meint Faltin, „damit wird ein an sich spannender Zusammenhang unattraktiv“.

In Günter Faltins „Labor“ lernen die Studenten nicht, was in Existenzgründerseminaren gebüffelt wird – wie man Subventionen beantragt, Buchhaltung erledigt und welche Steuertricks es gibt. Statt dessen suchen sie systematisch und mit viel Phantasie nach ihrem „business model“. Während ihres „Praktikums für Entrepreneurship“ forschen und tüfteln sie daran, so als würden sie wirklich ein Unternehmen gründen. Und vielleicht wird sogar eine echte Firma daraus. Dahinter steht die Idee, dass die Studenten sich nicht an bürokratischen Details aufreiben und darin verstricken, sondern kreativ sein sollen. Die erste Lektion im „Lab“ lautet daher: „Wie komme ich auf gute Ideen?“ Erst die zweite Lektion ist: „Wie kann ich diese Ideen intelligent umsetzen?“ In mehrtägigen Workshops und Seminaren werden in intensiven Gruppensitzungen Ideen gesammelt. Motto: Alles ist machbar. Nur neu, realisierbar und ökonomisch sinnvoll muss das Konzept sein. Es gilt, Geschäftsideen, die schon existieren, zu perfektionieren oder mit einer neuen Perspektive eine Marktlücke zu entdecken.

Ein Beispiel ist die Studentin Nancy Scott: Sie erfuhr buchstäblich an der eigenen Haut, wie rar in Deutschland Kosmetikprodukte speziell für dunkelhäutige Menschen sind. Nun will sie mit ihrer Firma solche Produkte im Online-Handel vertreiben. Ein weiteres Beispiel ist arteFakt: Zwei Mitarbeiter der „Teekampagne“ adaptierten das Vorbild - mit Olivenöl statt Tee. Nach demselben Prinzip kaufen sie erstklassige Öle direkt vom Erzeuger und nur in Großpackungen. Simpel, aber erfolgreich: Nach nur zwei Monaten wurde die erste Umsatzmillion erreicht. Risikofreie „Fahrpläne“ zur Unternehmensgründung gibt es bei dem Wirtschaftspädagogen nicht. Doch der Faktor „Unsicherheit“ tauche in den Curricula der Universitäten nicht auf, bedauert Faltin.

Holger Johnson weiß, wovon sein „Ideenpartner“ spricht. Der 27-Jährige studiert BWL, hauptberuflich ist er seit über zwei Jahren Arbeitgeber von 26 Mitarbeitern. Seine Firma, die ebuero AG, hat das traditionelle Büro auf den Kopf gestellt. Ab 39 Euro monatlicher Grundgebühr plus 39 bis 74 Cent pro Minute kostet die „virtuelle Sekretärin“. Telefonisch und per Internet Büroservice erledigt sie die Arbeit für Anwälte, Freiberufler und kleine Firmen, die sich eine persönliche Sekretärin nicht leisten können oder wollen. (www.ebuero.de). Die Firma sitzt in einer Schöneberger Fabriketage, auf 16 Tonnen weißem Karibiksand unter Palmen mit Beach-Bar. „Bloß nicht konventionell denken“, sagt Holger Johnson. Zum einjährigen Bestehen vor einigen Monaten hat er jedem Kunden einen Kuchen mit Kerze geschickt – mit der Bitte, sie anzuzünden. Einige Pakete haben einen langen Weg zurückgelegt: bis nach Asien und Neuseeland.

Günter Faltin richtet sich mit seiner „Gründerwerkstatt“ nicht exklusiv an Wirtschaftsstudenten und Junior-Chefs, sondern an alle. „Das Labor braucht nicht nur potenzielle Gründer, sondern auch Bewerber, die eingestellt werden wollen.“ Mit guten Ideen ist man schließlich im Berufsleben überall willkommen. Und positive Nebenwirkungen hat das Entrepreneurship auch: Die Studenten blühen auf. Sie werden selbstständiger, aufgeschlossener, kommunikativer und „unglaublich lernfähig“ sagt Faltin. „Schließlich ist Ökonomie das Lebendigste, was es gibt.“

Kontakt zu Prof. Faltin und Anmeldung für das „Labor“ unter Telefon 852 51 20 oder per E-Mail an faltin@zedat.fu-berlin.de