

# Azubis machen eigene Geschäfte

Juniorfirma in der Vereinigte Filzfabriken AG Giengen fördert künftige Führungskräfte

GIENGEN. Mehrere Firmen unter dem Dach eines Unternehmens sind keine Seltenheit. Nicht alltäglich ist sicher eine eigenständige Firma in einer Firma, die ausschließlich von Auszubildenden betrieben und geleitet wird. An eine solche Besonderheit hat sich die Vereinigte Filzfabriken AG gewagt.

SIMONE SCHROETER

Im ersten Quartal dieses Jahres wurden sechs kaufmännisch Auszubildende und zwei DHBW-Studenten vom Vorstand des Gienger Unternehmens vor die Herausforderung gestellt, eine eigene Juniorfirma aufzubauen und zu führen. Dabei galt es für den Produktbereich „Waffenpflege“ einen neuen Vertriebskanal in Form eines Webshops aufzubauen.

„Ziel ist es, die einzelnen Auszubildenden, die später einmal Führungsaufgaben in unserem Unternehmen wahrnehmen sollen, weiterzubilden“, so der kaufmännische Vorstand Bernd Ledl. „Gleichzeitig erhalten sie die Möglichkeit, diverse Standardprozesse im Unternehmen kennenzulernen und zu überdenken.“

„Azubis haben noch keine Scheuklappen“, begründet Personalleiter Martin Lossek den ungewöhnlichen Einsatz seiner Schützlinge. Zu Kompetenzgerangel mit den älteren Mitarbeitern sei es dabei aber nicht gekommen, ergänzt Stefan Rohr, Geschäftsführer der Juniorfirma. Im Unternehmen habe es durchweg positives Feedback gegeben.

Ein anfängliches Problem sei die Frage gewesen, wie die vom Vorstand zur Verfügung gestellten fünf Stunden pro Woche effizient genutzt werden können, sagt



Sogar mit eigenem Büro: Die Auszubildenden Gökhan Turum, Irini Peppas und Stefan Rohr bei der Arbeit für die Juniorfirma der Vereinigte Filzfabriken AG. Foto: oet

Rohr. „Wir haben Sitzungen eingeführt und einen Business-Plan erstellt, um sowohl das weitere Vorgehen als auch bereits vorhandene Ergebnisse zu koordinieren.“ Schnell sei klar geworden, wer welche Aufgaben übernehmen wird. „Leute für die technische Umsetzung der Website, Verpackung, Versand, Marketing, Logistik und Buchhaltung waren dazu nötig“, erläutert der 22-Jährige. Dabei habe man immer wieder Schnittstellen zum normalen Unternehmen bilden und klären müssen, aber auch auf bereits vorhandene Abläufe und Materialien zurückgegriffen.

Letztendlich online ging die Homepage mit allen 150 in der Firma hergestellten Produkten für Jäger und Sportschützen am 1. September. „Geplant war das dritte Quartal, das haben wir also eingehalten“, stellt Rohr stolz fest. Schon jetzt seien rund 30 Bestellungen – mit steigender Tendenz – aus Europa und sogar Amerika eingegangen. Die Umsatzzahlen seien bereits vierstellig und für das nächste Jahr erwarte man ein Geschäftsvolumen im mittleren fünfstelligen Bereich, erläutert Ledl.

Wie es jetzt weitergeht? Newsletter zur Werbung, eine Kunden-

zufriedenheitsanalyse, Optimierung der Lieferzeit und des Services – all das sei noch ange-dacht, um eine kontinuierliche Verbesserung zu gewährleisten, betont der kaufmännische VFG-Vorstand. „Wir überlegen auch schon, was unser nächstes Projekt sein könnte.“ Bedingung sei dieses Mal allerdings, dass nicht nur die kaufmännischen, sondern auch die technischen Auszubildenden eingebunden werden.

@

Der Webshop ist unter <http://shop.waffenpflege.de> zu finden.