

# Spannender als Ferien

Im Economic Summer Camp lernen Schüler die Wirtschaft kennen

■ Von Laura-Lena Förster

Bielefeld (WB). Der Verein Gildenhäus kümmert sich nicht nur um die Unternehmer von heute, sondern auch um die von morgen. Im August hat der Verein zum zweiten Mal ein Economic Summer Camp veranstaltet. Das Ziel: Schüler mit Wirtschaftsthemen vertraut zu machen.

Wenn sich junge Menschen in den Ferien freiwillig weiterbilden, müssen sie schon eine »besondere Motivation« haben. Richard Merk, Geschäftsführer der Fachhochschule des Mittelstands (FHM), war nicht der Einzige, der die Teilnehmer am Abschlussabend lobte. »Die Vorkenntnisse waren erstaunlich«, sagte Gerald Wogatzki, ebenfalls von der FHM und ebenfalls Dozent.

Fast eine Woche hatten sie, die Dozenten, und sie, die 20 Schüler im Alter von 15 bis 19 Jahren, miteinander verbracht, um zu lehren und zu lernen. Das große Thema: Wirtschaft. Genauer: die soziale Marktwirtschaft. Schließlich liegt Gildenhäus dieses gesellschafts- und wirtschaftspolitische Leitbild besonders am Herzen. »Und dafür müssen wir gerade bei den jungen Menschen werben«, sagte Geschäftsführerin Regina Westerfeld. Deshalb ist das Camp für die Teilnehmer auch kostenlos.

Neben Vorträgen standen Firmenbesuche auf dem Programm – »eine gute Verbindung von Theorie und Praxis«, sagte Sarah Nolte

(18), die das König-Wilhelm-Gymnasium Höxter besucht. Alexander Rüsing (19), Schüler am Gymnasium am Waldhof in Bielefeld, war vor allem davon angetan, wie beim Hausgerätehersteller in Miele gearbeitet wird. »Sonst haben wir ja nicht die Möglichkeit, ein Unternehmen so kennenzulernen«, bestätigte Sarah Nolte. Patrick Appelt (18), der am Gymnasium Beverungen sein Abitur machen möchte, freute sich, mehr über seine Kompetenzen erfahren zu haben. Dieses Thema nahm sich Diplompsychologin und Dozentin Beate Brechmann an der FHM an.

Und was muss ein Schüler können, um am Camp überhaupt teilnehmen zu können? Fragen zu sich und seinem Werdegang beantworten und danach einen guten Eindruck hinterlassen. »Wir möchten die jungen Menschen gewinnen, die überdurchschnittlich am Leben interessiert sind«, sagte Rudolf Delius, Gildenhäus-Vorstand und Geschäftsführer der Bielefelder Unternehmensgruppe Delius. »Wer sich beispielsweise in der Schülerschaft engagiert, hat gute Chancen, zu einem Kurzassessment, also einem Gespräch, um den Schüler kennenzulernen, eingeladen zu werden«, sagte Regina Westerfeld. Von 100 Bewerbern bekamen 45 diese Chance. 20 wurden schließlich genommen.

»Wir möchten junge Menschen gewinnen, die überdurchschnittlich am Leben interessiert sind.«

Rudolf Delius

Wer auch am Economic Summer Camp teilnehmen möchte, sollte die Homepage des Veranstalters im Auge behalten. Dort wird der nächste Termin bekannt gegeben:



[www.gildenhäus.de](http://www.gildenhäus.de)



Fast eine Woche haben sie Wirtschaftsthemen gelernt und gelehrt. Und am Ende waren alle zufrieden – und ein bisschen schlauer als zuvor. Einige Dozenten, Teilnehmer und Veranstalter des Economic Summer

Camps (von links): Gerald Wogatzki, Patrick Appelt, Regina Westerfeld, Rudolf Delius, Sarah Nolte, Steffen Stock, Richard Merk und Alexander Rüsing. Foto: Jörn Hannemann

## Die Teilnehmer 2010

**Patrick Appelt** (Städtisches Gymnasium Beverungen), **Anne Naleli** (Pelizaeus Gymnasium Paderborn), **Hafid Boukzak** (Erich-Guttenbergs-Berufskolleg Bünde), **Julia Butenuth** (Evangelisches Gymnasium Werther), **Jana Dybek** (Gymnasium Beverungen), **Caro-**

**lin Hein** (Söderblom Gymnasium Espelkamp), **Niklas Immanuel Hollmann** (Marianne-Weber-Gymnasium Lemgo), **Sina Kämmerling** (Weber-Gymnasium Vlotho), **Leonard Knegendorf** (Marienschule der Ursulinen Bielefeld), **Janera Kronsbein** (Gymnasium Schloß

Holte-Stukenbrock), **Wencke Möbius** (Ceciliengymnasium Bielefeld), **Raphael Mues** (Gymnasium Beverungen), **Sarah Nolte** (König-Wilhelm-Gymnasium Höxter), **Daniel Noltensmeier** (Evangelisches Gymnasium Werther), **Alexander Rüsing** (Gymnasium

am Waldhof Bielefeld), **Sarah Shehid** (Wittekind-Gymnasium Lübbecke), **Umut Sürücü** (Helmholtz-Gymnasium Bielefeld), **Steffen Stock** (Ratsgymnasium Bielefeld), **Alexander Valentin** (Ratsgymnasium Bielefeld), **Rauf Waraich** (Ceciliengymnasium Bielefeld)

Deutsche Bank  
deutsche-bank.de

## Unsere Stärke. Ihr Erfolg.

Auch in unsicheren Zeiten bleibt die Deutsche Bank ihren Kunden ein verlässlicher Geschäftspartner. Wir haben unsere Widerstandsfähigkeit in einem außergewöhnlich schwierigen Umfeld bewiesen und sind gestärkt aus der Krise hervorgegangen. Als eine weltweit führende Investmentbank mit einem starken Privatkundengeschäft bieten wir unseren Kunden mit einer umfassenden Auswahl an Produkten und Dienstleistungen strategische Beratung sowie Finanz- und Transaktionslösungen für nachhaltigen Erfolg.

*Leistung aus Leidenschaft*

– Anzeige –

## Erfolgsmodell Familienunternehmen

Sie sind rentabel und schaffen überproportional viele Arbeitsplätze

Bielefeld (WB). Auch in bewegten Zeiten haben sich Familienbetriebe als Stütze der deutschen Wirtschaft bewährt. Die Deutsche Bank ist eine weltweit führende Bank mit einem starken und erfolgreichen Privatkundengeschäft. Als verlässlicher Partner steht sie ihren Kunden in Bielefeld und Ostwestfalen-Lippe seit 1914 mit Rat und Tat zur Seite.

In der Geschäftsleitung der Deutschen Bank in Bielefeld vertreten Dr. Bernd-Christian Balz, Thomas Buschmann und Heiko Stephan die Interessen von Privat- und Geschäftskunden, Unternehmen und Anlegern.

Das klassische Unternehmertum prägt die deutsche Wirtschaft. 95 Prozent aller Betriebe werden von Familien kontrolliert oder geführt. In der Krise haben sich Familienbetriebe als Stütze für den Arbeitsmarkt bewährt. Laut aktuellem Mittelstandspanel des Bundesverbands der Deutschen Industrie (BDI) haben zwei Drittel der befragten Unternehmen trotz der schwierigen wirtschaftlichen Lage keine Stellen abgebaut. Beispielhaft ist die Stellung der Unternehmen mit einem Umsatz von über 50 Millionen Euro. Sie schaffen überproportional viele Arbeitsplätze und investieren vergleichsweise stark in die Forschung und Entwicklung. Auch bei der Rentabilität des Gesamtkapitals haben sie die Nase vorn. Zu diesem Ergebnis kommt die jüngst veröffentlichte Studie »Die größten Familienunternehmen in Deutschland« von BDI und Deutscher Bank.

Voraussetzung für eine hohe Robustheit gegenüber Konjunkturschwankungen ist die ausreichende Ausstattung mit Eigenkapital. Viele Unternehmen hatten in Zeiten des Aufschwungs vorgesorgt und waren damit für die aktuelle

Krise besser gerüstet. Im beginnenden Aufschwung sichert eine angemessene Eigenkapitalquote jetzt den Zugang zu Krediten, um künftiges Wachstum zu finanzieren. Das ist wichtig, denn Aufträge verursachen zunächst Finanzierungsbedarf. Trotz der in der Breite unbestreitbaren Fortschritte besteht bei einer erheblichen Zahl von Unternehmen Handlungsbedarf – immer noch oder wieder durch krisenbedingte Rückschläge. Für den gehobenen Mittelstand sind hierbei der Kapitalmarkt oder Private-Equity-Investoren eine Option. Viele Unternehmen scheuen jedoch unverändert diesen Weg, weil sie sich den Investoren stärker öffnen müssten.

Eine Alternative bieten zwar grundsätzlich öffentliche Förderprogramme mit Eigenkapitalcharakter. Da diese aber in meist nur kleineren Losgrößen bereitgestellt werden, sind sie für den breiten Mittelstand vielfach nicht ausreichend. In der Vergangenheit stellte das Programm-Mezzanine-Angebote eine weitere Option im mittleren Losgrößenbereich dar. Nachdem diese Angebote durch den Zusammenbruch des Verbriefungsmarktes jedoch zum Erliegen gekommen sind, bestand hier bis vor kurzem eine Lücke. Hier setzt der neue Mittelstandsfonds für Deutschland an, den die Deutsche Bank als Ankerinvestor mit M Cap initiiert hat.

Auf der Fremdkapitalseite ist der Bankkredit unverändert von zentraler Bedeutung. Wichtig für die Kreditnehmer ist ein verlässlicher Partner, der ausreichend Liquidität bereitstellt. Der deutsche Mittelstand ist dabei im Vorteil. Als stabilisierender Faktor erweist



Thomas Buschmann,  
Deutsche Bank

sich das hierzulande typische Hausbankensystem, urteilt die Stiftung Familienunternehmen. Eine Bank, die das Management eines Unternehmens einschätzen und das Geschäftsmodell gut nachvollziehen kann, ist auch in schwierigen Zeiten eher bereit, das Risiko einer Kreditvergabe einzugehen.

Wird ein Emissionvolumen von mindestens 75 bis 100 Millionen Euro erreicht, sollten der Anleihe- oder Privatplatzierungen als Alternative geprüft werden. Denn Banken unterliegen bei der Vergabe vielen Auflagen und Restriktionen. Andere Geldgeber sind etwa in der Lage, bestimmte Risiken günstiger zu bewerten. Deutliches Wachstum gab es im Mittelstand zuletzt bei Unternehmensanleihen. Wer ein transparentes Zahlenwerk, eine bekannte Marke, gute Bonität, ein gutes Rating und ein überzeugendes Management vorweisen kann, sollte den Einstieg ernsthaft prüfen. Angesichts der wachsenden Zahl von Finanzierungsmöglichkeiten inklusive der öffentlichen Förderprogramme brauchen Mittelständler kompetente Partner, die bei der Auswahl und Umsetzung des passenden Instruments unterstützen. Die Hausbank übernimmt hier eine zentrale Rolle: Haben doch Unternehmen ohne eine solche vertrauensvolle Verbindung mitunter gar Probleme, an öffentliche Kreditmittel zu kommen. Schließlich braucht es eine Bank, die die Gelder beantragt und das Risiko mitträgt.

Ziel aller Beteiligten muss es sein, eine gesunde Finanzierungsstruktur für die Zukunft zu realisieren, die breiter aufgestellt ist als vielfach heute gegeben.