

Marktlücke entdeckt

Mini-Entreprise „Struggirls“ aus Wiltz bringt Automat mit Monatshygiene auf den Markt



Mit ihrem Projekt wollen Eduarda Ferreira Rocha, Carmen Meyers und Lena Ruts (v.l.n.r.) nicht nur Automaten mit Tampons und Monatsbinden verkaufen, sondern auch ein Tabu brechen.
Foto: Gerry Huberty

Von Rita Ruppert

Wiltz. „Auf einer Tankstellentollette in Frankreich habe ich 2019 einen Automat mit Tampons und Monatsbinden gesehen und mich gefragt, warum es das nicht in Luxemburg gibt“, erzählt Eduarda Ferreira Rocha. In diesem Schuljahr setzt sie die Idee zusammen mit ihren Mitschülerinnen Lena Ruts und Carmen Meyers im Schulfach „Gestion de projets“ am Lycée du Nord in Wiltz um. Nicht nur Lehrer Jules Barthel ist begeistert.

Um herauszufinden, wie die Idee generell ankommt, hatten die drei 18-Jährigen zunächst eine Umfrage in den sozialen Medien gestartet. Ein externer Coach half ihnen bei der Formulierung der Fragen und der Erstellung des Businessplans. Die rund 700 Rückmeldungen bei der Umfrage waren durchweg positiv. Viele User wollten zudem wissen, wo die Automaten angebracht und ob sie schon in Betrieb sind.

Erfolg versprechende Kontakte

So weit ist die Mini-Entreprise „Struggirls“ – der Name setzt sich zusammen aus Struggle (englisch für Kampf) und Girls (englisch für Mädchen) – jedoch noch nicht. Nach vielen Recherchen, Telefonaten und Videokonferenzen hat das Team ein Unternehmen in Deutschland gefunden, das sowohl die Automaten herstellt, als auch Tampons und Monatsbinden. Der Rabatt ist bereits zugesagt, die Lieferung gratis – ein schöner Erfolg für die Schülerinnen, die unter anderem lernen, immer wieder nachzuhaken.

Interessenten für die Automaten mit Monatshygiene gibt es

Die Mädchen haben mich immer wieder überrascht.

Lehrer Jules Barthel

auch schon. Ein erstes Treffen via Teams mit dem Unterrichtsministerium, um insgesamt 37 Lyzeen mit den Automaten auszustatten, ist recht vielversprechend verlaufen und ein weiterer Termin steht demnächst an. Das gleiche gilt für eine persönliche Unterredung mit Taina Bofferding (LSAP), Ministerin des Innern und für die Gleich-

stellung von Frauen und Männern, die sich vom Projekt sehr begeistert zeigte. Sie empfahl den „Struggirls“, einen Flyer zu entwerfen, den sie unter anderem an die Gemeinden weitergeben will. Da auch öffentliche Verwaltungen zum Zielpublikum zählen, ist ein weiterer Schritt getan. „Über diese ersten Erfolge sind wir natürlich sehr glücklich“, betont Carmen Meyers.

Ein Zuspruch, der nicht von ungefähr kommt. Wer nämlich auf Facebook nach den „Struggirls“ sucht, wird schnell fündig und staunt über den Erfindungsreichtum der jungen Damen. Nicht zu-

letzt die beiden Werbefilme belegen ihr Talent. „Die Spots sind eher zufällig mit dem Mobiltelefon entstanden, das geht ganz leicht. Wir wollten zeigen, was wir bislang geleistet haben“, berichtet Eduarda Ferreira Rocha, die ebenfalls das rosafarbene Logo designt hat.

Viel dazugelernt

„Die drei Schülerinnen haben mich immer wieder überrascht, sie sind schon sehr motiviert. Anfangs war ich skeptisch, ob sie genug Abnehmer für den Automaten finden. Doch ich wurde eines Besseren belehrt“, berichtet Lehrer Jules Barthel. Und: „Bei diesem Projekt geht es nicht darum, den größten Gewinn zu erzielen, sondern das Prinzip des Unternehmertums zu vermitteln. Die Schülerinnen lernen, autonom zu arbeiten. Die meisten Entscheidungen haben sie alleine getroffen und umgesetzt. Dadurch werden sie eigenständiger.“

Insgesamt gesehen, haben die drei Jugendlichen viel dazugelernt. „Zusammenarbeit ist sehr wichtig“, betont Eduarda Ferreira Rocha. „Immer wieder nachhaken und viel telefonieren“, lautet die Devise von Lena Ruts. „Wir haben viel Feedback bekommen und ganz nebenbei festgestellt, dass Luxemburg viele Produkte importiert“, sagt Carmen Meyers.

Dass sie auf eine Marktlücke gestoßen sind, die sie füllen können, ist den Mädchen bewusst. Eduarda Ferreira Rocha, Carmen Meyers und Lena Ruts können sich auch vorstellen, ihr Geschäft nach dem Abschlussexamen im kommenden Jahr fortzusetzen. Und vergessen nicht, dass sie mit ihrem Projekt dazu beitragen, das Tabuthema Menstruation zu brechen.

Wie Mini-Unternehmen funktionieren

Um junge Menschen für die Idee einer eigenen Firma zu begeistern, fördert die Vereinigung Jonk Entrepreneuren Luxembourg (JEL) seit Jahren Jungen und Mädchen durch das Schulprojekt Mini-Enterprises. Während eines Schuljahres schlüpfen die Schüler in die Rolle eines Firmenleiters oder -mitarbeiters. Es folgen die Entscheidung für ein Produkt und die Ausarbeitung eines Konzeptes. Ein Businessplan muss ausgearbeitet, das Startkapital – zum Beispiel durch den Verkauf von Aktien – aufgetrieben und ein Bankkonto eröffnet werden. Das Startkapital liegt zwischen mindestens 500 und höchstens 1 000 Euro. Externe Berater stehen den Schülern bei wichtigen Entscheidungen zur Seite, geben Tipps zur Verwaltung ihres kleinen Unternehmens.

Manche Mini-Unternehmen erwirtschaften mehrere Tausend Euro mit dem Verkauf ihres Produkts. Am Ende des Schuljahres wird der Be-

trieb geschlossen, fünf Prozent des Reingewinns gehen an die JEL, der Restbetrag wird unter den Schülern aufgeteilt oder an ein Hilfswerk gespendet. Manche Schüler nutzen ihr Projekt als Sprungbrett ins Unternehmertum, was letztlich Sinn und Zweck der Mini-Enterprises ist.

Bei den JEL sind im Schuljahr 2020/2021 insgesamt 96 Mini-Unternehmen eingeschrieben. Seit 16 Jahren richtet die Vereinigung gemeinsam mit der Handelskammer einen Wettbewerb aus, bei dem die beste Mini-Entreprise ausgewählt wird. Corona-bedingt findet sowohl das Halbfinale mit Foire am 11. und 12. Mai, als auch das Finale am 4. Juni in digitaler Form statt. Der Sieger erhält einen Geldpreis und nimmt am Wettbewerb auf europäischer Ebene teil, in diesem Jahr in Litauen. Wegen der Corona-Pandemie findet dieses Event ebenfalls digital statt.

Weitere Informationen online:
► www.minientreprises.lu