

# Handelsblatt

NEWCOMER

April 2012  
AUSGABE 18

**ZEITUNG FÜR  
SCHÜLER**

**EWE**

**IÖB** Institut für  
Ökonomische Bildung

One Equity Partners  
Europe GmbH



Internationale Knotenpunkte wie die Straße von Hormus haben einen riesigen Einfluss auf die weltweite Wirtschaft.

**Regine Palm**  
Handelsblatt Düsseldorf

**W**arum ist Benzin derzeit so teuer? Der Hauptgrund dafür liegt nicht in Deutschland, sondern Tausende Kilometer entfernt - in der Straße von Hormus. Dies ist aber eigentlich keine Straße, sondern eine Meerenge, die zwischen Iran und Oman im Nahen Osten liegt. Riesige Öltanker transportieren durch sie mehr als ein Fünftel des weltweit verbrauchten Rohöls - unter anderem in die Europäische Union (EU). Die Straße von Hormus ist damit einer der Knotenpunkte im weltweiten Ölgeschäft.

Genau darin liegt das Problem. Denn Iran droht aktuell damit, die Meerenge zu blockieren. Damit reagiert der Staat darauf, dass die EU ein Importverbot

für iranisches Erdöl verhängt hat. Die EU wiederum ist diesen Schritt gegangen, weil sie vermutet, dass Iran den Bau eigener Atombomben plant. Der Einfuhrstopp soll die iranischen Machthaber dazu bringen, ihr Vorhaben aufzugeben.

Allein diese Aktionen haben bewirkt, dass der Rohölpreis seit Januar zeitweise um 20 Dollar je Barrel (=159 Liter) auf über 127 Dollar gestiegen ist. Daher kostet der Liter Super bei uns jetzt über 1,70 Euro.

## **Öltransportblockade ab Sommer?**

Sollten die Iraner die Meerenge sperren, könnte der Preis nach Expertenschätzungen sogar auf 200 Dollar je Barrel klettern.

Dieses Beispiel zeigt eindrucksvoll, wie stark sich Entwicklungen an einem wichtigen Knotenpunkt auf die Wirtschaft auswirken. Solche Punkte gibt es an vielen Orten in der Welt. Das

können wichtige Häfen, Flughäfen, Städte oder auch ganze Regionen sein. Sehr wichtig ist etwa auch der Hafen in Shanghai, über den der größte Teil der Einfuhren Chinas abgewickelt wird. Sollte dort zum Beispiel kein Kupfer mehr angeliefert werden, kann China dieses Metall nicht weiterverarbeiten. Darunter würden die weltweite Auto- und die Elektronikindustrie leiden.

Ein anderer Knotenpunkt ist der Londoner Flughafen Heathrow. Er ist mit rund 70 Millionen Fluggästen im Jahr das wichtigste Drehkreuz im europäischen Personenflugverkehr. Als der isländische Vulkan Eyjafjallajökull 2010 ausbrach, war der Flughafen wegen der Aschewolke zeitweise komplett gesperrt. Tausende Passagiere blieben am Boden. Das verursachte enorme Kosten und hatte so ebenfalls weltweit wirtschaftliche Folgen.

### EXISTENZGRÜNDER

**Wer sein eigenes Unternehmen gründet, braucht Mut und eine gute Vorbereitung.**

SEITE 2

### HALTBARKEITSDATUM

**Warum tonnenweise genießbare Lebensmittel im Müll landen.**

SEITE 5

### ERKUNDUNG

**Schüler blicken hinter die Kulissen der Handelsblatt-Redaktion.**

SEITE 7

### GESAGT ...

»Leute können manchmal gierig sein - aber die universelle Meinung, dass dies vor allem auf Banker zutrifft, ist etwas übertrieben.«

Anshu Jain, künftiger Chef der Deutschen Bank (siehe Seite 4)

**Handelsblatt  
Newcomer  
auf Englisch**



Schüler und Lehrer können eine englische Übersetzung des Handelsblatt Newcomers auf unserer Internetseite kostenlos als PDF herunterladen. Mehr Infos unter: [www.handelsblattmacht-schule.de/newcomer](http://www.handelsblattmacht-schule.de/newcomer)

## FRAGEN AN



## Dirk Graber

Dirk Graber ist Gründer des Online-Brillenhändlers Mister Spex. Der 34-Jährige war zuvor Unternehmensberater und hat Wirtschaftswissenschaften in Leipzig studiert.

## Wie sind Sie auf die Geschäftsidee gekommen?

Schon während meines Studiums hatte ich den Traum, einmal eine eigene Firma zu gründen. Nach Praktika bei Ebay und Jamba kam mir dann die Idee, mich im Bereich E-Commerce, dem Handel im Internet, selbstständig zu machen. Nach einigen strategischen Überlegungen entschied ich mich für den Optikermarkt.

## Worin sehen Sie Vorteile einer Selbstständigkeit?

Der Vorteil liegt auf der Hand: Als Gründer kann ich meine eigenen Ideen umsetzen, etwas ausprobieren, selbstbestimmt arbeiten.

## Und die Nachteile?

Die Freiheit, die ich gewinne, kann letztlich auch zum Nachteil werden. Denn ich trage ein Risiko, für mich und auch für meine Mitarbeiter. Es ist wichtig, sich rechtzeitig zu überlegen, was man tun möchte, falls die Gründung kein Erfolg wird.

## Welche Fragen sollte man sich vor der Gründung stellen?

Was ist das Ziel meiner Gründung? Das ist für mich die wichtigste Frage. Wo will ich hin, was will ich erreichen? Für eine gewisse Zeit selbstständig sein und damit Geld verdienen? Oder eine Vision umsetzen und ein lange bestehendes Unternehmen aufbauen?

Und natürlich sollte man sich selbst gut kennen. Habe ich die Ausdauer und Motivation, auch mal eine Durststrecke durchzustehen? Eine Gründung kann einer Achterbahnfahrt gleichen.

Die Fragen stellten

**Diana Fröhlich**, Handelsblatt Düsseldorf, und **Inga Stapel**, Handelsblatt-Newcomer-Schülerredaktion Oldenburg

Die Langversion des Interviews gibt es unter: [www.handelsblattmachtschule.de/newcomer](http://www.handelsblattmachtschule.de/newcomer)



## Nur Mut!

Jedes Jahr gründen Hunderttausende Deutsche ein Unternehmen. Dabei müssen junge Gründer eine Reihe von Herausforderungen bewältigen.

## Diana Fröhlich

Handelsblatt Düsseldorf

Als Adi Dassler im Jahr 1920 in der Waschküche seiner Mutter den ersten Laufschuh zusammennähte, ahnte er noch nicht, dass er damit den Grundstein für einen der erfolgreichsten Sportartikelhersteller der Welt legte - Adidas. Nur 16 Jahre später, bei den Olympischen Spielen in Berlin, trugen bereits zahlreiche Spitzensportler die Modelle des Schuhmachersohns aus Bayern. 1995 ging das Unternehmen an die Börse. Und der Siegeszug der Marke mit den drei Streifen hält bis heute an. Im Jahr 2011 erwirtschaftete das Unternehmen, das längst weltweit vertreten ist, einen Konzernumsatz von 13,3 Milliarden Euro.

Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes gründen jedes Jahr Hunderttausende Deutsche ein Unternehmen. Ein

Bruchteil davon wird so erfolgreich wie einst Adi Dassler oder so berühmt wie Melitta Bentz, die 1908 den Kaffeefilter erfand. Und trotzdem ist es für die Wirtschaft eines Landes wichtig, dass sich gerade junge Menschen selbstständig machen und Ideen entwickeln. Damit treiben sie Innovationen voran und schaffen mit dem eigenen Unternehmen Arbeitsplätze. So wie Steve Jobs. Der Gründer des Elektronikkonzerns Apple hat es geschafft, aus seiner Garage im kalifornischen Palo Alto heraus eine gesamte Branche zu revolutionieren. Heute ist Apple ein Ausnahmeunternehmen mit Kultstatus und weltweit mehr als 60 000 Angestellten.

Adi Dassler und Steve Jobs hatten die richtige Idee zum richtigen Zeitpunkt - aber sie trugen auch ein gewisses Risiko. Keiner konnte ihnen zu Beginn garantieren, dass sich mit der Firmengründung auch der Erfolg einstellt. Das Ziel aller Unternehmer ist es zunächst, sich eine eigene Firma aufzubauen, von der sie am Ende auch leben können. „Häufig ist es der Freiheitsgedanke, der Menschen antreibt, sich selbstständig zu machen“, sagt Eva May-Strobl vom Institut für Mittelstandsforschung (IfM) in Bonn. Sein eigener Chef sein, die Möglichkeit zu gestalten, sich frei

zu entfalten ist eine Form des Berufsalltags. Doch May-Strobl warnt auch vor allzu viel Begeisterung. Denn das eigenbestimmte Leben berge auch Risiken, sagt die Wissenschaftlerin. Man müsse Zeit, Geduld und zumeist auch viel Geld aufbringen – bei Misserfolg haben sich all die Investitionen nicht gelohnt.

Dabei ist es formal gar nicht so schwierig, eine Firma zu gründen. Im Durchschnitt dauert es in Deutschland laut IfM nur 4,9 Tage und kostet rund 226 Euro. Darin enthalten sind die Gebühren für die Gewerbeanmeldung bei der jeweiligen Gemeinde, für die Eintragung ins Handelsregister und beim Finanzamt und für den Notar, der die Gründung in vielen Fällen offiziell beurkunden muss. Wer eine Woche lang die entsprechenden Behörden und Ämter besucht hat, kann im Grunde loslegen. Nicht eingerechnet ist die mögliche Suche nach einem passenden Büro oder nach Mitarbeitern. Im europaweiten Vergleich belegt Deutschland damit einen Platz im Mittelfeld. In Dänemark beispielsweise dauert die Anmeldung nur einen Tag, in Polen dafür rund drei Wochen.

Doch wichtiger als die Zeit, die ein Gründer für die Abwicklung der Behördengänge benötigt, sind die gründliche Vorbereitung und Ausarbeitung des Geschäftsmodells. Dirk Graber beispielsweise

ist dies gelungen. Er hatte vor wenigen Jahren die Idee, Markenbrillen über das Internet zu verkaufen, mehr als 30 Prozent billiger als im Laden. Seine Kunden geben im Netz ihre Sehstärke an, Mister Spex – so heißt Grabers Unternehmen – schickt diese Werte dann an die Glashersteller. Die Brille ist günstiger, weil keine Mietkosten für teure Filialen in den Einkaufsstraßen anfallen. Das Konzept ist innovativ und erfolgreich

### Nur rund 40 Prozent aller Gründer sind weiblich.

zugleich: Mister Spex machte im vergangenen Geschäftsjahr 17 Millionen Euro Umsatz. Das ist zwar noch deutlich weniger als Marktführer Fielmann, der 2011 einen Umsatz in Höhe von 1,05 Milliarden Euro erwirtschaftete. Doch Graber hat sich im Optikermarkt längst einen Namen gemacht (siehe Interview, Seite 2).

Es ist im Übrigen typisch, dass meist Männer genannt werden, wenn es um Gründungen geht. Nur knapp 40 Prozent derjenigen, die eine Firma anmelden, sind weiblich – und das, obwohl rund 50 Prozent der Erwerbstätigen in Deutschland Frauen sind. Das haben die Wissenschaftler aus Bonn herausgefunden. Laut Eva

### So sehen's Schüler



May-Strobl trauen sich Frauen seltener, die Risiken der Selbstständigkeit einzugehen.

Eine eigene Firma aufzubauen erfordert Mut. Und Durchhaltevermögen. Adi Dassler, der das Unternehmen Adidas anfänglich gemeinsam mit seinem Bruder Rudolf aufbaute, bekam nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs große Konkurrenz. Denn Rudolf, der 1948 nach einem heftigen Streit aus der Firma ausstieg, gründete anschließend selbst einen Sportartikelhersteller: Puma. Längst leiten inzwischen Topmanager als Nachfolger der Dassler-Brüder die beiden deutschen Konzerne. Der Einsatz der Gründer zeigt bis heute großen Erfolg.



## SELBSTSTÄNDIGE

### Viel Einsatz für den Traum vom eigenen Unternehmen

Im vergangenen Jahr wurden laut Statistischem Bundesamt in Deutschland über 500.000 neue Betriebe gegründet. All diese Neuunternehmer möchten ihre eigene Idee verwirklichen. Sie eröffnen zum Beispiel ein Café, machen einen kleinen Laden auf, gründen einen Handwerksbetrieb oder ein Internet-Start-up (siehe Seite 8). Andere bieten Dienstleistungen als Architekt, Journalist oder Ingenieur im eigenen Büro an. Ein gut durchdachter Plan und

Mut bilden die Grundlage für den Schritt in die Selbstständigkeit. Bei der praktischen Umsetzung ist wichtig, sich gut zu organisieren und strukturiert vorzugehen. Vor allem in der Anfangsphase müssen die Existenzgründer wichtige Aufgaben erledigen. So gilt es, den geeigneten Standort zu finden, einen Kundenstamm aufzubauen, verschiedene Behörden aufzusuchen, die Finanzierung ihres Betriebs zu regeln und eventuell Mitarbeiter einzustellen. Bei jeder Geschäftsidee bildet eine Ausbildung oder ein Studium

die Basis für den Erfolg. Außerdem ist betriebswirtschaftliches Grundlagenwissen von Vorteil, um das finanzielle Risiko abzuschätzen. Die Fähigkeit, sich in andere hineinversetzen zu können und kommunikativ zu sein, wirkt sich dabei sowohl in Kundengesprächen als auch im Umgang mit den eigenen Mitarbeitern positiv aus. Weitere Informationen zur Selbstständigkeit bietet unter anderem das Existenzgründungsportal des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie: [www.existenzgruender.de](http://www.existenzgruender.de)



Das eigene Café

**Rebecca Stabbert**  
Institut für Ökonomische Bildung  
Oldenburg

# Ab ins Rampenlicht

Ende Mai übernimmt Anshu Jain den Chefsessel bei der Deutschen Bank. Bislang agierte der Inder dort mehr im Hintergrund.

**Michael Koch**

Institut für Ökonomische Bildung Oldenburg

Lange haben die Verantwortlichen hinter den Kulissen gerungen, wer Josef Ackermann an die Spitze der Deutschen Bank folgen soll. Ab dem 31. Mai 2012 werden sich nun zwei Männer den Vorstandsvorsitz in Deutschlands größtem Geldhaus teilen: Jürgen Fitschen und Anshu Jain. Mit Jain steht erstmals ein Nicht-Europäer an der Spitze der Deutschen Bank. Die neue Position wird für den Inder nicht nur neue Aufgaben und Verantwortlichkeiten mit sich bringen, sondern sein Leben komplett verändern.

Bislang scheute der zurückhaltende **Investmentbanker** (siehe Seite 8) die Öffentlichkeit. Künftig ist er das Gesicht eines der wichtigsten Unternehmen des Landes und wird rund um die Uhr von Bodyguards begleitet.

Geboren wurde Jain 1963 im indischen Bundesstaat Rajasthan als Sohn einer Mittelklassefamilie. Seine Eltern legten hohen Wert auf Bildung und Disziplin. In der indischen Hauptstadt Neu-Delhi studierte er Wirtschaftswissenschaften und ging 1985 für seine ersten Jobs bei großen Finanzinstituten in die USA. 1995 wechselte er zur Deutschen Bank nach London, wo er bis



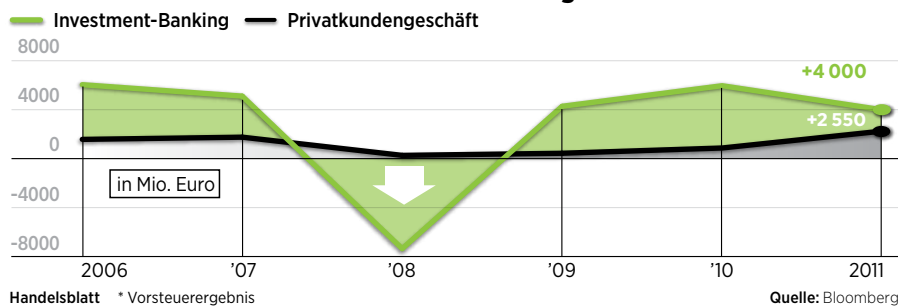
Bald Chef der Deutschen Bank: Anshu Jain

heute auch wohnt. Von dort aus gestaltete er den internationalen Aufstieg des Bankhauses maßgeblich mit. Seit 2009 gehört er dem Vorstand an.

Das berufliche Leben des zweifachen Familienvaters, dessen Frau eine erfolgreiche Kinderbuchautorin ist, spielte sich bislang in der Welt der großen Finanztransaktionen ab. In seiner neuen Position muss er noch ganz andere Aufgaben meistern. Nach der Finanzkrise fordern viele **Anteilseigner** (siehe Seite 8), Bürger und Politiker einen gerechteren Wohlstand für alle. Die Profit-suche um jeden Preis ist verpönt. Jain muss wieder mehr Vertrauen in die Banken aufbauen. Die Sprachbarriere könnte hier ein Problem werden: Er spricht kaum Deutsch.

Der künftige Bankchef ist aufgrund der Erfahrungen Indiens mit Hunger und Planwirtschaft ein glühender Verfechter der Marktwirtschaft. Daran wird sich wohl ebenso wenig ändern wie an seiner Angewohnheit, Unterlagen stets in einem kleinen Rucksack zu transportieren.

## Das verdiente\* die Deutsche Bank 2011 in den Segmenten:



## Hollywoodstar und Unternehmer

**Beate Faulborn**

Institut für Ökonomische Bildung Oldenburg

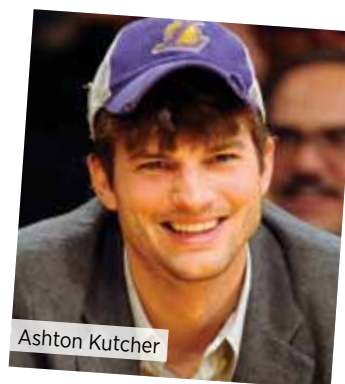
Der Schauspieler Ashton Kutcher machte kürzlich vor allem mit zwei Ereignissen von sich reden: seiner Scheidung von der 15 Jahre älteren Hollywooddiva Demi Moore und der Übernahme der Rolle des Walden Schmidt in der Sitcom „Two and a Half Men“. Dass der 34-jährige Amerikaner auch ein erfolgreicher Unternehmer ist, wissen dagegen die wenigsten.

Nach der Schule studierte Kutcher zunächst Biochemie. Das Studium brach er jedoch ab, nachdem ein Talentsucher ihn als Model entdeckte und er schnell viele Aufträge für bekannte Marken erhielt. Während dieser Zeit erkannten TV-Produzenten auch sein schauspielerisches Talent - er bekam eine Rolle in der Serie „Die wilden 70er“.

Im Jahr 2000 begann seine Karriere als Geschäftsmann. Als Mitbegründer der Produk-

tionsfirma „Katalyst Media“ produziert er Fernseh- und Kinoformate. Als Inhaber der einige Jahre später gegründeten Investitionsgesellschaft „A-Grade“ finanziert er IT-Start-ups (siehe Seite 8). So hat Kutcher unter anderem in drei Berliner Unternehmen Millionenbeträge gesteckt: die Meinungsplattform „Amen“, den Musikdienst „Soundcloud“ und das Städteführer-Portal „Gidsy“.

Kutcher selbst sagt, ihm mache die Schauspielerei nach



Ashton Kutcher

wie vor am meisten Spaß. Daher hoffen seine Fans, dass er ihnen als Walden Schmidt lange erhalten bleibt.

# Augen zu und weg damit

Jedes Jahr landen Unmengen Nahrungsmittel unnötig in den Mülltonnen. Eine Ursache ist das Mindesthaltbarkeitsdatum.

**Simone Malz**  
Institut für Ökonomische Bildung Oldenburg

Wenn Millionen Tonnen Lebensmittel landen in Deutschland nach einer Studie des Ministeriums für Verbraucherschutz jedes Jahr im Abfall. Der Großteil stammt aus Privathaushalten: Im Durchschnitt wirft jeder Bundesbürger knapp 82 Kilogramm an Brot, Obst oder Aufschnitt in die Tonne - obwohl über die Hälfte dieses Mülls noch genießbar wäre. Und das zu Zeiten, in denen weltweit etwa eine Milliarde Menschen hungert.

Verschiedene Wissenschaftler und auch einige Politiker führen diese

Wegwerfgewohnheiten insbesondere darauf zurück, dass viele Konsumenten das Mindesthaltbarkeitsdatum falsch verstehen. Viele denken, dass Käse, Wurst, Fleisch oder Joghurt schlecht sind, wenn das Datum abgelaufen ist. Dabei könnten sie die Produkte in vielen Fällen noch immer bedenkenlos verzehren.

Doch was verbirgt sich dann tatsächlich hinter dem Mindesthaltbarkeitsdatum? In Deutschland sind die Hersteller von Lebensmitteln verpflichtet, den Zeitpunkt anzugeben, bis zu dem ihr Produkt bei angemessener Lagerung seine spezifischen Eigenschaften behält. Dazu zählen Geruch, Geschmack, Farbe und Konsistenz. Das bedeutet also, dass das Mindesthaltbarkeitsdatum Auskunft darüber gibt, bis wann eine Cola ihre Kohlensäure behält oder Kekse schön knusprig bleiben.

Es verrät jedoch nicht, ab wann ein Lebensmittel verdorben ist oder sogar krank machen kann. Einige Politiker fordern

deshalb, auf jeder Packung zusätzlich das Datum anzugeben, ab dem der Käufer das Produkt nicht mehr verzehren sollte.

Ob sich das Problem allein mit Informationen aus der Welt schaffen lässt, ist jedoch fraglich. Es gibt noch andere Ursachen als das Mindesthaltbarkeitsdatum. So sortieren etwa die Supermärkte regelmäßig Unmengen an Brot, Obst und Gemüse aus, weil die Kunden ständig frische Produkte und zugleich eine große Auswahl erwarten. Dass es inzwischen Organisationen gibt, die diese Lebensmittel an Bedürftige verteilen - die sogenannten Tafeln -, beruhigt vielleicht das Gewissen einiger Bürger. Es ändert jedoch noch nichts an unseren Konsumgewohnheiten und den daraus resultierenden Abfallbergen.

## Das sagen Schüler dazu:

„Abgelaufen ist nicht gleich schlecht.“ Eileen, Jahrgang 13



## KOMMENTAR Ein moralisches Problem



**Christoph Kapalschinski**  
Handelsblatt  
Düsseldorf

Lebensmittel im Müll: Das ist in erster Linie ein moralisches Problem. In den deutschen Supermärkten konkurrieren viele Hersteller von Aufschnitt, Brot oder

Milchprodukten um den besten Platz im Ladenregal. Sie wollen nicht, dass ihre Ware zu lang liegenbleibt - und schon deshalb haben die Lebensmittelhersteller ein großes Interesse an möglichst kurzen Mindesthaltbarkeitsdaten. Die Kunden hingegen verlangen inzwischen immer häufiger nachhaltig produzierte Lebensmittel. Sie wollen der Verschwendung von wertvollen Ressourcen nicht

weiter zusehen. Das haben die ersten Unternehmen erkannt. Der Betreiber der Real-Supermärkte etwa, der Metro-Konzern, widmete dem Thema eine große Diskussionsrunde mit wichtigen Vertretern aus Politik und Gesellschaft. Das ist zumindest ein Anfang. Durch solche Veranstaltungen müssen nämlich auch die Hersteller von Lebensmitteln öffentlich Stellung beziehen.

Wirklich etwas ändern werden sie aber erst, wenn die Verbraucher Druck machen. Wir als Kunden müssen genauer hinsehen. Nur dann bewegen sich die Firmen, die ansonsten vom gedankenlosen Umgang mit Nahrung profitieren. Denn eins fürchten alle Hersteller: dass die Käufer am Ende zur Konkurrenz laufen, die wesentlich sorgsamer mit Lebensmitteln umgeht.

# Das globale Unternehmen



## Michael Koch

Institut für Ökonomische Bildung Oldenburg

Die Globalisierung hat die Wirtschaftswelt massiv verändert. Ein Beispiel: Während früher große Unternehmen einen Standort hatten, an dem die Produkte entwickelt, erforscht, produziert, verkauft und ausgeliefert wurden, verteilen weltweit tätige Konzer-

ne heute ihre Aufgabenbereiche auf verschiedene Kontinente. Für die Unternehmen hat das vor allem den Vorteil, dass sie eine Menge Kosten sparen können - beispielsweise aufgrund von kürzeren Lieferwegen oder weil die Lohnkosten in Asien und Osteuropa oft geringer sind.

Die Grafik zeigt, wie ein globales Unternehmen arbeitet: Die Firmenzentrale, in

der die Manager die strategischen Entscheidungen treffen, liegt in Europa, während die Entwickler in Nordamerika arbeiten. Arbeiter produzieren die Güter in Südostasien, und im indischen Call-Center erfolgt die Kundenbetreuung. Schiffe und Flugzeuge transportieren die Waren, und Vertriebszentren (siehe Seite 8) koordinieren die Verteilung in die einzelnen Regionen.

# Hinter den Kulissen des Handelsblatts

Auf einer Erkundung hat sich die Schülerredaktion des Handelsblatt Newcomers angesehen, wie Tag für Tag eine neue Zeitungsausgabe entsteht.

**Schülerredaktion des Handelsblatt Newcomers (Jahrgänge 10 bis 13)**  
Helene-Lange-Schule Oldenburg

**E**in Besuch bei „den Großen“ stand auf dem Programm: Die Schülerredaktion des Handelsblatt Newcomers besichtigte die Handelsblatt-Redaktion in Düsseldorf. Chefkorrespondent Dieter Fockenbrock zeigte der siebenköpfigen Gruppe, wie er und seine Kollegen arbeiten.

Er erklärte die Abläufe in der Redaktion, und dass spätestens ab dem Nachmittag ho-

her Zeitdruck herrscht. Dann nämlich müssen alle Artikel geschrieben sein. Dabei ist wichtig, dass die Inhalte auch am nächsten Tag, wenn die Ausgabe erscheint, noch aktuell sind. Daher werden Texte oder sogar ganze Seiten manchmal noch geändert, wenn sie kurz vor dem Druck sind. Nicht nur die Journalisten, die die Artikel recherchieren und schreiben, und die Redakteure, die



Heiße Phase in der Handelsblatt-Redaktion

für den Aufbau der Seiten verantwortlich sind, auch

## Das sagen Schüler dazu:

„Wenn ihr später in einer Redaktion arbeiten wollt, solltet ihr früh anfangen, Praktika zu machen.“ **Emely, Jahrgang 11**

die Grafiker arbeiten dann unter Hochdruck. Sie sorgen dafür, dass zu einem Artikel die passenden Abbildungen erscheinen.

Die Reporter beim Handelsblatt arbeiten in sogenannten Ressorts. Diese sind nach Themengebieten gegliedert, zum Beispiel „Wirtschaft und Politik“ oder „Unternehmen und Märkte“. Jeder hat ein Schwerpunktthema. So müssen sie sich nicht jeden Tag wieder in fremde Inhalte einarbeiten. Nicht nur die Mitarbeiter müssen aber gut sein, sondern auch die Themen. Diese und die dazugehörigen Informationen bekommen die Journalisten über verschiedene Quellen. Dazu zählen auch Infodienste. Allerdings hoffen alle Zeitungsmacher jeden Tag aufs Neue, eine Exklusivnachricht zu veröffentlichen, die sonst keiner hat. Denn dann ist die Zeitung in aller Munde.

## Im Ausland fürs Leben lernen

**Luca Schüler (Jahrgang 11)**  
Altes Gymnasium Oldenburg

**M**ein Austauschjahr in den USA ist das Beste, was mir bislang passiert ist. Seit acht Monaten lebe ich nun im amerikanischen Buffalo, einer Stadt mit 5000 Einwohnern im Bundesstaat Wyoming.

Natürlich war es nicht einfach, Deutschland zu verlassen. Aber als ich aus dem Flieger gestiegen bin und die erste Ansage im breiten amerikanischen Slang aus dem Lautsprecher dröhnte, wusste ich, dass es das ist, was ich immer wollte. Meine Gastfamilie hat mich herzlich empfangen. Mit ihrer Hilfe habe ich es schnell geschafft, mich zu integrieren - auch wenn hier vieles anders ist. Beispielsweise könnte ich mit dem Pferd zur Schule reiten, und die Schule müsste dann



Luca als Austauschschüler in Buffalo

sogar während des Unterrichts auf das Pferd aufpassen.

In meiner Stadt bin ich der einzige Austauschschüler. Über die Rotary-Organisation, die mir das Auslandsjahr vermittelt hat, habe ich aber viele Gast Schüler aus anderen Ländern kennengelernt.

Darunter Thailänder, Mexikaner, Inder oder Norweger. Es ist spannend, sich deren Erlebnisse anzuhören und festzustellen, wie unterschiedlich wir alle den neuen Alltag in den USA wahrnehmen.

In der Schule bin ich in ein „speech and debate team“ eingetreten. Die Mitglieder dieses Clubs diskutieren viel über Politik und Wirtschaft. Auf diese Weise bekomme ich auch

eine Menge über den Wahlkampf in den Staaten mit. Im Moment ist die Kandidatensuche der republikanischen Partei ein wichtiges Thema in den USA. Die Republikaner müssen sich auf jemanden einigen, der bei den Präsidentschaftswahlen im November gegen Barack Obama antritt.

Ich bin der Meinung, dass mich mein Austauschjahr deutlich erwachsener macht und würde jedem raten, Zeit in einem anderen Land zu verbringen. Das ist eine einmalige Sache.

## FACEBOOK



Und jetzt seid ihr dran!  
Unter [www.facebook.com/handelsblattmachtschule](http://www.facebook.com/handelsblattmachtschule) könnt ihr eigene Artikel veröffentlichen, euch austauschen und über den Handelsblatt Newcomer diskutieren. Wir freuen uns auf eure Meinung zu den Artikeln. Darüber hinaus sind aber auch Ideen oder Themenvorschläge von euch jederzeit willkommen.

# Spickzettel

## Alle wichtigen Begriffe dieser Ausgabe im Überblick

### Start-up, Seiten 3, 4

Start-ups sind junge Unternehmen, deren Grundlage eine innovative Geschäftsidee ist. Meist werden diese Unternehmen von den Gründern mit nur wenig eigenem Startkapital ins Leben gerufen. Daher sind sie langfristig auf andere Geldgeber angewiesen. Diese investieren Teile ihres Geldes in das Start-up und werden im Gegenzug an den Gewinnen des Unternehmens beteiligt.

### Investmentbanker, Seite 4

Das Bankengeschäft unterteilt sich in verschiedene Bereiche: das Privatkundengeschäft (unter anderem Bereitstellung von Girokonten/Sparbüchern), den Bereich für die gewerblichen Kunden (unter anderem Kredite für Unternehmen) und das Investment-Banking. Ein Investmentbanker verwaltet das Vermögen seiner Bankkunden, versucht dieses möglichst gewinnbringend anzulegen, übernimmt für sie den Handel mit Wertpapieren (zum Beispiel Aktien) oder unterstützt sie bei Börsengängen.

### Anteilseigner, Seite 4

Ihnen gehört – wie der Name schon sagt – ein Anteil eines Unternehmens. In einem bestimmten Umfang können sie sogar bei der Firma mitbestimmen. Die Eigner erwerben Unternehmensanteile, indem sie zum Beispiel Aktien kaufen. Oder aber sie sind maßgeblich am Unternehmen selbst beteiligt, beispielsweise als sogenannte Gesellschafter.

### Vertrieb, Seite 6

Allgemein umfasst der Vertrieb alle Tätigkeiten eines Unternehmens, die dem Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen dienen. Oft wird der Begriff aber auch auf den reinen Verkauf reduziert. Dazu zählt dann zum Beispiel der konkrete Vertragsabschluss. Vertrieb meint aber auch die Verteilung der Waren, etwa von der Produktionshalle zum Händler.



Dieter Fockenbrock (Chefkorrespondent Handelsblatt) und Hans Kaminski (Direktor IÖB)

## Liebe Leserinnen und Leser,

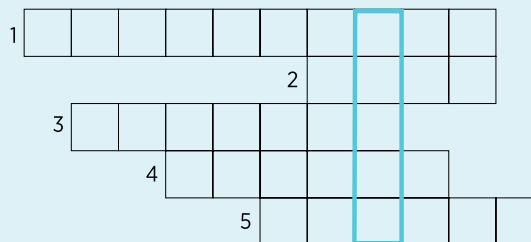
direkt nach den Osterferien ist die neue Ausgabe des Handelsblatt Newcomers da. Wir berichten unter anderem über die spannenden Geschichten von Unternehmensgründern (Seiten 2 und 3). Dazu passend porträtieren wir auf Seite 4 den Film- und TV-Star Ashton Kutcher, der abseits der Kamera auch als Geschäftsmann erfolgreich ist. Außerdem setzen wir uns kritisch mit dem Thema Wegwerfgesellschaft auseinander: Jahr für Jahr landen unglaubliche Mengen unverdorbener Lebensmittel auf dem Müll (Seite 5).

Etwas Neues gibt es auf Seite 6: Statt eines Original-Handelsblatt-Artikels erklärt diesmal eine große Infografik aus dem Handelsblatt ein Thema aus der Wirtschaft. Es geht um die Struktur eines global tätigen Unternehmens.

Allen Lesern wünschen wir eine spannende und erkenntnisreiche Lektüre.

## Gewinnspiel

Finde den richtigen Begriff, gehe auf [www.handelsblattmachtschule.de/newcomer](http://www.handelsblattmachtschule.de/newcomer) und trage das Lösungswort und deine E-Mail-Adresse ein. Zu gewinnen gibt es einen ferngesteuerten Hubschrauber. Die Umlaute ä, ö, ü sind ein Buchstabe.



1. Vergangenes Jahr gab es deutschlandweit über 500000 ....
2. Wo landen jährlich allein in Deutschland elf Millionen Tonnen Lebensmittel?
3. Wie heißt Ashton Kutchers Rolle in „Two and a Half Men“ mit Nachnamen?
4. Aus welchem Land stammt der Banker Anshu Jain?
5. Die Straße von ... ist einer der bedeutendsten internationalen Handelswege.

Alle Antworten zu diesen Fragen findest du im Handelsblatt Newcomer. Einsendeschluss ist der 31. Mai 2012. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Viel Erfolg!

## Impressum

**Herausgeber:** Dieter Fockenbrock, V.i.S.d.P. (Handelsblatt) und Hans Kaminski (Institut für Ökonomische Bildung, Uni Oldenburg)

**Redaktion:** Melanie Rübartsch

**Konzept:** Katrin Eggert, Dieter Fockenbrock, Hans Kaminski, Michael Koch

**Art Director:** Nils Werner

**Koordination:** Maren Kienab, Melanie Rübartsch

**Layout und Fotos:** Sandra Janzso, Jean-Philippe Ili, Corinna Thiel

**Handelsblatt-Newcomer Online:** Eva Erb-Schulze

**Marketing und Vertrieb:** Julia Reibel

**Englische Übersetzung:** John Dalbey für die PONS GmbH

**Verlag:** Handelsblatt GmbH

**Geschäftsführung:** Marianne Dölz, Dr. Michael Stollarz

Kasernenstr. 67, 40213 Düsseldorf

Tel.: +49 (0) 211-887-0

**Druck:** kuncke druck GmbH, Kornkamp 24, 22926 Ahrensburg

**Mitarbeiter dieser Ausgabe:** Luca Schüler, Lehrer und Schüler der Helene-Lange-Schule Oldenburg (Ortrud Reuter-Kaminski, Emely Bagge, Eileen Bokelmann, Tanja Bohle, Annkathrin Eckmeyer, Martha Heeke, Lena Matthes, Lea Schönborn, Inga Stapel, Lea Zuch)

Sie als Lehrkraft können Handelsblatt Newcomer für Ihre Schüler kostenlos bestellen:

[www.handelsblattmachtschule.de/newcomer](http://www.handelsblattmachtschule.de/newcomer)

**Fragen und Feedback:** [hb.schule@vhb.de](mailto:hb.schule@vhb.de) oder über Facebook ([www.facebook.com/handelsblattmachtschule](http://www.facebook.com/handelsblattmachtschule)). Für Unternehmen mit Interesse an einer Partnerschaft: [hb.schule@vhb.de](mailto:hb.schule@vhb.de)  
Handelsblatt Newcomer erscheint alle zwei Monate.

Bildmaterial mit freundlicher Unterstützung von:



Programme mit freundlicher Unterstützung von:



Der nächste Handelsblatt Newcomer erscheint im Juni.