



Juste Kostikovaite aus Litauen ist bis März zu Gast beim Berliner Unternehmen EUFUND.

Jungunternehmer auf Stippvisite

Beim Austausch-Programm der EU sollen junge Mittelständler in einem Betrieb im europäischen Ausland Erfahrungen sammeln

Geräumig ist ihr Arbeitsplatz nicht gerade: Juste Kostikovaite teilt sich ein kleines Büro in Mitte mit dem Geschäftsführer, dem Projektleiter und einer Mitarbeiterin. Aber die Litauerin ist froh, dass sie nach Berlin gekommen ist – als erste Teilnehmerin, die das EU-Programm „Erasmus für Jungunternehmer“ in der Hauptstadt absolviert. „Ich will zu Hause in Litauen eine Projektagentur mit Europaorientierung gründen“, sagt sie. Dafür hoffe sie hier auf Anregungen.

Die 29-Jährige ist seit Anfang Oktober in Berlin. Vor dieser Zeit hat sie in Litauen fünf Jahre im Marketing-Bereich gearbeitet. Bleiben wird sie bis Ende März. Im Moment sei sie in der „Einarbeitungsphase“: „Bislang habe ich hier vor allem gelernt, genau

zu arbeiten“, sagt sie. Das Unternehmen, in dem sie lernt, heißt EUFUND. „Wir informieren und beraten Organisationen und Institutionen, die Geld für europäische Projekte beantragen“, erklärt Geschäftsführer Günter Chodzinski.

» Erasmus Das Förder-Programm will Europäer zusammenbringen

Mit Juste Kostikovaite spricht er Englisch, Deutsch kann sie noch nicht. „Aber im Januar mache ich einen Sprachkurs“, sagt sie.

Das EU-Programm „Erasmus für Jungunternehmer“, das Anfang des Jahres gestartet ist, will ganz ähnlich wie das beliebte Austauschprogramm für

Studenten, Europäer zueinander bringen: Die Jungunternehmer sollen in einem kleinen oder mittelständischen Betrieb in einem EU-Land Anregungen für ihre eigene Firma bekommen. Lernen sollen sie dabei vor allem, welches die entscheidenden Erfolgsfaktoren für ein gut laufendes Unternehmen sind, wie eine wirkungsvolle Planung aussieht, wie finanzielles und operationelles Management funktionieren. Und auch, wie man innovative Produkte und Dienstleistungen sowie erfolgreiche Verkaufs- und Marketingpraktiken entwickelt. Mehr erfahren können die angehenden Unternehmer aber auch über europäisches Handelsrecht, den Binnenmarkt, europäische Normung und EU-Förderprogramme.

Bislang haben sich 1200 Jungunternehmer und solche, die gerne ein Unternehmen gründen wollen, um die Teilnahme beworben. Rund 60 Prozent der gastgebenden Unternehmen und Jungunternehmer kommen aus Spanien und Italien. Am stärksten nachgefragt wurden bislang die Werbe- und die Medienbranche sowie der Bildungsbereich.

Vernetzt werden die Gastgeber und die interessierten Teilnehmer durch mehr als 100 lokale, regionale oder nationale Organisationen, zum Beispiel Handelskammern oder Zentren für Existenzgründer. Koordiniert werden die Aktivitäten dann durch Eurochambres, die Vereinigung der europäischen Industrie- und Handelskammern. Wer teilnehmen möchte, kann sich auf der Homepage www.erasmus-entrepreneurs.eu bewerben. Im kommenden Jahr sollen 870 Auslandsaufenthalte stattfinden.

Für EUFUND ist Juste Kostikovaite die perfekte Teilnehmerin. „Sie passt sehr gut zu uns“, sagt Projektkoordinator Luis Miguel Villaescusa Prada. Genauso wie das ganze Programm. Andere deutsche Unternehmen tun sich bislang schwer, ebenfalls am EU-Programm für Jungunternehmer teilzunehmen: Bislang kommen lediglich sechs Prozent aller Jungunternehmer aus Deutschland, und fünf Prozent aller gastgebenden Unternehmen. Das mag mit der Wirtschaftskrise zu tun haben. Zwar müssen die gastgebenden Firmen für die Teilnahme der jungen Unternehmer nichts bezahlen. Aber das Einarbeiten, Erklären und Beraten kostet eben auch Zeit. Ein zweiter Grund könnte darin liegen, dass nicht jeder Betrieb unbedingt nach Europa schaut: Wer seine Leistungen hauptsächlich für und in Deutschland anbietet, fühlt sich von dem Programm nicht zwingend angesprochen.

„Je nach Land bekommen die Jungunternehmer einen finanziellen Zuschuss für ihre Teilnahme“, sagt Diana Peitel, die das Programm für die Gsub Projektgesellschaft mbH koordiniert. In Rumänien liege der monatliche Satz bei maximal 560 Euro im Monat, in Dänemark bei 1100 Euro.

Bei deutschen Unternehmen wirbt die Gsub vor allem mit zwei

