

Zehntklässler beweisen Unternehmergeist

Gymnasiasten entwickeln Geschäftsideen – Hausmesse an der Schule

MENGEN (ck) - Powerbag, mobilix oder „Die Praline mit Charakter“: Bei einer Hausmesse im Gymnasium haben die Zehntklässler des Gymnasiums ihre fantasievollen Produkte präsentiert. Die Schüler bewiesen dabei viel Kreativität. Ziel war, eine Geschäftsidee zu entwickeln und die Konzeption für ein eigenes Unternehmen zu entwickeln. Das Projekt fand in dem Fach NFTE – Network for teaching Entrepreneurship – statt. Die Schüler entwickelten einen Prototyp von ihrer Idee, dazu mussten sie einen Business-Plan erstellen und der Jury auch in einer Videopräsentation ihre Produktidee vorstellen.

Man liegt im Krankenhaus und möchte sein Handy aufladen, doch die Steckdose befindet sich zu weit über dem Bett sodass das Handy am Ladekabel baumeln würde, denn eine Ablagefläche gibt es nicht – das fand Annika Sauter von der Klasse 10b nicht so toll. Also entwickelte sie eine Powerbag: Das ist eine Handytasche, die an der Steckdose angebracht werden kann. Das Handy wiederum wird in die Tasche getan und das Ladekabel wie gewohnt in die Steckdose geschoben – so wird ver-

hindert, dass das Handy ohne Powerbag am Ladekabel baumelt. In ihrem Business-Plan beschreibt sie ihre Geschäftsidee, darüber hinaus musste sie sich auch übers Marketing Gedanken machen, eine Marktanalyse erstellen und auch eine sogenannte SWOT-Analyse erstellen – also Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken ihrer Geschäftsidee aufzeigen.

Smartphone als Grundlage

Auch bei Alicia Rudolf war das Smartphone Grundlage ihrer Geschäftsidee. Wenn man Videos oder Filme auf seinem Handy schauen wollte und es nicht dauernd in der Hand hält, habe man ein Problem: Es falle immer wieder um wenn es irgendwo angelehnt wird, heißt es in ihrem Business-Plan. Also fertigte Alicia Rudolf aus Holz eine Halterung an, in die man das Handy stellen kann. Ihr Produkt nannte sie mobilix.

Die Schüler fanden einprägsame Marketing-Bezeichnungen für ihr Produkt. So bot beispielsweise Eva Sigle „Schoko X – Die Praline mit Charakter“ an, und zwar in drei Ausführungen: „Die Temperamentvol-

le“, eine Chili-Praline, „Die Entspannte“, eine Praline mit grünem Tee, und „Die Unentschlossene“, eine Praline mit Mokka und Vanille. Ihre Mitschülerin Emelie Baur bot dazu mit „Break'n' Emmi“ gleich das passende Café, in dem man die Pralinen kaufen kann, an.

Yigithan Sari hatte eine Pappschachtel namens „The View“ gebaut, in die man ein Handy klemmen kann. Setzt man sich dann die Schachtel auf den Kopf, hat man sein eigenes kleines Kino. Praktisch dachte auch Ines Ott: Sie hatte einen BH im Angebot, in dem man beispielsweise seinen Personalausweis verstauen kann.

Franziska Mayer berichtete, sie lese relativ oft Bücher mit Softcovern, da passiere es oft, dass die Bücher zuklappten. Deshalb entwickelte sie eine Halterung, mit der das Softcover-Buch nicht mehr so leicht zuklappt. Nicole Gammel baute aus Holz eine Halterung, in die man das Smartphone stecken kann – durch den Hohlraum in dem Holzkörper entsteht Schall, die Musik, die aus dem Handy kommt, wird verstärkt. Eine Idee für Gürtelschlaufen, die man bei einem zu kurzen oder zu langen Gürtel einsetzen kann, entwickelte Nadine Pusch.

Die Lehrer Michael Krumb und Natalie Moser leiteten die Schüler an. Das Projekt fand zum ersten Mal am Gymnasium statt. „Für den ersten Durchgang sind wir sehr zufrieden“, meinte Krumb. Viele Schüler hätten durchaus sehr gute Ideen gehabt, ergänzte Natalie Moser. Sie berichtete aber auch, dass sich manche Schüler arg schwer damit getan hätten, eine eigene Geschäftsidee zu entwickeln. Um auf eine Idee zu kommen, stellten sich die Schüler selbst Fragen wie beispielsweise „Was kann ich?“ oder „Welche Probleme treten in meinem Alltag ständig auf?“.

Eine Jury, bestehend auch aus Bildungspartnern des Gymnasiums, also Unternehmen, die mit der Schule zusammenarbeiten, bewerteten die Geschäftsideen, den am besten gestalteten Stand bei der Hausmesse und die beste Videopräsentation. Zu gewinnen gab es Kinogutscheine.



Annika Sauter und ihre Geschäftsidee „Powerbag“. FOTO: CHRISTOPH KLAWITTER