

Modisch und religionsgerecht

BUSINESS@SCHOOL Wirtschaftsinteressierte Schüler beeindruckten mit innovativen Geschäftsideen

Von Charlotte Martin

GROSS-GERAU. „Eine Idee macht Schule“ – so lautet das Motto unter dem die Unternehmensberater Boston Consulting Group (BCG) mit der Bildungsinitiative „business@school“ seit 1998 Schülern wirtschaftliche Begriffe und Zusammenhänge nahebringt. In betreuten Projekten werden innovative Geschäftsideen entwickelt und einer namhaften Wirtschaftsjury vorgestellt.

Mehr als 2000 Oberstufenschüler aus 90 Gymnasien in Deutschland, Österreich, Italien, der Schweiz und den USA beteiligten sich im Schuljahr 2015/16 an der Initiative „business@school“. Eine eigene Geschäftsidee zu entwickeln, daran tüfteln sie, betreut von 500 Fachleuten aus 20 Unternehmen, zehn Monate lang an Plänen zur Umsetzung. Am Mittwoch stand nun der Regionalentscheid Hessen/West und Rheinland-Pfalz ins Haus und die acht besten Teams der teilnehmenden Schulen stellten ihre Ergebnisse vor. Gastgeber war die Groß-Gerauer Prälat-Diehl-Schule (PDS), wo sich die Schülerteams sowie die Wirtschaftsjury, flankiert von Lehrern, im Oberstufengebäude versammelten. Für die Schüler hieß es nun, ihre Geschäftsidee überzeugend darzulegen. Am Ende gab es unter den acht Teams zwei Sieger der Region Hessen West/ Rheinland-Pfalz, die jubeln konnten und beim Finale in München (20. Juni) dabei sein werden: Beide Teams bündeln Wirtschaftlichkeit und sozial-integratives Engagement: Es sind die Schüler der Internatsschule Hansenberg aus Geisenheim (Leo Buchner, Elena Grobeger, Jen Reus, Maik Ritschel, Annika Simon und Paul Zenker) mit „Communiti-Care – Genera-

tionen verbinden“ sowie das Duo der Gustav-Heinemann-Schule Rüsselsheim (Hafsah Ahmad und Zineddine Taiki) mit der Unternehmensidee modischer und religionsgerechter Kopftücher unter dem Titel „Hijab Hipster“.

Lichtsockel für Vasen passt sich Blumenfarbe an

Doch auch die anderen Geschäftsideen beeindruckten: Die PDS-Schüler hatten etwa eine Glasvase mit „Wow-Effekt“ entwickelt. „Dabei geht es um einen Lichtsockel für Blumenvasen, der über einen Sensor die Wunschfarbe erkennen und die Vase passend zu den Blumen erstrahlen lässt.

Aus Flörsheim überzeugten Schüler des Graf-Stauffenberg-Gymnasiums mit einem „Flash-Master“, einem Aufsatz zum Bündeln des Handy-Blitzlichtes für Nachtaufnahmen.

Das Team der Internatsschule Schloss Hansenberg aus Geisenheim, das am Ende obsiegte, punktete vor allem mit sozialem Engagement unter dem Motto „Communiti-Care“ und stellte einen gemeinnützigen Verein vor, der Generationen verbindet.

Die Leibnitz-Schule Wiesbaden punktete mit der Geschäftsidee „unido“, einer App, die über Wartezeiten an Elektro-Tanksäulen informiert.

Babette Claas, Director business@school, unterstreicht: „Nicht nur für die Finalisten, sondern für alle teilnehmenden Schülerteams ist der Gewinn enorm. Der praxisnahe Einblick in Wirtschaftsgrundlagen schult Verständnis für unternehmerische Perspektiven.“ An Ideen zu glauben, Projekte zu starten und Lösungen zu finden, lasse die Schüler über sich hinauswachsen.



Die Rüsselsheimer Schüler Hafsah Ahmad und Zineddine Taiki mit ihrem Projekt „Hijab Hipster“. Foto: Vollformat/Alexander Heimann