

EMMENDINGEN

www.badische-zeitung.de/emmendingen

Hoffnung für Äthiopien

Die Stiftung Brücke aus Köndringen hilft in 26 Projekten, Armut in der Dritten Welt zu lindern.

Teningen, Seite 26

Neuer Glanz für alte Kästen

Freiburger Schüler haben die alten Vitrinen für das Anwesen Leonhardt fachmännisch hergerichtet.

Emmendingen, Seite 28

Hoffnung für Ferienbetreuung

Ein Diskussionsabend der Waldkicher CDU behandelte Fachvorträge zum Wandel in der Kinderbetreuung.

Elztal, Seite 30

Bekannt

Sechs Stunden gegen die...



Freuen sich über die Zertifikate: Die Preisträger des Business-Camps.

FOTO: SYLVIA-KARINA JAHN

Schüler glänzen mit Geschäftsideen

Naturführungen für Kinder und Tanzen für Senioren machten das Rennen / Die Jury hatte es schwer beim NFTE-Business-Camp

VON UNSERER REDAKTEURIN
SYLVIA-KARINA JAHN

EMMENDINGEN. „Ihr habt es uns verdammt schwer gemacht – am liebsten hätten wir euch allen einen Preis gegeben“, sagte Jurymitglied Bernhard Schmolck zu den Schülern, die am Freitagnachmittag ihre Arbeiten der fünfköpfigen Jury präsentierten. In einem Business-Camp hatten sie in den Osterferien Geschäftsideen ausgearbeitet. Die beiden besten Vorhaben – Denis Gebauer Naturerlebnisse und Lisa Petanis und Julia Bressels mobile Tanzschule – werden bei der Leistungsschau im Juni vorgestellt.

15 Präsentationen hatte sich die Jury – neben Bernhard Schmolck (Autohaus Schmolck), Christiane Schlüter (Firma Trautwein), der Wirtschaftsförderer des Landkreises Thorsten Kille, Jutta Klingel-Wagner (McDonald's) und Meinrad Wehrle (Kunstschmiede Wehrle) – gestern Nachmittag im Rathaus angeschaut; das Spektrum umfasste Milchbar und

Würstchenbude ebenso wie eine Sicherheitsjacke für Zweiradfahrer und Freizeitgestaltung für Grundschüler. Viele Schüler hatten Ideen, die Senioren das Leben leichter machen könnten – Schuhe, die Stolperfallen ausleuchten, der Einkaufsservice für Menschen, die nicht mehr so mobil sind oder das Tablettendöschchen, das klingelt, wenn die nächste Ration eingenommen werden muss. Die Präsentation war abwechslungsreich – die Milchshakes etwa konnte die Jury gleich testen.

Der erste Platz stand bald fest, plauderte Meinrad Wehrle aus der Bewertungsrunde: Denis Gebauer hatte seine Idee nicht nur sehr authentisch und sicher vorgestellt, er hatte sogar schon einen Prospekt für seinen Service entworfen. „Die Natur hautnah erleben“ heißt das Projekt, mit dem er Kindern von drei bis zwölf Jahren auf spielerische Art und Weise Informationen über Tiere und Pflanzen nahe bringen will. Auch eine passende Visitenkarte hat der Schüler der Markgrafen-Realschule schon parat.

Den zweiten Platz belegten Lisa Petanis und Julia Bressel mit ihrer mobilen Tanz-

schule; beide besuchen ebenfalls die Markgrafen-Realschule. Jutta Klingel-Wagner regte nur an, die Mädchen sollten die Zielgruppe vom Alter her etwas tiefer ansetzen, nicht erst in Seniorenheimen anbieten – so ein Angebot könne auch ihre Generation gut vertragen.

Kinder und Senioren als Zielgruppen

Es gab zwei dritte Preise: Einer ging an den „D&M-Einkaufsservice“ von Dominik Lutz und Moritz Aschenbrenner. „Wir können uns gut vorstellen, dass das funktioniert, und ihr könnt es schon parallel zur Schule realisieren“, fand Kille. Den anderen erhielten Marianna Löser, Leonie Lang und Nadja Grafmüller für ihren Veranstaltungsservice für Kindergeburtstage: „Dafür gibt es sicher einen Markt, aber die Kalkulation solltet ihr nochmals überprüfen.“ Beide Gruppen besuchen die Realschule Teningen.

Die Jury bewertete nicht nur die Geschäftsidee, sondern auch deren Realisierbarkeit. Die war denn auch manchmal ein kleiner Kritikpunkt, wie Schmolck be-

richtete: Mancher unterschätze, wie viel Energie man von der Idee bis zu deren Verwirklichung aufwenden müsse. „Die Realisierbarkeit war bei manchen der K.O.-Punkt“, bestätigte Christiane Schlüter.

So beschloss die Jury, noch einen Marketingpreis zu vergeben. Den erhielten Thomas Wild und Heiko Haberstroh (Realschule Teningen): Die Geschäftsidee (Thommys Würstchenbude mit Würstchen je nach Jahreszeit) überzeugte die Jury weniger, wohl aber die Darstellung. „Ihr hättet jedes Projekt gut verkaufen können“, urteilte Christiane Schlüter. Generell lobte sie: „Die Projekte waren so spannend und gut dargestellt, es war keine Sekunde langweilig.“

Das fanden auch die anderen: Selbst die zur Unterstützung gekommenen Mitschüler waren bei der drei Stunden dauernden Präsentation mucksmäuschenstill, freute sich Schulsozialarbeiterin Petra Zai-Englert. Das Projekt gehört zum Programm vom Netzwerk zur Förderung des Unternehmergeistes an Schulen (NFTE).