

business@school steht für Zukunft

Drei Schülergruppen präsentieren am Landesgymnasium für Hochbegabte Großunternehmen

Drei Teams des Landesgymnasiums für Hochbegabte haben sich, gemeinsam mit betreuenden Lehrern und einem Vertreter der Wirtschaft, in einem hochinteressanten Projekt eines börsennotierten Großunternehmens angenommen.

VON MIRIAM SIEGFRIED

SCHWÄBISCH GMÜND. Die internationale Unternehmensberatung The Boston Consulting Group hat 1998 die Bildungsinitiative business@school ins Leben gerufen. Seither beteiligten sich jedes Jahr rund 90 Schulen mit gymnasialer Oberstufe an dem Projekt und vermittelten somit ihren Schülerinnen und Schülern praxisnahe Wirtschaftskennntnisse.

„Hugo Boss“, adidas und Lufthansa hatten die Schülerinnen und Schüler unter die Lupe genommen, Unternehmensgeschichte, Behauptung auf dem Markt sowie Stärken und Schwächen genau un-

tersucht. Dabei hatten sie nicht nur methodische Kenntnisse wie Teamarbeit oder Informationsrecherche erworben, sondern vor allem ökonomische Grundbegriffe wie Bilanz, Umsatzrendite, etc. am praktischen Beispiel kennengelernt.

Zum Abschluss der ersten Phase präsentierten die Jugendlichen nun ihre Er-

gebnisse einer hochkarätigen Jury aus Vertretern der Wirtschaft, des Finanzwesens und einer business@school-Alumna. Mit einem gemeinsamen Mittagessen begann der Tag bevor es mit einer Juryvorstellung dann offiziell wurde und die Spannung bei den Schülern anstieg.

Mit der Traditionsmarke aus Herzogen-

aurach, adidas, begann die erste Gruppe. Von der Beeinflussung durch Globalisierung und Digitalisierung berichteten sie ebenso wie von einer Kundenanalyse. Auch eine sogenannte SWOT-Analyse (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), bei der Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken eines Unternehmens vorgestellt werden, war Bestandteil der Präsentation. Diagramme zur Rendite oder zum Umsatzvergleich mit den Konkurrenten Nike und Under Armour ergänzten das Gesagte.

Im Anschluss an die Präsentation mussten sich die, in weißen Hemden und Blusen dem Anlass entsprechend gekleideten, Gruppen aus sieben Schülerinnen und Schülern den kritischen Fragen der Jury unterziehen. 10 Minuten lang beantworteten sie Fragen zur Nachhaltigkeit, zur Zukunft des Unternehmens oder zur ganz persönlichen Einstellung zur Marke.

Während sich die erste Gruppe dann schon erleichtert zurücklehnen durfte, hatte die zweite Gruppe mit ihrer Präsentation zur Marke „Hugo Boss“ ihren gro-



Die Jury stellt sich den Schülern vor und erklärt warum Wirtschaft so wichtig ist.

Fotos: msi



Fragen der Jury waren zu beantworten.

ßen Auftritt. Auch ihnen gelang eine anschauliche Vorführung des Businessplanes, der ökonomischen Stärken und Schwächen und des Wertschöpfungsprozesses, bevor die Lufthansa-Gruppe den Abschluss machte. Vor der Verkündung der Juryergebnisse durften sich die erleichterten Absolventen nun Kaffee und Kuchen stärken.

In der nächsten Phase werden sich die Schüler des LGH der Analyse eines kleinen oder mittelständischen Unternehmens zuwenden, bevor sie in der dritten Phase eine eigene Geschäftsidee nebst Finanzierungskonzept ausarbeiten. Mit dieser Idee geht es zunächst in Regionalentscheide, bevor am Ende vielleicht der Gewinn des Europafinales winkt.