

Wie man fiktiven Kunden Spitzenprodukte verkauft

KURS21 Partnerschaften zwischen Schulen und Firmen ermöglichen Schülern Einblick in die Arbeitswelt.

Von Manfred Görgens

Ein Tag im Unternehmen kann spannend und amüsant, aber auch ziemlich langweilig sein. Es liegt in der Hand der Teilnehmer – und die hatten beim Schulwettbewerb von Kurs21 offenkundig Spaß. Entsprechend kurzweilig waren am Dienstag im Wilhelm-Dörpfeld-Gymnasium die Präsentationen, die 13 Schülergruppen im Anschluss an ihren Tag im Unternehmen erarbeitet hatten.

Zwischen dem 2. und 6. November hatten sie im Rahmen von Kurs21, einer Partnerschaft zwischen Schulen und Unternehmen, die Möglichkeit zum Besuch eines Wuppertaler Betriebes. Dort wurde ihnen die Aufgabe gestellt, ein Produkt, eine Dienstleistung oder einen organisatorischen Prozess des Hauses kennen zu lernen, um in den folgenden drei Wochen eine Präsentation darüber zu erstellen.

Kinofreikarten für die Sieger nach Punkten

Einfach mal schauen, wie die Leute in den Unternehmen drauf sind – auch das ist Anliegen von Kurs21. Bei Johnson&Johnson herrschte offenbar gute Laune, als Aufgaben rund um den Verkaufsschlager des Hauses gestellt wurden: den o.b.-Tampon. Der sei, erklärten Schülerinnen vom Carl-Duisberg-Gymnasium im Wettbewerbs-Stress, „von einem Mann und seiner Frauenärztin entwickelt worden“. Kabarettist Fritz Eckenga würde kommentieren: „Da kannse jetzt inne nächsten Halbzeitpause mal ne Viertelstunde drüber nachdenken.“

Neben unfreiwilliger Komik gab es die gewollten Kracher. So hatte die Gruppe von der Else-Lasker-Schüler-Gesamtschule bei Boos textile elastics ihren Spaß an



Die Siegergruppe: Nancy Elabbas, Melissa Orhan und Elena Mitsaraki vom CDG (v.l.).

Foto: Uwe Schinkel

■ WUPPERTALER IDEE WIRD BUNDESWEIT VERBREITET

VEREIN Kurs21 e.V. nennt sich die Kooperation von Unternehmen und Schulen, die Wuppertal als Modellstadt ausgewählt hat, nachdem das Wuppertal Institut Urheber der Idee war. Hier gesammelte Erfahrungen werden später landesweit angewendet.

ZIELE Nachhaltiges Wirtschaften ist ein Anliegen von Kurs21. Zugleich geht es darum, Schülern der Klassen 7 bis 10 Einblicke in den Berufsalltag zu geben.

ANZAHL Derzeit bestehen in Wuppertal zwölf Lernpartnerschaften.

Gummibändern und schickte zur Demonstration einen Jungen mit BH auf die Bühne – um einfach mal zu zeigen, wo der Mann Gummi geben darf.

Deutlich besser als beim ersten Schulwettbewerb 2008 seien die Präsentationen gewesen. Mit diesem Gesamturteil schritt die Jury zur Preisverleihung. Zehn Schülerteams erhielten USB-Sticks als Trostpreise für ihren guten Einsatz. Zu den drei Siegergruppen bestand dann aber doch erheblicher Punkteabstand. Den dritten Preis (je drei Kinofreikarten) erhielten Schüler der Friedrich-

Bayer-Realschule, die beim Wuppertalerverband Eindrücke gesammelt hatten. Je sechs Freikarten gingen an die Zweitplatzierten vom Carl-Duisberg-Gymnasium (CDG) nach Erkundung der Bayer Gastronomie.

Beim Wuppertal Institut war das Siegerteam, ebenfalls vom CDG, das nun einen Monat lang tagtäglich das Cinemaxx besuchen darf. Das Erfolgsrezept sei wohl der Mix verschiedener Präsentationsformen gewesen, meint Nancy Elabbas. Ihr Wunschfilm für den ersten Kinobesuch: „New Moon“.

Anzeige

Der Kalender für klein und groß



Jetzt auch online bestellen:
www.wz-lesershop.de

Janosch-Kalender

Der Kalender mit der Tigerente und ihren Freunden schmückt jedes Kinderzimmer und erfreut die ganze Familie. Format: 39 x 54 cm.

€ 5,95

Erhältlich online unter www.wz-lesershop.de, bei der Westdeutschen Zeitung und den WZ-Service-Stellen.

WZ LESERSHOP
www.wz-lesershop.de

Nur so lange der Vorrat reicht.