



Große Leinwand, strenge Jury: In der Aula des Abendroth-Gymnasiums präsentierten Schüler des AAG und des Lichtenberg-Gymnasiums einer Fachjury ihre Unternehmensanalysen.

**[Fotos und Text: Andreas Raabe]**

## **Mit Substanz und Stil präsentiert**

### **Schüler analysierten vor einer Fachjury Dax- und MDax-Unternehmen**

ar. – Früh übt sich, wer ein Wirtschaftskapitän werden will. Das Projekt business@school, initiiert von der Beratungsgesellschaft The Boston Consulting Group, bietet dazu Gelegenheit. Etwa 2200 Schüler aus 80 Schulen zwischen Deutschland und Singapur nehmen teil. Auch die Cuxhavener Gymnasien sind dabei.

„Ins Thema zu finden, das war das Schwerste“ sagt Jerina Mariathan. „Wo sollten wir anfangen? Wir haben ja nichts gewusst über Wirtschaft.“ Schließlich hat die 17-Jährige mit vier Mitstreitern das Dax-Unternehmen Fresenius Medical Care analysiert und präsentierte die Ergebnisse jetzt einer streng schauenden Jury von Vertretern aus der Wirtschaft.

### **Junge Herren in Jacketts, junge Damen im Kostüm**

Das ganze Schuljahr über haben die Schüler Bilanzen gewälzt, Börsenkurse studiert und versucht, die Zusammenhänge zu erkennen, die ein wachsendes von einem stagnierenden Unternehmen unterscheiden. Und sie haben es gut gemacht – zumindest in den Augen der Jury. Denn Jerinas Gruppe hat am Ende den Wettkampf der sechs Schülergruppen aus Abendroth- und Lichtenberg-Gymnasium gewonnen.

Maßgeblich für die Jury seien „Substanz und Stil der Vorträge“ sowie das Teamwork, sagt Thorsten Schütt, Partner und Managing Director bei der Beratungsgesellschaft The Boston Consulting Group. Schütt ist einer der Gründe, warum der Wettbewerb in Cuxhaven stattfindet, er ist nämlich selber Absolvent des Abendroth-Gymnasiums. Er war mit vier Mitarbeitern aus Hamburg angereist, um die Arbeit der Cuxhavener Schüler zu beurteilen.

Für die Jury, in der neben den Unternehmensberatern noch Banker und ein Firmenchef saßen, war es keine leichte Entscheidung. Alle sechs Schülergruppen hatten professionell anmutende Präsentationen, eine einstudierte Bühnenchoreografie und konnten auf die meisten Fragen der Jury schnell und richtig antworten.

Die Gymnasiasten hatten sich ordentlich in Schale geworfen: Junge Herren in dunklen Jacketts und junge Damen im Kostüm zeigten auf einer großen Leinwand Börsenkurse, gaben Überblick über Produktpaletten und analysierten Chancen und Risiken der Firmen.

Business@school basiert auf drei Projektphasen: Zunächst lernen die Schüler Wirtschaftsbegriffe und Zusammenhänge kennen. Sie beschäftigen sich mit Bilanzen und Geschäftsberichten, führen Gespräche mit Wirtschaftsvertretern und analysieren zwei Firmen ihrer Wahl: zunächst einen börsennotierten Konzern und später einen mittelständischen Betrieb aus ihrer Region. Anschließend entwickeln die Schüler eine eigene Geschäftsidee, die sie anhand eines Businessplans einer Fachjury präsentieren. Im gesamten Prozess werden sie von Betreuern aus der Wirtschaft unterstützt.

### **Beim letzten Mal gewann die Dinkelsocke**

Für Jerina und alle anderen Teilnehmer geht die Arbeit nun weiter. Im Januar wird die zweite Phase abgeschlossen. Dann präsentieren die Schüler ihre Analyse eines kleinen regionalen Unternehmens mit wenigen Mitarbeitern.

Der Sieger des Wettbewerbs in Cuxhaven steht aber erst nach dem krönenden Abschluss, der Entwicklung eines eigenen Produktes und Präsentation eines Businessplans fest. Die Siegergruppe ist dann zum Landesentscheid Niedersachsen zugelassen.

Im letzten Jahr gewannen die Cuxhavener Schüler landesweit den zweiten Preis. Ihr Produkt: die Dinkelsocke, eine Art Hausstrumpf gefüllt mit wärmenden Dinkelkörnern.

**CN vom 26.11.2008 (S. 16)**