



**VR Bank
Tübingen eG**



Presstext

Tübingen, 23. Januar 2018

Eine Geschäftsreise für Gymnasiasten

Drei Zehntklässler vom Carlo-Schmid-Gymnasium stellten die Arbeit ihrer Schülergenossenschaft auf der Grünen Woche in Berlin vor.

TÜBINGEN. Jugendliche der Schülergenossenschaft „Früchtebecher“ versorgen ihre Mitschüler und Lehrer mit frischem Obst – in den Pausen am Carlo-Schmid-Gymnasium. Am Wochenende waren drei junge Genossenschafts-Vertreter auf Geschäftsreise in Berlin: Sie präsentierten ihr Unternehmen auf der weltgrößten Landwirtschaftsmesse, der „Grünen Woche“.

Danil Droxner und Pablo Bock gehören zum Vorstand der Schülergenossenschaft, Letizia Frick kümmert sich ums Marketing. In Berlin hatten die drei Zehntklässler mit Wirtschafts-Lehrer Stefan Seitzer volles Programm. Am Samstagmorgen ging ihr Flieger hin, am Sonntagabend zurück. Dazwischen hatten sie mehrere Präsentationstermine auf der Messe und waren beim offiziellen Empfang von Minister Peter Hauk in der baden-württembergischen Landesvertretung, der sie nach Berlin eingeladen hatte und persönlich begrüßte. Außerdem schafften sie eine Stippvisite am Brandenburger Tor und auf der Reichstags-Kuppel. Die Reisekosten hatten sich die VR-Bank Tübingen und der Baden-Württembergischen Genossenschaftsverband (BWGV) geteilt, mit dem BWGV waren die Tübinger auch am Messestand. Die Kosten für Atmosfair, die Klima-Kompensation ihrer Flüge, trug die Schülergenossenschaft selbst – aus Überzeugung. „Uns ist Nachhaltigkeit wichtig“, sagt Pablo.

„Der Abend in der Landesvertretung war extrem gut, dort konnten wir Kontakte knüpfen“, berichtet Danilo. „Wir haben potenzielle Partner für unser neues Produkt kennengelernt“, ergänzt Pablo. Die neuen Ideen bescherte ihnen der Tag auf der Messe: Dort hatten die drei einen Termin mit Gourmetkoch Eberhard Braun, der ihnen zeigte, wie sie mit wenigen gesunden Zutaten ihre Früchte aufwerten. Joghurt mit Limetten-Abrieb obendrauf auf die Apfelschnitze, dann noch eine Nussmischung mit getrockneten Himbeeren – die Tübinger waren begeistert. Prompt knüpften sie abends beim Minister-Empfang erste Kontakte mit der Demeter-Molkerei Schrozberg. Und sie lernten den Marketingchef des Maultaschen-Giganten Bürger kennen. Den wollen sie bald nach Tübingen einladen, berichtet Letizia, „um uns ein paar Marketing-Ratschläge zu holen“.

Viel Professionalität brauchten die Tübinger, als die Technik der Messe streikte. Ihre an Ferientagen akribisch vorbereitete, gut eingeübte Powerpoint-Präsentation konnte auf den dortigen Geräten nicht abgespielt werden. Drei Stunden kämpfte Danil an seinem mitgebrachten Rechner, bis eine

Notversion lief, er hat die Präsentation zu einem Film konvertiert. „Man sieht, dass einem sowas echt überall passieren kann“, folgert er. Pablo nimmt es positiv: „Wir konnten beweisen, dass wir auch diese Hürde meistern. Nächstes Mal kommen wir eben mit eigener Technik.“ Als gute Erfahrungen verbucht Danil seinen ersten Auftritt mit Headset-Mikrofon auf einer Bühne, den Umgang mit der eigenen Nervosität und das Reinschnuppern ins Messegeschäft. „Leute auf einer Messe sollte man ganz anders ansprechen, als wenn man vor einer Klasse steht. Vorbeilaufende Menschen muss man ja erst mal zum Zuhören bewegen.“

Ihren vollgepackten Tag ohne die kleinste Pause, wie bei Geschäftsleuten, fanden sie echt anstrengend. Das Einzelzimmer im Hotel, wie es Geschäftsleute haben, umso angenehmer. Am Sonntag blieben ihnen wenige Stunden, um die Hauptstadt zu erkunden. Ihre Begegnungen mit Politik und Wirtschaft haben Eindruck hinterlassen, manches sehen sie auch kritisch. Viel Zeit, um in ihren Berliner Erinnerungen zu schwelgen, haben sie jetzt nicht: Sie haben jüngst einen externen Kunden gewonnen, die Stadtwerke Tübingen, die künftig zweimal pro Woche Obst von „Früchtebecher“ bekommen. Ein Quantensprung, für den sie sich ins Zeug legen müssen. Außerdem kommt der Wirtschaftsprüfer und durchleuchtet ganz offiziell ihre Zahlen. Auch das ist wie bei normalen Geschäftsreisenden.

INFOS: Schülergenossenschaften

Schülergenossenschaften sind von Schülerinnen und Schülern eigenverantwortlich geführte Schülerunternehmen, die auf dem genossenschaftlichen Unternehmensprinzip beruhen. Im Rahmen eines Schulprojektes erarbeiten sie eigene Geschäftsideen, Organisationsstrukturen und Arbeitsabläufe. Die Schülerinnen und Schüler entwickeln Produkte und Dienstleistungen, die sowohl schulintern als auch außerhalb der Schule vertrieben werden. In Baden-Württemberg gibt es seit 2014 Schülergenossenschaften, aktuell sind es 18. Die Fäden laufen beim Baden-Württembergischen Genossenschaftsverband (BWGV) zusammen. Jede Schülergenossenschaft braucht eine Genossenschaft als verbindlichen Partner, beispielsweise eine genossenschaftliche Bank.

INFOS: Die VR Bank Tübingen eG

Die VR Bank Tübingen ist eine genossenschaftliche Bank mit rund 64.000 Kunden und etwa 32.000 Mitgliedern. 305 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kümmern sich in derzeit 21 Niederlassungen um die Geldgeschäfte der Kundschaft. Das betreute Gesamt-Kundenvolumen lag 2017 bei rund 2,8 Milliarden Euro.

INFOS: Das Carlo-Schmid-Gymnasium

Das Carlo-Schmid-Gymnasium in Tübingen-Derendingen ist ein allgemeinbildendes Gymnasium mit derzeit rund 700 Schülerinnen und Schülern in den Klassenstufen 5 bis 12 sowie 88 Lehrerinnen und Lehrern.

Ansprechpartner für die Presse:

Abteilung Marketing/Öffentlichkeitsarbeit
Alexander Pahl
Tel.: 07071 417-420
E-Mail: alexander.pahl@vr-tuebingen.de

Renkenberger.txt
Veronika Renkenberger
Tel.: 07071 5669774
E-Mail: txt@renkenberger.net