



Wenn Schüler eine Firma gründen - Morbacher drehen Video und werben für Verständnis zwischen Kulturen



Achtung, Klappe: Die Mitglieder der Morbacher Schülerfirma United Culture Bridge von links nach rechts: Carolina Scholtes, Anastasia Ruf, Jonas Kiefer, Eyleen Goldschmidt, Samira Schuh und Luisa Knop. Auf dem Foto fehlen Mara Böcker und die Techniker Pascal Momper und Luca Priestersbach. TV-Foto: Christoph Strouvelle

(Morbach) Die Morbacher Schülerfirma United Culture Bridge will mit einem Video für mehr Verständnis zwischen den Kulturen werben. Mit ihrem Konzept, das sie auch anderen Schulen anbieten, nehmen sie am 11. November an der Endausscheidung unter den zehn besten Schülerfirmen Deutschlands teil.

13.10.2016

Christoph

Strouvelle



Mit Videos Geld verdienen und gleichzeitig ausländische Schüler integrieren: Das ist die Idee der Schülerfirma United Culture Bridge der Morbacher Integrierten Gesamtschule (IGS). Anlass sind die ausländischen Schüler, die die IGS besuchen und nur über ungenügende Deutschkenntnisse verfügen. Dazu gehören nicht nur Jungen und Mädchen aus Flüchtlingsländern wie Syrien oder Afghanistan, sondern auch aus EU-Ländern wie Polen, Irland und Rumänien.

Will die Integration der nach Deutschland gekommenen Zuwanderer und deren Kinder gelingen, so müssen schon in der Schule die entsprechenden Weichen gestellt werden, heißt es in der Unternehmensbeschreibung der Schülerfirma. Ziel sei es, mit den neuen digitalen Möglichkeiten an die Zielgruppe näher heranzukommen. „Es geht uns um den ethischen Sinn, wir wollen ein Zeichen der Integration setzen“, sagt Samira Schuh von der Schülerfirma. „Wir wollen Brücken bauen, deshalb heißt unsere Firma United Culture Bridge“, sagt ihre Mitschülerin Karolina Scholtes. Gerade für Flüchtlingskinder sei es wegen der Sprache sehr schwer, jemanden kennenzulernen, sagt Eyleen Goldschmidt. Was mit Speeddating, Schülerpatenschaften und einer Infomappe begonnen hat, ist inzwischen zu einem Videoprojekt geworden.

Mit einem Imagefilm möchten die Mitglieder von United Culture Bridge ihre Mitmenschen sensibilisieren. Die sieben Schüler aus dem zehnten Schuljahr haben mithilfe von technisch versierten Schülern aus dem 12. Schuljahr einen Film gedreht, der sich mit dem Thema Integration beschäftigt.

Und das haben sie offensichtlich sehr gut gemacht, denn sie sind deutschlandweit unter die zehn besten von 280 Schülerfirmen gewählt worden. Am 11. November fahren sie nach Berlin. Dort erfahren sie ihre endgültige Platzierung. Ihre Vorgänger von der Morbacher IGS haben dabei schon einmal den zweiten und einmal den vierten Platz erringen können.

Doch sollen die Schüler anhand der Firma und ihrer Geschäftsidee auch lernen, wie ein Unternehmen funktioniert, wie man Marketing betreibt und seine Produkte an die Kunden bringt. Dazu wollen sie auf ihrem eigenen Stand auf der Morbacher Gewerbeschau, wo sie ihre Firma vorstellen, Papierlämpchen verkaufen mit dem Namen Mutmachhoffnungslichttüte.

Des Weiteren wollen sie anderen Schulen für Geld anbieten, nach deren Vorgaben ebenfalls Videos zu drehen. Der bereits produzierte eigene Film sei dafür die Werbung. „Erste Anfragen haben wir schon“, sagt Petra Melzer-Priestersbach, die zusammen mit anderen Lehrkräften United Culture Bridge betreut. Die Arbeit für den Film sei sehr aufwendig und während der Unterrichtsstunden alleine nicht zu leisten.

„Die Schüler arbeiten sehr viel in ihrer Freizeit“, sagt sie. Dann besuchen die Jungen und Mädchen Schnitt- und Filmseminare oder nehmen an den Demokratietagen in Mainz teil. Das Schneiden sei die meiste Arbeit sagt Eyleen Goldschmidt, die auf dem Internetportal Youtube einen eigenen Kanal betreibt und die Kamera stellt. Überlegungen, was United Culture Bridge mit dem verdienten Geld anfangen will, gibt es auch schon. Ein ausgedienter Gelenkbus soll gekauft, ausgeschlachtet und neu ausgestattet werden und dann auf dem Schulgelände unter dem Namen Café der Kulturen als Begegnungsstätte dienen. Melzer-Priestersbach: „Man darf auch ein Ziel haben und träumen.“