

Gute Ideen mit Kreativität und Köpfchen

Kinzig-Schüler präsentieren ihr Projekt „Wirtschaft am Markt“ bei Jökel

SCHLÜCHTERN

Eine Arbeit, von der viele profitieren: Im Zuge des Projekts „Wirtschaft am Markt“, was Zwölfklässler der Kinzig-Schule in Schlüchtern jedes Jahr durchführen, stellten sich die Schüler als sehr gute Unternehmensberater heraus – in diesem Jahr für die Bauunternehmung Jökel.

Von unserem Redaktionsmitglied JOSEPHIN CHILINSKI

Mit Umfragen, Kreativworkshops und Analysen haben Rebecca Vugdalic (17), Jessica Funke (18), Norah Maienschein (17), Wladimir Lebedev (18), Lea Flach (17), Selina Kowarz (17), Anna Müller (18), Jessica Strieg (18), Felix Müller (18) und Marcus Rose (19) getan, was sie konnten, um die Bauunternehmung Jökel „als Arbeitgebermarke attraktiv zu machen“ – nicht nur zugunsten des Unternehmens, sondern auch für sich selbst. Den Erfolg im Projekt „Wirtschaft am Markt“ können sie sich als Prüfungsleistung anrechnen lassen. Betreut wurden sie von Frank Eidam und Matthias Herrmann. In der Rolle von Unternehmensberatern hatten die Schüler die Aufgabe, Jökel als Arbeitgeber hervorzuheben. Die Bauunternehmung will sich bis 2025 zu einer „Marke“ entwickeln – auch als Arbeitgeber, wie Mathias Zarse als Leiter für Personal, Einkauf



Peter Jökel (rechts, stehend) und Mathias Zarse (daneben) von der Bauunternehmung Jökel bedankten sich bei den Schülern, die sich überlegt haben, wie sich die Firma als Arbeitgeber hervorheben könne. Fotos: Josephin Chilinski

und Buchhaltung erklärt. Für diese Aufgabe hatten die Schüler ein Jahr Zeit. Zunächst verschafften sie sich einen Überblick. „Das war alles andere als einfach“, berichtete eine Schü-

Ausbau der Internetpräsenz

lerin. Es gab wohl an der Schule wenig Unterstützung, viele Fragebögen kamen unausgefüllt zurück.

An Haupt- und Realschulen stellten sie als zentrale Fragen,

welche Tätigkeiten die Schüler bevorzugten, wo und wie sie sich über Ausbildung und Praktika informierten und ob ihnen Jökel bekannt sei. Auch am Ulrich-von-Hutten-Gymnasium und der Fachoberschule für Bautechnik in Fulda wurde gefragt, inwieweit Jökel als Arbeitgeber bekannt sei, was die angestrebten Tätigkeiten sind und wo sich die Schüler über Berufe informieren. An den Universitäten in Gießen, Kassel und Coburg erfragten die Schüler unter anderem das bevorzugte Interessengebiet der Studenten, welche Kriterien für die Praktikumswahl entscheidend sind und auch wieder, ob die Bauunternehmung Jökel bekannt sei.

Aus jedem Bereich wurden etwa 180 Schüler befragt. Das Fazit lautete: Da sich die jungen Leute hauptsächlich im Internet über Berufsmöglichkeiten informieren, wäre ein Ausbau der Internetpräsenz sinnvoll. Zudem müsse die allgemeine Bekanntheit gesteigert werden.

Bei einem Kreativworkshop entwickelten die Schüler einen Flyer, einen Messestand und Plakate. In dem als Haus gestalteten, mehrseitigen Falblatt wurde alles Wichtige vermerkt

– auch, wo man sich bei Interesse bewerben könne. Zudem hatten sich die Schüler eine Doppelfunktion überlegt: Zusammengefasst stellte der Flyer eine Spardose dar, innen war ein Feld für Notizen freigehalten, worin man „mit dem beigelegten Jökel-Kuli“ gleich alles Wichtige notieren kann“, wie eine Schülerin während der Präsentation erklärte.

Auf zwei Plakaten, die etwa an Schulen und Universitäten ausgehängt werden könnten, räumten die Schüler mit eventuellen Vorurteilen auf und machten deutlich, dass Bauberufe auch für Frauen interessant sein können. Auf dem Stand (ebenfalls als Haus dargestellt), mit dem sich die Firma eventuell auf einer Messe präsentieren könnte, war der Leitsatz „Die Baubranche ändert sich – ändere DU dich mit ihr“ zu lesen.

Das sei auch ein gutes Motto für einen neuen Imagefilm. Wie man den am besten dreht, erklärte ein Schüler ausführlich. Genauso wie einen möglichen Ausbau der Homepage, wobei die Schüler ins Detail gingen und unter anderem die Einrichtung einer Jobbörse für Bewerbungen vorschlugen.

Zur Internetpräsenz hatten

die Schüler ein „kleines Experiment“ gestartet. Sie suchten die Bauunternehmung Jökel über Google. Das Ergebnis: Eine defekte Website, ein Imagefilm auf einem fremden Kanal

Plakate, Flyer und ein Stand

und die eine oder andere Pressemitteilung. Was dagegen zu tun sei, erklärten die Schüler ebenfalls. Auch auf die Infoveranstaltungen gingen sie noch einmal ein und sprachen unter anderem von einer Pappfigur des Maskottchens Lorenzo als Flyerspender und möglichen Gewinnspielen.

„Eine sehr ausführliche und gelungene Präsentation“, befanden die Geschäftsführer Peter und Stefan Jökel. Peter Jökel sagte: „Ihr hattet jede Menge interessante Ideen, einige davon hatten wir selber schon und fühlen uns bestärkt, sie umzusetzen. Andere sind für uns ganz neu. Ganz klar ist uns jetzt natürlich, dass wir viel mehr über das Internet erreichen können.“ Auch Zarse, der die Schüler betreut hatte, betonte: „Es hat Spaß gemacht und sich absolut gelohnt.“



Eine Schülerin geht auf die Plakatgestaltung ein.