



Sarah Fabia (von links), Paul-Rudolf Wichert, Esther Dürolf, Jonas Pöschl und Simon Schlosser sind die Sirup-Crew der Stiftsschule.

FOTO: FLORIAN LERCHBACHER

Alles eine Geschmacksfrage

Teenager von der Stiftsschule entwickeln Geschäftsidee für einen Sirup-Dosier-Aufsatz

VON FLORIAN LERCHBACHER

AMÖNEBURG. „Wir liegen mit unserer Idee voll im Trend“, sagt Jonas Pöschl über eine Geschäftsidee, die er gemeinsam mit vier Mitschülerinnen und -schülern entwickelt hat. Beim Landesentscheid von „Business@School“ landete das Stiftsschulsteam allerdings nur auf Platz zwei und verpasste das Deutschlandfinale, in das die Prälats-Diehl-Schule mit einem Schulranzen-Scanner mit Erinnerungsfunktion einzog.

Ein wenig enttäuscht sind die Amöneburger darüber durchaus – schließlich sind sie voll überzeugt von ihrem sorgfältig und detailliert ausgearbeiteten Konzept. Esther Dürolf (18), Sarah Fabia (17), Paul-Rudolf Wichert (17), Jonas Pöschl (18) und Simon Schlosser (18) haben für den Wettbewerb den „flavorlid“ entwickelt – einen Flaschenaufsatz zur richtigen Dosierung von Sirup.

Die Menschen hätten unterschiedliche Vorlieben,

wie ihnen mit süßem Zusatz versetztes Wasser am besten schmeckt, betont Pöschl. Durch den Aufsatz lasse sich die Sirupmenge individuell einstellen. Noch dazu wird der Zusatz erst beim Ausschütten mit dem Wasser gemischt, so dass die Flasche zudem sauber

➔ **Einer der Juroren habe nach der Vorstellung des „flavorlid“ gesagt, er würde am liebsten sofort ins Geschäft gehen und sich einen kaufen.**

von Sirup bleibt. „Das ist ein wachsender Markt“, hebt er hervor – das habe eine Marktanalyse im Vorfeld der Produkt-Entwicklung gezeigt.

Dies sei insbesondere der Fall, seitdem Menschen in Sprudlern das Wasser aus dem Hahn selber mit der gewünschten Menge an Kohlensäure versetzen können, fügt Dürolf hinzu. Bester Beweis

sei, dass das Unternehmen Coca-Cola selber jüngst verschiedene Sirups auf den Markt gebracht habe.

Erster Schritt bei der Teilnahme an „Business@School“ war die Analyse eines Unternehmens. Die Schülerinnen und Schüler nahmen ein Unternehmen unter die Lupe, dem deutschlandweit zahlreiche Mietshäuser gehören. Danach ging's auf lokaler Ebene weiter, um dann in Phase drei eine eigene Geschäfts- oder Unternehmensidee zu entwickeln und auszuarbeiten. Über 20 Seiten lang ist das entsprechende Konzept geworden, das auch einen detaillierten Geschäftsplan enthält. Anforderung sei gewesen, die Idee so zu präsentieren, dass man quasi am nächsten Tag mit Produktion und Vertrieb loslegen kann.

Dazu galt es, auch Angebote einzuholen – was die Fünfergruppe zu großem Lob für heimische Unternehmen bringt, die sich die Zeit nahmen, sich in ein eigentlich nur theoretisches Konzept einzubringen.

Um die Begleitung des Projektes kümmern sich bei „Business@School“ übrigens keine Lehrer, sondern Personen „aus der Wirtschaft“: Im Fall von „flavorlid“ übernahm dies Moritz Hoffmann, der zu dieser Zeit für Viessmann tätig war „und sehr viel Zeit investierte“. Einen Prototypen gibt es auch: Dieser wurde in einem 3-D-Programm entwickelt und dann mittels eines 3-D-Druckers umgesetzt.

Es steckt Herzblut drin – und die Hoffnung auf Realisierung

„Unser Produkt rettet vielleicht nicht die Welt und ist auch kein Quantensprung“, weiß Pöschl. Aber: „Es steckt viel Herzblut darin“, betont Dürolf. Entsprechend wollen die fünf Teenager ihre Idee nicht einfach in der Schublade verschwinden lassen: Sie träumen davon, ihren Sirup-Dosierer auf den Markt zu bringen.

Im Laufe des Wettbewerbes hätten sie schließlich viel gutes Feedback bekommen,

freuen sie sich und berichten, dass einer der Juroren nach der Vorstellung ihres „flavorlid“ gesagt habe, er würde am liebsten sofort ins Geschäft gehen und sich einen kaufen. Als fairen aber auch wirtschaftlichen Preis haben die Schülerinnen und Schüler 9,99 Euro errechnet. Als theoretisch notwendiges Startkapital gehen sie von 250 000 Euro aus – 50 000 wären sofort nötig, weitere 200 000 Euro in der Folge (natürlich lag dafür auch schon ein für das Projekt von einer Bank entworfener Kreditvertrag vor).

Falls also jemand Geld auf der hohen Kante hat, das er oder sie investieren wollen... Wenn dem nicht der Fall sein sollte, so haben die Stiftsschülerinnen und -schüler aber auch so während des Projektes viel gelernt, vor allem für das Leben: „Wir sind auch menschlich daran gewachsen“, sagt Pöschl und betont: „Außerdem haben wir einen krassen Einblick in die Wirtschaftswelt bekommen. Das ist auch ein Privileg.“