

Schüler schreiben: Ein Projekt der Frankfurter Allgemeinen Zeitung und des Bundesverbandes deutscher Banken

Den Euro absägen

Karsten Schienagel verdient sein Geld mit Geld

Gerda Johanna Werner war das Modell für die Baumpflanzerin auf der Rückseite der deutschen 50-Pfennig-Münze. Im Jahr 1999 überreichte ihr die Stadt Darmstadt ein ungewöhnliches Bildnis ihrer selbst. Auf einer Veranstaltung zu Ehren ihres Mannes, des 1949 verstorbenen Bildhauers Richard Martin Werner, der das 50-Pfennig-Motiv entworfen hatte, schenkte man Gerda Werner ein ausgesägtes, vergoldetes und zur Anstecknadel verarbeitetes 50-Pfennig-Stück. Angefertigt hatte dies der Essener Münzsäger Karsten Schienagel.

Seit 1992 macht der gelernte Masseur aus Münzen Schmuck. War es anfangs nur eine Freizeitbeschäftigung, um Freunde und Bekannte zu beschenken, so bezeichnet sich Schienagel seit 1995 als „professionellen Münzsäger“ und betreibt seitdem sein eigenes kleines Unternehmen im Essener Stadtteil Frohnhausen. „Seitdem mache ich beruflich nichts anderes mehr und lebe davon“, sagt Schienagel. In seinem Betrieb sägt er die Motive von Münzen aus aller Welt in Handarbeit aus und verarbeitet sie zu Schmuck. Dieser reicht von Kettenanhängern und Anstecknadeln bis hin zu Ohrringen und Krawattenklammern. Zwar ist die Bearbeitung von Geld ein sensibler Bereich, doch gibt es in Deutschland kein Gesetz, das dem Münzsäger verbietet, aus Münzen Schmuck herzustellen.

Es gibt einfache Kopf-Motive, bei denen es 45 Minuten dauert, sie auszusägen, es gibt aber auch Motive, die 30 Stunden beanspruchen. Das Sägen einer Zwei-Euro-Münze dauere zum Beispiel auf der Adler-Seite etwa zwei Stunden, auf der anderen Seite jedoch vier bis fünf Stunden. „Je nachdem, wie filigran das Motiv ist, dauert es entsprechend länger.“ Grundständig eignen sich fast alle Münzen zum Sägen. „Es gibt da aber eine aus Brasilien, die sehr schwer auszusägen ist, weil das Metall immer zerspringt.“ Die Werkzeuge werden immer moderner und präziser. Heute haben Sägen eine Genauigkeit von 0,2 Millimetern. Die Kundschaft ist bunt gemischt. Es gebe sowohl junge Kunden unter 20 Jahren, die einfach das Motiv schön finden oder die Arbeit schätzen, als auch ältere Menschen, die sich an die deutsche Mark von früher erinnern und dazu eine schöne Assoziation haben. Im Jahr verkauft Schienagel rund 500 Münzen.

Die meisten Verkäufe tätigt er auf Messen und Märkten mit bis zu 50 000 Besuchern. Hier erzielt Schienagel rund drei Viertel seines Gesamtumsatzes. Die dort verkauften Münzen hat er schon vorher ausgesägt und verarbeitet. Sie werden meist von der Laufkundschaft erworben. Der restliche Umsatz ergibt sich aus individuellen Aufträgen. Die mit Abstand am meisten verkaufte Münze ist das 50-Pfennig-Stück mit etwa 30 Prozent, es hat den höchsten Wiedererkennungswert, „wenn ich potentiellen Kunden das ausgesägte Stück zeige, wissen alle, was meine Arbeit ist“. Seit der Einführung des Euro stieg die Nachfrage nach D-Mark-Münzen, aber auch der Euro selbst interessiert die Kunden sehr. Die Preisspanne reicht von 18 bis 430 Euro, das 50-Pfennig-Stück kostet 35 Euro.

Schienagel hat einen Materialvorrat von mehreren tausend Münzen und mehr als tausend Motive aus gut 180 verschiedenen Ländern von Ägypten bis Zypern. Die Münzen stammen von Reisen und von Münzhändlern. „Auch Ebay ist ein guter Markt für Spezielles, aber die meisten Kilos bekomme ich durch Münzreste wie Urlaubsgeld oder abgelaufenes Geld von Freunden, Bekannten und auch von Leuten, die ich vom Markt kenne“, sagt Schienagel. Kunden können ihm auch ihre eigenen Münzen zusenden und sie zu Schmuck verarbeiten lassen. Ein Ehepaar hat sogar bei der Hochzeit statt der Eheringe ausgesägte Münzen ausgetauscht. Und ein argentinischer Pferdezüchter beauftragte Schienagel, aus einer Metallplatte ein Brandzeichen herzustellen. „Er wollte zwar keine Münze, aber er hat erkannt, dass ich Metall gut aussägen kann.“

Laut Schienagel gibt es rund ein Dutzend professionelle Münzsäger in Deutschland, die diese Tätigkeit hauptberuflich ausüben und sich selbstständig gemacht haben. Diese sieht Schienagel nicht als Konkurrenz. Denn einige seiner Kunden haben Schmuckmünzen erstmals bei anderen Münzsägern gesehen und dann bei ihm eingekauft, und umgekehrt sei es genauso. „Wir schaukeln uns die Kunden quasi gegenseitig zu.“ Angesichts der Euro-Krise weiß Schienagel, wie viel er dem Euro zu verdanken hat, und hofft auf die Rettung seines angeschlagenen Arbeitgebers.

Hedayat Hemat
Tannenbusch-Gymnasium, Bonn

Die Pappenheimer

Stange stützt sich auf Möbel zum Zusammenfallen

Wer umzieht, dem graut es davor, Möbel abzubauen, zu schleppen und dann woanders wieder aufzubauen. In Berlin Tempelhof gibt es ein Unternehmen, das all das erleichtert. Die Stange Design GmbH fertigt herkömmliche Möbel und Dekorationsartikel aus Pappe. Der Inhaber und Geschäftsführer Hans-Peter Stange experimentierte in den siebziger und achtziger Jahren mit Pappe. Geprägt von der ersten grünen Welle beschloss der Kunstgeschichtler und Industriedesigner dann, Billigmöbel durch ein ungewöhnliches Material und seine Gestaltung zu veredeln. Bei den Pappmöbeln handelt es sich um beliebte Erstaussstattungen unter Studenten, Existenzgründern und Familien mit Kindern. Für einige sind sie nur eine Übergangslösung, andere behalten den Stil als Kultobjekt. Ein Pappmöbelstück lässt sich von maximal zwei Personen ohne Kraftaufwand transportieren und montieren. Es sind keine speziellen Werkzeuge oder Montagekenntnisse erforderlich.

Lösungen für die Industrie. Die Innenbahnen der Pappe bestehen aus Altpapier, die Deckbahnen aus Frischfaserpapier, das eine längere Lebensdauer hat. Mit Mais- oder Kartoffelstärkeleim werden die Papierbahnen verklebt. Vor der Wellpappproduktion werden die Oberflächen mit wasserlöslichem Lack bedruckt. Naturbelassene und farbige Wellpappe ist vollständig wiederverwertbar.

Jährlich gehen etwa 45 000 Pappmöbel mit Online-Bestellung oder im Direktverkauf über die Ladentheke. Verkaufsschlager sind Stanges erstes Produkt, der Falthocker Maks, mit 1500 Stück im Jahr sowie das Bett Dream mit 2000 Stück. Maks wiegt zwar nur ein Kilogramm, hat aber eine Tragfähigkeit von einer Tonne. Dies wird durch die Kombination der Wellpappe-Eigenschaften mit einem einfachen Faltsystem erreicht. Simple Steck- und Faltschnitten lassen aus zwei flachen Zuschnitten einen Raumkörper entstehen.

Die Preisspanne bei Normalmöbeln liegt zwischen 20 und 200 Euro. Für Präsentations- und Messmöbel beginnen die Preise bei 12 Euro und reichen bis zu mehr als 8000 Euro für Sonderanfertigungen. Der Umsatz im Jahr 2011 beträgt rund 1,2 Millionen Euro. Aktionsstände und Warenträger für Ausstellungen, Messen und Veranstaltungen sind neben den Möbeln zum zweiten Standbein für Stange geworden. Aufträge von Werbeagenturen, Dekorations- und Messebauern machen 75 Prozent des Umsatzes aus, die übrigen 25 Prozent werden durch den Verkauf an Privatpersonen erzielt. Die Nachfrage steigt. Durch den Papierbedarf Chinas sind die Preise auf dem europäischen Markt für das zur Herstellung von Wellpappe benötigte Papier zuletzt deutlich gestiegen. Auf dem Markt für Pappmöbel gibt es in Deutschland nur wenig Konkurrenz.

Das Design lässt Raum für die Kreativität der Kunden. Bei Großveranstaltungen und Ausstellungen werden die Hocker mit Firmenlogos, Symbolfarben und Tagungsprogrammen bedruckt. In den Familien kann sich jeder seinen Hocker mit Wasserfarbe oder Wachsmalstiften bemalen oder mit Papier und Folien bekleben. Um die Möbel vor Feuchtigkeit und Schmutz zu schützen, kann man die Oberflächen mit wasserlöslichen Acryllacken lackieren. Die Produkte sind genauso leicht oder schwer entzündlich wie unbehandelte dünne Holzplatten. Für öffentliche Veranstaltungen kann das Material imprägniert werden, damit es gegen Feuer resistent ist.

In den vergangenen Jahren hat sich der Kundenkreis verstärkt auf Veranstaltungs- und Ausstellungsunternehmen ausgedehnt. Bekannte Namen wie die Deutsche Bahn, die Post, Audi und die Allianz haben Stange Design für sich entdeckt, zum Beispiel für Präsentationsobjekte und Dekorationsstücke. Dies führt immer wieder zu kuriosen Aufträgen, etwa zu einer behäbigen Camera obscura, einem Skelettunterkörper für einen Trekkinganbieter oder Riesenengel und Weihnachtsbäume für einen Energiekonzern.

Bianca Viscione
Lise-Meitner-Gymnasium, Grenzach-Wyhlen

Wie sich Kinder Kaugummis andrehen

Für viele ist der Gang zum Automaten das erste kleine Geschäft im Leben. Aber die Umsätze mit den bunten Kugeln sinken.

U ngefähr 500 000 Kaugummi-automaten gibt es in Deutschland, erklärt Thomas Witt, Geschäftsführer des Bundesverbandes der Warenautomatenaufsteller (BWA). Die meist roten Apparate mit dem lockenden Inhalt kamen in der Nachkriegszeit mit den Kaugummis hierher. Damals erlebte die Branche „goldene Zeiten“, meint Automatenaufsteller Heiko Schütz aus Unna. Doch inzwischen ist es schwieriger geworden, einen hohen Umsatz zu erzielen. „Das Geheimnis liegt in der Zahl“, sagt Witt. Thomas Krist, der Erste Vorsitzende des Verbands Automaten Fachaufsteller (VAFA), erläutert, dass ein Aufsteller mindestens 2500 Kaugummi-automaten benötigt, um von ihnen leben zu können. „Es gibt immer weniger Aufsteller, die jeweils umso mehr Automaten besitzen“, ergänzt Witt. Waren es seiner Ansicht nach vor 30 Jahren noch schätzungsweise 10 000 Aufsteller, so haben im Laufe der Jahre „die Großen die Kleinen aufgekauft“, so dass noch etwa 2000 Betriebe übrig geblieben sind, von denen ein großer Teil nur als Nebenbetrieb arbeitet.

Der mit einem Kaugummi-automaten erzielte Umsatz hängt vom Standort, vom Einzugsgebiet und natürlich vom Inhalt ab. „Früher sind die Kinder zum Automaten gekommen, heute müssen die Automaten zu den Kindern kommen“, sagt Krist. Deshalb findet man sie oft in der Nähe von Schulen, Bushaltestellen und auf Schulwegen. Nils Miksch, Geschäftsführer der Kinderplanet GmbH aus Busseck bei Gießen, eines der eigenen Angaben zufolge größten Vermieter, Aufsteller und Großhändler von Kinderunterhaltungsgeschäften in Deutschland, bezeichnet den Umgang mit dem Kaugummi-automaten als „das erste eigene Geschäft“, das Kinder abschließen.

Alexandra Gambel, Inhaberin eines Automatenvertriebs aus Adelsdorf in Mittelfranken, vertreibt Kaugummi-automaten. Außenapparate kosten zwischen 67,50 und 84,90 Euro, der Preis der Gehäuse dafür beginnt bei 100 Euro. Gambel verkauft jährlich zwischen 300 und 400 Automaten. Viele Privatleute zählen zu ihren Kunden, aber auch in der Gastronomie sind die Geräte gefragt. Gambel bezieht ihre Automaten teils aus China und teils von Großhändlern wie Thomas Krist, der einen Automatenwareneinzelhandel in Lorch betreibt. Seine Kunden seien zu 95 Prozent Automatenaufsteller. Ein Warenautomat besteht aus vielen Plastikteilen, die in Krist's Unternehmen gespritzt



Wartet auf Wartung: Gut gefüllter Anbieter von Automatenleistung in Frankfurt

Foto Maria Irl

und zusammengebaut werden. Jedoch kauft der gewerbliche Aufsteller laut Krist vor allem gebrauchte Geräte. Jährlich verkauft Krist zwischen 300 und 3000 Stück, die Zahl schwankte von Jahr zu Jahr stark. Befüllt werden die Automaten hauptsächlich mit Kaugummis aus China oder Kanada, die etwa zwei Jahre haltbar sind. Die Aufsteller hängen die Automaten an Hauswänden oder Zäunen auf. Dazu benötigt man das Einverständnis der Eigentümer, die eine Provision bekommen. Nach Angaben von Schütz liegt diese, je nach Standort, bei 10 bis 20 Prozent des erreichten Umsatzes. „Gelegentlich werden auch Jahrespauschalen gezahlt.“ Alle drei bis fünf Monate werden die Automaten neu befüllt und ausgetauscht, „stark frequentierte Standorte besuchen wir noch öfter“, sagt Schütz. In der Werkstatt werden die ausgetauschten Automaten für die nächste Tour hergerichtet.

Natürlich kommt es auch vor, dass Kaugummi-automaten beschädigt werden: „Da haften wir selbst, kaputtet weg, neuer hin“, sagt Gerhard Jahn, Automatenaufsteller aus Kammeltal. Seit 26 Jahren ist Jahn in dieser Branche tätig und stellt seine mittlerweile mehrere tausend Kaugummi-automaten in Süddeutschland auf. Jährlich erzielt er einen Umsatz von mehr als 100 000 Euro, sein Gewinn beträgt 20 Prozent vom Umsatz. Heiko Schütz, der sich selbst „Kaugummimann“ nennt, ist seit 2007 in der Branche tätig. Er hat seinen alten Beruf in einem Groß- und Einzelhandel für Raumausstattung an den Nagel gehängt, um etwas Neues auszupro-

bieren. Den durchschnittlichen Umsatz einer seiner zwischen 1500 und 2500 Automaten schätzt er auf 48 Euro je Schacht und Jahr. Ein Problem sei der stark schwankende Umsatz. Weil sich die demographische Struktur rund um die Automaten verändert, müssen sich die Aufsteller mit ihrer Standortwahl anpassen.

Nils Miksch verkauft auch selbstgebaute Kaugummi-automaten. Allerdings sind dies nur 50 Stück im Jahr, die je nach Bauart, zwischen 50 und 600 Euro kosten. Kinderplanet erzielt einen Jahresumsatz von 1,2 Millionen Euro, davon werden 2 bis 3 Prozent als Gewinn verzeichnet. Miksch sieht den Kaugummi-automaten durch die wachsende Warenvielfalt und die daraus resultierende zunehmende Spezialisierung bedroht.

Die Euro-Umstellung im Jahr 2001 führte laut Thomas Witt zu einer Reduzierung der Zahl der Kaugummi-automaten. Viele Aufsteller scheiterten an der Umrüstung. Die Umstellung der in den Automaten enthaltenen Münzprüfanlagen kostete 20 Euro je Automat. Witt schätzt, dass es vor der Währungsumstellung 100 000 bis 200 000 Automaten mehr gegeben habe. „Die stark rückläufige Kinderzahl macht unserer Branche schwer zu schaffen“, sagt Krist. Es werde für die Aufsteller immer schwieriger, neue Standorte mit hohen Frequenzen zu finden. Denn der Kaugummi-automat habe das Image „da ist nichts Gutes drin“. Hinzu komme der Verdrängungswettbewerb unter den Aufstellern. Die Branche ist geprägt durch die Konkurrenz um die neuesten Trends und die erfolgreichsten Standorte.

Für die Zukunft der Außenautomaten sieht Nils Miksch schwarz. Die Branche habe in den vergangenen Jahren sinkende Umsätze verzeichnet. Erschwerend kommen steigende Hygienevorschriften hinzu, an die sich die Aufsteller als lebensmittelverarbeitende Betriebe halten müssen. Die Kaugummi-automaten sind laut Miksch ein ziemlich Grenzgebiet. Im Jahr 2008 wurde eine neue EU-Verordnung eingeführt, die die Automatenaufsteller zur Kennzeichnung verpflichtet. Von außen müsse das Mindesthaltbarkeitsdatum des Inhalts, dessen Inhaltsstoffe und der Produktweg sichtbar gemacht werden.

„Wir schauen optimistisch in die Zukunft“, sagt dagegen der Automatenaufsteller Schütz. Und der VAFA sucht nach neuen Trends für Aufsteller. Krist spricht vom „Nischen-Entdecken“, um weiteren Umsatz zu machen. Kaugummi auf „knalligere, auffälligere Weise“ zu verkaufen sollte laut Thomas Witt das Bestreben der Aufsteller sein. Durch seine praktische Bauweise sei der Kaugummi-automat seit mehr als 40 Jahren unverändert geblieben. „So lange es Menschen gibt, die sich die Mühe machen, die Automaten zu befüllen und zu pflegen, wird es auch noch Kaugummi-automaten geben.“ Entscheidend für die Zukunft der Branche sind aber letztlich die Kinder. Werden sie auch in Zukunft ihr Taschengeld in den Kaugummi-automaten werfen und mit strahlenden Augen darauf warten, dass eine süße, bunte Kugel aus dem Schacht fällt?

Sabrina Ludwig
Landgraf-Ludwigs-Gymnasium, Gießen

Sie liegen fleißig auf der faulen Haut

Damit Bakterien effektiv arbeiten, muss Kompost ständig umgesetzt werden

M it dem Umweltbewusstsein wächst das Interesse, Müllberge zu vermeiden. Die Verwertung organischer Abfälle ist eine Recycling-Möglichkeit. Im kleinen Rahmen für den heimischen Garten ist das Kompostieren vielen vertraut. Wie dies in größeren Dimensionen funktioniert und welche Maschinen dafür nötig sind, erfährt man bei der Backhus GmbH in Edewecht im Ammerland. „Der Kompost muss regelmäßig umgesetzt werden, damit die Bakterien genug Sauerstoff bekommen und schneller arbeiten können“, erklärt Marketingleiter Martin Pluschkat. „Mit der maschinellen Bearbeitung verrotten die Rohmaterialien in drei bis vier Wochen, ohne dauert dieser Vorgang bis zu einem Jahr.“



Umsätze mit Umsetzern Foto Imago

Backhus ist auf dem Gebiet der sogenannten Kompostumsetzer weltweiter Marktführer. Die Maschinen bringen mit Rotoren gleichmäßige Luft in den Kompost und lockern ihn auf. Gegründet wurde das Unternehmen 1985, die Idee zur Entwicklung der Umsetzer kam dem Geschäftsführer Friedrich Backhus, als er auf der Suche nach einem derartigen Gerät für seinen damaligen Betrieb, der organische Düngemittel herstellte, nicht fündig wurde. Die Produktpalette reicht von flexibel einsetzbaren Fertiglösungen im 20-Fuß-Container-Standardmaß für die Umsetzung der Küchenabfälle von Groß-

küchen und Hotels bis zu mehr als dreieinhalb Meter großen, tonnenschweren Maschinen für Recycling-Betriebe. Umgesetzt werden landwirtschaftliche Abfälle, Grünschnitt, Klärschlamm und anderer organischer Müll. Bei der Verrottung entsteht hochwertiger Kompost, der als Dünger verwendet und verkauft werden kann.

In jedem Jahr werden bei Backhus 70 bis 75 Maschinen verkauft, die zwischen 29 000 und 1 Million Euro kosten; durchschnittlich sind es etwa 250 000 Euro. Die Kunden sind inzwischen hauptsächlich ausländische Unternehmen. Die Exportquote liegt bei 85 bis 90 Prozent. „Der deutsche Markt ist weitgehend gesättigt“, erläutert Backhus, hier gebe es fast nur noch Ersatzbedarf. Große Absatzmärkte finden sich in den Schwellenländern und in denjenigen Industriestaaten, die hinsichtlich Umweltschutz und Recycling Nachholbedarf haben. Geliefert wird in mehr als 60 Länder, Tendenz steigend. Der hierzulande einzige große Hersteller von Kompostumsetzern hat eigenen Angaben zufolge einen weltweiten Marktanteil von 26 bis 32 Prozent. Den Rest teilen sich fünf Konkurrenten und einige Hersteller von Landmaschinen. „Wachsende Probleme haben wir jedoch mit Konkurrenten, die in strukturschwachen Regionen Europas ansässig sind und Subventionen für Exporte von der EU erhalten. Mit deren niedrigen Preisen können wir nicht mithalten, und wir haben deshalb bereits einige wichtige Kunden verloren“, sagt Backhus.

Umso wichtiger ist es für das Unternehmen, sich durch effiziente und innovative Konzepte von den Mitbewerbern abzugrenzen. In der Entwicklung neuer Umsetzersysteme geht es nicht nur um technische, sondern auch um biologische Aspekte. „Wir wissen, unter welchen Voraussetzungen die Mikroorganismen am schnellsten arbeiten, und berücksichtigen dies bei der Entwicklung“, erklärt Backhus. Kunde Robert Lewis von der Nutramul Ltd. im englischen Yorkshire, die seit fünf Jahren einen Kompostumsetzer von Backhus verwendet, sagt: „Mit Hilfe des neuen Umsetzers konnten wir die Zeit der Verarbeitung bis zum fertigen Kompost um 50 Prozent verkürzen im Vergleich zum Umsetzer mit Ladeschaufeln und Baggern.“

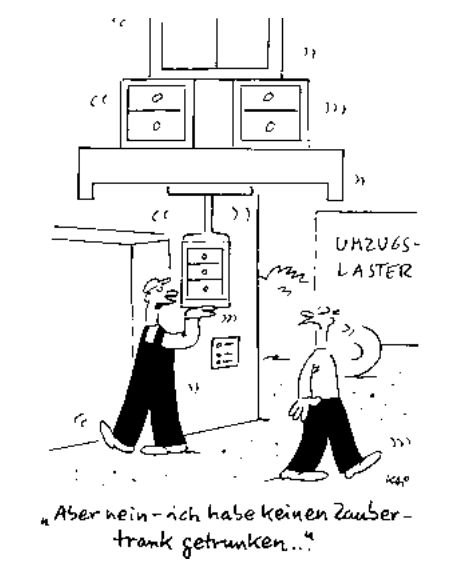
Der Umsatz von Backhus ist in den vergangenen Jahren gewachsen, von 10,1 Millionen Euro im Jahr 2008 auf 13,2 Millionen Euro 2010; für das Geschäftsjahr 2011 erwartet man 13,6 Millionen Euro. 2009 konnte das Unternehmen, das 55 Mitarbeiter beschäftigt, einen Gewinn vor Steuern von 750 000 Euro erwirtschaften. Seitdem hat sich dieser erhöht.

„In Zukunft werden wir weiter expandieren und auch völlig neue Märkte erschließen“, meint Backhus. Dazu zählen vor allem zwei Länder: Indien und Brasilien. In Indien stehen die Regulierung der Abfallverwertung und die professionelle Kompostierung noch am Anfang. In Brasilien besteht aufgrund der weit verbreiteten Plantagenwirtschaft viel Potential für

Backhus. Auch der amerikanische Markt ist langfristig von Bedeutung. Dort sei ein gesteigertes Interesse an einer effizienten Abfallentsorgung spürbar, berichtet Backhus, auch wenn die Wirtschaftskrise die Nachfrage zurzeit stark beeinträchtigt.

Gute Aussichten bestehen auch insgesamt für den weltweiten Absatzmarkt. Neben den Bemühungen zahlreicher Regierungen, neue Umweltauflagen zu erfüllen, hat auch der hohe Ölpreis positive Auswirkungen. „Mit dem Ölpreis steigt der Preis für den daraus hergestellten Kunstdünger“, erklärt Backhus. „So wird Dünger aus pflanzlichen Rohstoffen stärker konkurrenzfähig, was wiederum unseren Absatz ankurbelt.“

Nils Neubauer
Gymnasium Bad Zwischenahn-Edewecht



derlich. Bei Nichtgebrauch lassen sich die Möbel im Keller raumsparend stapeln.

Stange gründete sein Unternehmen 1985. Das war nicht einfach. Denn kaum jemand vergibt gerne Kredite für das Konzept Pappmöbel. Also muss man genug Geld verdienen, um in die benötigten Maschinen investieren zu können. Heute hat Stange Design 15 Mitarbeiter.

Eigene Designer gestalten die Produkte und begleiten sie vom ersten Entwurf bis zum Vertrieb. Inzwischen werden nur noch die in kleinen Auflagen erzeugten Produkte und Ausstellungsstücke in Berlin hergestellt. Für diese Unikate und besonders schwierige Formen wird eine der beiden CAD-Fräsen eingesetzt. Großmengen wie Betten, Hocker und dergleichen werden extern produziert. Vom Entwurf bis zum fertigen Produkt dauert es nur zwei Wochen.

Die Möbel von Stange sind vielseitig einsetzbar: als Konsumgüter, im Präsentations- und Messebau, als Einzelstücke für Veranstaltungen oder auch als technische

| | |
|---|--|
| Frankfurter Allgemeine ZEITUNG IN DER SCHULE | |
| bankerverband BUNDESVERBAND DEUTSCHER BANKEN | |
| Mehr zu den Projektpartnern im Internet unter www.jugendundwirtschaft.de | |
| Verantwortlicher Redakteur: Dr. Lukas Weber | |
| Verantwortlich im Bankenverband: Anke Papke | |
| Pädagogische Betreuung: IZOP-Institut zur Objektivierung von Lern- und Prüfungsverfahren, Aachen Ansprechpartner: Dr. Titus Maria Horstschäfer | |
| An dem Projekt „Jugend und Wirtschaft“ nehmen teil: Bad Iburg, Gymnasium * Bad Zwischenahn, Gymnasium Bad Zwischenahn-Edewecht * Baden-Baden, Richard-Wagner-Gymnasium * Berlin, Drost-Hülshoff-Gymnasium * Berlin, John-Lennon-Gymnasium * Bonn, Clara-Schumann-Gymnasium * Bonn, Tannenbusch-Gymnasium * Bremen, Schulzentrum Rockwinkel * Bremerhaven, Schulzentrum Geschwister Scholl * Büdingen, Wolfgang-Ernst-Gymnasium * Bünde, Freiherr-vom-Stein-Gymnasium * Burgwedel, Gymnasium Großburgwedel * Cham, Robert-Schumann-Gymnasium * Cottbus, Max-Steenbeck-Gymnasium * Diepholz, Graf-Friedrich-Schule * Dorfen, Gymnasium * Dortmund, Mallinckrodt-Gymnasium * Duderstadt, Eichsfeld-Gymnasium * Frankenthal, Albert-Einstein-Gymnasium * Frankfurt/Main, Europäische Schule * Frankfurt/Main, Musterschule * Freiburg i. Br., Berthold-Gymnasium * Freiburg i. Br., Rotteck-Gymnasium * Freiburg i. Br., Wentzinger-Gymnasium * Fulda, Winfriedschule * Geisenheim, Internat Schloss Hohenberg * Gießen, Landgraf-Ludwigs-Gymnasium * Gladbeck, Riesener-Gymnasium * Grenzach-Wyhlen, Lise-Meitner-Gymnasium * Hamburg, Gymnasium Ohmoor * Herdecke, Friedrich-Harkort-Schule * Kaiserslautern, Albert-Schweitzer-Gymnasium * Kaltenkirchen, Gymnasium * Kassel, Engelsburg-Gymnasium * Konz, Gymnasium * Leonberg, Johannes-Kepler-Gymnasium * Lörrach, Hans-Thoma-Gymnasium * Lübben, Oberstufenzentrum Dahme-Spreewald * Mannheim, Integrierte Gesamtschule Mannheim-Herzogenried * Moers, Gymnasium in den Filder Benden * Münster, Johann-Conrad-Schlaun-Gymnasium * Nauen, Leonardo da Vinci Campus * Neu-Isenburg, Goetheschule * Neunkirchen/Saar, Gymnasium am Steinwald * Oberursel, Feldbergschule * Oppenheim, Gymnasium zu St. Katharinen * Osnabrück, Ursulaschule * Ravensburg, Albert-Einstein-Gymnasium * Saarbrücken, Günter-Wöhe-Gymnasium für Wirtschaft * Stuttgart, Fanny-Leicht-Gymnasium * Stuttgart, Geschwister-Scholl-Gymnasium * Sundern, Städtisches Gymnasium * Ulm, Schubart-Gymnasium * Wernigerode, Gymnasium Stadtfeld * Wildau, Gymnasium Villa Elisabeth * Würzburg, Friedrich-Koenig-Gymnasium * Zwickau, Peter-Breuer-Gymnasium | |