

business@school-Deutschlandfinale

Zündendes Produkt: Städtisches Siebengebirgsgymnasium aus Bad Honnef gewinnt mit Kakao-Grillanzünder das Finale um die beste Geschäftsidee Deutschlands

Mit „FuEco“, einem nachhaltigen Grillanzünder aus Kakaobohnenschalen, überzeugten vier Schülerinnen und Schüler des Städtischen Siebengebirgsgymnasiums beim digital durchgeführten Deutschlandfinale von business@school, der Bildungsinitiative der internationalen Unternehmensberatung Boston Consulting Group (BCG). Den zweiten Platz belegte das Team der Erzbischöflichen Liebfrauenschule aus Köln mit einem Liniensystem für die Markierung des eigenen Basketballfelds. Auf Platz drei landete das Team des Augustum-Annen-Gymnasiums aus Görlitz mit zweischichtigen Gemüsechips aus der ganzen Möhre.

München, 22. Juni 2021. „Der Salat ist angemacht, die Gäste treffen ein, der Grill wird angeheizt – und im Garten riecht es wie im Industriegebiet“, führt Josephine (17) in die Präsentation ein. Ein bekanntes Problem bei Grillanzündern auf Erdölbasis – aber zusammen mit Alina (16), Teamsprecher Erich (17) und Luis (16) hat Josephine vom Städtischen Siebengebirgsgymnasium aus Bad Honnef eine Alternative entwickelt: die Anzündhilfe „FuEco“, die aus dem Abfallprodukt Kakaobohnenschalen, Rapswachs und einem Hanfdocht besteht und lecker schokoladig riecht. Die Zusammensetzung sorgt für eine kurze Entzündzeit und eine lange Brennbarkeit – ideal für einen Grillanzünder. Einen prominenten Unterstützer hat das Team bereits gefunden: Als Werbebotschafter konnte es Reiner Calmund gewinnen. Mit seiner Geschäftsidee konnte sich das Bad Honnefer Team gegen die neun besten anderen Schülerteams aus ganz Deutschland behaupten und das Deutschlandfinale von business@school gewinnen.

„Wir haben natürlich auf den Sieg gehofft, aber damit gerechnet ... Nein, für uns war es schon großartig, überhaupt im Finale zu stehen“, freut sich Alina. In den letzten Wochen haben die Erfinder von FuEco nochmal weiter an der Idee getüftelt: „Wir hatten eine knappe Woche Zeit, um unsere Präsentation zu überarbeiten. Diese Zeit war sehr intensiv“, berichtet Josephine. Dass die vier ihre Idee nun auch in die Tat umsetzen wollen, stand aber bereits vor dem Finale fest, wie Teamsprecher Erich erzählt: „Wir haben uns vor einigen Tagen entschieden, dass wir gründen werden.“ Denn eines hat das Team durch die

business@school
A BCG INITIATIVE

Karolina Huber
Pressestelle

Ludwigstraße 21
80539 München

Tel. +49 (0)89 2317-4327
Mobil +49 (0)170 334 4327
presse@business-at-school.net



Teilnahme an business@school auf jeden Fall gelernt, so Erich: „Unser Fazit ist, dass man alles schaffen kann, wenn man es will.“

Virtuelle Live-Präsentation vor hochkarätiger Jury

Trotz Schulschließungen und Distanzlernen arbeiteten insgesamt mehr als 1.000 Oberstufenschülerinnen und -schüler von rund 70 Schulen mit viel Eigeninitiative und in digitaler Teamarbeit beeindruckende Geschäftsideen samt Businessplänen aus. Ihre Lehrkräfte sowie rund 400 Betreuerinnen und Betreuer von mehr als 20 namhaften Wirtschaftsunternehmen und von BCG unterstützten sie dabei. Anstatt ihre Geschäftsideen live in München zu präsentieren, stellten die Teams sie in einer Videokonferenz vor und beantworteten anschließend die kritischen Fragen der hochkarätigen Jury. „Trotz der Herausforderungen haben die Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit Elan, Durchhaltevermögen und Resilienz an ihren Geschäftsideen gearbeitet und neue Wege des Lernens entdeckt. Das zeigt: Sie sind alles andere als eine verlorene Generation. Die Schülerinnen und Schüler beherrschen viele Kernkompetenzen, die sie in Zukunft weit voranbringen werden – auch wenn sie nicht auf dem Lehrplan stehen“, betont Jurymitglied Matthias Tauber, Managing Director und Senior Partner der Boston Consulting Group. Auch inhaltlich konnten die Schülerinnen und Schüler überzeugen: So lobte die Jury das Bad Honnefer Team ausdrücklich neben der ausgereiften Produktidee für das starke Marketingkonzept und die erfolgreichen Verhandlungen mit den Kooperationspartnern: Unter anderem konnte das Team bereits Abnahmevereinbarungen mit toom, REWE, EDEKA, Kaufland und Rossmann vorweisen.

Die Jury bestand aus:

- **Dr. Andreas Dinger**, Managing Director und Senior Partner, Boston Consulting Group
- **Sabine Eckhardt**, Chief Executive Officer Central Europe, Jones Lang LaSalle SE
- **Jochen Engert**, Founder and CEO, FlixMobility GmbH
- **Christina Foerster**, Mitglied des Vorstands, Chief Customer Officer, Deutsche Lufthansa AG
- **Matthias Tauber**, Managing Director und Senior Partner, Boston Consulting Group
- **Jens Uhendorf**, Partner, Hogan Lovells International LLP
- **Ute Wolf**, Mitglied des Vorstands, CFO, Evonik Industries AG

„Courtable“ holt zweiten Platz an die Erzbischöfliche Liebfrauenschule aus Köln

Knapp hinter dem Siegerteam aus Bad Honnef landeten eine Schülerin und vier Schüler der Erzbischöflichen Liebfrauenschule aus Köln auf Platz zwei. Anno

business@school
A BCG INITIATIVE

Karolina Huber
Pressestelle

Ludwigstraße 21
80539 München

Tel. +49 (0)89 2317-4327
Mobil +49 (0)170 334 4327
presse@business-at-school.net



(17), Teamsprecherin Carla (16), Christian (16), Justus (16) und Kolja (17) waren bei der Suche nach der besten Schüler-Geschäftsidee mit „Courtable“ angetreten, einem Liniensystem für die Markierung des eigenen Basketballfelds. Es lässt sich schnell auf- und abbauen, entspricht den offiziellen Maßen und ist damit ideal für das private Training geeignet. Zum Preis von 40 US-Dollar will das Team das Produkt vorrangig in den USA verkaufen. Als Botschafter konnte es Basketball-Legende Dirk Nowitzki gewinnen. Die Jury war sich einig: „Ein leidenschaftliches Team mit einer klaren und mutigen Vision.“

Dritter Platz für das Augustum-Annen-Gymnasium aus Görlitz und „Ganze Pflanze“

Mit „Ganze Pflanze“, zweischichtigen Gemüsechips aus der ganzen Möhre, erreichten drei Schülerinnen und ein Schüler des Augustum-Annen-Gymnasiums aus Görlitz den dritten Platz. „Wir sagen der Lebensmittelverschwendung den Kampf an“, verkündeten Teamsprecherin Emma (17), Johann (17), Johanna (16) und Louise (17) zu Beginn ihrer Präsentation. Ihr Produkt fokussiert sich auf die Vollverwertung von Gemüse – die Möhrenwurzel wird in Scheiben gedörrt und mit dem pürierten und gewürzten Möhrengrün bestrichen. Beim Einkauf setzt das Team auf Bioprodukte und arbeitet bereits an weiteren Gemüsesorten. „Ein super Produkt – gesund und nachhaltig – mit einer konsistenten Strategie“, resümierte die Jury.

Am Deutschlandfinale nahmen insgesamt zehn Teams teil:

- **Augustum-Annen-Gymnasium, Görlitz: Ganze Pflanze** – zweischichtige Gemüsechips aus der ganzen Möhre
- **Christianeum, Hamburg: ALL SET** – Verleih von vorinstallierten digitalen Endgeräten an Schüler*innen
- **Erzbischöfliche Liebfrauenschule, Köln: Courtable** – Liniensystem für die Markierung des eigenen Basketballfelds
- **Gymnasium Eppendorf, Hamburg: Coffeemetics** – Naturseifen und Körperpeelings aus recyceltem Kaffeesatz
- **Internatsschule Schloss Hansenberg, Geisenheim: OxyRoof** – Dachbeschichtung zur Produktion von Sauerstoff
- **Landesgymnasium für Hochbegabte, Schwäbisch Gmünd: Bokkusu** – biologisch abbaubare Sushi-Box aus Algen
- **Ohm-Gymnasium, Erlangen: Thorsten** – Adapter zur Integration von Lampen in ein beliebiges Smart-Home-System
- **Prälat-Diehl-Schule, Groß-Gerau: LIA** – Schulranzen-Scanner mit Erinnerungsfunktion
- **Privates St. Ursula Gymnasium, Aachen: free care** – Automaten für kostenlose Damenhygieneartikel in öffentlichen Toiletten
- **Städtisches Siebengebirgsgymnasium, Bad Honnef: FuEco** – nachhaltige Anzündhilfe aus Kakaobohnenschalen

business@school
A BCG INITIATIVE

Karolina Huber
Pressestelle

Ludwigstraße 21
80539 München

Tel. +49 (0)89 2317-4327
Mobil +49 (0)170 334 4327
presse@business-at-school.net



Kontakt zum Schülerteam

Sie möchten mehr über die Schülerinnen und Schüler, ihre Ideen und über unsere Bildungsinitiative erfahren? Rufen Sie mich gern an, ich stelle den Kontakt her.

business@school, die Bildungsinitiative der internationalen Unternehmensberatung Boston Consulting Group (BCG), vermittelt seit 1998 jedes Jahr mehr als 1.000 Schülerinnen und Schülern praxisnah Wirtschaft über ein Schuljahr hinweg in drei Phasen: zunächst durch die Analyse eines Groß- und anschließend eines Kleinunternehmens, dann durch die Entwicklung einer eigenen Geschäftsidee inklusive Businessplan. Unterstützt werden die Schülerteams durch ihre Lehrkräfte sowie rund 400 Betreuerinnen und Betreuer von mehr als 20 Partnerunternehmen und von BCG.

Gesellschaftliche Verantwortung

Die Boston Consulting Group (BCG) ist eine internationale Managementberatung und weltweit führend auf dem Gebiet der Unternehmensstrategie. 1963 von Bruce D. Henderson gegründet, ist BCG heute in mehr als 90 Städten in über 50 Ländern vertreten. Neben der Arbeit für Unternehmen unterstützen BCG-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter auch honorarfrei ausgewählte Organisationen wie Save the Children oder das Welternährungsprogramm der Vereinten Nationen. Aktuell unterstützt BCG mit mehr als 200 Partnerorganisationen über 350 soziale Projekte weltweit. In Deutschland setzt sich die Unternehmensberatung insbesondere für die Bildung und Förderung von jungen Erwachsenen ein. Mit der Bildungsinitiative **business@school** engagiert sich BCG seit mehr als 20 Jahren gemeinsam mit anderen Unternehmen an Schulen, um vor Ort mit den Lehrkräften Jugendlichen wirtschaftliche Begriffe und Zusammenhänge zu erklären und ihnen so einen praxisnahen Einblick in die Welt der Wirtschaft zu ermöglichen.

business@school
A BCG INITIATIVE

Karolina Huber
Pressestelle

Ludwigstraße 21
80539 München

Tel. +49 (0)89 2317-4327
Mobil +49 (0)170 334 4327
presse@business-at-school.net

