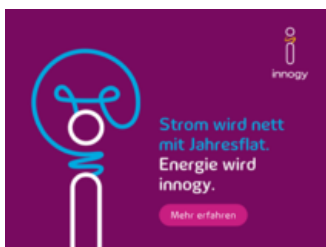




Russenmützen-Umfrage: Klar geht das!

(<http://www.volksfreund.de/4559226>)



0 € Nachzahlung. 100 % Ökostrom.

(https://www.innogy.com/web/cms/de/323-zuhause/energie-beziehen/strom-jahresflat/?utm_source=plista+GmbH+DE_plista+DE++plista+native&utm_medium=banner&utm_content=ST&utm_content=Spaetwinter2016:plista+G+plista+native:Run+of+Network_1x1:ADGapl500142376:39402246)

ANZEIGE



Schlechte Ernte, schlechte Preise: ...

(<http://www.volksfreund.de/4560707>)



Das Geheimnis eines perfekten Kaffees

(http://www.durgol.com/de-de/produkte/durgol-swiss-esspresso/?utm_campaign=Swiss+Espresso+2016&utm_411533410&=)

ANZEIGE

hier werben (<http://www.plista.com/de/advertiser/direct-booking>)

powered by plista (<http://www.plista.com/de>)

United Culture Bridge aus Morbach zur zweitbesten Schülerfirma Deutschlands gekürt

United Culture Bridge aus Morbach wird für Videoprojekt zur Integration ausgezeichnet



Die Mitglieder von United Culture Bridge freuen sich über ihre Auszeichnung: Samira Schuh, Mara Böcker (vordere Reihe von links), Lisa Goldschmidt, Luisa Knop, Betreuerin Petra Melzer-Priestersbach, Karolina Scholtes, Anastasia Ruf, Jonas Kiefer (hintere Reihe von links). Foto: United Culture Bridge. Foto: Christoph Strouvelle (cst) ("TV-Upload Strouvelle")

(Morbach) United Culture Bridge von der Morbacher integrierten Gesamtschule ist zur zweitbesten Schülerfirma Deutschlands gekürt worden. Mit ihrem Videoprojekt, mit dem sich die Jungen und Mädchen für die Integration ausländischer Schüler einsetzen, haben sie die Juroren des bundesweiten Wettbewerbs Schülerfirmen-Contest überzeugt.

19.11.2016
Christoph Strouvelle

Morbach. Jubel bei der Schülerfirma United Culture Bridge der Morbacher Integrierten Gesamtschule (IGS): Mit ihrem Videofilmkonzept haben sie beim bundesweiten Wettbewerb um die beste Schülerfirma Deutschlands unter 280 teilnehmenden Schulen den zweiten Platz belegt. Die zehn besten Schülerfirmen waren zur Preisverleihung nach Berlin eingeladen. "Wir hatten keine großen Erwartungen, weil auch andere gute Projekte dabei waren", sagt Mara Böcker von United Culture Bridge. Doch als die Schülerfirmen von Platz zehn aus aufgerufen wurden und die Morbacher bis zu den Top drei noch nicht dabei waren, "da war die Stimmung richtig gut", sagt sie.

"Als wir dann aufgerufen wurden, da brach der Jubel aus", sagt Petra Melzer-Priestersbach, die den neuen "Bundesvizemeister" an der Morbacher IGS betreut. "Wir haben uns über den zweiten Platz unheimlich gefreut", ergänzt Böcker.

Überreicht worden sind die Preise von Iris Gleicke, parlamentarische Staatssekretärin im Bundeswirtschaftsministerium und

Michael Oschmann, Initiator des Wettbewerbes. Gleicke: "Ganz besonders freut es mich, dass es eine Schülerfirma unter die Top drei geschafft hat, die sich für die Integration ausländischer Schülerinnen und Schüler engagiert und daraus eine Geschäftsidee mit hohem ethischem und sozialem Anspruch kreiert hat." "Ein großartiger Erfolg", sagt Stefan Philippi, Schulleiter der Morbacher IGS . "Wir sind sehr glücklich, dass das Projekt, das die Schülerfirma verfolgt, so erfolgreich abgeschnitten hat."



Anzeige

Das gelte insbesondere vor dem Hintergrund, dass die Schule sich sehr für Integration, Flüchtlingshilfe und die Stärkung der Schulgemeinschaft einsetzt. "Wir sind noch lange nicht am Ziel, aber so ein Preis motiviert und gibt neue



Anzeige

Möglichkeiten", sagt der Schulleiter. Die Juroren haben laut Isabell Weissenberger vom Nürnberger Unternehmen Müller-Medien, das den Wettbewerb veranstaltet, die sehr ausführliche Darstellung der Idee durch die Morbacher Schülerfirma und die gute Präsentation sowie das innovative, moderne und zukunftsorientierte Konzept überzeugt. Das betreffe insbesondere die elektronische Schülerzeitung, sagt sie. Zudem trage die Idee unter Berücksichtigung des Integrationsdenkens zu einem positiven Schulklima bei.

Die Schüler von United Culture Bridge, die das zehnte Schuljahr besuchen und von Schülern der zwölften Klasse technisch unterstützt werden, haben die große Anzahl an ausländischen Schülern an ihrer Schule zu ihrer Idee inspiriert.

In dem zum Wettbewerb eingereichten Videofilm thematisieren sie deren Probleme in einem fremden Land und ihre ungenügenden Deutschkenntnisse und zeigen auf, wie man auf diese Schüler zugehen kann. Inzwischen hat das Team bereits eine Schülerzeitung in Videoform herausgebracht, die in regelmäßigen Abständen erscheinen soll.

Ihre Videokenntnisse will United Culture Bridge anderen Schulen anbieten und in deren Auftrag Filme gegen Bezahlung produzieren. Schließlich geht es bei der Schülerfirma auch darum, wie man eine Firma führt, sagt Melzer-Priestersbach. Mit dem Preisgeld von 1500 Euro, mit dem der zweite Platz dotiert ist, ist die Schülerfirma ihrem großen Ziel ein Stück näher gekommen: Ein ausgedienter Gelenkbus soll angeschafft, ausgeschlachtet und auf dem Schulgelände als Café der Kulturen neu gestaltet werden.



Strom wird nett mit Jahresflat.



rw.igs-

(undefined)
(http://www.plista.