

„Der erste Eindruck zählt.“

Das weiß auch jeder lokale Einzelhändler und achtet deshalb sehr auf die Gestaltung seiner Schaufenster. Sie sind das Aushängeschild seines Ladens und sollten kreativ und abwechslungsreich sein, um die Aufmerksamkeit der Passanten zu erregen und Interesse zu wecken. Insofern kommt dem Schaufenster aus Marketingsicht eine große Bedeutung zu. Daher war es umso erfreulicher, dass sich Herr Falk von Alpinsport in Füssen bereit erklärte, ein Schaufenster seines Geschäfts von den Schülern der Berufsschule gestalten zu lassen.

Es ergab sich ein mehrwöchiges Projekt für die 10. Klasse der Verkäufer/Kaufleute im Einzelhandel (Außenstelle in Füssen). Entsprechend der Bedeutung des Projekts wurde die Vorgehensweise innerhalb der Klasse strategisch geplant.

Bei einem Vor-Ort-Termin informierten sich die Schülerinnen und Schüler über das Produktsortiment und die Warenpräsentation im Laden. Auch konnten hier bereits erste persönliche Gespräche mit Herrn Falk geführt und seine Ideen und Vorstellungen aufgenommen werden. So war bereits eine erste Orientierung gegeben. Aufgeteilt in mehrere Gruppen galt es dann im Verlauf von drei Wochen, ein stimmiges Konzept für das Schaufenster zu entwickeln.

Handlungsorientiert informierten sich die Schüler in einem ersten Schritt, welche Arten bzw. Typen von Schaufenstern es überhaupt gibt. Danach wurde geplant, welches Schaufenster am besten zum Konzept des Geschäfts und der primären Zielgruppe passt. Um Herrn Falk die Schülerwerke auch überzeugend präsentieren zu können galt es im Anschluss, die Ideen auch in die Realität umzusetzen. Infolgedessen fertigten die Schüler maßstabgetreue Modelle in Schuhkartons an, erstellten CAD-Modelle und/oder visualisierten ihre Planung in einer Powerpoint-Präsentation. Die Präsentations- und Bewertungsphase fand in der Schule statt. Hierfür kam Herr Falk eigens in den Unterricht. Jede Gruppe präsentierte ihr Projekt auf ihre individuelle Art und Weise. Herr Falk, höchst angetan von der Qualität der Schülerarbeiten, musste anschließend aus der Reihe der Beiträge das Konzept auswählen, das ihn am meisten überzeugte. Seiner Aussage nach hätte er am liebsten alle umgesetzt. Trotzdem musste er sich schweren Herzens entscheiden. Salomonisch verteilte er den „Siegertitel“ auf zwei Gruppen, die aus ihren Ideen ein gemeinsames Schaufenster umsetzen sollten.

Innerhalb einer Woche entstand aus zwei Ideen ein Gemeinschaftsprojekt. Äußerst gewissenhaft setzten sich die Schüler mit der Aufgabe auseinander. Sie besorgten die notwendigen Materialien in Originalgröße, fertigten Bilder an, sammelten Steine und zimmerten Podeste, damit die Umsetzung möglichst naturgetreu und perfekt wird. Die Umsetzung vor Ort verlief sehr effizient und reibungslos. Sichtlich stolz und zu Recht zufrieden mit ihrer Leistung präsentierten die beiden Gruppen ihre Arbeit sowohl Herrn Falk als auch dem Rest der Klasse, die eigens dafür in die Fußgängerzonen gelaufen ist. Herr Falk hatte nur lobende Worte für die Schüler, freute sich über das Ergebnis und betonte zudem, wie stolz die Schüler auf sich sein könnten und ermunterte sie, auch weiterhin ihr Potential zu nutzen und auszuleben. Vielen wurde jetzt erst bewusst, was sie tatsächlich erarbeitet bzw. geleistet haben. „Ihr“ Schaufenster, in einer sehr belebten und frequentierten Einkaufsstraße der Füssener Innenstadt, würde nun in den folgenden Wochen von sehr vielen Bewohnern aus Füssen und dem angrenzenden Umland und unzählig vielen Touristen betrachtet und wahrgenommen werden. Leider konnten wir die örtliche Presse nicht dafür begeistern, über dieses tolle Projekt im Lokalteil zu berichten. Glücklicherweise funktioniert in unserer Kleinstadt aber die Mundpropaganda, denn inzwischen haben die Lehrkräfte

erneut ein Angebot vom Einzelhandel erhalten, ein Schaufenster in der Innenstadt gestalten zu dürfen.

Wir als Schule freuen uns sehr, dass wir solche Möglichkeit haben und sie auch nutzen können. Kein Unterricht ist motivierender und gewinnbringender, als ein Projekt, in dem die Schüler ihr theoretisch erarbeitetes Wissen in ein reales Szenario problem- und lösungsorientiert anwenden müssen. Ihnen war auch stets die besondere Herausforderung bewusst, schließlich ist das Schaufenster wie eingangs erwähnt die Visitenkarte eines Ladens und es bedarf schon eines enormen Vertrauens, so einen wichtigen Aspekt in der Außenwirkung komplett in die Hände von (betriebsfremden) Auszubildenden zu legen. Vielen Dank noch einmal dafür! (Petra Bode, Christian Magg)