

# „Wettbewerbsfaktor ist sehr wichtig“

Sparkasse unterstützt Planspiel

Waldeck-Frankenberg – Das jährliche Planspiel „SchulBanker“ findet trotz Corona auch in diesem Schuljahr innerhalb der Orientierungsphase des Beruflichen Gymnasiums in Korbach statt. So nehmen diesmal 24 Schüler den Chefessel der eigenen virtuellen Bank ein und erörtern in kleinen Teams strategische und operative Management-Entscheidungen.

Lehrer Christian Gerlach bereitet die „SchulBanker“ vor auf die Funktionsweise von Bankgeschäften und deren Auswirkungen auf die Bilanz sowie die Gewinn- und Verlustrechnung. Um Theorie und Praxis optimal miteinander zu verbinden, begleiten Mitarbeiter der Sparkasse Waldeck-Frankenberg die Planspielphasen.

In diesem Jahr wurde die Auftaktveranstaltung in digitaler Form organisiert. „Eine Absage der Kooperation stand zu keinem Zeitpunkt zur Diskussion – vielmehr wurden Alternativen entwickelt, mit denen die digitalen Kompetenzen der Schüler gestärkt werden“, bekräftigt Sonja Klein, stellvertretendes Mitglied des Vorstandes.

In einer Online-Konferenz stellten Sonja Klein, Sabrina Linnekugel, stellvertretende Bereichsleiterin Gewerbe- und Kundenberatung, und Andreas Hohmann, Bereich Personal, die Geschäftsmodelle von Sparkassen und Banken vor und diskutierten mit den Schülern über aktuelle Entwicklungen und Trends.

Schon zu Beginn des Planspiels steigt die Spannung aller Beteiligten, welche Auswirkungen die eigenen Entscheidungen auf die Entwicklung des ersten Geschäftsjahres haben werden. Dabei unterstützen Coaches der Sparkasse Waldeck-Frankenberg die Spielteams.

Der spielerische Unterricht zeigt Erfolg: „Der Wettbewerbsfaktor ist sehr wichtig, die Schüler sind hochmotiviert und beschäftigen sich auch während ihrer Freizeit stark mit ihren Analysen – sie wollen gut abschneiden“, berichtet Wirtschaftslehrer Christian Gerlach.

Bundesweit treten rund 4000 Schülerinnen und Schüler bis Ende Februar 2021 gegeneinander an, die 20 besten Teams werden zum Finale nach Berlin eingeladen. nh



Mit ausführlichen Porträts: In einem Magazin präsentieren die Forscher der Uni Göttingen die Ergebnisse des Projekts „Soziale Orte“ in Waldeck-Frankenberg und Saalfeld-Rudolstadt. FOTO: LUTZ BENSELER

# Erforscht, entdeckt, erprobt

SOZIALE ORTE (16) Uni Göttingen präsentiert Ergebnisse

Forscher der Universität Göttingen haben nach Sozialen Orten in Waldeck-Frankenberg gesucht. In einer Serie stellen wir vor, auf was die Wissenschaftler gestoßen sind.

VON LJUBICA NIKOLIC

Waldeck-Frankenberg – Die Serie zum Projekt „Das Soziale-Orte-Konzept“ endet mit diesem Artikel. Bisher wurden Sozialer Orte vorgestellt, wurde erklärt, was man benötigt, um einen Sozialen Ort zu „bauen“, was die Feuerwehr (Artikel 12) und die drei Musketiere (Artikel 11) damit zu tun haben und welche großen Vorteile eine Gemeinde durch einen oder mehrere Sozialer Orte hat (siehe Artikel 13). Außerdem wurden einige Ergebnisse der großen Bürgerbefragung vorgestellt.

Aber im Projekt wurde noch viel mehr erforscht, entdeckt, erprobt. So viel, dass diese Serie sprengt und genügend Material für ein Magazin liefert, welches unter [www.uni-goettingen.de/soziale-orte](http://www.uni-goettingen.de/soziale-orte) frei zugänglich ist. Hier werden drei Jahre Forschung in Waldeck-Frankenberg und Saalfeld-Rudolstadt auf 67 Seiten präsentiert. Neben ausführlichen Porträts beider Landkreise und der dort entdeckten Sozialer Orte, enthält das Magazin eine Zusammenfassung der Forschungsergebnisse sowie Handlungsempfehlungen an Zivilgesellschaft, Verbände und (Kommunal-)Politik, auch aus juristischer und raumplanerischer Sicht. So fordert zum Beispiel die Raumplanerin Heike Brückner, dass Amtsprozesse und -Zugänge erleichtert werden und Strukturen entstehen, die alle Bürger einbeziehen.

Des Weiteren wünscht sie sich eine gezielte Förderung von Sozialen Orten, mit wenig Antragsaufwand und geringem Haftungsrisiko (z.B. Experimentiertöpfe oder Verfügungsfonds). Außerdem fordert sie „Investitionen in Menschen“, z.B. durch bezahlte Ehrenamtstage, Budgets für Reisekosten oder Workshops sowie finanzierte Beratungsleistungen für Organisationsentwicklung und Teambuilding.

Ein weiteres Kapitel widmet sich der künstlerischen Intervention. Auf die Suche und Analyse Sozialer Orte sowie die Bürgerbefragung zur Wahrnehmung des gesellschaftlichen Zusammenhalts, sollte im Projekt die Produktion von Zusammenhalt folgen - mittels Kunst. In Thüringen sind so eine gezeichnete Landkarte Sozialer Orte und drei beispielbare Sitzbänke entstanden. Für

Waldeck-Frankenberg kooperieren die Forscher mit der „Gesellschaft der Neuen Auftraggeber“, einem Netzwerk von Mediatoren, das es sich zur Aufgabe gemacht hat, zeitgenössische Kunst anders entstehen zu lassen. Denn während Kunst im öffentlichen Raum normalerweise für den Bürger „einfach plötzlich da ist“, ohne dass es eine Möglichkeit der Einflussnahme gegeben hätte, wird hier ein Teil der Bürgerschaft selbst zu Auftraggebern. So erarbeiten sich die Mitglieder der Wasserinitiative Waldeck-Frankenberg zurzeit ein Kunstwerk, das eine größere Sensibilität für das öffentliche Gut Wasser schaffen soll.

Nicht zuletzt ist das Magazin ein Dankeschön des Forschungsteams an die Projektpartner und Unterstützer in den Landkreisen sowie kurzweilige Lektüre für alle Interessierten.

## AGRARNOTIZEN

### Nährstoffvergleich für das Erntejahr 2020

Aufgrund einer Fehlinformation berichtigt die ÜMV-Gesellschaft für Agrardienstleistungen, dass der Nährstoffvergleich für das Erntejahr 2020 nicht mehr erstellt werden muss. Seit dem 1. Mai 2020 ist die Aufzeichnung der tatsächlich durchgeführ-

ten Düngung innerhalb von zwei Tagen nach der Maßnahme zu dokumentieren und bis zum 31. März des Folgejahres zu einer betrieblichen Gesamtsumme zusammenzufassen. Bei Fragen steht die Geschäftsstelle zur Verfügung: 0 64 51/23 09 810.

KW 01 Gültig vom 06.01. bis 09.01.2021

**REWE**  
Dein Markt

**PREIS**  
**KNALLER**

## Sensationspreis

Müller **Milch Reis Protein** je 180-g-Becher (100 g = 0.18) oder **Milch Reis Original**, je 200-g-Becher (100 g = 0.17) **Aktionspreis 0,33**

**iglo** **15 Fischstäbchen** tiefgefroren, je 450-g-Pckg. (1 kg = 4.33) oder **Chicken Nuggets** tiefgefroren, je 250-g-Pckg. (100 g = 0.78) **Aktionspreis 1,95**

**Schwartau** **Samt Fruchtaufstrich** Aprikose, je 270-g-Glas (1 kg = 5.04) oder **Konfitüre Extra** Erdbeere, je 340-g-Glas (1 kg = 4.00) **Aktionspreis 1,36**

**Coca-Cola** versch. Sorten, teilw. koffeinhaltig, je 2-l-Fl. (1 l = 0.58) zzgl. 0.25 Pfand **2 Liter Aktionspreis 1,15**

Deutschland: **Rote Tafeläpfel** »Jonagold«, Kl. II, je 2-kg-Btl. (1 kg = 0.92) **Aktionspreis 1,84**

**REWE Beste Wahl Pflücksalat** je 100-g-Btl. **21% gespart Aktionspreis 1,17**

**WILHELM BRANDENBURG** **Frische Hähnchen-Minutenschnitzel** 58-verpackt, je 400-g-Pckg. (1 kg = 7.48) **Aktionspreis 2,99**

**Germeta Quelle** versch. Sorten, je 12 x 1-l-Fl.-Kasten (1 l = 0.39) zzgl. 4.50 Pfand **25% gespart Aktionspreis 4,69**

Peru/Chile/Kolumbien: **Vorgereifte Avocado** »Hass«, Kl. I, je St. **Sensationspreis 0,97**

**Frau Antje Pikantje** holl. Schnittkäse, 48% Fett i.Tr., je 100 g **Aktionspreis 0,67**

**Schweine-Gehacktes** je 250-g-Pckg. (100 g = 0.52) **Aktionspreis 1,29**

**Harry Das volle Korn** versch. Sorten, je 500-g-Pckg. (1 kg = 1.98) **28% gespart Aktionspreis 0,99**

**Zimmermann Farmlandschinken** je 100 g **25% gespart Aktionspreis 1,49**

Exklusiv bei REWE mit **PAYBACK**

**Wöchentlich mehrfach punkten.**

**40FACH PUNKTE** beim Kauf von **MÖVENPICK** **PRODUKTEN\*\*** im Gesamtwert von über 2 €\*

**MÖVENPICK** **CREMA** **DER HIMMLISCHE**

\*Die Punktegutschrift kann erst ab einem Mindestumsatz von 2 € (ohne Pfand) in der angebotenen Kategorie geltend gemacht werden. Angebote sind bis zum 10.01.2021 gültig. (Mobile) PAYBACK Karte an der Kasse vorzeigen. Alle Abbildungen beispielhaft.

\*\*Gilt nicht auf Molkeprodukte und Eis.

Druckfehler vorbehalten. Abgabe nur in haushaltsüblichen Mengen. Aktionspreise sind zeitlich begrenzt. Verkauf nur solange der Vorrat reicht. Diese Artikel sind nicht ständig im Sortiment. In fast allen Märkten erhältlich.