

# Jugend und Wirtschaft

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

## Die neue Rasenmäher-Methode

Kürzen lassen statt selbst kürzen / Roboter erobern die Wiese

Großbritannien vor 200 Jahren: Edwin Beard Budding lässt den mechanischen Spindelmäher patentieren. Der Textilingenieur übertrug das Prinzip einer in der Weberei eingesetzten Maschine. 100 Jahre später kommt der erste motorisierte Rasenmäher heraus. Seitdem hat sich die Technik verbessert, die Führung des Gerätes durch Menschenhand blieb aber unabdingbar. Wer diese Mühe scheute, konnte allenfalls Schafe halten. Deutschland heute: Sie sind 0,5 bis 2,5 Stundenkilometer schnell, ihre Form erinnert an die einer überdimensionalen Computermaus, und sie fahren in Zickzackmustern im Garten herum – die Mähroboter kommen.

1995 begann ihre Entwicklung in Israel durch den Elektroingenieur Udi Peless. Zusammen mit Shai Abramson gründete er die Friendly Robotics. Das Unternehmen ist auf Serviceroboter spezialisiert. Ihr Hauptprodukt ist der automatische Rasenmäher, den rund 50 Mitarbeiter produzieren. Seit einer technischen Überholung im Jahr 2000 heißt ihr Gerät Robomow.

Etwa zeitgleich brachte der Forst- und Gartengerätehersteller Husqvarna einen solarbetriebenen Mähroboter heraus. Ihn ersetzte 2002 das akkubetriebene Modell Automower. Dieses ist mit 7 bis 9 Kilogramm um die Hälfte leichter als sein israelischer Konkurrent. Das schwedische Unternehmen ist deutscher Marktführer mit mehr als 1000 verkauften Geräten im Jahr. Mit jährlich um etwa ein Drittel weniger abgesetzten Maschinen etabliert sich seit der Jahrtausendwende auch die italienische Marke Ambrogio-Robot.

Bis jetzt verkaufte Friendly Robotics mehr als 50 000 Robomows, vor allem in Europa und Amerika. „In Deutschland vermarkten wir derzeit 400 bis 500 Robomows pro Jahr, hauptsächlich über die 200 bis 300 Fachhändler“, sagt Christian Rumsauer, seit April 2006 deutscher Vertreter des Robomow.

Werner Wölftje arbeitet als Werkstattleiter beim niedersächsischen Einzelhändler Motorland Meier-Bunge und vertreibt den Automower im siebten Jahr. Es kämen mehrere hundert Anfragen, tatsächlich verkaufe er jährlich knapp zehn Mäher. „Die Kunden sind zunächst skeptisch gegenüber dieser Neuheit.“ Für eine Installation vom Fachmann sind rund 600 Euro zu veranschlagen. Die Geräte selbst kosten zwischen 1000 und 2000 Euro. „Unsere Hauptkategoriegruppe schafft sich den Mähroboter aus dreierlei Gründen an: Aus technischem Interesse, um Zeit und Arbeit einzusparen oder da Gesundheit oder Alter die Bedienung eines konventionellen Rasenmähers erschweren“,

sagt Rumsauer. Auch Prestige spiele eine Rolle. Es schaffen sich nicht nur Privatleute den Mähroboter an. Die Logistikfirma für Dentalzubehör Zhermack lässt die rund 4000 Quadratmeter große Rasenfläche, die das Firmengebäude in Lemförde umgibt, von vier Robotern mähen. „Unsere Kalkulation hat ergeben, dass es auf lange Sicht lukrativer ist, in diese Maschinen zu investieren, als über Jahre ein Gartenbauunternehmen für die Pflege des Rasens zu engagieren“, berichtet Mitarbeiter Oliver Karden. Eine potentielle Kundengruppe hat Rumsauer in Bauherren von Fertighäusern entdeckt. „Ihr Rasen ist meist prädestiniert für den Einsatz eines Mähroboters.“ Schließlich eignen sich sehr schmale, reich bepflanzte oder verzweigte sowie sehr abschüssige Gartenflächen schlecht für den automatischen Mäher. Dieser orientiert sich nämlich an einem unter dem Rasen verlegten Begrenzungskabel. Die Geräte mähen, bis jede Stelle bearbeitet ist, und beginnen dann von vorn. Erreichen sie Hindernisse, setzen sie zurück. Nach Herstellerangaben besteht für Kinder oder Haustiere keine vom Mäher ausgehende Gefahr.

Der Automower hat nach einstündigem Mähen 70 bis 80 Quadratmeter geschafft, womit er langsamer als handgeführte Rasenmäher ist. Er fährt dann selbstständig die im Garten installierte Ladestation an, um etwa eine Stunde lang aufzuladen. Gras, das länger als 10 Zentimeter ist, muss vorherbearbeitet werden. Dies ist bei dem Modell von Friendly Robotics nicht zwingend erforderlich. Es liegt mit seinen 4,5 PS Leistung um mehr als die Hälfte über der Kraft der konkurrierenden Mähroboter. Der Robomow kann etwa 600 Quadratmeter in 2,5 Stunden mähen, muss anschließend aber auch 12 Stunden laden.

„Alle Modelle arbeiten mit einer Mulchtechnik, bei der das geschnittene Grün als Dünger fungiert“, erklärt Ina Koy, Produktmanagerin des Automowers in Deutschland. Was im heimischen Vorgarten ein Vorteil ist, ist an anderer Stelle unerwünscht: Gartenarchitekt Alexander Wild schließt den Mähroboter deshalb vom Einsatz bei der Pflege von Sportrasen aus. „Auf die Dauer bildet sich Rasenfilz. Angesichts der geforderten Strapazierfähigkeit ist auch die Verwurzelung mangelhaft.“ Auch die Pflege von Golfplätzen kann sich Wild derzeit nicht vorstellen. „Dort kommen ausschließlich Spindelmäher zum Einsatz, deren Mähqualität mit der des Robotermäherwerks nicht zu erreichen ist“, sagt er. Das auf die Golfplatzpflege spezialisierte Unternehmen Offers im niedersächsischen Anklam bestätigt: „Hier sind Feinkonditore und keine Bäcker gefragt.“

IMKE TUMA

## Golfen auf dem Acker

Eine Leicht-Variante setzt sich durch / Bauern investieren

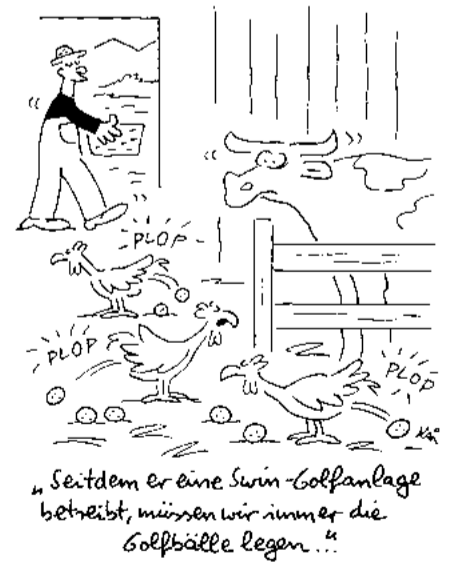
„Golf ist in, bei Jung und Alt“, sagt Hans Welker, Landwirt aus Quakenbrück und ehemaliger Präsident des Golfclubs Hatten, fügt aber an: „Mir war der Beitrag einfach zu teuer.“ Der 49 Jahre alte Familienvater fand die Lösung bei einem Urlaub in Frankreich vor rund sechs Jahren: Swin-Golf. Diese von alten bäuerlichen Spielen abgeleitete Form des Golfs ist in den achtziger Jahren in Frankreich entstanden. Sie unterscheidet sich vom normalen Golf vor allem darin, dass man mit nur einem Universalschläger spielt, also nicht mit einem 14-Schläger-Set. Der Swin-Golfball ist etwas größer als der echte und aus Gummi. Er ist daher nicht so ge-

Welker hatte Glück: In ganz Deutschland gab es so eine Swin-Golfanlage nicht. Angesichts der stetig steigenden Popularität, die der Sport in Frankreich, Österreich und der Schweiz genießt, sah er darin eine erfolgversprechende Einkommensalternative zur reinen Landwirtschaft. Er entschied sich, für rund 45 000 Euro zehn Hektar seiner landwirtschaftlichen Fläche in eine Swin-Golfanlage umzuwandeln. Sein Mut wurde belohnt. Die Anlage und das Café, das Welker Ende 2005 zusammen mit seiner Frau in einem alten Speicher eröffnete, finden seit Eröffnung der Anlage im Jahr 2000 immer mehr Anklang. Waren es im ersten Jahr noch rund 8000 Besucher, sind es Ende 2006 mehr als 22 000 gewesen. Welker möchte zwar keine Umsatzzahlen nennen, erklärt jedoch, gut von der Anlage leben zu können. Nächstes Jahr wolle er sich eventuell einen zweiten Platzpflöger leisten.

Die Geschäftsidee scheint sich herumgesprochen zu haben. Derzeit gibt es in Deutschland bereits 11 Swin-Golfanlagen – Tendenz steigend. Davon acht in Nord- und drei in Süddeutschland. „Den Mitteldeutschen fehlt einfach der nötige Pioniergeist“, sagt Franz-Josef Meiwes, Gründer der zweiten und nach eigenen Angaben größten Swin-Golfanlage in Deutschland. „Aber ich hoffe und bin mir sicher, dass es auch dort nur eine Frage der Zeit ist, bis sich dieser Sport verbreitet.“ Meiwes konnte sich 2006 über mehr als 27 000 Swin-Golfer auf seiner Anlage im westfälischen Delbrück-Westenholz freuen – das sind 10 000 mehr als im Eröffnungsjahr 2001. Für das Jahr 2007 hofft er auf mehr als 30 000 Besucher. Die knapp 50 000 Euro, die Meiwes in die Anlage investiert hat, haben sich bezahlt gemacht – allein im Jahr 2006 verzeichnete der ehemalige Landwirt einen Gewinn von knapp 45 000 Euro, 2005 waren es noch rund 40 000 Euro.

Die Geburt dieses Freizeittrends aus dem Geiste des landwirtschaftlichen Strukturwandels scheint unaufhaltbar. Franz-Josef Meiwes erzählt von zwei Dutzend um die Zukunft besorgten Bauern aus Bayern und Norddeutschland, die sich bei ihm in Delbrück Rat holten. Auf Meiwes 18-Loch-Platz spielt auch Berni Ebesmeier, amtierender und zugleich erster deutscher Meister im Swin-Golf. Der Geographiestudent sieht sich als „Normalo“, dem Minigolf zu langweilig und normales Golf zu verbost ist.

MICHAEL WÄLTERMANN



„Seitdem er eine Swin-Golfanlage betreibt, müssen wir immer die Golfbälle legen.“

fährlich und fliegt auch nicht so weit – etwa 100 Meter, das Original fliegt bis zu 100 Metern.

Für Swin-Golf wird wegen der deutlich kürzeren Flugbahn des Balles eine geringere Fläche benötigt, für 18-Loch-Plätze weniger als zehn Hektar. Normale Golfplätze fangen bei 70 Hektar an, nicht selten sind sie mehr als 150 Hektar groß. Man kann Swin-Golf relativ schnell erlernen. Nach einer Einweisung von etwa einer Viertelstunde darf man sofort mit dem Spielen beginnen. Der Platz ist für jedermann offen, man benötigt keine Clubmitgliedschaft. Eine Runde kostet um die 13 Euro für Erwachsene und 7 Euro für Jugendliche.



Im Shop gibt es nur die Ausstattung, die Lizenz für's Leben muss man selbst machen.

Foto Cornelia Sisk

## Das Abitur zu Markte tragen

Wie die allgemeine Hochschulreife das wirtschaftliche Denken ankurbelt

Endlich geschafft. Jedes Jahr entlassen Deutschlands 3100 Gymnasien rund 250 000 Schüler aus den Klassenzimmern. Dass man nach Prüfungsangst, Stress und Bangen um die letzten Noten das bestandene Abitur demonstrieren möchte, versteht sich von selbst. Doch denken die meisten dabei eher an den originellen Abi-Spruch auf der Heckscheibe des Autos. Dass dieser auch auf Stringtangas oder Boxershorts aufgedruckt werden kann, dürfte für manchen neu sein.

Diese und andere Ideen rund ums Abitur stammen von Sven Burgwedel, Gründer des ersten und wohl einzigen Abi-Shops. Er selbst stellte als Abiturient fest, dass T-Shirts allein als Markenzeichen des Abschlussjahrgangs langweilig sind, und kam auf die Idee, auch Mützen bedrucken zu lassen. Zwölf Jahre später ist daraus ein Betrieb mit zwölf Angestellten geworden. Die Abi-Shop GmbH in Saarbrücken hat es sich zur Aufgabe gemacht, möglichst originelle Artikel rund ums Abitur auf den Markt zu bringen. „Ein Verkaufsschlag, der bei den jungen Menschen auf große Nachfrage gestoßen ist, war das Abi-Car-Flag, eine Flagge, die sich mit der Aufschrift Abi 07 am Auto befestigen lässt“, erklärt Burgwedel. Doch nicht nur das Auto lässt sich verzieren, nach schweißtreibenden Prüfungen kommt bei einigen Schülerinnen sicherlich der Abi-Puls-Wärmer für 1,60 Euro zum Einsatz. Andere machen es sich beim Entspannen in ihren Abi-Flip-Flops für 9,40 Euro bequem. Nach eigenen Angaben liefert der Textilbereich den größten Umsatz. In diesem Sektor wurde 2006 durch die Belieferung von 400 Schulen ein Betrag von 512 000 Euro erzielt. Bemerkenswert ist, dass die Kunden von Jahr zu Jahr anspruchsvoller werden. „Früher genügte ein einfarbiger Druck auf einem einfachen T-Shirt“, sagt Burgwedel. „Heute ist das Abi-Polo sehr aufwendig, mehr-

farbig bedruckt oder bestickt und als bleibende Erinnerung an die vergangene Schulzeit gedacht.“ Die Zufriedenheit der Schüler steht an erster Stelle. Oberste Priorität sei nicht der steigende Absatz, sondern die beratende Funktion. Bei Problemen mit der Abi-Zeitung, dem Abi-Ball oder dem Abi-Streich stehe man gerne zur Seite. Der Erfolg lässt sich am Umsatz ablesen, der sich im vergangenen Jahr auf 750 000 Euro belief. Ein vergleichbares Unternehmen gibt es nicht. Burgwedel beschreibt diesen Wirtschaftssektor als einen Markt, der zwar noch in den Kinderschuhen steckt, aber einiges zulässt.

Auch der Tourismusbereich, der sich ausschließlich auf den Vertrieb von Reisen spezialisiert, die direkt an das Abitur anschließen, erzielt Umsätze in Millionenhöhe. Das Abi in der Tasche, Koffer packen und ab in den Urlaub. Diese Vorstellung scheint in deutschen Klassenzimmern anzukommen. „Nach dem Abschluss wollen Abiturienten zunächst mal nur eins – die Party ihres Lebens“, sagt Tim Vogler, Geschäftsführer des Anbieters Jam Reisen GmbH in Hamburg. Nachdem er einige Jahre beim Unternehmen Rainbow Tours Erfahrungen im Tourismus sammeln konnte, stellte Vogler fest, dass sich ein Unternehmen, das sich explizit um die Wünsche der ehemaligen Schüler kümmert, auszahlen könnte.

Jam Reisen wurde vor fünf Jahren gegründet und beschäftigt 19 Mitarbeiter. Das Angebot ist so vielfältig wie die Schüler selbst. „Wir bieten eine betreute Reise, bei der man sowohl an den Stränden von Spanien feiern als auch an der Costa Brava Kulturangebote wahrnehmen kann“, sagt Vogler. Die Tendenz weist allerdings eindeutig in Richtung Party, was die Buchungen für Llorret de Mar belegen. Während der Hauptsaison kommen alle 12 Stunden durchschnittlich 10 000 Reisende mit Jam

Reisen an diesem Strand Spaniens an. Die jungen Menschen werden während der Busfahrt oder im Flugzeug betreut und können sich auch vor Ort an feste Mitarbeiter wenden. Insgesamt stehen zehn Reiseziele zur Auswahl. Jam Reisen ist neben drei bis vier namhaften Konkurrenten der größte in seiner Branche. In seiner ersten Saison konnte das Unternehmen lediglich 1200 Kunden verzeichnen. Letztes Jahr schickte Jam Reisen 350 000 Abiturienten in den Urlaub. Je nach Wunsch zahlen diese zwischen 150 und 1000 Euro, was 2006 einen Umsatz von 6,5 Millionen Euro erbrachte. „Das Geheimnis liegt darin, den jungen Menschen durch individuelle Betreuung vor Ort einen Urlaub zu ermöglichen, den sie nie wieder vergessen werden“, sagt Vogler.

Aber die Abiturienten werden auch selbst wirtschaftlich aktiv. „Es entstehen in den Schulen im Laufe der Oberstufe Gruppierungen, die sich mit Ansätzen von kleinen Betrieben vergleichen lassen“, schwärmt Sven Burgwedel. So scharte sich eine Gruppe von Schülern des Peter-Petersen-Gymnasiums in Mannheim auf dem vergangenen Weihnachtsmarkt hinter einem kleinen Verkaufsstand, um eigene Waren wie eine ungarische Brotspezialität oder heißen Glühwein anzubieten. „Auf diese Weise versuchen wir, Geld einzunehmen, um die Kosten zu decken, die mit unserem Abitur verbunden sind“, sagt Alexander Folkmer, einer der 54 Schüler des Abschlussjahrgangs. „Allein das Catering für die 500 Leute, die wir auf unserem Abi-Ball erwarten, wird uns 8000 Euro kosten. Hinzu kommen Miete für die Halle und neben dem Abi-Ball auch unsere T-Shirts, die Abi-Zeitung und alles, was sonst noch ansteht.“ Der Umsatz für den zweitägigen Verkauf auf dem Weihnachtsmarkt betrug stolze 1100 Euro.

SVENJA SCHÄFER

## Verkehrsbetriebe geben Gas

Auch Unternehmen rüsten ihre Flotten um / Noch ist das Erdgas-Tankstellennetz dünn

Die Post hat sie, die Telekom hat sie, die Gelben Engel haben sie, und sogar die Müllabfuhr hat sie. Die Stadtwerke Frankfurt (Oder) haben nur noch sie. Aber dennoch sie will nicht jeder: Erdgasfahrzeuge.

Immer mehr große Unternehmen setzen umweltschonende Fahrzeuge ein. Doch Martin Müller von der DeTeFleet-Services, einer Tochtergesellschaft der Deutschen Telekom und für deren Fahrzeuge zuständig, sieht die Erdgaslösung durchaus kritisch: „Wir werden wahrscheinlich nie die gesamte Flotte umrüsten.“ Denn obwohl die Telekom bereits gut 1000 ihrer 44 000 Fahrzeuge als reine Erdgasfahrzeuge betreibt, kommt es immer auch auf die Leistungsanforderungen an. „Es fehlen vor allem Fahrzeuge der mittleren bis größeren Transporterklasse“, betont Müller. „Erdgasfahrzeuge sind vor allem in Städten für kurze Strecken sinnvoll, bei längeren Entfernungen ist die Reichweite aktueller Fahrzeuge zu gering.“ Ein Erdgasauto kommt mit einer Tankfüllung 200 bis 400 Kilometer weit.

Obwohl sich Erdgas bei privaten Fahrzeugen wachsender Beliebtheit erfreut, nicht zuletzt durch die zur Zeit 50 Prozent niedrigeren Tankkosten infolge der weitgehenden Steuerbefreiung, gibt es nur gut 50 000 Fahrzeuge mit Erdgasantrieb. Grund dafür ist der höhere Anschaffungspreis. Denn Erdgasfahrzeuge sind Sonderanfertigungen, die aus Serienmodellen durch eine nachträgliche Umrüstung noch im Werk entstehen, erklärt Richard Quadt, Spezialist für Erdgasfahrzeuge bei der Georg von Opel GmbH Bonn. Ein Nichterdfahrzeug im Nachhinein bei Fachwerkstätten umzurüsten sei „noch wesentlich teurer“.

Das Kraftfahrt-Bundesamt verzeichnete bei Personenkraftwagen im vergangenen Jahr einen Zuwachs von 41 Prozent im Vergleich zu 21 571 Fahrzeugen

2005, bei den Lastkraftwagen wurden 2006 gut 2500 Fahrzeuge mehr zugelassen als im Vorjahr (4126), das entspricht einem Zuwachs von 61 Prozent.

Es könnten aber deutlich mehr sein, wenn nicht das noch nicht flächendeckende Tankstellennetz ein Problem wäre. Wie der Trägerkreis Erdgasfahrzeuge berichtet, gab es Mitte 2006 in der Bundesrepublik knapp 700 Erdgas-Tankmöglichkeiten; im Jahr 2000 waren es erst 160. Dennoch sind das im Vergleich zu rund 15 000 herkömmlichen Tankstellen allein der größeren Ketten noch zu wenige, berichtet Alexander Paganetti von der Clean ServicePower GmbH. „Gerade bei Einsätzen außerhalb von Ballungszentren muss man schon mal bis zu 50 Kilometer zu einer Erdgastankstelle fahren.“ Für die Reinigungsfirma aus Bonn, die seit 2005 elf Erdgasfahrzeuge beschaffte, ist auch die Tankanbringung im Fahrzeuginnenraum nachteilig, weil der Stauraum für Reinigungsutensilien benötigt werde.

Viele Erdgasautos haben einen Ersatztank für 15 Liter Benzin, um im Notfall zur nächsten Zapfsäule zu kommen. 80 Cent kostet ein Kilogramm Erdgas, wobei der Energiegehalt gleichzusetzen ist mit dem Energiegehalt von 1,5 Liter Benzin. Im direkten Vergleich ergibt sich daraus ein effektiver Preis von 55 Cent. Außerdem fördern die Stadtwerke Bonn neben vielen anderen regionalen Erdgasanbietern die Anschaffung eines Erdgasfahrzeuges mit einem Zuschuss von 500 Euro. „Dieses Angebot gilt sowohl für private als auch für Unternehmensfahrzeuge, Voraussetzung ist nur die Erstzulassung in Bonn“, erklärt Dimitrios Lautenschläger von den Stadtwerken.

Erdgasfahrzeuge weisen laut einer Studie des Wuppertal Instituts für Klima, Umwelt, Energie aus dem Jahr 2003 eine deutlich geringere Schadstoffemission auf.

Auf den Erdgasboom hat nun auch die Industrie reagiert. Auf der vergangenen „IAA Nutzfahrzeuge“ wurden 30 Modelle vorgestellt. Die Produktpalette reicht dabei vom kleinen Fiat Punto bis zur Mercedes E-Klasse, vom Citroën Berlingo bis zum Iveco Daily, MAN, Mercedes und Irisbus runden die Produktpalette mit Busvarianten für den öffentlichen Personennahverkehr ab. „2500 Busse mit MAN-Erdgasantrieben sind bereits heute schon weltweit zum Schutz der Umwelt im Einsatz“, sagt Thorsten Wagner, der Sprecher der Neoman Bus GmbH, die für MAN und Neoplan Busse entwickelt und produziert. Mehr als 1300 Busse sind es alleine in Deutschland. Wie Dimitrios Lautenschläger erklärt, kommt es auch auf die Infrastruktur in den Einsatzgebieten an. So tauschten die Bonner Stadtwerke 1996 zwei bereits gekaufte Erdgasbusse wieder gegen Dieselbusse, weil es keine Tankstelle in Betriebsnähe gegeben hat.

Auch im Ausland scheint sich Erdgas bei den Verkehrsbetrieben immer größerer Beliebtheit zu erfreuen. So verkaufte MAN 69 Busse nach Malmö. „Außerdem fahren seit wenigen Jahren in Australien 70 MAN-Erdgasbusse, und Mitte 2007 werden ungefähr 400 dieser Fahrzeuge nach Ankara geliefert“, sagt Wagner. 400 Fahrzeuge oder Fahrzeugbausteine auf Erdgasbasis verkaufte MAN allein im Jahr 2006.

Dennoch wird dieser Sektor zunächst nicht weiter ausgebaut. „Wir werden den Status quo beibehalten und uns bei der Forschung nach alternativen Kraftstoffen eher auf den Wasserstoff-beziehungsweise Brennstoffzellenantrieb konzentrieren“, sagt Wagner.

Auch bei der Telekom wird schon jetzt weitergedacht. Sie hofft auf mehr Biogas-tankstellen im Bundesgebiet. Die erste in Jameln (Niedersachsen) wird laut Martin Müller von den dortigen Erdgasfahrzeugen bereits genutzt. THORBEN MÜLLER

## Jetzt können Männer einpacken

Alles, was man im Alltag benötigt, hat Mann in greifbarer Nähe – und mitunter auch das unangenehme Gefühl, auf dem eigenen Geld zu sitzen. Denn wer will schon mit einem Opamäppchen herumlaufen? Doch was früher als lederner Kulturbeutel mit Schlaufe erhältlich war, sieht heute anders aus. Jetzt gibt es Modelle, die verkleinerten Aktentaschen oder zu groß geratenen Schekbüchern ähneln, es gibt die Gürteltasche fürs Handy oder das Pistolenhalter-Modell für Abenteuer. Auch muss es nicht immer Leder sein. Es werden sogar Lastwagenplanen oder Airbagstoff verwendet. Denn Männer unter 30 sind oft nicht liquide genug, um sich eine Ledertasche leisten zu können, die wie Wenke Micklely von der Bree Collection GmbH & Co. KG in Isernhagen erklärt, um die 200 Euro kosten kann. Durchschnittlich kauft jeder Deutsche im Jahr zwei Handtaschen. „Bei knapp einem Viertel der gesamten in Deutschland verkauften Erzeugnisse handelt es sich um Herrenhandtaschen“, sagt Micklely mit Blick auf ihre Kunden. Laut Georg Picard von der Picard GmbH & Co. KG in Oberhausen wird die Nachfrage in den nächsten fünf Jahren um fünf bis zehn Prozent steigen. Picard nahm 2006 durch den Verkauf von 20 000 Herrenhandtaschen und anderen Herrentaschen 9 Millionen Euro ein, ein Drittel des Gesamtumsatzes. „Die Marktanteile beim Sektor Herrenhandtaschen werden sich nicht wesentlich verändern. Es gibt mehrere große Unternehmen, die den Kuchen unter sich aufteilen. Picard gehört zu den fünf Top-Unternehmen in Deutschland“, sagt Picard. Allein vier davon konnten im Jahr 2006 zusammen einen Absatz von 200 000 Herrentaschen verzeichnen. Micklely sagt: „Angesichts des erwarteten Marktwachstums wollen sich Unternehmen, die wie wir Herrenhandtaschen nur als kleinen Teil führen, stärker auf diesen Aspekt konzentrieren. Männer werden aber definitiv nicht anstelle von Frauen zur Kernzielgruppe gemacht.“ Ein junges Unternehmen in der Herrenhandtaschenbranche ist die seit 2005 bestehende Koff-ski GmbH in Köln mit nur drei Mitarbeitern. 2006 gingen 700 Artikel über die Ladentheke, darunter auch das Pistolenhalter-Modell für 349 Euro, ohne Trageriemchen. „Männer zeigen ein ganz anderes Shoppingverhalten als Frauen. ‚Spontankäufer‘ wäre wohl die beste Bezeichnung. Entdeckt ein Mann ein Produkt, das gleich auf den ersten Blick durch Qualität, Design und Funktion überzeugt, wird er es auch dann kaufen, wenn er dafür etwas tiefer in die Tasche greifen muss“, sagt Geschäftsführer Nina Jüssen. Obwohl die Nachfrage nach Herrenhandtaschen in den letzten Jahren zugenommen hat, kommen sie nicht bei allen gut an. Die Schülerin Anna-Luisa Landau meint: „Also bei älteren Herren ist es ja völlig in Ordnung, wenn sie ein Täschchen dabei haben, um nichts zu verlieren, aber einfacher an Sachen heranzukommen, aber ansonsten sieht es einfach nur absolut unmännlich aus.“

KATHARINA SPAHN

**Frankfurter Allgemeine**

**Bankenverband**  
BUNDESVERBAND DEUTSCHER BANKEN

Mehr zu den Projektpartnern im Internet unter [www.jugendundwirtschaft.de](http://www.jugendundwirtschaft.de)

Verantwortlicher Redakteur:  
Dr. Lukas Weber  
Ansprechpartner im Bankenverband:  
Anke Papke

An dieser Seite haben folgende Schüler mitgewirkt:

Imke Tuma  
Graf-Friedrich-Schule, Diepholz  
Michael Wältermann  
Diltheytschule, Wiesbaden  
Svenja Schäfer  
Ursulinen-Gymnasium, Mannheim  
Thorben Müller  
Clara-Schumann-Gymnasium, Bonn  
Katharina Spahn  
Internat Schloss Hansenberg, Geisenheim

Pädagogische Beratung:  
IZOP-Institut zur Objektivierung von Lern- und Prüfungsverfahren, Aachen

An „Jugend und Wirtschaft“ nehmen teil:  
Altenholz-Gymnasium · Andernach, Bertha-von-Suttner-Gymnasium · Bad Honnef, Städtisches Siebengebirgsgymnasium · Bad Neuenhof, Gymnasium · Bergisch Gladbach, Gymnasium Herkenrath · Berlin, Friedrich-Engels-Gymnasium · Berlin, Katholische Schule Liebfrauen · Birkenfeld, Gymnasium · Bonn, Clara-Schumann-Gymnasium · Brackenheim, Zabergäu-Gymnasium · Bremen, Schulzentrum Grenzstraße · Büdingen, Wolfgang-Ernst-Gymnasium · Diepholz, Graf-Friedrich-Schule · Dortmund, Mallinckrodt-Gymnasium · Frankfurt/Main, Friedrich-Dessauer-Gymnasium · Freiburg/Br., Rotteck-Gymnasium · Freiburg/Br., Wentzinger-Gymnasium · Geisenheim, Internatsschule Schloss Hansenberg · Göttingen, Felix-Klein-Gymnasium · Halle, KGS „Wilhelm von Humboldt“ · Hamburg, Gymnasium Olmooor · Hamburg, Wichern-Schule des Rauhen Hauses · Heidelberg, Kurt-Friedrich-Gymnasium · Hof, Schiller-Gymnasium · Hülzgeringen, Schönbusch-Gymnasium · Köln, Erzbischöfliche Ursulinen-Schule · Koblitzborn, Fritz-Reuter-Gymnasium · Kulmbach, Caspar-Vischer-Gymnasium · Landstuhl, Sickingen-Gymnasium · Leipzig, Evangelisches Schulzentrum · Lengfeld, Käthe-Kollwitz-Gymnasium · Ludwigsburg, Mörke-Gymnasium · Lüneburg, Gymnasium Oedeme · Mannheim, Ursulinen-Gymnasium · Meiblen, Sächsisches Landesgymnasium Sankt Afra · Neuruppin, Evangelische Schule · Oberrursel, Feilbergerschule · Ostfildern, Heinrich-Heine-Gymnasium · Peine, Gymnasium am Silberkamp · Potsdam, Schiller-Gymnasium · Prien, Ludwig-Thoma-Gymnasium · Ratingen, Adam-Josef-Cyppers-Berufsschule · Ravensburg, Spohn-Gymnasium · Reutlingen, Johannes-Kepler-Gymnasium · Rheinbach, Städtisches Gymnasium · Röllben, Klosterschule · Rostock, Erasmus-Gymnasium · Saarbrücken, Wirtschaftswissenschaftliches Gymnasium · Salsbach, Heimschule Lender · Schleswig, Domschule · Schlüchtern, Kinzig-Schule · Seiftenberg, Friedrich-Engels-Gymnasium · Simbach, Tassilo-Gymnasium · Siemding, Winkelmann-Gymnasium · Straßburg, Hans-Gymnasium · Sundern, Städtisches Gymnasium · Überlingen, Gymnasium · Wezembeck-Öppem, Internationale Deutsche Schule · Wiesbaden, Diltheytschule · Wuppertal, St.-Anna-Schule