

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

Männer toben sich vor, Frauen nach der Ehe aus

Chefs buchen Wuträume für ihre Sekretärinnen, Frauen zerreißen darin Fotos ihrer Verflissenen. Psychologen betrachten diese neue Geschäftsidee allerdings skeptisch.

Einmal seiner Wut freien Lauf lassen und einfach alles kaputt machen, ohne Rücksicht auf Verluste auf den Fernseher oder Computer einschlagen, Teller, Tassen und Gläser zerschmettern: Ronny Rühmland und Marcel Braun machen das möglich. Im August 2014 haben sie in Halle die Schlag dich fit UG gegründet, den nach eigenen Angaben ersten Wutraum in Deutschland. Gefrustete können dort das komplette Mobiliar zertrümmern. Das Geschäftsmodell stammt aus den Vereinigten Staaten: In Dallas wurde Ende 2011 der erste Wutraum der Welt unter dem Namen „Anger Room“ gegründet. Erstanden war er nach japanischem Vorbild: In Tokio konnten 2008 gestresste Arbeitnehmer beim „Venting Place“ (to vent = Dampf ablassen) Geschirr gegen eine Betonwand schmettern. „Ich bin im Internet darauf gestoßen und war sofort von der Idee fasziniert“, erzählt Marcel Braun, der hauptberuflich Kundenberater in einem Transportunternehmen ist. Sein Geschäftspartner Ronny Rühmland ist selbständiger Handwerker und kennt Unternehmen, die Wohnungen entrümpeln, er selbst bietet auch Haushaltsauflösungen an. Nun landet das alte Mobiliar nicht gleich auf der Mülldeponie, sondern in den beiden Wuträumen der Jungunternehmer.

Ob nach einer Kündigung, einem Streit mit dem Ehepartner oder einfach nur, um „runterzukommen“ – Kunden sollen bei Schlag dich fit Stress abbauen. Dafür braucht es nur einen einfachen Raum, etwas Werkzeug, ein paar alte Möbel und Schutzkleidung. Zur Grundausstattung gehören Baseballschläger, Vorschlaghammer, Brecheisen, Äxte und Golfschläger.

Beim Zertrümmern wird Musik gespielt. Nach der Erfahrung von Rühmland und Braun eignet sich Heavy Metal besonders gut zum Aggressionsabbau. Kunden seien Lagermitarbeiter genauso wie Ärzte, Manager und Studenten. Sie reisten aus ganz Deutschland an; viele kämen allein. Sie seien zwischen 18 Jahren und Mitte vierzig. Unter 18 Jahren dürfen Jugendliche nur in Begleitung von Erwachsenen ihre Wut abregieren. Überrascht hat Braun die hohe Frauenquote. Sie habe lange Zeit bei 70 Prozent gelegen, inzwischen machten Frauen etwa die Hälfte der Kunden aus. Er erklärt das damit, dass sich Frauen viel Druck machten. Sie wollten Hausfrau und Mutter sein, gleichzeitig Karriere machen und zudem noch gut aussehen und entspannt wirken. Dieser Druck entlade sich dann im Wutraum. Oft werde dieses Erlebnis von den Ehemännern finanziert, sagt Braun.

Man verkaufe viele Gutscheine. „Auch Chefs spendieren ihren Sekretä-

rinnen eine Zeit im Wutraum, da sie nicht selbst unter den Aggressionen leiden wollen“, sagt Braun. Das Kurioseste sei bisher ein Pärchen gewesen, das gemeinsam am schön gedeckten Tisch ein Candlelight-Dinner genoss, bevor es mit einem Vorschlaghammer das Mobiliar, das Geschirr und die Gläser zertrümmert und dies als Selbsterfahrung betrachtet habe. Auch Teams aus Unternehmen nutzten das Angebot. „Ihnen geht es um die Frage: Wie ticken meine Kollegen?“, berichtet Braun.

Inzwischen haben auch Eventanbieter und Gutscheinportale den Wutraum in Halle in ihr Programm aufgenommen. Der Jahresumsatz liege zwischen 20 000 und 40 000 Euro. Von dem Erlös können die Gründer noch nicht leben. Der Standardpreis für 30 Minuten liegt bei 139 Euro. Auf dem Hinterhof können wütende Besucher für 199 Euro schrottreife Autos zertrümmern. Das ursprüngliche Anliegen, den Wutraum als Therapie anzubieten und mit Psychotherapeuten und Sozialarbeitern zusammenzuarbeiten, habe man bisher nicht verwirklichen können. Es haben sich keine Fachleute für eine Kooperation gefunden; unter Psychologen ist der Besuch im Wutraum umstritten.

Seit März 2015 gibt es in München und Berlin ebenfalls Wuträume. In München wirbt man mit dem Slogan „Zerstörung aus Leidenschaft“, in Berlin heißt der Wutraum Crash Room. In München hat der Geschäftsführer Hartmut Mersch zwei Räume angemietet, die er als Wohnzimmer, Büro oder nach anderen Vorstellungen seiner Kunden einrichtet. Das Mobiliar kauft er in Secondhandläden. Immer mehr Unternehmen entsorgen zudem bei Mersch Gegenstände, die defekt sind oder sich nicht verkaufen lassen.

Durchschnittlich zwei Kunden am Tag, vier am Wochenende kommen in die Münchner Wuträume. Die Preise liegen zwischen 139 und 199 Euro. 80 Prozent der Kunden sind Frauen aus allen Altersgruppen. Die Kunden kommen aus Deutschland, Frankreich, Holland und Österreich. Besonders gefragt seien Scheidungspartys für 199 Euro, bei der die Partygäste das Geschehen live über Monitore verfolgen können. Oft bräuchten Frauen Bilder des Verflissenen mit, die sie dann zerstörten. Die passende musikalische Begleitung sei zum Beispiel der Song „Break Stuff“ von Limp Bizkit.

Gut nachgefragt sei auch das Büropaket, bei dem für 139 Euro ein Büro zertrümmert werde. Für denselben Preis kann man seine Geburtstagsfeier in den Wutraum verlegen. Auch Jungesellenabschiede werden im Wutraum gefeiert; sie kosten 199 Euro. Für die Scheidungsparty und den Jungesellenabschied gibt es einen Mitschnitt als Erinnerung. Dazubestellen kann man einen DJ, einen Barke-



Die Liebe ist am Boden zerstört: Manchmal ist nicht zu übersehen, dass eine Beziehung kaputt ist. Im Hallenser Wutraum wird aus Süßholz Kleinholz. Foto dpa

per und einen Partyraum. Das Deluxe-Paket kostet 499 Euro. Der Umsatz lag 2015 in den acht Monaten nach der Eröffnung bei 150 000 Euro. Die Tendenz sei stark steigend, sagt der Gründer.

Den Crash Room in Berlin betreibt Christian Block hauptberuflich. „Ich suchte nach einer Geschäftsidee, die mit wenig Kapital leicht umsetzbar war“, erzählt er. Zwei bis drei Kunden besuchten in der Woche seinen Wutraum, 60 bis 65 Prozent seien Frauen, die zum Teil einfach Spaß haben wollten, aber auch Trennungen verarbeiteten. In Berlin haben auch Kinder die Möglichkeit, sich abzureagieren – mit Tortenschnitten oder dem Bemalen von Wänden. Der Umsatz in den acht Monaten 2015 habe erst 23 000 Euro betragen, die Nachfrage steige aber stetig. Block will demnächst auch Anti-Aggressionstraining und Anti-Mobbingstrategien für Schulklassen anbieten.

Ein Kunde beschreibt sein Erleben im Wutraum so: „Den Kontrollverlust zu spüren ist etwas Besonderes. Sonst muss man sich ja immer an Regeln halten.“ Block erzählt von elf Erzieherinnen, die

begreifen wollten, was in den Kindern vorgehe, die in der Kita Sachen zerstörten. Die Frauen hätten zuerst gezögert, sich dann aber schnell in Rage gesteuert und sich irgendwann wie im Rausch gefühlt.

Nach dem Abreagieren soll sich ein Gefühl der Entspannung einstellen, dann eine Art Erschöpfung. In dem positiven Erleben sehen Kritiker auch eine Gefahr. Das könne zu dem Trugschluss führen, man könne im echten Leben Probleme mit Gewalt bewältigen. Die Psychologin Angelika Kallwass, die auch Anti-Aggressionstrainerin ist, sieht den Wutraum als kurzfristiges Ventil, nicht als Therapieersatz. „Der Wutraum ist natürlich eine echte Alternative zur Körperverletzung und zum Totschlag. Er ist allerdings eine reine Entladung von angestauter Wut. Er bringt keine Veränderung.“ Von Entladung, Aufladung, Entladung, Aufladung hätten zwar die Anbieter von Wuträumen etwas. „Ob es aber auf Dauer einer Beziehung guttut, das wage ich zu bezweifeln“, sagt Kallwass.

Sarah Hamrad
Berufskolleg Siegburg

Kuchenverkauf oder Flohmarkt der Schüler vor dem Lehrzimmer“, sagt Thomas Vesper, Lehrer an der Friedrich-List-Schule in Ulm, der mit seinen Klassen schon viermal Neue-Masche-Produkte verkauft hat. „Für Studienfahrt sowie Abiball und Abschlussfahrt blieben jeweils rund 1500 Euro Spenden in unserer Kasse.“ Gerade habe er 391 neue Boxen bestellt.

Bevor Link Neue Masche gründete, arbeitete der promovierte Wirtschaftswissenschaftler als Unternehmensberater bei McKinsey. Während seines Studiums in Schweden ist er auf die Geschäftsidee gestoßen. „In Skandinavien ist diese Art des Geldsammlens längst keine Neuheit mehr“, erklärt er. Im ersten Jahr verhalf das Unternehmen 150 Gruppen zu insgesamt 120 000 Euro. 2015 waren es rund 300 Gruppen. „Ich denke, dass wir in den nächsten Jahren weiter wachsen werden“, sagt Link. Für 2016 hat er sich das Ziel gesetzt, einen Gewinn zu erwirtschaften. Noch lebt Link von den Rücklagen aus seiner Arbeit als Unternehmensberater. „Meine Vergütung wird in absehbarer Zeit nicht mit meinem Gehalt bei McKinsey vergleichbar sein, allerdings macht es sehr viel Spaß, und ich habe das Gefühl, etwas Sinnvolles zu tun.“

Links Geschäftsidee hat hierzulande schon Nachahmer gefunden. „Ich war natürlich irritiert, weil ich viel Zeit und Geld in die steuerliche und rechtliche Ausgestaltung investiert habe und diese nahezu direkt kopiert wurde“, sagt der Gründer. Die beiden Konkurrenten sehe er jedoch als Ansporn.

Till Stadtbäumer
Mallinckrodt-Gymnasium, Dortmund

Manches Herrchen sucht sich einen Wolf

Warum man Tieren einen Chip unter die Haut pflanzt

Katze Lucy kam eines Tages nicht von ihrem Freigang zurück. Dank des implantierten Transponders konnte sie an ihre Besitzer zurückvermittelt werden. Transponder, umgangssprachlich auch Tierchips genannt, sind reiskorngroße Bioglas-Kapseln, die den Tieren im Bereich der linken Schulter eingesetzt werden. Sie dienen ihrer Erkennung und Registrierung. Das Einpflanzen gilt als einfach und schmerzfrei. Der Chip ist zudem fälschungs- und manipulationsicher und lebenslang von Bestand, er kann beliebig oft abgelesen werden, und jedes Tier mit Chip kann durch eine auf der Welt einzigartige Nummer seinem Besitzer zugeordnet werden.

Ein weitverbreiteter Irrglaube ist, man könne mit Hilfe der Transponder die Position des Tieres per GPS feststellen. Das ist nicht der Fall: Es handelt sich um einen passiven Chip, der nur aktiviert werden kann, wenn ein passendes Lesegerät zur Verfügung steht; deshalb ist das Senden von GPS-Wellen ausgeschlossen. Um Tiere mit Chip ihren Besitzern zuzuordnen, wird ein Lesegerät benötigt, dessen elektromagnetisches Feld den Akku des Transponders aktiviert und dem Chip so ermöglicht, die auf ihm gespeicherte 15-stellige Nummer an das Lesegerät zu senden. Es muss für den Lesevorgang so nah wie möglich am Chip plaziert werden, da die Reichweite des Feldes begrenzt ist.

Die Besitzer von Tieren, denen ein Chip implantiert wurde, können sich bei Tasso e.V. mit Sitz in Sulzbach (Taunus) registrieren lassen. Sie können dann durch die Auslesung der Nummer ermittelt werden. Tasso stellt die Datenbank zur Verfügung. Der Verein finanziert sich nur durch Spenden und beschäftigt 16 000 ehrenamtliche Helfer. Die Transpondernummer wird hauptsächlich von Tierärzten und Tierheimen ausgelesen.

Nach Angaben von Marie-Christin Gronau, der Leiterin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Tasso, sind 7,7 Millionen Haustiere bei Tasso registriert, darunter knapp 4,4 Millionen Hunde, 3,3 Millionen Katzen und etwa 30 000 andere Tiere wie Vögel, Hamster und Frettchen. Für Pferde und Zootiere ist die Kennzeichnung mit einem elektronischen Transponder sogar gesetzlich geregelt. So müssen alle nach dem 1. Juli

2009 geborenen Pferde und Tiere, die wie Elefanten, Geparden oder Leoparden unter das Washingtoner Artenschutzübereinkommen fallen, mit einem Chip versehen sein. Laut Tasso wird alle zehn Minuten ein Tier zurückvermittelt.

„Bei den Tierchips handelt es sich um ein schon in den achtziger Jahren patentiertes Produkt“, sagt Jobst Dasmann, Gründer und Geschäftsleiter von Tierchip Dasmann. Sein 2004 gegründetes Unternehmen mit Sitz in Tecklenburg in Nordrhein-Westfalen sei mit einem Marktanteil von etwa 50 Prozent, einem Verkauf von rund 2,5 Millionen Tierchips im Jahr und einem Jahresumsatz von knapp 10 Millionen Euro in Deutschland Marktführer. Dasmann bezieht die Rohlinge für die Transponder von einem externen Hersteller und überträgt auf diese die eigene Software.

Man sei der erste Online-Händler für Transponder in Deutschland gewesen. In Europa liege man mit zwei Unternehmen aus der Schweiz und aus Spanien an der Spitze, sagt Dasmann. Die Preise sind je nach Abnahmemenge gestaffelt; sie kosten je nach Größe zwischen 2 und 4,50 Euro. Für das Einsetzen muss der Tierbesitzer je nach Tierart zwischen 35 und 50 Euro bezahlen.

Als Hülle um den Chip verwendet Dasmann Bioglas, das eine rauhere Oberfläche als herkömmliches Glas hat, gewebeverträglich ist, mit der Haut verwächst und somit das „Wandern“ des Transponders im Körper verhindert. Jedem Transponder liegt eine Tier-Ident-Karte bei, mit der das Tier sowohl bei Tasso als auch in der 2009 von Dasmann gegründeten Datenbank „My Petpool“ registriert werden kann. Laut Dasmann sind 45 Prozent der Tiere mit Chip nicht registriert. Manche lassen zwar ihr Tier mit einem Chip versehen, vergessen aber, es registrieren zu lassen.

Im vergangenen Mai hat das Unternehmen „MyKeeper“ auf den Markt gebracht, eine Marke, die am Halsband des Tieres angebracht wird. In ihr befindet sich ein Chip, der die Datenübertragung mit einem Handy, das sich in der Nähe befindet, ermöglicht. Daten über den Tierhalter können ausgelesen werden, und es kann anonym eine Nachricht vom Handy des Finders an den Tierhalter übermittelt werden. Der Chip kostet rund 20 Euro.

Daniela Scharbach
Wentzinger-Gymnasium, Freiburg

Bei Nacht sind nicht alle Betten gleich

Hotelkette für junge Leute hat ehrgeizige Expansionspläne

Der Tag hat 24 Stunden, sollte man meinen. „Nein“, sagt Kai Hollmann, einer der vier Gesellschafter und Geschäftsführer der Hamburger 25hours Hotel Company GmbH. „Wir machen rund um die Uhr Programm und bieten den Gästen immer eine Stunde mehr Abenteuer und Action.“ Als Beispiele nennt er verschiedene Partyreihen, die bis zum nächsten Morgen gehen, sowie Live-Musik von unterschiedlichen DJs.

Hollmann wurde in die klassische Hotellerie hineingeboren, hat lange darin gearbeitet und sich dann mit dem Hamburger Designhotel Gastwerk selbständig gemacht. Ihn interessierte ein „an Design und Lebensart orientiertes Hotelkonzept“. 2003 eröffnete er das erste 25hours-Hotel, das „Number One“. Das alte Hamburger Kontorhaus wurde entkernt und neu aufgebaut. Hier trifft der Gast auf einen Retro-Design-Mix aus den sechziger und siebziger Jahren. Zusammen mit Christoph Hoffmann, Ardi Goldman und Stephan Gerhard gründete Hollmann 2006 die 25hours Hotel Company GmbH.

Die Hotels sind Projektionsfläche ihrer Umgebung, haben ein eigenes Design oder ein eigenes Motto wie das zweite 25hours-Hotel. Es liegt in der Hamburger Hafencity, und die Gäste schlafen in Kojen. Erzählt werden Abenteuer von Seeleuten aus aller Welt. Inzwischen gibt es sieben 25hours-Hotels in Hamburg, Berlin, Frankfurt, Wien und Zürich. Je nach Saison kostet eines der jeweils rund 150 Zimmer zwischen 100 und 250 Euro.

Die Ausstattung des im Januar 2014 in Berlin eröffneten Bikini-Hotels hat viel mit dem nahe gelegenen Zoo zu tun. In den Zimmern befinden sich aufgespannte Hängematten vor bodentiefen Panoramenfenstern, in denen man die Schimpansen im Affenhaus beobachten kann. Es hängen Lianen von den Decken, an den Wänden und Säulen ranken Zimmerpflanzen, und in jeder Ecke sitzt ein Kuschelaffe. In der Bar und in dem Restaurant, die sich im zehnten Stockwerk befinden, blickt man über den Kurfürstendamm und den Zoo. „Der Konzeptgedanke einer urbanen, weltweiten Community, die sich mit anderen Menschen austauschen möchte, schließt den kulinarischen Bereich mit ein“, sagt Hollmann. Und so finden sich auf der Speisekarte viele außergewöhnliche, orientalische angehauchte Gerichte.

Die Auslastung des Hauses in Berlin lag laut Hollmann im ersten halben Jahr bei 92 Prozent und hat sich seitdem kaum verändert. Mittlerweile gibt es auch in Frankfurt zwei 25hours-Häuser. Die Ausstattung des „25hours by Levi's“ ist von der Levi's-Jeans inspiriert. Helle und dunkle Blautöne erinnern an unterschiedliche

Jeans-Waschungen. Es gibt blaue Möbel, Lampen, Tapeten, Teppiche und andere Textilien. Das zweite Frankfurter Hotel, „The Goldman“, wurde am 1. Dezember 2006 eröffnet und liegt im aufstrebenden Frankfurter Ostend. Der Besucher erfährt dort einiges über internationale Persönlichkeiten, zum Beispiel über die schwedische Kinderbuchautorin Astrid Lindgren.

„Das 25hours ist kein typisches Hotel“, sagt Hollmann, „sondern ein Angebot für unkomplizierte Gäste, ihre Lebensart bei uns weiterführen zu können.“ Die Haupt-



„Erlebnishotel am Flughafen fut und schön, aber wir hätten nicht den Aufzug nehmen dürfen.“

zielgruppe ist ein junges Publikum zwischen 25 und 35 Jahren, das den Wunsch nach Begegnung und Austausch hat und etwas erleben will. Insgesamt wolle man Menschen ansprechen, die ein neues Hotelerlebnis suchten.

Über seine Mitarbeiter sagt Hollmann, „sie sollen selbständig arbeiten und eigene, verantwortungsbewusste Entscheidungen treffen“. Es sei nicht wichtig, ob sie den Wein von links oder rechts einschneiden, sondern dass sie gute Laune mitbrächten und Freude an der Arbeit hätten. Ob sie die Gäste siezten oder duzten, entschieden sie selbst.

Nach Hollmann lag der Umsatz der Kette im ersten Jahr bei 3 bis 4 Millionen Euro. 2015 habe er rund 45 Millionen Euro betragen. Alle Standorte haben nach seinen Angaben eine Auslastung von mehr als 80 Prozent. Der Bedarf an Hotels steige auf der ganzen Welt weiter, auch 25hours expandiere weiter. 2017 sollen in München, Köln, Düsseldorf, Barcelona und Zürich neue Häuser eröffnet werden. Die Planungen für Hotels in Amsterdam, Kapstadt, London, Los Angeles, Madrid, Miami, Mailand, New York, Oslo, Paris und Stockholm seien schon angefallen.

Laura Klein
Katholische Schule Liebfrauen, Berlin

Spendensammler machen sich auf die Socken

Ein Freiburger Unternehmen unterstützt Schulen beim Einsammeln von Geld

Wie können Schulen, Kindergärten, Vereine oder andere Gruppen Geld für Projekte oder Neuschaffungen einsammeln? Dazu hat die Projekt Fundraising GmbH eine Geschäftsidee unter dem Namen „Neue Masche“ entwickelt. Das Freiburger Jungunternehmen, das vier Mitarbeiter beschäftigt, bietet seine Dienstleistung seit 2013 an. Das Prinzip ist einfach: Die Gruppen melden sich auf der Internetseite von Neue Masche an und bekommen eine Produktauswahl zugeschickt: Socken, Mützen, Poster oder Seife. Vorher haben Freiburger Sozialwerkstätten die Produkte in blaue Boxen verpackt.

„Es muss am Ende jeder etwas von dem Modell haben“, sagt Gründer und Geschäftsführer Benedikt Link. Die Gruppenmitglieder bieten die Produkte Freunden, Verwandten und Nachbarn an, zum Beispiel auf Schulveranstaltungen oder Turnieren. Die Bestellungen werden dann an Neue Masche weitergeleitet. Das Unternehmen sendet innerhalb von sieben Tagen die bestellte Menge an die Gruppe. Diese verteilt die Boxen an die Käufer und sammelt das Geld ein.

Den Produkten ist gemein, dass jeder sie benötigt und es keine Markenartikel sein müssen. Für ihren Kauf wirbt man am besten, indem man betont, dass der Käufer damit eine Gruppe unterstütze, aber nicht mehr zahlen müsse als in normalen Geschäften. Durch eine kurze Handelskette und den Verzicht auf Ladengeschäfte werde Geld gespart. Hinzu kommt, dass das Unternehmen bei der Auswahl der Lieferanten auf die Einhaltung von Sozialstandards achtet.

Eine Socken-Box zum Beispiel kostet 15 Euro und beinhaltet drei bis sechs Paare. Je verkaufter Box gehen 4 Euro direkt an das Projekt der Kunden, 11 Euro werden an Neue Masche überwiesen. Im Vergleich zu anderen Spendensammelaktionen habe dieses Fundraisingkon-

zept einen Vorteil: Die Teilnehmer tragen kein finanzielles Risiko, da sie nur die Produkte bestellen, für die sie schon Abnehmer gefunden hätten.

„Die Methode, über Neue Masche Geld zu sammeln, ist für die Klassenkasse ergiebiger als der bis dahin übliche

Frankfurter Allgemeine ZEITUNG IN DER SCHULE
bankenverband
Mehr zu den Projektpartnern im Internet unter www.jugendundwirtschaft.de
Verantwortliche Redakteurin: Lisa Becker
Verantwortlich im Bankenverband: Anke Papke
Pädagogische Betreuung: IZOP-Institut zur Objektivierung von Lern- und Prüfungsverfahren, Aachen Ansprechpartner: Dr. Titus Maria Horstschäfer
An dem Projekt „Jugend und Wirtschaft“ nehmen teil: Alzey, Gymnasium am Römerkastell • Aurich, Integrierte Gesamtschule Aurich-West • Bad Iburg, Gymnasium • Bad Segeberg, Städtisches Gymnasium • Bad Zwischenahn, Gymnasium Bad Zwischenahn-Edewecht • Bassum, Lukas Schule • Berlin, Kath. Schule Liebfrauen, Wilma-Rudolph-Oberschule • Bernau, Barnim-Gymnasium • Bonn, Clara-Schumann-Gymnasium, Kardinal-Frings-Gymnasium, Tannenbusch-Gymnasium • Bremen, Hermann-Böse-Gymnasium, Oberschule Rockwinkel • Brühl, Max-Ernst-Gymnasium • Cochem, Martin-von-Cochem-Gymnasium • Coesfeld, St.-Pius-Gymnasium • Delmenhorst, Gymnasium an der Willmsstraße • Dieburg, Alfred-Delp-Schule • Dillingen, Albert-Schweitzer-Gymnasium • Dortmund, Mallinckrodt-Gymnasium • Dreieich, Ricarda-Huch-Schule • Duderstadt, Eichsfeld-Gymnasium • Freiburg, Wentzinger-Gymnasium • Fürstenwalde, Kath. Schule Bernhardinum • Fürth, Heinrich-Schliemann-Gymnasium • Geisenheim, Internat Schloss Hansenberg • Gießen, Landgraf-Ludwigs-Gymnasium • Hadamar, Fürst-Johann-Ludwig-Schule • Hamburg, Gymnasium Ohmoor, Wilhelm-Gymnasium • Herne, Mulvany-Berufskolleg • Heubach, Rosenstein-Gymnasium • Hohenmölsen, Agricolagymnasium • Kaiserslautern, Albert-Schweitzer-Gymnasium • Künzelsau, Schlossgymnasium • Lohr a. Main, Franz-Ludwig-von-Erthal-Gymnasium • Lübeck, Friedrich-List-Schule • Magdeburg, Ökumenisches Domygnasium • Maxdorf, Lise-Meitner-Gymnasium G8 GTS • Münster, Gymnasium Wolbeck • Münstermaifeld, Kurfrist-Balduin-Gymnasium • Oberursel, Feldbergschule • Oberviechtach, Ortenburg-Gymnasium • Osnabrück, Ursulaschule • Paderborn, Gymnasium Schloß Neuhaus • Riedlingen, Kreisgymnasium • Rode-wisch, Johann-Heinrich-Pestalozzi-Gymnasium • Rottweil, Droste-Hülshoff-Gymnasium • Schopfheim, Theodor-Heuss-Gymnasium • Schweinfurt, Bayernkolleg • Siegburg, Berufskolleg • Siegen, Berufskolleg Wirtschaft und Verwaltung • Stralsund, Berufliche Schule • Uetersen, Ludwig-Meyn-Gymnasium • Wismar, Geschwister-Scholl-Gymnasium • Zwickau, Peter-Breuer-Gymnasium