

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

Dieses Haus im mittelhessischen Heuchelheim ist schon wegen seiner runden Form ungewöhnlich. Verweilt man einige Minuten davor, erkennt man die wahre Besonderheit: Das Haus bewegt sich. Etwa alle fünf Minuten dreht es sich um ein paar Zentimeter weiter und folgt so dem Lauf der Sonne. „Ich kann die Sonne nicht an- und ausschalten, aber ich kann sie zumindest bestmöglich nutzen, wenn sie da ist“, sagt Christopher Rinn. Der Geschäftsführer der Rinn XI. GmbH, der den Zimmereibetrieb in vierter Generation führt, ist stolz auf die Drehhäuser in der kleinen Gemeinde an der Lahn, die er gerne als das „Welt-Drehhaus-Zentrum“ bezeichnet.

Bisher hat man drei solcher Häuser in Heuchelheim und eines im fränkischen Rödental gebaut. Ein fünftes Projekt befindet sich in der Planung. Die Drehhäuser bilden allerdings nur einen Teilbereich des Unternehmens, das auf eine mehr als hundertjährige Geschichte im Bereich Holzbau blickt. Sie seien aber, wie Rinn anmerkt, das Steckenpferd des Betriebs und eine Herzensangelegenheit.

Die Idee zu einem drehbaren Gebäude hatte sein Vater Heinrich Rinn, ebenfalls Zimmermann, als er in den neunziger Jahren ein Haus für sich und seine Frau bauen wollte. Er hatte erkannt, dass wegen der Ressourcenknappheit ein Umdenken im Gebäudebau stattfinden musste. Ihm war wichtig, dass das Drehhaus mithilfe von Sonne und Regen energieautark war und man bezüglich Gestaltung und Nutzung keine Einschränkung hinnehmen musste. Sohn Christopher schmunzelt, wenn er an den Baubeginn 1996 zurückdenkt. „Am Anfang haben uns die Nachbarn alle für verrückt erklärt.“ Auch seine Mutter sei zunächst skeptisch gewesen. „Aber nach ein paar Wochen hat sie gesagt: ‚Aus diesem Haus trägt ihr mich nur noch raus.‘“

Die Bauart der Gebäude wurde dann in jeder Generation weiter verbessert, beispielsweise im Hinblick auf den hölzernen Drehkranz, auf dem das ganze Haus aufgebaut ist. „Man kann sich das vorstellen wie einen großen Pilz aus Holz, der auf einem Kugellager sitzt“, erklärt Rinn. Dies erlaubt eine sehr leichte Drehbarkeit des ganzen Gebäudes durch einen nur 180 Watt starken Elektromotor. Eine vollständige Umdrehung dauert etwa eine halbe Stunde. Wer es schweißtreibender mag, für den bietet das Unternehmen an, einen Heimtrainer einzubauen, mit dem das Haus auch allein mit Muskelkraft bewegt werden kann.

Die älteren Drehhäuser lassen sich, um Verwicklungen in den Leitungen zu vermeiden, nur um etwa 350 Grad drehen; danach müssen sie wieder in die entgegengesetzte Richtung bis zum Ausgangspunkt bewegt werden. In der aktuellen Bauvariante wurde dieses technische Problem behoben, eine unbegrenzte Drehung ist möglich. Das mache ihr Drehhaus-System einmalig auf der Welt, heißt es von der Firma Rinn.

Im Normalbetrieb wird die Drehung des Hauses von einer vollautomatischen Steuerung übernommen, die sich nach dem Sonnenstand richtet. Das Gebäude hat eine „Lichtseite“ mit großen Panora-



Man kann es drehen und wenden, wie man will, heraus kommt ein ständiger Platz an der Sonne.

Foto Rinn

Alles dreht sich ums eigene Haus

Eine Zimmerei aus Hessen baut Häuser, die sich um die eigene Achse bewegen. Das spart Energie, erzeugt schönes Licht – und kann auch beim Grillen vorteilhaft sein.

mafenstern und eine „Schattenseite“ mit wenigen kleineren Fenstern. Folgt die Lichtseite dem Lauf der Sonne, kann die Wärmeenergie den ganzen Tag über ins Innere gelangen und dort gespeichert werden. „Bei einem normalen Haus hätte ich mit solch großen Fenstern häufig mehr Energieverluste als Gewinne, da sie nur wenige Stunden am Tag in der Sonne liegen. Bei unserem Drehhaus ist das anders“, sagt Rinn. Durch die besondere Dämmung als Passivhaus wird dieser Effekt noch verstärkt. Somit wird die Sonnenenergie effektiv als Heizung genutzt, und die Heizkosten sinken deutlich.

An heißen Sommertagen ist es aber ebenso möglich, die Schattenseite des Hauses in die Sonne zu stellen, um so die Temperatur im Innenraum niedrig zu halten. Gleichzeitig produziert das Haus mit Photovoltaik-Modulen und Sonnenkollektoren auf dem Dach Strom und hei-

bes Wasser. Damit kann es sich nicht nur komplett selbst mit Energie versorgen, sondern es erzeugt auch einen Überschuss, mit dem beispielsweise ein Elektroauto geladen werden kann.

Für Rinn ist die gute Ökobilanz gar nicht mal der größte Vorteil des innovativen Holzhauses. Vielmehr schätzen die Bewohner vor allem die optimale Belichtung der Räume, die fast dem Tageslicht im Freien entspreche. Dies wirke sich positiv auf Gesundheit und Wohlbefinden aus. Besonders deutlich wird dieser Fokus auf das Licht beim neuesten Drehhaus, das Rinn gerade mit seiner Frau bezogen hat. Auffallend ist die große Glasfront auf der Sonnenseite, die sich über zwei Stockwerke erstreckt. „Im Inneren haben wir die Räume ganz bewusst offen gestaltet, damit das Licht auch bis in den hinteren Teil des Gebäudes dringt“, führt der Bauherr aus. Überhaupt hat man viel Wert auf optische Effekte und Sichtachsen gelegt.

Ulrich Würtele lebt seit 2017 in einem der Drehhäuser in Heuchelheim. „In einem normalen Haus bräuchte man zwei oder drei Balkone, um immer in der Sonne zu sein, hier reicht uns einer“, sagt der Hotelier. Die meisten Besucher seien zunächst etwas verwundert, wenn das Haus leicht ruckartig anfähre oder abbremsen. Er merke das aber fast gar nicht mehr. Im Alltag erweist sich neben der automatischen Drehung auch die manuelle Steuerung über Smartphone oder Fernbedienung als praktisch. Würtele nutzt das beispielsweise beim Grillen, um die Terrasse samt Grill auf die windabgewandte Seite zu bewegen. Mit der modernen Technik lässt sich das Haus auch von unterwegs in die gewünschte Stellung bringen.

„Und wenn der Nachbar mich mal stört, dreh ich mich ganz bequem auf die andere Seite“, sagt Rinn. Als er das zweite Drehhaus im Jahr 2011 zum ersten Mal

bewegte, war die Verwunderung bei den Kunden eines Supermarktes nebenan groß. „Die Leute konnten erst gar nicht glauben, dass sie da plötzlich ein anderes Haus sahen als noch vor zehn Minuten.“

Als winzige Nachteile seines Hauses nennt Würtele den außen liegenden Kellereingang und den engen Schnitt mancher Räume. Dies sei der besonderen Bauweise geschuldet, die für ein drehbares Gebäude nun mal nötig sei.

Das Drehhaus stößt laut Rinn auf großes Interesse. Was viele aber abschrecke, sei der relativ hohe Kaufpreis. Dieser liegt je nach Anfertigung meist gut 100 000 Euro höher als der Preis eines vergleichbaren Gebäudes ohne Drehbarkeit. Einzuzurechnen sind jedoch die geringeren Energiekosten. Das Drehhaus-Geschäft allein sei noch nicht rentabel.

Lennart Wehrum
Landgraf-Ludwigs-Gymnasium, Gießen

Ein Körnchen Klarheit

Sasse stellt Korn in Whisky-Qualität her

Korn, der schmeckt – das war das Ziel der Sasse Feinbrennerei Lagerkorn GmbH aus Schöppingen im Münsterland. Das Unternehmen entstand 1707; nun gehöre man mit Auszeichnungen wie der „Destillery of the Year“ zu den erfolgreichsten Unternehmen der Branche. Doch war die Entwicklung nicht immer vielversprechend. 1985 wurden die Tore geschlossen. Die Öffnung der europäischen Märkte ermöglichte den Import ausländischer Spirituosen. „Italienischer Grappa und schottischer Whisky waren dann einfach spannender als der heimische Kornbrand“, berichtet Geschäftsführer Rüdiger Sasse.

Rund zwei Jahre später eröffnete die Brennerei unter ihm wieder. Es sei harte Arbeit gewesen, sich im Premiumbereich gegen Whisky und Grappa durchzusetzen. Doch was rechtfertigt die Positionierung von Korn im Premiumbereich? Sasse erinnert sich, wie er am Nikolausabend einen Korn probierte. Der Brand hatte nicht den üblichen starken Korn-Geschmack und war besonders mild. Es handelte sich um einen Korn einer älteren Generation des Unternehmens, der für Freunde hergestellt worden war.

Sasse wollte daraufhin einen Korn herstellen, dessen Geschmack vollends überzeugt. Er kreierte den ersten Lagerkorn, einen in Eichenfässern gelagerten Korn, in denen zuvor Cognac war. Nur so entstünden in vier Jahren die Farbe des Bernsteins und der besondere Geschmack, berichtet Sarah Grawe, Assistentin der Geschäftsführung. „Ein klassischer Korn ist ungelagert und kristallklar in der Farbe.“ Für die Kornvariation Cigar Special habe man 2020 den Preis als bester Whisky Kontinentaleuropas gewonnen, sagt Sasse. Um in der Kategorie Whisky anzutreten, müsse der Lagerkorn gewisse Anforderungen erfüllen, denn ein Lagerkorn könne ebenfalls ein Whisky sein – umgekehrt sei dies nicht so leicht möglich.

Viele Kunden kommen aus der Gastronomie. Die Preise beginnen bei rund 20 Euro und steigen bis 350 Euro für einen

Lagerkorn Bordeaux Finish in der 0,7-Liter-Flasche. Der nach Unternehmenssage beste Whisky Kontinentaleuropas Cigar Special kostet rund 45 Euro. Ein halber Liter 20 Jahre alter Kornbrand ist für gut 175 Euro zu haben. Die Produktpalette umfasst knapp 30 Spirituosen, die aus regionalem Bio-Getreide hergestellt werden. Der Absatz sei in den vergangenen Jahren stetig um etwa 10 Prozent jährlich gestiegen. Die Jahresumsätze lagen zwischen 6 und 8 Millionen Euro.



2020 sei wegen der Corona-Krise ein Großteil der Kunden weggefallen, sagt Sasse. Nun produziert man Desinfektionsmittel und konnte so die 25 Mitarbeiter halten und konnte so die 25 Mitarbeiter halten und konnte so die 25 Mitarbeiter halten. Der Umsatz belaufe sich auf etwa 300 Millionen Dollar im Jahr 2020, umgerechnet knapp 250 Millionen Euro. Die traditionellen Produkte würden immer wieder neu erfunden. Dazu zählt die patentierte 180-Grad-Mechanik, die es ermöglicht, Papiere sowohl von links als auch von rechts im Ordner abzuheften.

Carlo Schürmann
Hans-Böckler-Berufskolleg, Münster

Sie sind alle schwer in Ordnung

Leitz verkauft viel mehr als Aktenordner – und profitiert vom Homeoffice

Bei Leitz denkt man an Aktenordner. Die Leitz Acco Brands GmbH & Co. KG hat freilich wesentlich mehr Produkte im Angebot. „Als Marke beschäftigen wir uns generell mit dem Organisieren der Arbeit und des Zuhauses“, sagt Ard-Jen Spijkervet, Geschäftsführer der Marke Leitz und Vice President Central Europe von Leitz Acco. Das Stuttgarter Traditionsunternehmen gehört seit 2017 zum amerikanischen Acco-Brands-Konzern. Louis Leitz gründete das Unternehmen 1871 als „Werkstätte zur Herstellung von Metallteilen für Ordnungsmittel“, nachdem er einen einfachen Ordner erfunden hatte. 1892 wurde der erste Locher, 1896 der erste klassische Aktenordner verkauft. Die heutige Technik stimmt überwiegend mit der des Originalmodells überein; bis auf das Griffloch wurde kaum etwas verändert.

In Deutschland beschäftigt Leitz rund 500 Mitarbeiter, auf der ganzen Welt arbeiten rund 7000 Personen im Acco-Brands-Konzern. Die Verwaltung von Leitz sitzt in Stuttgart, produziert wird in Uelzen in Norddeutschland, an zehn weiteren europäischen Standorten, in den Vereinigten Staaten und Asien. Produkte der Marke Leitz würden auf der ganzen Welt verkauft, sagt Spijkervet. Die klassischen Ordnungsmittel machten noch etwa 40 Prozent des Geschäfts aus. Andere Produkte seien Laminiergeräte, Aktenvernichter, Luftreiniger und Laptoptaschen. Das Sortiment umfasse rund 7500 Artikel; der Umsatz belaufe sich auf etwa 300 Millionen Dollar im Jahr 2020, umgerechnet knapp 250 Millionen Euro. Die traditionellen Produkte würden immer wieder neu erfunden. Dazu zählt die patentierte 180-Grad-Mechanik, die es ermöglicht, Papiere sowohl von links als auch von rechts im Ordner abzuheften.

Im Bereich Ordnungsmittel sei man ganz klar Marktführer in Deutschland, sagt Spijkervet. „2019 haben wir knapp 100 Millionen Ordner hergestellt.“

Nach Angaben des Marktforschungsinstituts GfK hat Leitz unter den Herstellermarken einen Marktanteil von 66 Prozent. Ein wichtiger Wettbewerber ist die Berliner Pelikan Group, zu der Marken wie Herlitz und Pelikan gehören. Sie zählt sich auch zu „den führenden Marken Anbietern von Qualitätsprodukten im Bereich Papier-, Büro- und Schreibwaren (PBS) sowie Papeterie“.

„Wir wollen keine Mainstream-Marke sein“, sagt Spijkervet. Ein Leitz-Ordner kostet bei Kaut-Bullinger, einem Unternehmen für Bürobedarf, für Privatkunden zwischen 3,63 Euro für den klassischen Aktenordner aus Pappe und 15 Euro für spezielle Modelle mit mehreren Hebelmechaniken. Mit Blick auf Konkurrenz durch Billiganbieter gibt sich Spijkervet gelassen: „Unser Ordner kostet das Doppelte eines Ordners vom Discounter. Unseren kann man aber auch 12 000 Mal auf- und zumachen, ohne dass sich was verbiegt oder der Ordner im befüllten Zustand umfällt.“

Leitz Acco Brands habe „eine besonders große Produktvielfalt“, sagt Robert Stefani, Bereichsleiter Marketing bei Kaut-Bullinger. Die meisten Unternehmen der Branche spezialisierten sich auf wenige Produktgruppen. „Im Premiumbereich ist Leitz ein Verkaufschlager und bei vielen Firmenkonten und Behörden als qualitativ hochwertiger Lieferant ein fester Bestandteil der Bestellungen.“

Volker Jungelblut, Geschäftsführer des Verbands der PBS-Markenindustrie, der die Interessen von vierzig Herstellern aus dem Bereich Papier, Büro und Schreiben vertritt, sieht den Trend, sich von anderen Marken mit Farbe und Design abzuheben. Dies bestätigt Spijkervet: „Die Arbeitswelt- und -umgebung hat sich verändert. Vor 10 Jahren waren Locher und Tacker traditionell schwarz oder blau. Zu diesem Zeitpunkt waren wir der absolute Trendsetter, als wir unsere Produkte in frischen, leuchtenden Farben auf den Markt gebracht haben.“

Inzwischen fertigt das Unternehmen 100 Ordnervarianten, auch den „Active-Ordner“. Bei Kaut-Bullinger ist er von rund 9 Euro an erhältlich. Er besteht aus recyceltem Material und hat einen runden Rücken. Genutzt wird er wegen seiner ergonomischen Form von Schülern und Menschen, die beruflich viel unterwegs sind.

Die Ausrichtung auf Design und Farben hat Leitz in der Corona-Zeit, in der viele Menschen zu Hause arbeiten, geholfen. „Die Menschen möchten heute Produkte, die nicht nur gut funktionieren, sondern wie Mode zu ihnen und ihrer Umgebung passen“, sagt Spijkervet. 2020 sei wirtschaftlich nur ein wenig schlechter gewesen als 2019; der Umsatzrückgang habe bei 6 Prozent gelegen. Den Ausfall an Standardprodukten konnte man durch andere Produktkategorien wie Luftreiniger, Laminiergeräte und Designprodukte abfedern.

Die Zukunft des stationären Handels betrachtet Spijkervet skeptisch. „Er muss innovativer werden und einen anderen Mehrwert bieten als der Internethandel.“ Es reiche nicht, den kleinen, dunklen Laden an der Ecke weiter zu betreiben. Ein Mix müsse her. „Proaktiv Kaufanreize schaffen, und wenn ich einen Artikel im Laden nicht vorrätig habe, aber ihn innerhalb von vier Stunden besorgen kann, dann bin ich auf einmal ein cooler stationärer Händler.“

Über das papierlose Büro macht man sich bei Leitz keine großen Sorgen. Von ihm habe man bisher wenig gespürt. Erst durch die pandemiebedingte Arbeit im Homeoffice sei die Nachfrage etwas zurückgegangen. Papier sei zwar kaum noch ein aktives Kommunikationsmittel. „Aber Menschen finden es immer noch angenehmer, etwas auf Papier durchzulesen als auf dem Bildschirm, und sie lieben Papier als Beleg für ihre Arbeit“, sagt Spijkervet.

Jonas Wagner
Aventinus-Gymnasium, Burghausen

Polizei gibt voll Stoff

Aus Uniformen werden Rucksäcke

Von Grün zu Blau: 2018 erhielten die bayerischen Polizeiuniformen ein neues Design. Durch das Upcycling-Projekt „110 2.0“ werden die grünen Uniformen aus Bayern wiederverwertet. Sie werden überarbeitet und neu zusammengesetzt, da die Materialien, aus denen Uniformen hergestellt werden, eine sehr hohe Qualität aufweisen. Nach Angaben der Koordinatorin Katharina Werner ist dies ein Projekt der Barmherzige Brüder gemeinnützige Behindertenhilfe GmbH aus Regensburg, die in der Krankenhaushilfe und in der Integration von Menschen mit einer Behinderung tätig ist.

Die Uniformen werden zu Rucksäcken, Decken und Sporttaschen. Dafür müssen die Auszeichnungen entfernt werden, da das Tragen den bayerischen Polizeibeamten vorbehalten ist. Doch man erkennt die Uniformen wieder. Laut Werner stehen die Beschäftigten zurzeit vor einer großen Herausforderung: Sie müssen 230 Tonnen Stoff sortieren und zu Unikaten weiterverarbeiten. Seit Oktober 2017 haben sie 2500 Produkte angefertigt.

Am Hauptsitz in Straubing arbeiten 220 Behinderte in den Werkstätten mit. Jede Arbeitsgruppe (Werkstatt) besteht aus zwölf körperlich und geistig Beeinträchtigten sowie einem Leiter. „Die Arbeitsplätze sind den Beschäftigten angepasst und nicht die Beschäftigten dem Arbeitsplatz“, stellt Werner klar. Laut ihr gehen 75 Prozent des Erlöses an die Beeinträchtigten. Sie erhalten einen monatlichen Grundlohn von 80 Euro. Je nach Leistung besteht die Möglichkeit, sich bis zu 150 Euro dazuverdienen zu können.

Die Barmherzige Brüder GmbH arbeitet mit einem multiprofessionellen Team zusammen. Zu ihm gehört die Designerin Birgit Strasser, die die Unikate entworfen hat. „Die Qualität der Uniformen spielt eine große Rolle, da kaputte Uniformen sofort aussortiert werden“, sagt Werner. Das Projekt erhält aus ganz Deutschland Anfragen, das Upcycling der Uniformen auch an Schulen als gemeinsames Projekt anzubieten. Den Barmherzigen Brüdern werden auch Uniformen aus der Justizvollzugsanstalt und dem bayerischen Zoll angeboten. „Dies sind Stoffe, die wir in der Zukunft noch benötigen, um das Geschäft aufrechtzuerhalten“, sagt Werner.

Der Arbeitsaufwand ist hoch, und in der Produktion sind viele Beschäftigte tätig. 129 Euro kostet das beliebteste Produkt, der Rucksack. Das mit einem Preis von 16 Euro günstigste Produkt ist eine Stofftasche aus Polizeihelmen. Insgesamt werden 18 Produkte hergestellt.

Mieke Kienast
Gymnasium an der Willmsstraße, Delmenhorst

Frankfurter Allgemeine
ZEITUNG IN DER SCHULE

bankerverband

Mehr zu den Projektpartnern im Internet unter www.jugendundwirtschaft.de

Verantwortliche Redakteurin:
Lisa Becker

Verantwortlich im Bankerverband:
Julia Topar

Pädagogische Betreuung:
IZOP-Institut zur Objektivierung von Lern- und Prüfungsverfahren, Aachen
Ansprechpartner:
Dr. Titus Maria Horstschäfer

An dem Projekt

„Jugend und Wirtschaft“ nehmen teil:

Bad Bramstedt, Jürgen-Fuhlendorff-Schule • Bad Oeynhausen, Immanuel-Kant-Gymnasium • Baden-Baden, Klosterschule vom Heiligen Grab • Berlin, Heinz-Berggruen-Gymnasium, Kath. Schule Liebfrauen, Werner-von-Siemens-Gymnasium • Böblingen, Otto-Hahn-Gymnasium • Bonn, Tannenbusch-Gymnasium • Bremen, Oberschule an der Lerchenstraße • Brunsbüttel, Gymnasium • Burghausen, Aventinus-Gymnasium • Delmenhorst, Gymnasium an der Willmsstraße • Dortmund, Mallinckrodt-Gymnasium • Duderstadt, Eichsfeld-Gymnasium • Essen, Alfred-Krupp-Schule • Flensburg, Eckener-Schule • Gera, Zabel-Gymnasium • Gernersheim, Johann-Wolfgang-Goethe-Gymnasium • Gießen, Gesamtschule Gießen-Ost, Landgraf-Ludwigs-Gymnasium • Gladenbach, Freiherr-vom-Stein-Schule • Hamburg, Gymnasium Blankenese, Gymnasium Corveystraße, Gymnasium Ohmoor, Wilhelm-Gymnasium • Hechingen, Kaufmännische Schule • Hildesheim, Michelsenschule • Ingolstadt, Katharinen-Gymnasium • Kaiserslautern, Hohenstaufen-Gymnasium • Kassel, Jacob-Grimm-Schule • Künzelsau, Schlossgymnasium • Lah, Max-Planck-Gymnasium • Langgerwehe, Europaschule • Lichtenstein, Gymnasium „Prof. Dr. Max Schneider“ • Lübeck, Johann-Neum • Ludwigsburg, Goethe-Gymnasium • Ludwigslust, Goethe-Gymnasium • Mönchengladbach, Gesamtschule Hardt • Münster, Hans-Böckler-Berufskolleg • Neustadt (Dosse), Prinz-von-Homburg-Schule • Pforzheim, Goetheschule Freie Waldorfschule • Porto, Deutsche Schule • Pritzwalk, Johann-Wolfgang-von-Goethe-Gymnasium • Rüsselsheim, Gustav-Heinemann-Schule • Sachsenheim, Evang. Lichtenstein-Gymnasium • Schwäbisch Gmünd, Parler Gymnasium • Trier, BBS EHS • Unna, Peter-Weiss-Gesamtschule • Wiesloch, Ottheinrich-Gymnasium • Worms, Gauß-Gymnasium