

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

Radler lassen die Fitness fahren

Elektrofahrräder sind gefragt. Deren Hersteller treten in die Pedale, damit der Verkauf der Pedelecs an Fahrt gewinnt.

Watt für'n Rückenwind", lautet ein Motto, mit dem der Zweirad-Industrie-Verband (ZIV) für das neue Trendfahrrad wirbt. Als die Schweizer Firma Flyer (heute Biketec AG) 1993 ihren „Roten Büffel“ als erstes Fahrrad mit elektrischem Antrieb entwickelte, schmunzelten viele darüber. Seit rund drei Jahren aber ist das Pedal-Electric-Cycle, auch E-Bike genannt, der absolute Renner. Beim Pedelec unterstützt ein Elektromotor die natürliche Tretkraft des Radlers. Dabei wird durch moderne Messelektronik die physiologische Kraft des Fahrers ermittelt und dementsprechend die Motorkraft geregelt. Besonders beim Anfahren in Stadtverkehr oder in hügeligen Gebieten kann dies eine große Hilfe sein. Ist eine Geschwindigkeit von 25 Stundenkilometer erreicht, wird der Antrieb automatisch abgeschaltet, denn für Fahrzeuge, die schneller fahren, braucht man hierzulande eine Betriebslaubnis und ein Versicherungskennzeichen. Für das Pedelec, dessen Motorleistung auf 250 Watt begrenzt ist, braucht man noch nicht einmal einen Führerschein. Hannes Neupert, der Vorsitzende des Vereins ExtraEnergy, der die Verbreitung muskel-elektrischer Fahrzeuge zum Ziel hat, stellt fest: „Es gibt inzwischen rund 25 Händler in Deutschland, die den normalen Fahrradladen aufgegeben haben und nur noch Pedelecs verkaufen.“ Sie haben unter anderem eine Kundenschaft im Blick, die angesichts hoher Benzpreise oder nervenaufreibender Parkplatzsuche in den Innenstädten gerne auf das Auto verzichten würde. „Es gibt nicht wenige, die sehen in E-Bikes die Zukunft des Fahrrads, da sie als ernsthafte Alternativen zu Autos im Stadtverkehr in Frage kommen“, berichtete die Händlerzeitung „Sazbike“ im September 2009. Zudem hat sich in den vergangenen Jahren einiges getan. „Die modernen Pedelecs sind schnell und zuverlässig“, sagt Kurt Schär, Geschäftsführer der Biketec AG in Huttwil, die ausschließlich E-Bikes verkauft. Moderne Lithium-Ionen-Akkus sind leicht und ermöglichen hohe Reichweiten. Im vergangenen Jahr waren es rund 28 000 Stück, 60 Prozent davon wurden nach Deutschland, Holland und Österreich exportiert. Moderne Designs tragen dazu bei, die Hemmschwelle, sich auf ein E-Bike zu setzen, zu verringern. So sind diese fast nur durch den Akku von normalen Rädern zu unterscheiden. Die zur niederländischen Accell-Gruppe gehörende deutsche Traditionsmarke Hercules hat sogar ein Modell auf den Markt gebracht, bei dem der Akku im Rahmen integriert und somit unsichtbar ist. „Das E-Bike als solches ist bei unseren Emov-Modellen nur an der etwas größeren Hinterradnabe, die den Motor enthält, erkennbar“, erklärt Alexander Fella von dem Vertrieb.

„Das Thema Radfahren ist allgemein einer der Megatrends, das Thema E-Bike beschleunigt diesen Trend in allen Zielgruppen“, meint Nadia Bremer, Unternehmenssprecherin der Derby Cycle Werke GmbH in Clöppenburg, deren Marke Kalkhoff der führende E-Bike-Hersteller in Deutschland ist. Und Jan Kettler, Filialleiter des Fahrradgeschäftes Gösken in Paderborn, stellt fest: „Vor allem ältere Leute kommen zu uns und kaufen E-Bikes, denn sie wollen mobil und aktiv bleiben, haben aber nicht mehr die nötige Muskelkraft zum Fahrradfahren. Doch auch Kunden, die bei ihrem Weg zur Arbeit das Auto stehen lassen möchten, aber nicht verschwitzen im Büro ankommen wollen, fragen vermehrt nach E-Bikes.“ Gösken hat schon früh den Trend erkannt: „Wir gehören als örtliches und relativ kleines Unternehmen bereits zu den größten E-Bike-Abnehmern Deutschlands.“

Laut ZIV wurden 2005 in Deutschland rund 25 000 E-Bikes verkauft, 2008 waren es schon 100 000 Räder. „Das Jahr 2009 wird einen Anstieg auf rund 120 000 Stück bringen“, berichtet Siegfried Neuberger vom ZIV. Für 2010 erhofft sich die E-Bike-Branche europaweit die Überschreitung der Millionengrenze beim Verkauf der Pedelecs. Schär bestätigt diesen Trend. Biketec habe seinen Umsatz von 15 Millionen Euro im Jahr 2007 auf voraussichtlich 45 Millionen Euro im Jahr 2009 steigern können. Derby Cycle hat in der abgelaufenen Fahrradsaison einen Umsatz von 160 Millionen Euro erzielt, allein auf Kalkhoff entfielen mit über 100 000 verkauften Rädern 35 Millionen Euro, wovon die E-Bikes die Hälfte zum Umsatz bei Kalkhoff beitrugen. Bis zu 3000 Räder gehen in Clöppenburg laut Bremer täglich vom Band. „Ungefähr jedes vierte E-Bike, das auf deutschen Straßen fährt, stammt von Derby Cycle.“ Bremer meint, dass die E-Biker zunehmend jünger werden: „Pedelecs kommen immer sportlicher daher und werden nicht nur von älteren Zielgruppen, sondern zunehmend von allen Fahrradfahrern mit verschiedenen Motivationsgründen als vorteilhaft erkannt. Zudem haben immer mehr die Erfahrung gemacht, dass E-Bike-Fahren einfach Spaß macht.“ Schär bestätigt diese Entwicklung: „Gegenwärtig verjüngt sich das Durchschnittsalter jährlich um fast zehn Jahre.“

Sparen am falschen Platz

Low-Budget-Hotels verzichten auf überflüssige Quadratmeter /Aber sie legen Wert auf Design und Standort

Deutschland als Reiseland scheint für viele gar nicht mehr so abwegig zu sein. Denn laut Statistischem Bundesamt konnten hierzulande im Jahr 2008 rund 370 Millionen Übernachtungen verbucht werden. Davon entfielen 144 Millionen Übernachtungen auf die Hotels, das waren 8 Millionen mehr als noch 2006. Doch gerade in Zeiten einer Krise kann so ein Hotelurlaub mächtig auf die Geldbörse drücken. Kein Wunder also, dass sich immer mehr Gäste für ein sogenanntes Low-Budget-Hotel entscheiden. Diese versuchen mittlerweile auch, durch ihr Äußeres Kunden zu locken, wie die Motel-One-Hotels der One Hotels & Resorts AG beweisen. Ihr Motto lautet: „Viel Design für wenig Geld.“

Das im Jahr 2000 gegründete Unternehmen fing mit einem Hotel in Offenbach an. Dieses wurde anfangs noch von einem Managerpaar geleitet, das eine Handvoll Mitarbeiter hatte und noch nicht unter dem Motto „Viel Design für wenig Geld“ stand. „Die Neupositionierung haben wir 2006 mit den Eröffnungen in Nürnberg, Hamburg-Altona und Düsseldorf eingeleitet“, sagt Ursula Schelle-Müller, Pressesprecherin des Unternehmens. Die Idee, ein Low-Budget-Design-Konzept zu realisieren, entwickelte der Vorstandsvorsitzende Dieter Müller mit seinem Managementteam. Dabei entstand auch der Name. „Der Begriff ‚Motel‘ ist ein Synonym für preiswertes Übernachten. Und mit ‚One‘ wollen wir verdeutlichen, dass wir die Besten unter



Schwäbisches Dienstfahrzeug: Stuttgart rüstet seit einem halben Jahr die Stadtverwaltung mit Elektrorädern aus.

Foto ddp

denborn, stellt fest: „Vor allem ältere Leute kommen zu uns und kaufen E-Bikes, denn sie wollen mobil und aktiv bleiben, haben aber nicht mehr die nötige Muskelkraft zum Fahrradfahren. Doch auch Kunden, die bei ihrem Weg zur Arbeit das Auto stehen lassen möchten, aber nicht verschwitzen im Büro ankommen wollen, fragen vermehrt nach E-Bikes.“ Gösken hat schon früh den Trend erkannt: „Wir gehören als örtliches und relativ kleines Unternehmen bereits zu den größten E-Bike-Abnehmern Deutschlands.“

Laut ZIV wurden 2005 in Deutschland rund 25 000 E-Bikes verkauft, 2008 waren es schon 100 000 Räder. „Das Jahr 2009 wird einen Anstieg auf rund 120 000 Stück bringen“, berichtet Siegfried Neuberger vom ZIV. Für 2010 erhofft sich die E-Bike-Branche europaweit die Überschreitung der Millionengrenze beim Verkauf der Pedelecs. Schär bestätigt diesen Trend. Biketec habe seinen Umsatz von 15 Millionen Euro im Jahr 2007 auf voraussichtlich 45 Millionen Euro im Jahr 2009 steigern können. Derby Cycle hat in der abgelaufenen Fahrradsaison einen Umsatz von 160 Millionen Euro erzielt, allein auf Kalkhoff entfielen mit über 100 000 verkauften Rädern 35 Millionen Euro, wovon die E-Bikes die Hälfte zum Umsatz bei Kalkhoff beitrugen. Bis zu 3000 Räder gehen in Clöppenburg laut Bremer täglich vom Band. „Ungefähr jedes vierte E-Bike, das auf deutschen Straßen fährt, stammt von Derby Cycle.“ Bremer meint, dass die E-Biker zunehmend jünger werden: „Pedelecs kommen immer sportlicher daher und werden nicht nur von älteren Zielgruppen, sondern zunehmend von allen Fahrradfahrern mit verschiedenen Motivationsgründen als vorteilhaft erkannt. Zudem haben immer mehr die Erfahrung gemacht, dass E-Bike-Fahren einfach Spaß macht.“ Schär bestätigt diese Entwicklung: „Gegenwärtig verjüngt sich das Durchschnittsalter jährlich um fast zehn Jahre.“

„Besonders Senioren stehen neuen Techniken eher skeptisch gegenüber“, erzählt Johannes Bergschneider, Geschäftsführer des Fahrradgroßhandels Josef Kruse in Paderborn. „Die beste Möglichkeit, die Kunden von der einfachen Bedienung des Fahrrads zu überzeugen, ist eine Probefahrt.“ Bremer bestätigt dies: „Um die Begeisterung bei allen Altersgruppen zu wecken, müssen Elektroräder erlebbar gemacht werden.“ Deshalb kommt bei Kalkhoff ein Truck mit einer ganzen Pedelec-Testflotte auf mehreren hundert Messen und Händlerveranstaltungen zum Ein-

Im vergangenen Jahr erhielt zudem ein „schnelles E-Bike“ von Kalkhoff eine EU-Zulassung. Mit ihm erreicht der Fahrer bis zu 40 Stundenkilometer.

Im Vergleich zu normalen Rädern muss man beim Kauf eines E-Bikes tiefer in die Tasche greifen. „Flyer sind ab 1990 Euro erhältlich“, sagt Schär. „Ein ordentlich ausgestattetes Elektrorad mit guter Technik wird immer zwischen 1500 und 3000 Euro kosten.“ Dem schließt sich Fella an: „Billigprodukte dürfen in Sachen E-Bike kein Thema werden. Der Kunde ist bereit, für die Funktionalität und vor allem den Mehrwert, den er durch sein E-Bike bekommt, auch einen gewissen Betrag zu zahlen.“ Im Vergleich zum Auto kann man mit dem E-Bike natürlich Geld sparen. Laut der Zeitschrift „Trekkingbike“ muss der Verbraucher je Akkuladung nur 6 Cent aufwenden. Wenn man den Akkuschleib nach rund 5000 Ladezyklen einkalkuliert, seien die dann etwa 8 Cent je Ladung immer noch ein Schnäppchen. Pauschal versprechen die Händler, dass der E-Biker bei einer normalen Beanspruchung 50 Kilometer mit einer Ladung zurücklegen kann. Da bei der Reichweite aber viele Faktoren eine Rolle spielen, variiert diese Zahl. Nach Angaben des ZIV verbraucht man auf einer Strecke von 50 Kilometern ungefähr so viel Energie wie für eine zweiminütige warme Dusche.

„Besonders Senioren stehen neuen Techniken eher skeptisch gegenüber“, erzählt Johannes Bergschneider, Geschäftsführer des Fahrradgroßhandels Josef Kruse in Paderborn. „Die beste Möglichkeit, die Kunden von der einfachen Bedienung des Fahrrads zu überzeugen, ist eine Probefahrt.“ Bremer bestätigt dies: „Um die Begeisterung bei allen Altersgruppen zu wecken, müssen Elektroräder erlebbar gemacht werden.“ Deshalb kommt bei Kalkhoff ein Truck mit einer ganzen Pedelec-Testflotte auf mehreren hundert Messen und Händlerveranstaltungen zum Ein-

satz. Und Schär ergänzt: „Drei Stunden Reden bringt weniger als 30 Sekunden Fahren.“ Biketec kooperiert aus diesem Grunde mit der Movelo GmbH. In den Movelo-Regionen – dazu zählen zum Beispiel die Eifel, das Allgäu, die Kitzbüheler Alpen, die Stadt Marburg oder auch Mallorca – gibt es Verleih- und Akkuwechselstationen. So können Touristen auf gut erschlossenen Radwegen die Sehenswürdigkeiten auf dem E-Bike erkunden. „Zurzeit stehen 550 E-Bikes in über 20 verschiedenen Verleihregionen zur Verfügung“, bemerkt Andreas Senger, der Geschäftsführer von Movelo. „2010 soll unser Angebot auf 1500 bis 2000 Elektroräder erweitert werden. Wir sehen uns als Marketingwerkzeug der Elektrofahrzeug-Industrie, weil wir die Menschen auf die Elektrofahräder bringen.“ Die begeisterten Radler können die Fahrräder in den Movelo-Flyer-Stores dann auch kaufen, entweder neu oder gebraucht, um zu Hause weiter ohne Anstrengung in die Pedale zu treten.

Auch die Deutsche Post nutzt bereits E-Bikes. Besonders in den hügeligen Gebieten in Bayern und Baden-Württemberg sind rund 2000 Exemplare des Lautsitzer Herstellers Biria unterwegs. Die Stadt Stuttgart setzt ebenfalls auf das E-Bike und will mit dem Projekt „Call-a-bike-Pedelec“ ihr Image als „Smog Capital“ polieren. In Stuttgart gibt es Höhenunterschiede von bis zu 300 Meter, deshalb wird das Radfahren von vielen eher gemieden. Nun soll das Fahrrad-Verleihsystem zu einem Elektro-Bike-Netz mit Ladestationen ausgebaut werden, und man hofft, auf diese Weise den Anteil des städtischen Radverkehrs, der momentan bei 7 Prozent liegt, auf 20 zu erhöhen. Das Projekt wurde mit 2,7 Millionen Euro aus Bundesmitteln gefördert. Ziel ist es, ab 2012 ganzjährig 3000 Pedelecs und „Call-a-bike-Fahrräder“ an 120 Abstellstationen bereitzustellen.

Marlene Genske
Gymnasium Schloß Neuhaus, Paderborn

Glück geht keinem auf den Keks

Die chinesische Spezialität kommt meist aus Gondelsheim

Beim Besuch im Chinarestaurant darf er nicht fehlen: der knusprige Glückskekse mit seinen inhaltschweren Sinnsprüchen. Über dessen Entstehung gibt es unterschiedliche Berichte: Einer Legende zufolge soll sich vor vielen Jahrhunderten in China ein Liebespaar mit eingebakenen Nachrichten heimlich verständigt haben. Angeblich spielten eingebakene Botschaften für die Chinesen schon während der Besetzung durch die Mongolen eine Rolle. Die jüngere Geschichte berichtet von einem japanischen Einwanderer in San Francisco, der 1909 begonnen haben soll, in seinem Teegarten Glückskekse zum Tee zu reichen.

Aber man muss gar nicht weit gehen, um auch hierzulande in den Genuss dieses Gebäcks zu kommen. Die Sweet & Lucky GmbH aus Gondelsheim beliefert seit 2003 den nationalen und internationalen Markt mit Glückskekzen nach eigener Rezeptur. Das Unternehmen ist ein Familienbetrieb. Die drei Geschwister Brauch teilen unter sich den Einkauf, Vertrieb, die Produktion und die Foliendruckerei für die Verpackung auf, wobei jeder zu einem Drittel am Unternehmen beteiligt ist. Viktoria Brauch hat zudem die Funktion der Geschäftsführerin: „Entscheidungen treffe ich in der Regel immer mit meinen beiden Geschwistern zusammen am Mittagstisch“, sagt die gelernte Müllermeisterin. In Gondelsheim sind 35 Mitarbeiter beschäftigt, und im Foliendruckbetrieb in Rosenheim arbeiten weitere 16 Personen.

Auf die Geschäftsidee kam die Müllerfamilie durch ein Geschenkpaket mit Glückskekzen aus Amerika. Das lieferte die Antwort auf die Frage, was man eigentlich aus dem eigenen Mehl herstellen und anschließend in der Foliendruckerei verpacken könnte. Ein Maschinenbauer half bei der maschinellen Keksherstellung, und das Rezept für einen schmackhaften Teig wurde in einer einjährigen Experimentierphase entwickelt. Die Mühle der Familie Brauch wird bereits in der vierten Generation betrieben, von den Eltern der drei Geschwister. Die

gentechnikfreie Rohstoffe, bei der Bio-Variante kommen diese aus biologischem Anbau, und es kommt echte Bourbon-Vanille zum Einsatz. Kekse mit Standardtext kann man ab 250 Stück zu einem Stückpreis von 25 Cent bestellen. Will der Kunde lieber eigene Texte verwenden, sind es 99 Cent je Keks. Generell gibt es Staffelpreise, die von der bestellten Menge und anderen Details abhängen. Die Großmengen beginnen ab 5000 Stück. Der Biobereich ist noch verhältnismäßig klein. Auch kosten die Bio-Glückskekse im Schnitt rund 50 Prozent mehr.

„Als wir uns entschieden haben, Glückskekse herzustellen, kannten wir eigentlich nur die Glückskekse auf dem Markt, die nach Pappe schmecken, wo man den Zettel liest und den Keks nicht wirklich isst. Und so hatten wir uns zum Ziel gesetzt, einen guten Keks zu backen, den man auch essen kann“, sagt Viktoria Brauch auf die Frage, wie sich das Unternehmen so schnell zum Marktführer entwickeln konnte. Sweet & Lucky GmbH produziert inzwischen jährlich rund 40 Millionen Glückskekse. Zum Umsatz sagt Brauch: „Wir möchten keine genauen Angaben machen, da wir ein Familienunternehmen sind, aber der Umsatz der Familiengruppe Brauch bewegt sich im hohen einstelligen Millionenbereich, wobei die Glückskekseproduktion zu etwa einem Drittel zum Umsatz beiträgt.“ Erweiterungen in der Produktion sind momentan nicht geplant. Sweet & Lucky will auch weiterhin ausschließlich in Deutschland produzieren. Von der Wirtschaftskrise sei man nicht betroffen, da der Glückskekse gerade in schwierigen Zeiten von Firmenkunden gerne als Sympathie- und Werbeträger genommen wird, die damit Vertrauen zu ihren Kunden schaffen oder zurückgewinnen wollen.

Die maschinelle Herstellung dauert im Ganzen nur etwas mehr als zehn Minuten. Nach dem Backen, während die Kekse noch warm sind, wird der Teig in seine typische Form gebracht, gleichzeitig werden die Zettel mit den Sprüchen eingelegt. Sie bestehen aus lebensmittelklichem Papier und lebensmittlungsbedenklicher Farbe, damit auch nichts passiert, falls sie mal aus Versehen mitgegessen werden. Nach dem Auskühlen werden die Kekse einzeln in luftdichte Folien verpackt. Mit seinen 25 Kilokalorien ist der Glückskekse ein Leichtgewicht unter den Süßigkeiten. An Weihnachten gibt es zudem die Variante mit Zimt im Teig.

Rund 20 Prozent der Gesamtproduktion kommen in den Export. Bis nach Australien wurden die Glückskekse schon verschickt. Die Sprüche lässt man von Muttersprachlern in Übersetzungsbüros in 15 verschiedene Sprachen übertragen. Sweet & Lucky hat mittlerweile ein Sortiment von 700 bis 1000 Sprüchen als Standardsammlung. Dazu zählen etwa: „Wer aus seinem Schatten herauskommen will, muss wissen, wo die Sonne steht“ oder: „Heute beginnt der erste Tag vom Rest deines Lebens“. Alle Sprüche wurden selbst zusammengetragen aus Büchern oder Kalendern, und die Sammlung wird kontinuierlich erweitert. Ein Spruch ist bis heute der Lieblingsspruch von Viktoria Brauch geblieben: „Ab und zu sollte man auf der Jagd nach Glück innehalten und einfach mal nur glücklich sein.“

Luisa Lauterwasser
Johannes-Kepler-Gymnasium, Leonberg

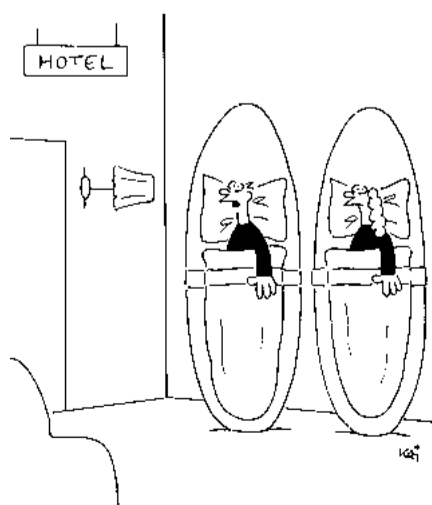


Frisch gebackene Weisheit

Foto Archiv

Sweet & Lucky GmbH ist ihr größter Mehlabnehmer.

Sweet & Lucky ist mittlerweile der größte Glückskekshersteller in Deutschland. Viktoria Brauch schätzt den Marktanteil auf 70 Prozent. Man beliefert den Groß- und Einzelhandel, Discounter sowie Werbekunden. Konkurrenz gibt es hierzulande nur durch eine Firma, die sich jedoch darauf konzentriert, Glückskekse für Kunden zu Werbezwecken herzustellen, ein Bereich mit Wachstumspotential. Als erster Glückskekshersteller Europas wurde Sweet & Lucky vor drei Jahren nach dem International Food Standard (IFS) zertifiziert. Seit Mitte 2008 bietet man auch Glückskekse in Bio-Qualität an, die in Naturkostläden erhältlich sind. Für alle Glückskekse verwendet Sweet & Lucky ausschließlich



Einerseits sind die Designer-Betten eine tolle Sache...

verzeichnete Motel One mit mehr als einer Million Übernachtungsgästen eine Auslastung von 71 Prozent. Die Auslastung aller deutschen Hotels lag 2008 laut Deutschem Hotel- und Gaststättenverband bei durchschnittlich 63,1 Prozent. „Wir liegen damit etwas über dem Branchenschnitt, wobei die Auslastung allgemein, auch der Mitbewerber, im Low-Budget- und Budget-Segment höher ist als der Branchenschnitt“, sagt Schelle-Müller. „Die Mitbewerber sind Ibis und Etap sowie B&B, sie schlagen aber eine andere Richtung ein und vertreten weniger diesen Design-Aspekt.“

Für eine Übernachtung ohne Frühstück zahlt man bei Motel One zwischen 49 und 69 Euro. „Letztendlich liegt es daran, dass die Zimmerfläche mit einer Größe von 16 Quadratmetern relativ klein ist, so dass in einem Hotel deutlich mehr Zimmer untergebracht werden können. Trotzdem verwenden wir hochwertige Materialien wie Granit im Badezimmer und Flatscreen-Fernseher, außerdem klassisches Design und besondere Highlights. Beispielsweise haben wir unsere Handtücher verändert. Wir haben nun in allen Motel One auf flauschige Luxushandtücher umgerüstet“, führt Schelle-Müller aus.

Ein weiterer Aspekt für den niedrigen Preis ist die Konzentration auf ein kompaktes Serviceangebot. „Wir haben in unserer One Lounge ein Frühstücksbuffet, Lobby und Bar mit Drinks und Snacks integriert, aber kein klassisches Restaurant. Das spart die Küche, Mitarbeiter und somit auch Kosten.“

Das Angebot lockte im Jahr 2008 vor allem Dienstreisende (62 Prozent) und Kurzaurlauber (38 Prozent), die besonders den Preis und die zentrale Lage schätzen. „Interessant sind in Deutschland die Großstädte und wirtschaftlichen Ballungsräume. In Städten wie Leipzig, Dresden oder Essen müssen die Standorte sehr gut überlegt sein, wie etwa in Leipzig direkt gegenüber der Nikolaikirche, der so für Gäste interessant wird“, sagt Schelle-Müller.

Motel One erwirtschaftete im Jahr 2008 einen Umsatz von 43 Millionen Euro, im Jahr zuvor waren es 22 Millionen Euro. Das ist eine Umsatzsteigerung von 95 Prozent. Im ersten Halbjahr 2009 lag der Umsatz mit einer Auslastung von 69 Prozent bei rund 25 Millionen Euro, doch zeichnet sich eine Veränderung der Gästestruktur ab. So liegt der Business-Anteil nun bei 70 Prozent und der Leisure-Anteil bei 30 Prozent. „Insgesamt ist in der Entwicklung der Hotelketten aber kein signifikanter Unterschied zu anderen festzustellen. Die großen Hotelketten entwickeln sich alle weiter“, meint Schelle-Müller. Für 2010 plant Motel One mehrere Hotelöffnungen in München, Dresden, Berlin und Hamburg. „Außerdem versuchen wir weiter, in den interessanten deutschen Städten sowie in den großen europäischen Metropolen gute Standorte zu finden“, erklärt Schelle-Müller.

Juliane Schitteck
Clara-Schumann-Gymnasium, Bonn

Frankfurter Allgemeine ZEITUNG IN DER SCHULE	
bankenverband BUNDESVERBAND DEUTSCHER BANKEN	
2000 - 2010 10 Jahre Jugend und Wirtschaft	
Mehr zu den Projektpartnern im Internet unter www.jugendundwirtschaft.de	
Verantwortlicher Redakteur: Dr. Lukas Weber	
Ansprechpartner 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:	
Bad Hornburg, Kaiserin-Friedrich-Gymnasium • Bad Kötzing, Benedikt-Sattler-Gymnasium • Bad Säckingen, Scheffel-Gymnasium • Bad Wurzach, Gymnasium Salvatorkolleg • Berlin, Friedrich-Engels-Gymnasium • Berlin, Katholische Schule Liebfrauen • Böblingen, Lise-Meitner-Gymnasium • Bonn, Clara-Schumann-Gymnasium • Borken, Gymnasium Remigianum • Bremen, Gymnasium	
Hom • Coesfeld, Städt. Gymnasium Nepomucenum • Cottbus, Humboldt-Gymnasium • Daun, Thomas-Morus-Gymnasium • Dortmund, Malinckrodt-Gymnasium • Dresden, Romain-Rolland-Gymnasium • Duderstadt, Eichsfeld-Gymnasium • Düsseldorf, Erzbischöf. St. Ursula-Gymnasium • Düsseldorf, Städt. Leibniz-Gymnasium • Elmshorn, Bismarckschule • Essen, Erich-Kästner-Gesamtschule • Frankenthal, Albert-Einstein-Gymnasium • Frankfurt/Main, Musterschule • Freiburg i. Br., Wentzinger-Gymnasium • Fulda, Marienschule • Geisenheim, Internat Schloss Hansenberg • Geisenheim, Ursula-Schule • Gießen, Landgraf-Ludwigs-Gymnasium • Grimmen, Gymnasium • Halle, KGS „Wilhelm von Humboldt“ • Hamburg, Handelsschule Weidenstieg • Heubach, Rosenstein-Gymnasium • Ingelheim, Sebastian-Münster-Gymnasium • Kassel, Georg-Christoph-Lichtenberg-Schule • Kassel, Jacob-Grimm-Schule • Köln, Erzbischöfliche Ursulinen-schule • Langenhagen, Gymnasium • Leonberg, Johannes-Kepler-Gymnasium • Lüneburg, Gymnasium Oedeme • Lütjenburg, Gymnasium • Neuruppin, Karl-Friedrich-Schinkel-Gymnasium • Niederkassel, Kopernikus-Gymnasium • Oldenburg, Neues Gymnasium • Östringen, Leibniz-Gymnasium • Paderborn, Gymnasium Schloß Neuhaus • Pöfnack, Gymnasium „Am Weißen Turm“ • Prien, Ludwig-Thoma-Gymnasium • Riedlingen, Kreisgymnasium • Rockenhausen, Integrierte Gesamtschule • Saarbrücken, Günther Wöhe Gymnasium für Wirtschaft • Sasbach, Heimschule Lender • St. Wendel, Cusanus Gymnasium • Stadtlöh, Geschwister-Scholl-Gymnasium • Stralsund, Goethe-Gymnasium • Stuttgart, Königin-Olga-Stift • Taunusstein, Gymnasium • Urdorf, Kantonschule Limmattal • Würzburg, Friedrich-Koenig-Gymnasium • Würzburg, St. Ursula-Schule • Zwickau, Käthe-Kollwitz-Gymnasium	