



Foto: WIHOGA

Auf der Überholspur: Erfolgsrezept „Luxus-Abitur“

Es gehört eine gehörige Portion Souveränität dazu, sich für ein vielsagendes Foto mit zwei geliehenen Hochklasse-Autos zu präsentieren. Hatte doch schon der Begriff „Luxus-Abitur“ für Spekulationen gesorgt, darüber, ob die Schüler eine Rolex am Arm haben und allesamt aus begütertem Hause stammen. Dass sich WIHOGA-Schulleiter Harald Becker ganz bewusst dafür entschied, sich mit den zusammengekommenen 1.000 PS durchaus etwas provozierend in Szene zu setzen, kommentiert er mit einem Augenzwinkern: „Wir wollten das Thema möglichst eindrucksvoll visualisieren. Und natürlich war es eine bewusste Entscheidung, den Differenzierungsweig ‚Mode und Luxusmanagement‘ verkürzt immer als Luxus-Abitur darzustellen. Mit einem Titel, der ein klein wenig reißerisch ist, weckt man ja schließlich Interesse.“ Mittlerweile ist es ein Jahr her, dass die erste Oberstufenklasse gestartet ist. Offensicht-



Schulleiter Harald Becker Foto: WIHOGA

lich konnte die Schule weit mehr halten, als sie sich und den Interessenten mal versprochen hat, denn die Nachfrage ist immens. Man überlegt sogar, noch eine

zweite Klasse aufzumachen. „Es hat sich wohl herumgesprochen, wie gut unser Abitur die jungen Leute auf eine Laufbahn in der Wirtschaft vorbereitet. Grundsätzlich vermitteln wir ja genauso ein Abitur wie jedes andere Gymnasium. Durch den Fokus auf Volks- und Betriebswirtschaft, Differenzierungskurse wie Tourismus und Eventmanagement oder eben Mode und Luxusmanagement schaffen wir aber eine Verbindung zwischen theoretischem Schulwissen und den Anwendungen in der Praxis. Das macht die Sache lebendig und spannend“, so Harald Becker.

GENERATION Z ALS HOFFUNGSTRÄGER EINER KRÄNKELENDEN BRANCHE

Speziell in der gerade sehr gebeutelten Modebranche kann man sich auf die Früchte von Beckers Arbeit freuen. Beinahe jede Woche liest man von neuen Insolvenzen großer Marken. Die Gründe sind vielfältig.

„Ich bin mir sicher, dass die drei Jahre auf diesem Zweig der WIHOGA mich optimal auf ein BWL-Studium vorbereiten.“

Manche Unternehmen scheinen einfach mit ihren Kunden gealtert, andere haben den Online-Handel unterschätzt oder sich ihm verschlossen. Neue Denkweisen sind gefordert, innovative PR-Strategien müssen entwickelt werden und die digitalen Kanäle noch intensiver in das Gesamtkonzept eingebunden werden. Ideal gerüstet für diese Herausforderungen sind per se die jungen Leute, die zwischen 1997 und 2012 geboren sind. Harald Becker: „Unsere Schüler, die so genannte Generation Z, ist mit digitalen Medien aufgewachsen. Wir unterstützen das vernetzte Denken unter anderem dadurch, dass wir längst eine eigene Ipad-Klasse haben. Es gibt eine Lernplattform an unserer Schule, die Kommunikation ist auf mehreren Ebenen miteinander verknüpft. Als private Ersatzschule können wir manche Innovation schneller in die Praxis umsetzen, als das bei staatlichen Schulen möglich ist. Unsere Wege sind einfach kürzer.“ Ganz wichtig ist ihm auch die Auseinandersetzung mit ethischen Fragen. Weil es eben tatsächlich um so viel mehr geht, als darum, reichen Leuten teure Dinge zu verkaufen. „Wir beschäftigen uns viel mit zukunftsweisenden Projekten“, erklärt Becker, „da gibt es zum Beispiel Entwicklungen bei Adidas, wo Schuhe digital gedruckt werden. Wenn so etwas im großen Stil passiert, haben wir gute Chancen, Teile dieser Produktionen wieder zurück nach Deutschland zu holen. Faire Arbeitsbedingungen sind ein Thema und Nachhaltigkeit. Genau diese Generation von jungen Leuten geht ja auch gerade regelmäßig für den Klimawandel auf die Straße.“

WENN KUNDEN KOMPLEXER DENKEN, MÜSSEN SICH HÄNDLER ETWAS EINFALLEN LASSEN

Die Geiz-ist-Geil-Mentalität ist bei weiten Teilen der Bevölkerung einem stetig wachsenden Bewusstsein um die Endlichkeit der Ressourcen auf unserem Planeten gewichen. „Wir möchten unsere Schüler nicht nur reif für die Hochschule, sondern ein Stück weit tatsächlich mündig fürs Leben machen“, sagt Harald Becker. „Mode und Luxus, das sind natürlich Dinge, die junge Leute anziehen. Wir gewähren ihnen auf der einen Seite mit spannenden Exkursionen Einblicke in die Industrie, die dahinter steht. Wir haben Produktdesigner besucht, waren in der Modeschule in Münster, konnten eine Führungskräfte-Tagung in Düsseldorf miterleben, und vieles mehr. Auf der anderen Seite geht es aber auch um nichtmaterielle Werte.“ Ideal ist es, wenn die Kombination aus Nachhaltigkeit und Chic gelingt. Abgesehen

davon sind Läden heute mehr denn je gefordert, neue Konzepte zu verwirklichen. Nicht nur, was man am Ende mitnimmt, ist entscheidend, sondern auch das Kaufenerlebnis an sich. Harald Becker hat die Entwicklungen fest im Blick. „Die Flächen im Handel werden immer weiter zurückgehen, dafür wird es aber mehr Aufenthaltsqualität geben. Das heißt, dass man im Geschäft verweilen möchte. Gastronomie wird eingebunden und verschiedene Welten für den Kunden miteinander verknüpft. Dustmann in Hombruch, wo wir auch schon mit Schülern waren, ist ein gutes Beispiel dafür.“ Wer also dachte, mit dem Luxus-Abitur hätte er den ersten Schritt getan, um selbst später mal so ein Auto zu fahren, wie man es sich für das provozierende Fotos auslieh, der merkt bald, dass die WIHOGA hier einen viel tiefergehenden Ansatz verfolgt. Trotzdem, oder gerade deswegen sind die Schüler mit dem Lehrplan aber sehr zufrieden:



Unternehmertochter Rieke möchte später selbständig sein

Da ist zum Beispiel **Rieke**, die aus einer bekannten Dortmunder Unternehmerfamilie stammt. Dass man für Geld arbeiten muss, hat die 15-Jährige schon früh begriffen, jobbt auch regelmäßig in den elterlichen Betrieben, um ihr Taschengeld aufzubessern. „Ich bin an dieser Schule, weil es mein Wunsch ist, später auch einmal selbständig zu sein. Ich möchte mir etwas Eigenes aufbauen und darauf stolz sein können. Mode interessiert mich sehr, ich weiß aber noch nicht, in welchem Bereich ich da später mal aktiv werden könnte. Hier bekomme ich schon während der Schulzeit viele Einblicke, sehe, was es für Möglichkeiten gibt. Wir waren kürzlich auf einer Fashion-Show in Münster, das

fand ich sehr interessant und wir haben eine Modeschule besucht, wo wir selbst Modezeichnungen probieren durften. Ich bin mir sicher, dass die drei Jahre auf diesem Zweig der WIHOGA mich optimal auf ein BWL-Studium vorbereiten.“

Alexander war ursprünglich nicht von der Ausrichtung Mode/Luxusmanagement angelockt worden, ist heute aber auch begeistert davon. Nach einer langwierigen Verletzung an der Hand waren seine Noten auf dem öffentlichen Gymnasium nicht mehr so gut, wie er wollte. „Meine Mutter ist Ärztin, wir haben in der Familie einen kleinen Wettstreit, ob ich wohl einen besseren Abi-Schnitt erreiche als sie. Dass ich jetzt zwei Jahre länger bis zum Abschluss brauche, nehme ich bewusst in Kauf, weil mir hier die Schule richtig Spaß macht. Das fängt an bei den kleinen Klassen, in denen jeder immer seine Fragen und Verständnisprobleme schnell klären kann, aber das betrifft auch den Lehrstoff. Wenn man in Mathe etwas lernt, von dem man gleich – im Fach Wirtschaft – profitiert, erscheint einem die ganze Rechnerei plötzlich viel sinnvoller. Ich möchte später vielleicht BWL studieren und dann überall auf der Welt arbeiten können. Mit dem Abitur von hier habe ich damit sicher eine gute Grundlage.“ ■



Alexander auf dem Weg zum Luxus-Abitur

Weitere Informationen unter:
www.wihoga.de/abitur

Text und Fotos: Daniela Prüter