

# Die Shopping Cité wird ein Stück grüner

## Neuer Wandschmuck im Fluchtgang: Einkaufszentrum und Schülerfirma Atmoosfaire kooperieren

**Baden-Baden** (red). Der Fluchtgang im Baden-Badener Einkaufszentrum Shopping Cité zwischen der Bücherei Hugendubel und der Neuen Apotheke ist seit knapp zwei Wochen mit 30 gerahmten Moosbildern versehen. Grund dafür ist eine einmalige Kooperation mit einer Schülerfirma des Richard-Wagner-Gymnasiums aus dem vergangenen Schuljahr mit dem Namen Atmoosfaire, teilte das Centermanagement mit.

Atmoosfaire wurde im September 2022 im Zuge eines von der Schule angebotenen Seminarkurses unter der Leitung des Wirtschaftslehrers Daniel Willemsen gegründet. Für das Gymnasium in der Weststadt war das der 14. Jahrgang, der an diesem Projekt, welches von dem Unternehmen Junior mit Sitz in Köln gefördert wird, teilgenommen hat. Mit der Idee, langlebige Moosbilder als nachhaltige Alternative zu schnell verwelkenden Pflanzen in den eigenen vier Wänden herzustellen und

zu verkaufen, war das aus 23 Schülern bestandene Unternehmen Atmoosfaire unter der Leitung der Geschäftsführer Annika Habicht und Florian Gashi sehr erfolgreich. Neben einer großen Nach-

frage beim Baden-Badener Christkindelsmarkt hat es das Unternehmen geschafft, in die Top drei von 101 Schülerunternehmen in ganz Baden-Württemberg beim Junior-Landesfinale in Stutt-



*Der betreuende Wirtschaftslehrer Daniel Willemsen, der Geschäftsführer von Atmoosfaire, Florian Gashi, und Yvonne Geißer vom Centermanagement (von links) Foto: Gabriele Kral*

gart zu kommen. Zwischen diesen beiden Ereignissen ist die Kooperation mit der Shopping Cité zustande gekommen.

Sowohl für das Einkaufszentrum als auch für die Schule war die Zusammenarbeit ein absolutes Novum. Die Kooperation entstand ganz zufällig: Da das Marketing-Team des Jungunternehmens überlegte, wie man Atmoosfaire unter den Baden-Badenern bekannt machen könnte, kam es auf die Idee, um einen Stand inmitten des Einkaufszentrums zu bitten, mit Hilfe dessen die Schüler an Wochenenden ihre Moosbilder vermarkten und verkaufen wollten.

Doch wie der Zufall so will, suchte die Marketingabteilung der Shopping Cité zu der Zeit nach Möglichkeiten, ihr Einkaufszentrum zu begrünen – kurzum kam es zur besagten Kooperation, die anfangs 30 reguläre Moosbilder à 60 mal 40 beziehungsweise 40 mal 30 Zentimeter, sowie vier extra angefertigte Bilder mit einer Höhe von jeweils zwei Metern

beinhaltete. Natürlich brachte diese etwas andere Zusammenarbeit Risiken mit sich, beispielsweise wenn es darum ging, ob die Schüler zwischen Klausuren und mündlichen Prüfungen es auch wirklich schaffen, das aufwendige Großprojekt bis zum Schuljahresende zu verwirklichen, heißt es in der Mitteilung.

Demnach wurden Zusatztermine gebraucht, bei denen die Rahmen geschliffen und gefärbt, das Moos gereinigt und schlussendlich auf den Bilderrahmen möglichst schön befestigt wurde. Dennoch hat die Zeit für die vier großen Moosbilder nicht gereicht. Trotzdem könne sich das Ergebnis sehen lassen: Dank der Konservierung des Mooses bedarf dieses keinerlei Pflege – die Kunden des Einkaufszentrums werden sich also für eine lange Zeit an dem smaragdgrünen Naturprodukt erfreuen können, schreibt das Centermanagement abschließend.