

## Schülerwettbewerbe. Wechselnde Themen für verschiedene Zielgruppen

- ▶ Wettbewerb als geeignetes Instrument zur Bewerbung eines neuen zdi-Zentrums
- ▶ Entwicklung eines Maskottchens mit hohem Wiedererkennungswert
- ▶ Kosten dank Beteiligung von Unternehmen überschaubar
- ▶ Effekt: Wettbewerb wurde zu einem zentralen Instrument des zdi-Zentrums mit hohem PR-Faktor

### Inhalt

Seit dem Jahr 2011 schreibt das zdi-Zentrum DU.MINT Duisburg Niederrhein jährlich einen Wettbewerb zu MINT-Themen aus. Dieser richtet sich an Schüler/-innen unterschiedlichen Alters. Hinter den Contests steckt immer ein- und dieselbe Philosophie: Mädchen und Jungen sollen dazu ermuntert werden, vermeintlich dumme Fragen zu stellen. Schließlich ist es immer eine Frage, die am Anfang einer Innovation steht. Die Vermittlung von Spaß und Freude an MINT stehen dabei im Mittelpunkt aller Aktivitäten. Nach drei Durchläufen mit großer schulischer Resonanz hat sich der Wettbewerb bereits zu einem zentralen Element des zdi-Zentrums entwickelt.



### Idee/Zielgruppen

Wie macht man ein noch relativ unbekanntes, junges zdi-Zentrum bekannt, ohne gleich Unsummen in Werbemaßnahmen zu stecken? Die Lösung entwickelte im Jahr 2010 das DU.MINT-Projektteam. Dieses besteht aus Caroline Rieger (zdi-Koordinatorin), dem Kreativen Manfred Heise (atelier Manfred Heise) sowie aus Klaus Wulfert und Annegret Angerhausen-Reuter (Gesellschaft für Wirtschaftsförderung Duisburg, kurz: GFW Duisburg). Gemeinsam entwickelten sie den Wettbewerb „DU.MINT Dumme Fragen – kluge Antworten“. Heise steuert seitdem regelmäßig überaus wertvollen Input für das Zentrum bei und unterstützt dieses auf vielfältige Weise.

Weil es innerhalb des zdi-Zentrums schon verschiedene Angebote für die Sekundarstufe II gab, entschieden sich die Akteure dazu, im ersten Wettbewerb die Unter- und Mittelstufenschüler anzusprechen und damit einen Beitrag zur Sensibilisierung der Basis zu leisten. Rekordverdächtige 650 Einsendungen gab es auf die Ausschreibung „Clevere DUMmies gesucht!“. Hierbei wurde erstmals das von Heise entwickelte Maskottchen „DUMmy“ vorgestellt. Dieses ist zwei Jahre und zwei Wettbewerbe später nicht mehr wegzudenken und nimmt heute einen zentralen Platz in der Außendarstellung des zdi-Zentrums ein.

„Ich sehe was, was du nicht siehst, und das ist Nano“ hieß das Thema des nachfolgenden Wettbewerbs, der sich ausschließlich an Oberstufenteams richtete. Gefragt waren Know-how im Bereich der Nanotechnologie, um einen ersten Entwurf für ein Forschungsplakat zu gestalten. Die zehn besten Teams qualifizierten sich so für einen eintägigen Aufenthalt im Duisburger zdi-Schülerlabor „Einsichten in die Nanowelt“ und hatten damit Gelegenheit, Forschungsfragen und -plakat weiter auszuarbeiten.

Stühle standen im Mittelpunkt des Schülerwettbewerbs 2013, der sich an die Zielgruppe der Fünft- bis Neuntklässler richtete. Über 100 Teilnehmerinnen und Teilnehmer, teils in Teams zusammenarbeitend, nutzten die Gelegenheit, ihre Sicht der Dinge zum Thema „Sitzen bleiben“ darzustellen. Gefragt waren Kreativität und die Ausarbeitung von Schnittstellen zu MINT-Themen. Eingereicht werden konnten sowohl Stühle als auch Stuhlskizzen.

## Umsetzung/Praxis

So unterschiedlich die Ausschreibungsthemen und Zielgruppen, so ähnlich sind doch die mit den Wettbewerben verbundenen Arbeiten. Am Beginn steht jeweils eine Ausschreibungsidee, die in einer kleinen Gruppe entwickelt wird. Dieser gehören die Universität Duisburg-Essen und die GFW Duisburg als Träger des zdi-Zentrums ebenso an wie Manfred Heise. Das DU.MINT-Team übernimmt alle anfallenden Aufgaben. Dazu gehören vor allem die Ansprache der Schulen, der Internetauftritt und die Organisation rund um die Themen Juryfindung und -organisation, Preisverleihung und die gesamte Pressearbeit. Werbemittel werden von Heise erstellt. Wechselnde Jurymitglieder gilt es in jedem Jahr mit verschiedenen Bewertungskriterien zu briefen, zur Abstimmung an einen Tisch zu bringen und für die Preisverleihung vorzubereiten. Überaus arbeitsintensiv war die Einbindung einer Jurystimme im Jahr 2012, die sich aus einer Facebook-Abstimmung generierte. Darüber hinaus wurden die Forschungsplakate auch in einem großen Einkaufszentrum präsentiert und mit einem Publikumspreis bewertet. Im Jahr 2013 wurden alle 62 Stühle und Skizzen im „Buch zum Wettbewerb“ veröffentlicht. Die Preisverleihungen selbst finden mit durchschnittlich rund 60 Teilnehmern an unterschiedlichen Orten statt.

## Finanzierung

Dass für die einzelnen Wettbewerbe lediglich moderate Sachkosten seitens des zdi-Zentrums anfielen, ist dem großen Engagement des kreativen Partnerunternehmens zu verdanken. Hinzu kam, dass die Duisburger Akteure für ihre Preisverleihungen jeweils hiesige Multiplikatoren gewinnen konnten, welche die Räumlichkeiten unentgeltlich zur Verfügung stellten. Je größer der nachhaltige Effekt war, zum Beispiel durch den Druck der Forschungsplakate oder die Erstellung eines Buches zur Wettbewerbsrunde 2013, desto höher fielen die Kosten aber naturgemäß aus. Im Bereich der Personalkosten rechnen die Duisburger mit rund 150 Stunden Zeitaufwand. Darin enthalten sind neben der Ausarbeitung der Wettbewerbsidee und der flankierenden Marketingmaßnahmen, deren Versand, die Kontaktpflege zu Schulen, die Vorbereitung und Durchführung von Jurysitzung und Preisverleihung sowie die begleitende Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Hinzu kommen Zeiten für Aktivitäten, die je nach Wettbewerb sehr spezifisch anfallen.

## Perspektive/Tipps für Nachahmer

Der jährlich ausgerichtete Wettbewerb hat sich zu einem zentralen Element mit hohem Wiedererkennungswert für das zdi-Zentrum entwickelt und soll auch in den nächsten Jahren weitergeführt werden. Die Aufgabenstellungen werden wie in der Vergangenheit wechselnde Zielgruppen ansprechen. Wichtig bei der Überlegung, Ähnliches zu etablieren, sind die Einplanung von Personalkosten und die Festlegung von Verantwortlichkeiten auf ein kleines Team. Das entscheidende Kriterium der Umsetzbarkeit der Wettbewerbe in Duisburg war, dass ein Unternehmen aus der Kreativwirtschaft als Partner des zdi-Zentrums gewonnen werden konnte.



## Kontakt

zdi-Zentrum DU.MINT Duisburg Niederrhein  
c/o Universität Duisburg-Essen  
Caroline Rieger  
Geibelstraße 41  
47057 Duisburg

Telefon: 0203 / 379-3143  
E-Mail: caroline.rieger@uni-due.de

