



Yannik sitzt bequem auf dem Stuhl, der schon im Büro der Bond-Chefin „M“ stand. Der geschäftsführende Schulleiter Rainer Wittmann (rechts) und die Lehrerin Katja Schmidt freuen sich, dass der Marketing-Leiter der Firma Interstuhl den Zinzendorfschulen nicht nur zwei der „Bond-Stühle“ gesponsert, sondern den Berufsfachschülern auch gleich noch eine spannende Lektion in Sachen Marketing erteilt hat. BILD: ZINZENDORFSCHULEN

James-Bond-Stühle faszinieren Schüler

Eine ganz besondere Lehrstunde in Sachen Marketing

Königsfeld – Was hat James Bond mit den Zinzendorfschulen gemeinsam? Der Geheimagent und die Schüler der Berufsfachschule Wirtschaft (BFW) sitzen auf den gleichen Stühlen von der Schwäbischen Alb. Dass dies nicht dem Zufall, sondern geschicktem Agieren zu verdanken ist, erklärte der Marketingleiter der Firma Interstuhl, Hans-Jörg Bley, den Schülern in einer kurzweiligen halben Schulstunde. Auf deren Lehrplan steht nämlich gerade Ergonomie, weshalb die Lehrer Katja Schmidt und Raffael Limberger den Berufsfachschülern erklären, worauf beim ermüdungsfreien Arbeiten zu achten ist. Als Anschauungsobjekte hat das mittel-

ständige Familienunternehmen aus Meßstetten-Tieringen den Zinzendorfschulen zwei Bürostühle überlassen, die sich in alle Richtungen verstellen und dadurch auf die unterschiedlichsten Bedürfnisse kleiner und großer, dicker und dünner Schüler, Geheimagenten und anderer Menschen anpassen lassen.

Doch zunächst viel spannender fanden alle, was es mit der Geschichte der Stühle auf sich hat, die schon eine Statistenrolle in den letzten beiden James-Bond-Filmen gespielt haben. Ganz nebenbei gab es einen faszinierenden Exkurs in Sachen Werbung. Als Produktbezeichnung wird die Art von Werbung bezeichnet, bei der Produkte als Dienstleistung eines Herstellers, ohne dass Geld fließt, bereitgestellt werden. Schon in dem 007-Streifen „Ein Quan-

tum Trost“ nahm die Geheimdienst-Chefin „M“ auf einer Sitzgelegenheit der Firma Interstuhl Platz. Auch beim aktuellen Bond-Film „Skyfall“ standen die futuristisch anmutenden Drehstühle von der Alb im Büro der großartigen Judi Dench. „Sie saß vielleicht nur zehn Sekunden darauf und ein Bürostuhl bleibt dem Kino-Publikum im Gegensatz zu Bier und Markenuhren überhaupt nicht im Gedächtnis“, erklärte Bley den Schülern. „Ich lebe jedoch nicht von diesen zehn Sekunden, sondern davon, dass ich den Auftritt unserer Stühle in einem Bond-Film vermarkten kann – und zwar weltweit und zeitversetzt.“ Bei 400 Fachhändlern stehe das Werbebanner, das auf die Rolle des Bürostuhls im Film hinweist. „Das ist der Hingucker, dadurch werden die Kunden neugierig auf unser Produkt.“