



Ganz wie die Profis: eine Schülergruppe bei der Design-Diskussion mit Projektleiterin Diana Hildebrand (rechts).

Fotos: LGS

# Arbeiten wie im echten Agentur-Alltag

TG-Schüler entwerfen Werbung für die Landesgartenschau und stellen die Ergebnisse jetzt im Rathaus aus

**Nagold. Was herauskommt, wenn Schülerkreativität, Lehrerinitiative und ein dankbares Anwendungsfeld zusammenkommen, kann man an der Kooperation zwischen dem Technischen Gymnasium und der Landesgartenschau Nagold 2012 GmbH erkennen.**

Schüler seien im Übrigen auch darin bestärkt worden, ihre eigenen Denkweisen zu entwickeln und zu verfolgen. Sie betont: »Die fünf betreuenden Lehrer haben sich nicht als Lenker, sondern als partnerschaftliche Berater verstanden. Da hat sich das Rollenbild von früher auch einfach gewandelt.«

Das Zusammenspiel

geführt, dass sich die Jugendlichen weit über das geforderte Maß hinaus mit ihren Themen beschäftigt haben. Und zum anderen hat es beeindruckende Resultate hervorgebracht. Etwa die Arbeit einer Schülerin, die für ihre Website zum Thema »Historischer Stadtrundgang« statt einer herkömmlichen Navigation

tum den Vergleich mit professionellen Agenturen nicht scheuen müssten. Diana Hildebrand fügt hinzu: »Wenn am Ende so etwas Innovatives herauskommt, bestätigt das unser Engagement.«

Nicht nur deswegen wollen die Kooperationspartner die Arbeiten nun auch nach außen tragen. Die öffentliche

deren Arbeiten sollen ja am Ende tatsächlich in die Öffentlichkeitsarbeit der Landesgartenschau einfließen. Richard Kuon, Geschäftsführer der Landesgartenschau GmbH, ist begeistert: »Ich finde es super, dass sich das TG jetzt schon zum zweiten Mal so intensiv mit dem Thema Landesgartenschau beschäftigt hat. So