

GOLDBACH TRENDNEWS

TRENDS IN DER SCHULE

SEPTEMBER 2023

IN ZUSAMMENARBEIT MIT TRENDONE

GOLDBACH

**YOUR
MESSAGE
IS OUR
PASSION**



PAUSENBROT IM ABO ENTLASTET ELTERN



Der amerikanische On-Demand-Lieferservice DoorDash startete die Aktion «Grab & Go Bento», damit Eltern einen stressfreien Schulanfang erleben, wenn es um das Einpacken von Schulessen geht. Mutter und Schauspielerin Jessica Biel wirbt im Werbespot für vorgefertigte Brotzeiten, die vorab im Schulwochen-Abonnement nach Hause bestellt werden können. Die täglich wechselnden Brotzeiten kommen jeweils als Brotzeit-Portion in einer passenden Brotdose und wenn nötig mit Besteck sowie mit einem Bio-Protein-Ernährungsshake auf pflanzlicher Basis. Außerdem spendet DoorDash für jeden Kauf fünf Mahlzeiten an ein lokales Gemeindezentrum.

SPENDER MIT KOSTENLOSER SONNENCREME

Eine Hautärztin des niederländischen Krankenhauses VieCuri in Velo-Venray hat in Zusammenarbeit mit der Krankenkasse VGZ eine Initiative gestartet, damit alle Niederländer*innen im Sommer kostenlos Sonnencreme erhalten. Sie sollen sich so besser vor Hautkrebs schützen können. Für die kostenlose Sonnencreme werden die während der Corona-Pandemie aufgestellten Desinfektionsspender genutzt, die sich an zahlreichen Orten wie beispielsweise auf Festivals, an Stränden, in Schulen oder Sportvereinen befinden. Alle Niederländer*innen, vor allem aber Kinder, sollen so dafür sensibilisiert werden, sich regelmäßig im Freien einzucremen.



SMARTES KLASSENZIMMER OPTIMIERT UNTERRICHT



Die Academy for College Preparation & Career Exploration in Brooklyn hat für Schüler*innen der 6. bis 12. Klasse eine «Literacy Lounge» eingerichtet, die mit zwei Sensoren und einem Tablet-Dashboard ausgestattet ist, um die Lese- und Schreibfähigkeit der Schüler*innen zu verbessern. Die Sensoren zeichnen auf, wie oft die Schüler*innen sprechen, wie hoch die Qualität ihrer Gespräche ist, welche Wörter sie verwenden und die Anzahl der Schüler*innen, ohne sie jedoch zu identifizieren. Die Daten kann die Schule nutzen, um fundierte Entscheidungen darüber zu treffen, wie der Unterricht optimiert werden kann.

KAMPAGNE FÜR KULTURELL VIELFÄLTIGE LUNCHBOXEN

Die gemeinnützige Organisation AAPI hat in New Jersey die Kampagne «Love your Lunch» gestartet, um an Schulen für Diversität des Mittagessens zu werben. Hintergrund ist, dass viele asiatisch-amerikanische Schüler*innen und Pazifikinsulaner*innen Häme oder gar Hass erleben, weil der Inhalt ihrer Lunchbox von dem der anderen abweicht. AAPI hat gegen das «Food-Shaming» ein Kunstwettbewerb an Schulen gestartet, dessen Ergebnisse in Social Media und in lokalen Restaurants, die die Kampagne unterstützen, präsentiert werden. Dabei werden Geschenkboxen mit Aufklärungsbüchern vergeben, die vermitteln sollen, das Mittagessen aller zu respektieren.



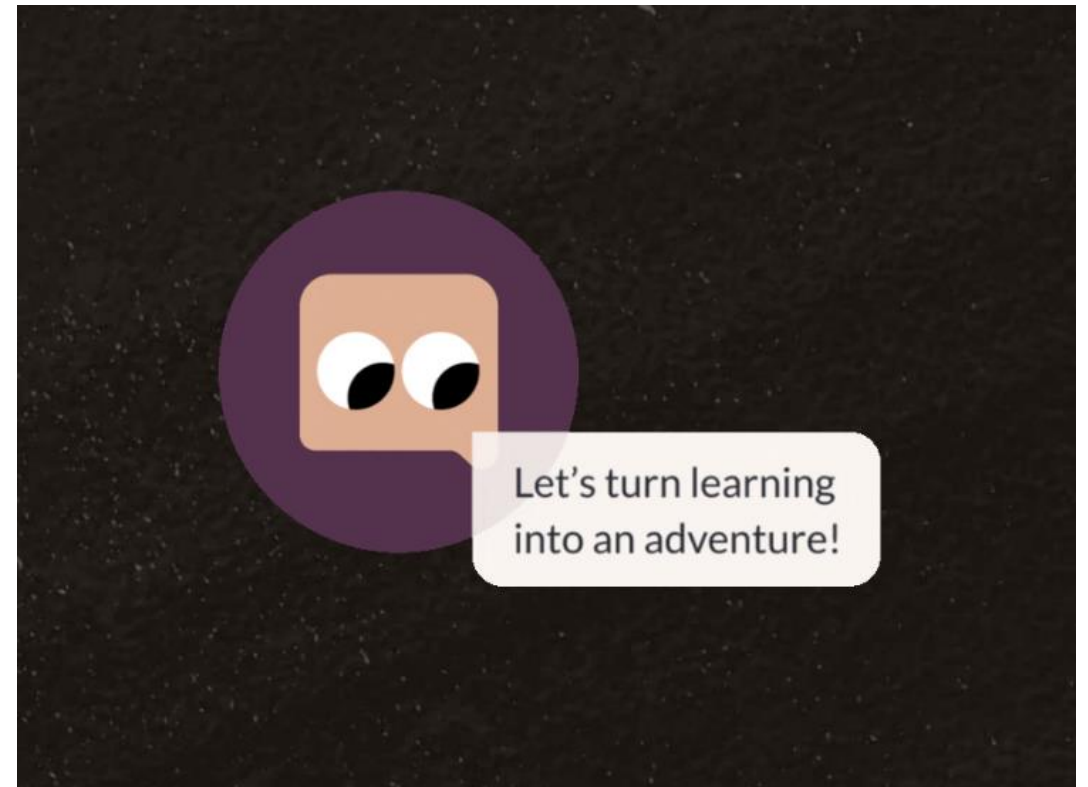
GEMEINSCHAFTEN FÜR DIGITALE NOMADEN-FAMILIEN



Das kanadische Start-up Boundless Life möchte den Familien digitaler Nomaden ermöglichen, an verschiedenen Orten auf der ganzen Welt zu leben, zu lernen und zu arbeiten. Hierfür baut das Start-up Gemeinschaften an wunderschönen Orten auf der ganzen Welt auf, die aus Privathäusern, Co-Working-Spaces, Mikroschulen und Freizeitzentren bestehen. Nach Griechenland und Portugal hat Boundless Life in Italien ein Bildungszentrum für Kinder eröffnet. Die Mikroschule basiert auf dem finnischen Lehrplan und dem nordischen Abitur und kann bis zu 60 Kinder im Alter von ein bis zwölf Jahren aufnehmen. Der Unterricht findet auf Englisch statt.

KI-CHATBOT UNTERSTÜTZT SCHÜLER*INNEN

Die Privatschule Khan Academy im Silicon Valley hat mit OpenAI kooperiert und einen KI-gestützten Tutor namens «Khanmigo» entwickelt. Der Chatbot soll Schüler*innen nicht das Lernen abnehmen, indem er einfach Antworten liefert, sondern vielmehr beim Lernen Hilfestellung bieten. Insbesondere schüchtere Kinder, die nicht gerne nachfragen, sollen von ihm profitieren. «Khanmigo» wurde mit Schutzschranken ausgestattet, um die Eingaben der Schüler zu überwachen. Werden Schimpfwörter oder gewalttätige Äußerungen gemacht, benachrichtigt er Lehrer*innen und die Eltern. Nach einer Evaluierung soll «Khanmigo» anderen Schulen bereitgestellt werden.



THANK YOU WITH PASSION

Goldbach Austria GmbH
Laimgrubengasse 14 | 1060 Wien

T +43 1 37088 08

M info.at@goldbach.com

www.goldbach.com



GOLDBACH

DISCLAIMER COPYRIGHT 2021: ALLE RECHTE VORBEHALTEN. DIE IN DIESER PRÄSENTATION DOKUMENTIERTEN TRENDS UND THESEN SIND EIGENTUM DER GOLDBACH GROUP AG UND DER PRODUCTION COMPANY UND UNTERLIEGEN DEN GELTENDEN URHEBERGESETZEN. DIE VERWENDETEN BILDER DIENEN LEDIGLICH RESEARCH UND ILLUSTRATIONSZWECKEN. SIE STEHEN NICHT ZUR PUBLIKATION FREI.

TRENDONE ist ein führendes Trendforschungs- und Beratungsunternehmen mit Büros in Wien, Zürich, Berlin und Hamburg.

www.trendone.com