



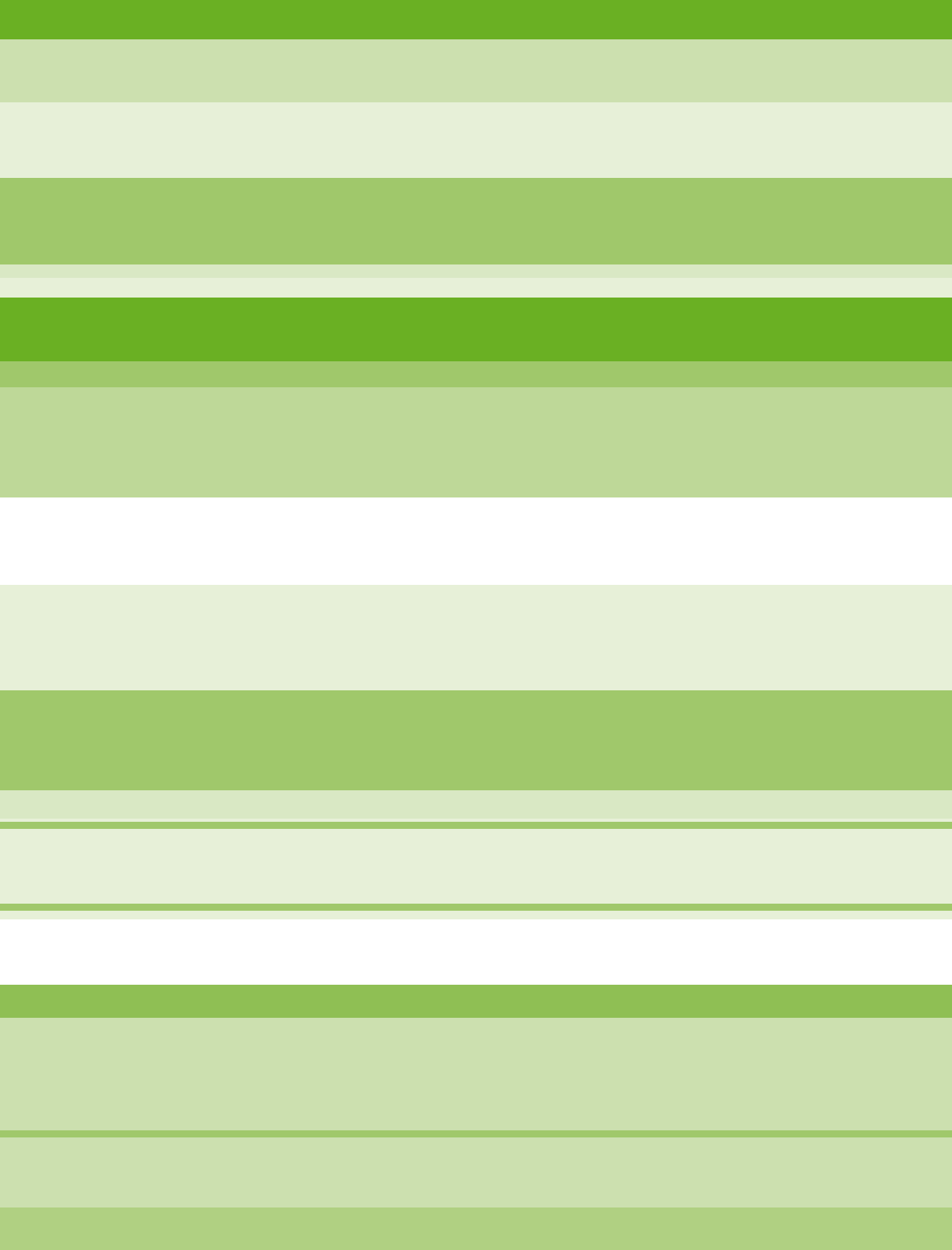
**wege
finden**

www.wegefinden.net

deutsche kinder-
und jugendstiftung
mit der Heinz
Nixdorf Stiftung

Lernen in Schülerunternehmen

***Beiträge aus Wirtschaft, Politik,
Wissenschaft und Schule***



Lernen in Schülerunternehmen

***Beiträge aus Wirtschaft, Politik,
Wissenschaft und Schule***

Impressum

Herausgeberin:

Deutsche Kinder- und Jugendstiftung, Berlin,
in Kooperation mit kobra.net/Servicestelle
Schülerfirmen und der Auslandsgesellschaft
Sachsen-Anhalt e.V. (AGSA)

ISBN 978-3-940898-01-2

Redaktionsteam:

Gerhild Vollherbst (DKJS),
Norbert Bothe (kobra.net),
Claudia Mertens (AGSA e.V.)

Lernen in Schülerunternehmen – Beiträge aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Schule

Schülerunternehmen – erprobt und erfolgreich

- Vorwort 5
- Schülerunternehmen – ein Erfolgsmodell auf dem Weg zum erwachsen werden 7
- Schülerfirmen – Zahlen und Fakten. Ergebnisse aus der Evaluation 11
- Entrepreneurial skills – eine Schlüsselkompetenz in der allgemeinen und beruflichen Bildung in Europa 14

Schülerunternehmen im Netzwerk von privaten und öffentlichen Partnern

- Schülerfirmen in Brandenburg durch Public Private Partnership fördern 18
- Zuverlässige Kooperation von Stiftung und Staat: eine solide Basis für Schülerunternehmen in Thüringen 20
- Schülerfirma als integratives Scharnier zwischen Schule und kommunalem Raum 23

Schülerunternehmen in Kooperation mit Unternehmen

- Wenn beide Seiten lernen: die Beratung von Schülerunternehmen 28
- Wie Schüler und Unternehmer lernen, aufeinander zuzugehen. Einblick in das Modellprojekt „Building Bridges“ in Sachsen-Anhalt 30
- Schülerfirmen als Übungsfelder für den Berufseinstieg – Erfahrungen aus Sachsen 32

Schülerunternehmen im Kontext von Schulentwicklung

- Schülerfirma – schön und gut. Aber wann mache ich richtigen Unterricht? 36
- Erhöhen Schülerfirmen die Ausbildungsfähigkeit? Ergebnisse einer Evaluation 38
- Selbstwirksamkeitserfahrungen in der Schülerfirmenarbeit 40

Service

- Die Autorinnen und Autoren 42
- Regionale Partner und Regionalstellen der DKJS / Links 44
- Impressum 2



„Schülerunternehmen sind klasse!“

Liebe Leserin, lieber Leser,

als vor mehr als 10 Jahren die Heinz Nixdorf Stiftung und die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung mit einem Programm für Schülerunternehmen begannen, war diese Idee in Deutschland noch nicht verbreitet. Mittlerweile hat fast jede Lehrkraft schon einmal von diesem schulpädagogischen Modell gehört. Der vielerorts an uns herangetragene Wunsch, mehr über die Wirkung dieses Erfolgsmodells zu erfahren, zeigt uns, dass die innovative Kraft und das pädagogische Potenzial von Schülerunternehmen nach wie vor aktuell sind.

„Schülerunternehmen sind klasse“, sagte eine Schülerin, die drei Jahre lang als Geschäftsführerin der *Milch & Stulle Schüler-GmbH* die Pausenversorgung ihrer Schule organisiert hat. „Was ich hier gelernt habe, hätte ich so im normalen Unterricht nie mitbekommen.“ Wir wissen aufgrund unserer Erfahrungen und durch unabhängige Evaluationen, wie Schülerunternehmen wirken. Dabei unterscheiden wir drei Ebenen: Zum einen entwickeln Kinder und Jugendliche wichtige persönliche Fähigkeiten, zum zweiten erweitern die beteiligten Pädagoginnen und Pädagogen ihr Erziehungsverständnis und drittens öffnet sich Schule dem zeitgemäßen Anspruch, lebensnah zu unterrichten sowie junge Menschen in die Gesellschaft zu integrieren.

Die Erfolgsgeschichte des Programms „SCHÜLER UNTERNEHMEN was!“ hat die Heinz Nixdorf Stiftung und die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung dazu motiviert, im Januar 2008 gemeinsam ein neues Programm zu starten, das das Erfolgsmodell Schülerfirmen in einen breiteren Zusammenhang stellt und dabei die gewonnenen Erkenntnisse weiter nutzt. Im neuen Programm *Wege finden – gestärkt erwachsen werden* entwickeln wir Modelle, die Kinder und Jugendliche auf ihren Wegen zum Erwachsenwerden unterstützen. Nachhaltig wirtschaftende Schülerfirmen sind dabei ein Aktionsfeld, in dem sich junge Menschen erproben.

Wir fördern also auch weiterhin Schülerunternehmen, denn die Heinz Nixdorf Stiftung und die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung haben ein gemeinsames Anliegen: Kinder und Jugendliche sollen sich zu starken Persönlichkeiten entwickeln können, die ihr Leben in die eigene Hand nehmen. Die Fachbeiträge in dieser Broschüre zeigen auf, welche Rolle dabei Schülerfirmen übernehmen können.

Wir wünschen Ihnen eine interessante, erkenntnisreiche und motivierende Lektüre.

Dr. Gerhard Schmidt
Heinz Nixdorf Stiftung

Dr. Heike Kahl
Deutsche Kinder- und Jugendstiftung



Schülerunternehmen – ein Erfolgsmodell auf dem besten Weg zum erwachsen werden.

Gerhild Vollherbst

Anlässlich der Veröffentlichung des zweiten nationalen Bildungsberichts sagte Bundesbildungsministerin Anette Schavan: „Zentrales Ziel der Qualifizierungsinitiative von Bund und Ländern ist es, Übergänge zwischen den Bildungsbereichen zu erleichtern und Aufstieg durch Bildung zu ermöglichen.“¹

Seit nunmehr zehn Jahren hat die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung mit Förderung durch die Heinz Nixdorf Stiftung im gemeinsamen Förderprogramm *SCHÜLER UNTERNEHMEN was!* den Ansatz der Schülerfirmenarbeit weit verbreitet und qualitativ entwickelt. Die Erfolge sprechen für sich: In den Schülerfirmen vergrößern die teilnehmenden Kinder und Jugendlichen ihre personalen und methodischen Fähigkeiten und Fertigkeiten sowie ihre sozialen Kompetenzen. Lehrerinnen und Lehrer vertiefen ihr Erziehungsverständnis und holen das Leben in die Schule. In der Zusammenarbeit mit außerschulischen Partnern im kommunalen Umfeld und insbesondere mit Partnern aus der Wirtschaft gewinnen die Schülerinnen und Schüler Orientierung fürs Berufsleben. Letztlich wird auch die Ausbildungsfähigkeit der Jugendlichen erhöht, und die Chancen für einen erfolgreichen Übergang in Berufsausbildung und Studium verbessern sich. Ergo: Alle Beteiligten profitieren. Schülerfirmen sind ein hervorragender Ansatz, um Kooperationen zwischen Staat und Zivilgesellschaft, Schule und Wirtschaft zu stiften und gesellschaftliche Herausforderungen gemeinsam anzugehen.

Die Förderschwerpunkte

Der Schwerpunkt der Förderung lag von Anfang an in den fünf neuen Bundesländern und Berlin. Hier hat die DKJS ein Fach-Netzwerk von Schülerfirmen-Beraterinnen und -Beratern in ihren Regionalstellen und mit ihren regionalen Partnern aufgebaut und etabliert. Über 350 Schülerfirmen wurden bisher gefördert und die Mehrzahl der geförderten Schülerfirmen ist auch heute noch aktiv. Dies liegt auch daran, dass die DKJS-Schülerfirmen-Beratung umfassende Unterstützung anbietet: Sie initiiert die Gründung von Schülerunternehmen, berät diese im Gründungsprozess und begleitet sie in ihrer weiteren Entwicklung – nicht nur mit Tipps und Ratschlägen, sondern vor allem auch mit bedarfsorientierten Qualifizierungen für die Schülerfirmen und für die begleitenden Pädagoginnen und Pädagogen.

Das Förderprogramm ermöglichte außerdem, eine Anschubfinanzierung für das Schülerunternehmen zu beantragen. Bewilligungsvoraussetzung war, an Hand der DKJS-Qualitätsstandards genau darzulegen, dass die Geschäftsidee Hand und Fuß hat und die Gründung der Schülerfirma gut durchdacht und mit der Schule abgestimmt ist.

Was sind Schülerfirmen?

SchülerunternehmenderDKJSsindkeinerealen Firmen, sondern pädagogische Schulprojekte.

¹ Pressemitteilung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung vom 12. Juni 2008.

Eine Schülerfirma funktioniert in Organisation und Struktur wie ein „richtiges“ Unternehmen. Daher müssen Produktideen und Dienstleistungsangebote entwickelt, Wirtschaftlichkeit, Bedarf am Markt, Organisation, Struktur und Produktivität überprüft und gewährleistet werden. Mitarbeiter müssen gesucht und eingearbeitet, Kosten und Preise kalkuliert sowie Geschäftsprozesse verwaltet werden. Schülerfirmen gibt es in allen Schultypen – in Grundschulen ebenso wie in allen weiterbildenden Schulen, Förderschulen oder berufsbildenden Schulen.

Die Kinder und Jugendlichen arbeiten freiwillig und oft klassenstufenübergreifend, meist außerhalb der Unterrichtszeit in ihrer Firma. Das Alter des „Personals“ der Schülerunternehmen reicht von 10 bis 21 Jahren. Die Anzahl der teilnehmenden Schülerinnen und Schüler variiert von 5 bis 60.

Die Geschäftsideen sind vielfältig. Häufig werden Cafeterias oder Schulkioske zur Versorgung der Mitschülerinnen und Mitschüler gegründet. Erfolgreich sind auch Reisebüros, Kinos, Veranstaltungsservice, Homepagegestaltung, EDV-Kurse, Kosmetikherstellung, Tierzucht, Imkerei, Solarenergiegewinnung, Schülerzeitung oder Merchandising mit Schul-Werbeartikeln usw.

Die Grundlage: Qualitätsstandards für Schülerunternehmen der DKJS

Voraussetzung für die Förderung eines Schülerunternehmens durch die DKJS ist die Berücksichtigung der im Fach-Netzwerk der Schülerfirmen-Beraterinnen und-Berater erarbeiteten Qualitätsstandards. Ein zentraler Aspekt ist, dass die Geschäftsidee von den Schülerinnen und Schülern selbst entwickelt wurde, ihrem Alter und Bildungsgrad angemessen und ethisch und moralisch vertretbar ist.

Die Schülerfirma gibt sich eine Rechtsform und ist einem realen Unternehmen ähnlich strukturiert und arbeitsteilig aufgebaut. Sie kann einen Businessplan vorlegen, der nachvollziehbar darlegt, dass sie mindestens über einen Zeitraum von drei Jahren arbeiten wird. Dies wird u.a. dadurch abgesichert, dass sich die Belegschaft aus unterschiedlichen Klassenstufen zusammen setzt.

Das Schülerunternehmen bietet Waren und/ oder Dienstleistungen an und hat daraus Einnahmen. An der Schule wurde eine Marktanalyse durchgeführt und die Preise für Waren und/ oder Dienstleistungen entsprechen der Kaufkraft der Kunden. Der Kundenkreis bleibt im Wesentlichen auf die Schule beschränkt (Schüler, Lehrer und Eltern). Es ist gesichert, dass reale Firmen nicht durch das Schülerunternehmen in ihrer Existenz bedroht werden. Kontakte und/oder Partnerschaften mit realen Wirtschaftsbetrieben werden angestrebt.

Durch einen Kooperationsvertrag mit der Schule bzw. dem Schulförderverein wird die Zusammenarbeit mit der Schule geregelt. Die Schule stellt dem Schülerunternehmen Räumlichkeiten zur Verfügung, die es selbstständig nutzen kann. In der Regel betreut ein Lehrer bzw. eine Sozialarbeiterin die Schülerfirma und nimmt dabei eine ausschließlich beratende Rolle ein.

Das Schülerunternehmen besitzt ein eigenes Konto, für das ein Mitglied der Schülerfirma und eine Lehrkraft gemeinsam zeichnungsberechtigt sind. Die Jugendlichen führen die Buchhaltung selbstständig und werden dabei pädagogisch beraten.

Um die Qualität ihrer Arbeit zu sichern und weiter zu entwickeln, nimmt die Belegschaft der Schülerfirmen an Fortbildungen zu Buchhaltung, Marketing oder Personalentwicklung

teil und nutzt die Möglichkeiten zum Erfahrungsaustausch (z.B. Regionaltreffen oder Schülerfirmenmessen und -Fachtagungen).

Aufbauend auf den Erkenntnissen und Erfahrungen der 10 jährigen Programmarbeit mit Schülerfirmen will die DKJS Kinder und Jugendliche zukünftig noch umfangreicher dabei fördern, Verantwortung zu übernehmen – für sich selbst, für ihr soziales Umfeld, für ihre Zukunft, für die demokratische Gesellschaft.

Neues Programm

Im neuen Programm der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung und der Heinz Nixdorf Stiftung Wege finden – gestärkt erwachsen werden, das 2008 gestartet wurde, fördern wir Kinder und Jugendliche deshalb in drei Aktionsfeldern auf ihren Wegen zum Erwachsenwerden.

Im Aktionsfeld Nachhaltig wirtschaftende Schülerunternehmen entwickelt die DKJS das Erfolgsmodell Schülerfirmen weiter: In Workshops und Beratungen lernen die Kinder und Jugendlichen den Gedanken der Nachhaltigkeit kennen und beginnen, ihre Firmen nach den Werten sozialunternehmerischen Handelns und Nachhaltigkeit weiter zu entwickeln.

Das Mitziehen und Motivieren trainieren junge Leute im Aktionsfeld Junge Vorreiter: Sie erproben und schulen ihre Fähigkeiten zu kommunizieren, zu moderieren, anzuleiten. So unterstützt die DKJS Jugendliche darin, ihr Selbstbewusstsein und ihre Verantwortungsbereitschaft zu entwickeln.

„Lernen im richtigen Leben“, in sozialen Bereichen, die den Kindern und Jugendlichen bisher unbekannt waren, ist das zentrale Thema des Aktionsfelds Engagement für Soziales. Die DKJS motiviert die Heranwachsenden

insbesondere, in generationsübergreifenden Institutionen oder Initiativen mitzuarbeiten und sich für das Gemeinwesen zu engagieren. Hier eignen sich Kinder und Jugendliche soziale und personale Schlüsselkompetenzen fürs Leben an.

Einzigartig: die individuelle Perspektive.

Im Rahmen einer externen wissenschaftlichen Evaluation werden einzelne junge Menschen ab 14 Jahren fünf Jahre lang auf ihren Wegen des Erwachsenwerdens begleitet. Bis zu zehn Jugendliche werden in jedem der sechs beteiligten Bundesländer in diese Begleitforschung einbezogen. So werden die Wirkungen des Programms Wege finden aufgezeigt. Die Ergebnisse fließen direkt in die Ausgestaltung der Wege finden-Projekte vor Ort ein. Das ist eine einzigartige Möglichkeit, grundsätzliche Erkenntnisse darüber zu gewinnen, wie Kinder und Jugendliche auf ihren Wegen zum Erwachsenwerden unterstützt werden können.

*Die Autorin ist Leiterin des Programms
„Wege finden – gestärkt erwachsen werden“
der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung
und der Heinz Nixdorf Stiftung*



Schülerunternehmen – Zahlen und Fakten. Ergebnisse aus der Evaluation.

Claudia Mertens

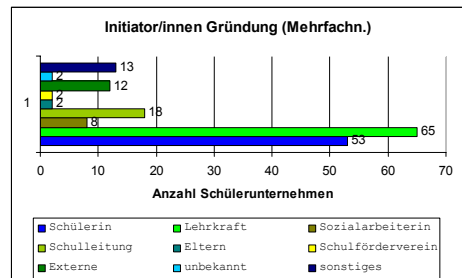
Die hier zusammen gestellten Daten aus dem Abschlussbericht der wissenschaftlichen Evaluation des Programms SCHÜLER UNTERNEHMEN was!¹ von Ute B. Schröder und Prof. Dr. Iris Nentwig-Gesemann erlauben einen Überblick zu den Rahmenbedingungen von Schülerfirmen. In ihrem Beitrag „Erhöhen Schülerfirmen die Ausbildungsfähigkeit?“ beschreibt Prof. Dr. Nentwig-Gesemann das besondere Wirkungspotenzial von Schülerfirmenarbeit für die Entwicklung von personalen und sozialen Kompetenzen von Schülerinnen und Schülern in ihrer Vorbereitung auf den Übergang zu Ausbildung oder Studium.

Das Ergebnis der Evaluation zeigt eindeutig: Schülerfirmen können an jeder Schule und in jeder Schulform gelingen. Voraussetzung ist, dass die Schülerfirma von der gesamten Schule akzeptiert und eine kontinuierliche Zusammenarbeit gefördert wird. Wichtig für den Erfolg sind Freiwilligkeit und Selbstständigkeit. Schülerinnen und Schüler haben Spaß daran, sich in ihrer Freizeit neue Fähigkeiten anzueignen, eigeninitiativ sowie aktiv zu sein und: Sie wollen Verantwortung übernehmen.

Wer initiiert die Gründung einer Schülerfirma?

Bei der Gründung von Schülerfirmen spielen zwei Gruppen eine zentrale Rolle: Schülerinnen und Schüler sowie Lehrkräfte. Auch die Schulleitung tritt relativ oft als Initiatorin auf.

-> Schülerunternehmen werden in erster Linie von denjenigen gegründet, die im Schulleben alltäglich eine aktive Rolle spielen. Diejenigen Akteure, die die Schule eher im Umfeld begleiten, z. B. die Eltern oder der Schulförderverein, werden seltener als Initiatoren benannt. Die Zusammenarbeit mit den Eltern und dem schulischen Umfeld gewinnt in späteren Entwicklungsphasen von Schülerfirmen an Gewicht.

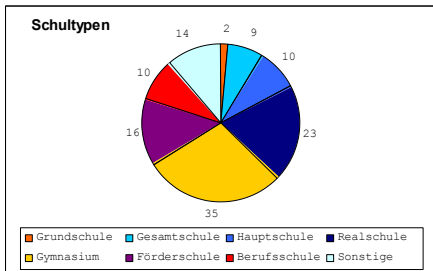


¹ Die Evaluation des Schülerfirmenprogramms wurde von Juni 2005 bis August 2006 durchgeführt. Dabei wurde sowohl mit qualitativen als auch mit quantitativen Erhebungs- und Auswertungsmethoden gearbeitet. Die DKJS-Schülerfirmenberatung führte unter anderem eine Fragebogenbefragung bei allen in den neuen Bundesländern durch die DKJS gegründeten Schülerunternehmen durch. Dabei konnten insgesamt 103 Schülerunternehmen befragt werden. Aufgrund der Größe der Stichprobe (n=103) sind die Daten nicht repräsentativ, es lassen sich aber Schlussfolgerungen für die Gesamtgröße ziehen.

An welchen Schulen gibt es Schülerunternehmen?

Schülerunternehmen gibt es an Schulen aller Schulformen. Am häufigsten werden sie an Gymnasien, Realschulen und Förderschulen ins Leben gerufen.

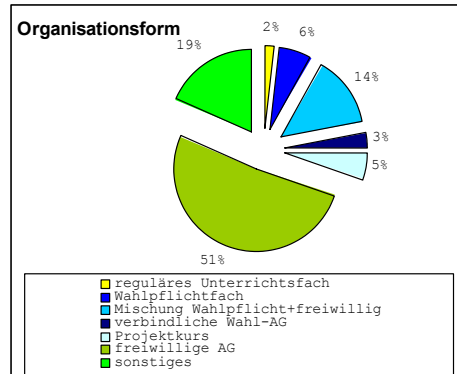
-> Diese Projektform ist für alle Schultypen geeignet. Sie ist sowohl für Ganztagsschulen als auch für Schulen ohne ganztägiges Angebot gleichermaßen attraktiv. Wichtig für das Gelingen des Schulprojekts ist nicht die Form der Schule, sondern die Akzeptanz der Schülerfirma durch alle Akteure an einer Schule und die kontinuierliche Einbindung in das alltägliche Schulgeschehen.



Arbeiten Schüler freiwillig in der Schülerfirma?

Schülerunternehmen werden in über 50 % der Fälle auf der Basis freiwilliger Aktivitäten organisiert, meist als freiwillige Arbeitsgemeinschaften. Die Mischung von Wahlpflichtfach und freiwilligem Engagement wird bei unter 15 % der Schülerunternehmen praktiziert, als verbindliches Unterrichtsfach gilt das Schülerunternehmen in nur zwei Fällen.

-> Erfolgreiche Schülerfirmenarbeit basiert auf Freiwilligkeit.



Wo arbeitet die Schülerfirma an einer Schule?

Über einen eigenen Raum verfügen 84 % der Schülerunternehmen, 11 % nutzen Fachräume und 5 % haben keinen eigenen Raum. Bei 44 % der Schülerunternehmen können alle Beteiligten selbstständig, ohne Lehrkräfte, diesen Raum nutzen; nur einige Jugendliche haben bei 24 % der Schülerfirmen den Schlüssel und bei 32 % der Unternehmen sind Absprachen mit dem Schulpersonal notwendig. Wie die Raumnutzung gestaltet ist, ist im Allgemeinen nicht vom Schultyp abhängig, lediglich bei den Förderschulen fällt im Verhältnis zu den anderen Schulformen auf, dass hier häufiger Absprachen mit dem Lehrpersonal notwendig sind.

-> Schülerfirmen benötigen ihren eigenen Raum, in dem die Schülerinnen und Schüler ihre eigenen Erfahrungen machen und den sie selbst gestalten können.

Was motiviert Kinder und Jugendliche für die Mitarbeit in einer Schülerfirma?

Die Hälfte der Schülerunternehmen arbeitet nicht im Unterricht, die durchschnittliche monatliche Arbeitszeit im Unterricht liegt bei 8

bis 10 Stunden. In ihrer Freizeit arbeiten 95 % der Schülerunternehmen, wobei die durchschnittliche Arbeitszeit hier 13 Stunden pro Monat beträgt.

Die Jugendlichen wurden befragt, inwieweit sich durch die Mitarbeit im Schülerunternehmen für sie etwas verändert hat. Von 37 Schülerunternehmen wird das Erwerben neuer Fähigkeiten genannt, das damit am häufigsten angegeben wird. Dazu gehören kommunikative Kompetenzen wie bspw. der Umgang mit Kundschaft, persönliche Fertigkeiten wie bspw. „sich besser ausdrücken zu können“ und fachliche Fähigkeiten.

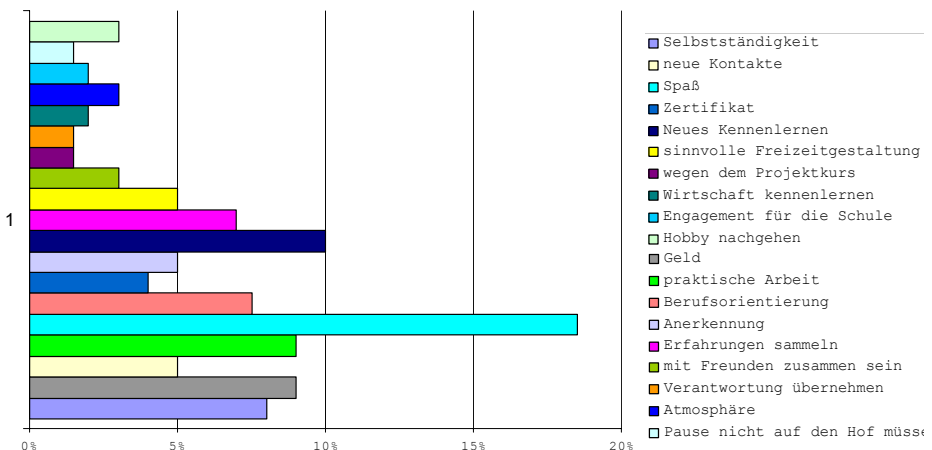
Gefolgt wird dieser Aspekt von Angaben, dass sich das Verhältnis untereinander (30) und zu den Lehrerinnen und Lehrern (26) verbessert hat. Weiterhin werden das Erwerben sozialer Kompetenzen (20) wie bspw. Kritikfähigkeit, Teamfähigkeit, Ordnung, Pflichtbewusstsein, Stressbewältigung und Toleranz thematisiert. Extra hervorgehoben wird die Steigerung des Selbstbewusstseins/

der Selbstständigkeit (24) und die Übernahme von Verantwortung (17). Zehn Firmen nennen explizit Aspekte von Anerkennung, die sie nun erleben, und zehn weitere heben hervor, dass sich hinsichtlich ihrer Berufsorientierung Veränderungen ergeben haben. Lediglich vier Firmen geben an, dass sie nun weniger Freizeit oder Vorteile in der Schule haben.

-> Das handlungs- und erfahrungsorientierte Lernen in der Schülerfirma stärkt Schülerinnen und Schüler in ihrem Selbstbewusstsein und in ihren Schlüsselkompetenzen. Dass die Schüler durch die Arbeit in der Schülerfirma Anerkennung erfahren und ihre Lernerfahrungen sie für ihren weiteren Lebensweg stärken, nehmen die Jugendlichen bewusst wahr.

Die Autorin ist als Schülerfirmenberaterin in der DKJS-Regionalstelle Sachsen-Anhalt tätig.

Motivation



Entrepreneurial skills – eine Schlüsselkompetenz in der allgemeinen und beruflichen Bildung in Europa

Gerhild Vollherbst

Die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung (DKJS) engagiert sich dafür, dass Kinder und Jugendliche vom frühkindlichen Lebensalter an eine gute Basis für *Lebenslanges Lernen* erhalten. In ihrem Programmbereich „Perspektiven schaffen“ engagiert sich die DKJS für die Begleitung des Übergangs von Jugendlichen aus der Schule in die Berufsausbildung bzw. ins Studium – u. a. mit der Förderung von Schülerunternehmen im Programm *Wege finden – gestärkt erwachsen werden*. Im Rahmen der Qualitätsentwicklungsinitiative der EU für die allgemeine und berufliche Bildung hat die Förderung von Schlüsselkompetenzen einen zentralen Stellenwert. In dieser Initiative der Europäischen Union sieht sich die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung als aktive Partnerin.

Die EU hat sich zum Ziel gesetzt, eine moderne Wissensgesellschaft mit nachhaltiger Entwicklung, mit mehr und besseren Arbeitsplätzen sowie größerem sozialem Zusammenhalt zu werden. Um dieses Ziel zu erreichen, haben sich die Bildungsminister der Mitgliedsstaaten auf drei übergeordnete Ziele geeinigt, die bis 2010 zum Nutzen aller Bürger und der EU insgesamt erreicht werden sollen:

- leichter Zugang zur allgemeinen und beruflichen Bildung für alle
- Erhöhung der Qualität und Wirksamkeit der Bildungssysteme in der EU
- Öffnung der Systeme der allgemeinen und beruflichen Bildung gegenüber der Welt¹.

In einem gemeinsamen Arbeitsprogramm *Allgemeine und berufliche Bildung 2010* wurden Strategien für die benannten Ziele erarbeitet. Im Bereich Qualitätsentwicklung konzentrierte sich eine Expertengruppe der Mitgliedsstaaten auf die Entwicklung eines Europäischen Referenzrahmens für Schlüsselkompetenzen. Dieser definiert und beschreibt alle Grundfähigkeiten, die Bürger im Kontext lebenslangen Lernens in einer Wissensgesellschaft für ihre persönliche Entfaltung und aktive bürgerschaftliche Beteiligung entwickeln und besitzen sollen.

Die acht Schlüsselqualifikationen

sind Kompetenzen, die alle Kinder und Jugendlichen während der Erstausbildung entwickeln und durch Weiterbildung und lebenslanges Lernen auffrischen und erhalten sollen:

- Kommunikation in der Muttersprache
- Kommunikation in einer Fremdsprache
- mathematische Kompetenz und Basiskompetenzen in Naturwissenschaften und Technologie
- digitale Kompetenz
- Lernkompetenz
- soziale, interpersonale und bürgerschaftliche Kompetenz
- Unternehmergeist (*Entrepreneurial skills*)
- kulturelle Kompetenz.²

1 Dieser Beitrag bezieht sich auf eine Präsentation von Elisabeth Bittner (EU-Kommission) im Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie im Oktober 2007.

2 Vgl. dazu die Ergebnisse der Evaluation im Beitrag von Prof. Dr. Nentwig-Gesemann.

Schülerfirmenarbeit fördert die Entwicklung zahlreicher Schlüsselkompetenzen. Im Besonderen jedoch fördert sie die Fähigkeit zur Eigeninitiative und zu unternehmerischem Denken.

“Entrepreneurship is first and foremost a state of mind”

Entrepreneurship ist nicht allein die Fähigkeit, ein Unternehmen zu gründen. Diese Schlüsselkompetenz schließt die persönliche Entwicklung, die Ausprägung von *life skills* ebenso ein wie Fähigkeiten, die heute im Arbeitsleben generell gebraucht werden. Das sind vor allem konstruktiver Umgang mit Innovationen und Veränderungen, Problemlösungskompetenz und Initiative.

Was ist “Entrepreneurship Education”?

- Die Entwicklung persönlicher Kompetenzen, insbesondere von Kreativität, Eigeninitiative, Unabhängigkeit, Flexibilität
- die Entwicklung unternehmerischer Kompetenzen, Geschäftsideen zu verwirklichen, Risiken abzuwägen, technische Fertigkeiten zu erwerben
- früher Kontakt und kontinuierliche Kooperation mit der Wirtschaft
- das Wissen über Selbstständigkeit als eine berufliche Option
- learning by doing (z. B. in Schülerunternehmen).

Um das Ziel der verstärkten Vermittlung von Entrepreneurship zu erreichen, empfiehlt die EU-Arbeitsgruppe, eine Strategie zur Förderung von Unternehmergeist in den Mitgliedsländern der EU zu entwickeln. Diese soll die Einbettung in Curricula, Umsetzungsempfehlungen für Schulen, Unterstützung von Schulen durch Programme und Materialien sowie Lehrerfortbildung bein-

halten. Weiterhin sollen Kooperation von Schule und Wirtschaftspartnern gefördert und vor allem mehr Schülerfirmen gegründet werden.

Initiative für mehr Unternehmergeist in den Schulen

Im Juli 2007 wurde, koordiniert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, der Initiativkreis *Unternehmergeist in die Schulen* gegründet, in dem die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung Gründungsmitglied ist. Mit den dort vernetzten Initiativen und Organisationen engagiert sich die Stiftung dafür, Schülerinnen und Schülern das Thema Wirtschaft praxisorientiert näher zu bringen und kreative Potenziale bei Kindern und Jugendlichen zu fördern. Die beteiligten Initiativen unterstützen sie bei der Berufsorientierung und stärken nicht zuletzt Schlüsselqualifikationen wie Eigeninitiative, Selbständigkeit, Team- und Kommunikationsfähigkeit sowie Verantwortungsbewusstsein.

Mehr Information zum Initiativkreis *Unternehmergeist in die Schulen* finden Sie unter http://www.existenzgruender.de/gruendermagazin/schule_wirtschaft/index.php

Die Autorin ist Leiterin des Programms „Wege finden – gestärkt erwachsen werden“ der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung und der Heinz Nixdorf Stiftung





Schülerfirmenarbeit im Netzwerk von privaten und öffentlichen Partnern

Gute Bedingungen für Schülerfirmen können geschaffen werden, wenn sich Schule, Politik und Wirtschaft engagieren und vernetzen. Die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung hat in den fünf neuen Ländern und in Berlin solch ein Netzwerk von privaten und öffentlichen Partnern aufgebaut. Als Beispiele für die vielen Initiativen können Sie in diesem Abschnitt zwei Erfahrungsberichte lesen:

Ursula Bretschneider, Leiterin des Referates für Existenzgründung im brandenburgischen Wirtschaftsministerium, informiert Sie, wie das Bildungs- und das Wirtschaftsministerium, die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung und der private Träger *KoBra.net* bei der Förderung von Schülerfirmen zusammenarbeiten und die Brandenburger *Servicestelle Schülerfirmen* initiiert haben.

Die Schülerfirmenberaterin Brigitte Geysersbach berichtet von der beständigen und fruchtbaren Zusammenarbeit zwischen dem Thüringer Kultusministerium mit der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung und erfolgreichen gemeinsamen Schritten zur qualitativen Weiterentwicklung der Schülerfirmenarbeit.

Die Wechselbeziehungen von Schülerfirmenarbeit, Schule und kommunalem Raum beschreibt der dritte Beitrag. Schülerfirmen benötigen nicht nur Unterstützung in ihrer unmittelbaren Umgebung, sondern tragen auch selbst aktiv zur Gestaltung des Gemeinwesens bei. In Schülerfirmen werden Jugendliche ermutigt und bestärkt, ihre Umwelt mitzugestalten und damit zivilgesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Diesen wichtigen Aspekt veranschaulicht Ihnen der Beitrag von Prof. Dr. Nicole Göler von Ravensburg, Professorin für Sozial- und Gemeinwesenökonomik an der Fachhochschule Frankfurt am Main.

Schülerfirmen in Brandenburg durch Public Private Partnership Fördern

Ursula Bretschneider

Um unternehmerisches Denken und Handeln nachhaltig zu befördern und ein innovatives und gründerfreundliches Klima zu schaffen, braucht es das gemeinsame Engagement aller Akteure. Deswegen wurde im Jahr 2000 von der Landesregierung Brandenburg eine neue Initiative gegründet: Unter der Federführung des Wirtschaftsministeriums riefen vier Ressorts der Landesregierung – Wirtschaft, Arbeit, Wissenschaft und Bildung – gemeinsam die Initiative *Aufbruch Gründen im Land* (AGIL) ins Leben. Daraus entwickelte sich im Jahr 2007/2008 das *Gründungsnetzwerk Brandenburg*.

Frühzeitige und lebensbegleitende wirtschaftliche Bildung

Gemeinsam mit anderen Partnern aus dem Themenbereich Gründung¹ zielt die landesweite Zusammenarbeit des Gründungsnetzwerkes darauf, Brandenburgerinnen und Brandenburger für den Schritt in die Selbstständigkeit zu begeistern, sie fit für die Existenzgründung zu machen und Hilfestellungen bei der Festigung junger Unternehmen zu geben. Ein Schwerpunkt der Arbeit des Gründungsnetzwerkes ist dabei die frühzeitige wirtschaftliche Bildung und Berufsorientierung von Schülerinnen

und Schülern. Die Arbeit in Schülerfirmen greift aus Sicht der Netzwerkpartner diese Zielstellungen optimal auf, indem dort die Ausbildung von Schlüsselkompetenzen wie Eigeninitiative, Selbstständigkeit und unternehmerisches Denken gefördert wird.

Kooperation von Ministerien und zivilgesellschaftlichen Partnern

Das brandenburgische Wirtschaftsministerium hat deshalb gemeinsam mit dem Bildungsministerium, der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung² und ihrem regionalen Partner in Brandenburg, KoBra.net³, eine Servicestelle-Schülerfirmen initiiert. Durch die Public Private Partnership können die Ressourcen und besonderen Fähigkeiten der Partner bestmöglich eingesetzt werden. Das Bildungsministerium stellt zwei Personalstellen und das Wirtschaftsministerium Sachmittel zur Verfügung, die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung bringt ihre zwölfjährige Erfahrung in der Arbeit mit Schülerfirmen sowie weitere Sachmittel mit ein, und der regionale Partner KoBra.net verfügt über die notwendige Kenntnis der lokalen Strukturen und die Verankerung im Bereich Schule.

1 Weitere Mitglieder des „Gründungsnetzwerkes“ sind die Kammern, die Brandenburgische Landesrektorenkonferenz, die Regionaldirektion Berlin-Brandenburg der Bundesagentur für Arbeit sowie die Bürgerschaftsbank Brandenburg GmbH, die Investitionsbank des Landes Brandenburg (ILB), die Zukunftsagentur Brandenburg GmbH (ZAB) sowie die Landesagentur für Struktur und Arbeit (LASA) Brandenburg GmbH.

2 Die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung hat gemeinsam mit der Heinz-Nixdorf-Stiftung innerhalb des Programms *SCHÜLER UNTERNEHMEN* von 1994 bis Ende 2007 bundesweit über 350 Schülerfirmen in der Gründung unterstützt und deren Aufbau begleitet.

3 koBra.net/ Kooperation in Brandenburg ist ein Projektverbund, dessen Gemeinsamkeit die Kooperation und Vernetzung von schulischen und außerschulischen Partnern sowie die Beförderung der Schulentwicklung in Brandenburg ist. koBra.net befindet sich in Trägerschaft der WIBB GmbH, einem freien Träger der Jugendhilfe.



Qualitätssicherung durch dauerhafte Strukturen

Die Initiative des Ministeriums für Wirtschaft Brandenburg verfolgt nicht nur das Ziel einer quantitativen Ausweitung von Schul- bzw. Schülerprojekten. Aus unserer Sicht ist es auch notwendig, tragfähige und dauerhafte Strukturen zu schaffen, die auf Qualitätssicherung und -entwicklungszielen. Diesem Anspruch wird die Servicestelle-Schülerfirmen gerecht, indem sie zum einen für die Idee der Schülerfirma wirbt, neue Schülerfirmen in der Gründungsphase ganz konkret unterstützt und bestehende Projekte auf Fachtagungen, Messen, in Workshops, aber auch in der individuellen Beratung vor Ort weiter qualifiziert.

Der Runde Tisch Schülerfirmen

Um die Aktivitäten der Servicestelle mit den Partnern und Förderern abzustimmen, Transparenz zu sichern bzw. gemeinsame

Schnittmengen zu identifizieren und zu qualifizieren, wurde in Brandenburg der Runde Tisch Schülerfirmen ins Leben gerufen, der ca. vierteljährlich tagt. Dieses Instrument ist ein weiterer Baustein der Beratung und Begleitung von Schülerfirmen und zugleich ein weiterer Schritt in der Qualitätsentwicklung der Brandenburgischen Schülerfirmenarbeit. Die Zusammenarbeit von privaten Institutionen und öffentlicher Hand gewährleistet, dass die Servicestelle gemeinsam mit lokal verankerten Partnern eine leistungsfähige und dezentrale Unterstützungsstruktur aufbauen kann, die den regionalen Besonderheiten des Flächenlandes Brandenburg Rechnung trägt. Längst ist es der Servicestelle damit gelungen, über Projekt- und Programmgrenzen hinaus zu vernetzen und fachliche Impulse bei der Stärkung der unternehmerischen Selbstständigkeit von Schülerinnen und Schülern zu setzen.

Die Autorin ist Leiterin des Referates für Existenzgründung im Wirtschaftsministerium des Landes Brandenburg.

Zuverlässige Kooperation von Stiftung und Staat:

eine solide Basis für Schülerunternehmen in Thüringen

Brigitte Geyersbach

„Schülerfirmen praktizieren im Verbund genau das im Kleinen, was in der globalen Wirtschaft unter dem Begriff Cluster und Netzwerke heute weltweit so sehr geschätzt wird. Die tüchtigen Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer drücken vormittags die Schulbank und nachmittags die Preise. Schülerfirmen sind Spiegelbild eines freien Unternehmertums im Rahmen der sozialen Marktwirtschaft und auch Spiegelbild eines praxisorientierten und berufsnahen Unterrichts“, so Thüringens Kultusstaatssekretär Kjell Eberhardt 2006.

Gemeinsame Förderung der Schülerfirmenarbeit

Im Jahr 2000 wurde zwischen dem Thüringer Kultusministerium und der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung eine Kooperationsvereinbarung zur Förderung von Schülerfirmen an Thüringer Schulen unterzeichnet. Die langfristige fachliche Zusammenarbeit und gemeinsame finanzielle Förderung haben es ermöglicht, dass in Thüringen auf dieser Basis bisher mehr als 80 Schülerunternehmen gegründet und begleitet werden konnten.

Die ersten drei Thüringer Schülerfirmen erhielten bereits 1997 im Rahmen von *Erziehung zu Eigeninitiative und Unternehmensgeist*, dem Förderprogramm der Heinz Nixdorf Stiftung unter dem Dach der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung (DKJS), Starthilfe und eine Anschubfinanzierung.

Berufsorientierung an der Praxis

Ein Gründungsboom setzte mit Abschluss der Kooperationsvereinbarung ein. Schulen verstanden die vereinbarte Zusammenarbeit als Zeichen, dass die Arbeit von Schülerinnen und Schülern in ihren Unternehmen als praxisorientierte Berufs- und Studienwahlvorbereitung anerkannt wurde. Außerdem wurden rechtliche

Rahmenbedingungen geklärt. DKJS und Kultusministerium arbeiteten intensiv zusammen, um für die Beteiligten Rechtssicherheit zu schaffen, ohne die teils schuluntypischen Aktivitäten einzuengen.

Inzwischen haben Schülerunternehmen als pädagogische Projekte einen etablierten Platz in allen Arten Thüringer Schulen gefunden. Diese lebenspraktische Lernform ist eine bewährte Methode, Schwerpunktthemen wie *Kompetenzentwicklung* und *Berufswahlvorbereitung* praktisch zu gestalten. Die DKJS und das Thüringer Kultusministerium verfolgen gemeinsam das Ziel, dass die selbstständige Auseinandersetzung mit der Berufs- und Studienorientierung sowie mit der Wirtschafts- und Arbeitswelt dazu beiträgt, die jungen Menschen optimal auf das Leben und den Beruf vorzubereiten. Die Umsetzung dieses anspruchsvollen Ziels verlangt nach selbstorganisiertem, selbstgesteuertem, problemlösendem und handlungsorientiertem Lernen. Das ist sowohl für die Lernenden als auch für die Lehrenden eine große Herausforderung.

Kontinuität fördert die Qualitätsentwicklung

Die langfristige Kooperation zwischen Thüringer Kultusministerium und Deutscher Kinder- und Jugendstiftung ermöglicht es, dass die DKJS-Regionalstelle Thüringen die Schulen in



diesem Prozess kontinuierlich begleiten und unterstützen kann. Individuelle Beratung der Schulen, jährliche Fortbildungen und Möglichkeiten zum Erfahrungsaustausch führten zu einer bemerkenswerten Qualitätsentwicklung der Schülerfirmenarbeit. Die vom DKJS-Schülerfirmen-Beratungsnetzwerk erarbeiteten Qualitätsstandards bilden dabei den Maßstab. Fortbildungen für Schüler und Lehrer werden in Zusammenarbeit mit dem Thüringer Institut für Lehrerfortbildung, Lehrplanentwicklung und Medien (ThILLM) inhaltlich vorbereitet und gemeinsam finanziell getragen. Vom ThILLM werden sie für die Lehrkräfte als Fortbildung anerkannt.

Die Schülerfirmenmesse ist ein jährlicher Höhepunkt. Alle Beteiligten können Vertreterinnen und Vertretern des Kultusministeriums, anderen Ehrengästen sowie einer breiten Öffentlichkeit persönlich über ihre Arbeitsergebnisse berichten und erhalten die wohlverdiente Anerkennung.

Das Förderprogramm *SCHÜLER UNTERNEHMEN was!* wurde in Thüringen kontinuierlich weiterentwickelt. Beispielsweise werden seit einigen Jahren Spezialisten aus der Wirtschaft verstärkt bei Fortbildungen und als Mentoren für Schülerfirmen einbezogen.

Zukunft gestalten heißt, neue Ziele zu setzen

Seit 2007 arbeiten die DKJS-Regionalstelle und das Thüringer Kultusministerium daran, die

Themen *Schülerunternehmen* und *Bildung für nachhaltige Entwicklung* zu verbinden. Schülerfirmen werden motiviert und unterstützt, sowohl sozial und ökologisch verantwortlich als auch wirtschaftlich erfolgreich zu arbeiten. Zu diesem Zweck bildeten beide Partner mit der Koordinationsstelle DEKADE Thüringen, dem Thüringer Institut für Lehrerfortbildung, Lehrplanentwicklung und Medien/Transfer 21, der Gesellschaft zur Förderung Neuer Technologien Thüringen (GNT e.V.) und der Landesarbeitsgemeinschaft *SCHULEWIRTSCHAFT* eine Arbeitsgruppe. Erste Erfahrungen konnten bereits 2001-2003 beim Bundesmodellprojekt *Schülerfirmen im Kontext einer Bildung für Nachhaltigkeit* gesammelt werden, an dem vier Thüringer Schülerunternehmen beteiligt waren. Auf der *Thüringer Fachtagung Nachhaltige Schülerfirmen* beschäftigten sich im April 2008 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von 26 Schülerfirmen intensiv mit dem Thema. Mit der Unterstützung von Unternehmerinnen und Unternehmern der Thüringer Mittelstands-Akademie entwarfen sie Ideen für die Weiterentwicklung ihres Schülerunternehmens. Bei der Umsetzung werden sie von der DKJS-Regionalstelle Thüringen und dem Thüringer Kultusministerium im Rahmen des neuen Förderprogramms *Wege finden – gestärkt erwachsen* werden unterstützt.

Brigitte Geyersbach unterstützt seit über 10 Jahren als Schülerfirmenberaterin der DKJS Schülerfirmen in Thüringen.



SchülerFirma als integratives Scharnier zwischen Schule und kommunalem Raum

Prof. Dr. Nicole Göler von Ravensburg

Schülerfirma, Kontakte im kommunalen Raum und Lernerfolg

Schülerfirmen stellen Produkte her, handeln oder erbringen Dienstleistungen, und weil die Schülerinnen und Schüler weniger mobil sind als Erwachsene, sind sie dazu auf lokale Beschaffungs- und Absatzmärkte angewiesen, gehören geschäftliche Beziehungen im kommunalen Raum zu ihrem täglichen Brot. Die resultierende Interaktion trägt maßgeblich zur Erweiterung ihrer Lebenswelt sowie zum Erwerb von Schlüsselkompetenzen bei¹ und ermöglicht ihnen die Erfahrung, dass sie ihrer Umwelt etwas zu geben haben. Gleichzeitig helfen die Kontakte der Schule, sich zu öffnen, insbesondere, wenn sie regelmäßig und von gegenseitigem Nutzen sind. Entsprechend erhebt die Europäische Kommission die Kooperation von Schülerfirmen mit in der (lokalen) Wirtschaft tätigen Beratungsunternehmen sogar in den Rang eines Schlüsselementes jeder erfolgreichen Schülerfirmenarbeit².

Im Kontakt mit externen Geschäftspartnern erleben die an den Schülerfirmen Mitwirkenden eine Lernsituation, die ganz anders ist als die im Klassenzimmer: einerseits bestimmen sie die Lernsituation mit, andererseits hängt von ihrem individuellen Handeln der Erfolg der Gemeinschaftsunternehmung ab. Neben praktischen Fertigkeiten und kognitiven

Schlüsselkompetenzen (insbesondere Mathematik, Leseverständnis, schriftlicher wie mündlicher Ausdruck und vorausschauendes Denken), werden die Lernenden durch externe Kontakte nicht zuletzt in ihren personalen (u.a. Verantwortungsbewusstsein) und sozialen Kompetenzen gefordert. Außerdem provoziert eine solche Lernsituation eine höhere Motivation sowie ständigen Perspektivenwechsel. Erfolg wird für sie erkennbar als Resultat einer Mischung aus zwischenmenschlich-kommunikativen, fachlichen und strategischen Fähigkeiten.

Dieser Effekt kann gezielt verstärkt und möglichen Überforderungen auf beiden Seiten entgegengewirkt werden, wenn die Jugendlichen mittels eines kooperativen – idealerweise schülergenossenschaftlichen – Organisationskonzeptes an Aushandlungsprozesse herangeführt werden. Zudem sollten die betreuenden Lehrkräfte vorab mit externen Beratern, ausgewählten Abnehmern oder Zulieferern deren mögliche Rolle im Lernprozess erörtern. Auf diese Weise vorbereitet, führen außerschulische Interaktionen wie Praxisbesuche, bei denen die jungen Menschen in die Produktion hineinschnuppern können oder Beratungsstunden, wo sie verwaltungstechnische Informationen bekommen, überdies zu einer anhaltenden Entlastung des Lehrpersonals. Fast immer lassen sich im kommunalen Raum geeignete

1 Dass Schülerfirmen Schlüsselkompetenzen im Sinne der OECD (2005) oder des Nationalen Pakts für Ausbildung und Fachkräftenachwuchs in Deutschland fördern, ist hinlänglich erwiesen, zuletzt bspw. bei European Commission 2005: Mini companies in secondary education; best procedure project: final report of the expert group, final version, September 2005.

2 siehe European Commission (2005) S. 19ff und S. 51.

externe Partner finden, die gerne und mit Engagement ihr Wissen und eine wertvolle Außensicht einbringen, manche helfen sogar, dringend benötigte Ressourcen zu mobilisieren. Dabei gibt es neben philanthropischen Motiven eigene, unmittelbare Interessen, die lokale Betriebe, Banken, Freiberufler und andere lokale Partner an der Kooperation mit Schülerfirmen haben.

Die Herausforderung, den lokalen Strukturwandel zu meistern

Da wäre zum einen der in manchen Bundesländern schon deutlich spürbare und sich durch den demografischen Wandel verstärkende Fachkräftemangel sowie die Sorge der ausbildenden Wirtschaft über die mangelnde Ausbildungsfähigkeit von Schulabgängern. Die Wirkungen der in der Arbeitsmarktreform angelegten Ansätze zum Fallmanagement und zur persönlichen Betreuung sind zwar noch nicht abschließend zu beurteilen, eine grundlegende Umkehr beider Trends wird von ihnen jedoch nicht erwartet. Gleichzeitig bieten die finanziellen und institutionellen Rahmenbedingungen vielen Kommunen keine ausreichenden Spielräume mittels Jugend- und Sozialpolitik an diesem Zustand etwas zu verändern.

Zum anderen liegt die Selbständigenquote in Deutschland trotz vieler Anstrengungen noch immer deutlich unter dem europäischen Mittel³, geht die Zahl der Unternehmensgründungen seit 2005 wieder zurück⁴, tun sich Unternehmer schwer, Nachfolger zu finden, und verlassen viele junge Menschen die ländlichen Gebiete, insbesondere, wenn auch nicht ausschließlich, in den östlichen

Bundesländer. In dieser Situation müssen kommunale wie regionale Wirtschaftsförderungs- und Standortpolitiken dringend die beruflich-soziale Integration aller jungen Menschen in den Mittelpunkt stellen.

Schülerfirma hilft beim Übergang zur Berufsausbildung

Der Übergang von der Schule in die Ausbildung gestaltet sich vielfach in Deutschland schwieriger als in anderen europäischen Ländern. Die hier herrschenden strukturellen Rahmenbedingungen bieten Jugendlichen nämlich vergleichsweise geringe Spielräume, verschiedene Übergänge in eine sozial und beruflich befriedigende Lebens- und Arbeitswelt auszuprobieren und dabei ihre subjektiven Ansprüche aufrecht zu erhalten. Möglichkeiten eines produktiven Aufschubs der Berufswahl bestehen aufgrund der geringen Durchlässigkeit des Bildungssystems bei gleichzeitig eingeschränktem Zugang zu sozialstaatlichen Leistungen zumeist nur für Abiturienten.

Auch wenn viel dafür spricht, dass allgemeinbildende Schulen Schonräume sein und nicht direkt auf Berufsorientierung oder -vorbereitung abzielen sollten, leisten Schülerfirmen, insbesondere wenn sie in der konsequent auf Kooperation angelegten Form der Schülergenossenschaft geführt werden, einen wichtigen Beitrag zur Ausbildungsbefähigung. Oft sind sie postschulischen, kompensatorischen Angeboten zum Übergang von Schule zu Arbeit für so genannte nicht ausbildungsreife Jugendliche pädagogisch schon dadurch überlegen, dass sie nicht auf Benachteiligungsdenken beruhen und junge Frauen

³ Die Selbständigenquote liegt in Deutschland (je nach Herkunft der Statistik) zwischen 10 und 11%, im europäischen Mittel bei 15,4%, siehe <http://www.zew.de/de/forschung/projekte.php3?action=detail&nr=49> und <http://www.ifm-bonn.org/index.php?idenA=99>, Abruf 09.05.08.

⁴ 2007 fiel sie auf den niedrigsten Stand seit der Jahrtausendwende, siehe bspw. <http://www.ifm-bonn.org/index.php?id=470>, Abruf 09.05.08

und Männer nicht von ihren, lebensweltlichen Bezügen entfernen. Vielmehr hilft ihr inklusiver Ansatz, Versagenskarrieren vorzubeugen. Wie wichtig hierfür Kontakte in die lokale Ökonomie z.B. zu Kunden, Betrieben, Beratern und Banken sind, wurde uns im zweijährigen Pilotprojekt Nachhaltige Schülergenossenschaften immer wieder bestätigt⁵.

Beitrag zum lokalen Gemeinwesen

Dass Schülerfirmen junge Menschen umso wirksamer auf die Zukunft vorbereiten, je besser ihre Bezüge zum kommunalen Raum sind, lässt sich auch daran ablesen, dass sie häufig schon nach erstaunlich kurzer Zeit spürbar und direkt zum lokalen Gemeinwesen beitragen. Ob sie, wie die Schülerfirma Energie-Team-SAG in Königs Wusterhausen, einen Solarkollektor für die örtliche Grundschule finanzieren und installieren und einen lokalen Energie-Stammtisch ins Leben rufen, ob sie Senioren den Umgang mit dem Computer beibringen, wie die Schülerfirmaschoolart in Oldenburg, oder aus Fallobst von Ausgleichsflächen erschwinglichen und wohlschmeckenden naturtrüben Apfelsaft produzieren wie die Schülerfirma Coole Schule in Georgsmarienhütte, sie lassen uns regelmäßig darüber staunen, wie

gemeinwesenorientiert und ökologisch sensibel ihr Tun sein kann.

Schülerfirmen verbessern neben den Schlüsselkompetenzen und Wirtschaftskennntnissen bei entsprechender pädagogischer Grundhaltung und Begleitung die gesamte Gestaltungskompetenz, einschließlich der Fähigkeit, sich selbst und andere zu motivieren und die langfristigen Konsequenzen des eigenen Handelns abzuschätzen. Auch ohne dass es dafür schon empirische Beweise gäbe, legt dies nahe, dass Schülerinnen und Schüler im Anschluss an die Mitgliedschaft in der Schülerfirma bzw. an ihre Schulzeit ihre erworbenen Kompetenzen auch zivilgesellschaftlich, bspw. im lokalen Vereinsleben oder in Jugendbewegungen einbringen werden.

Fazit

Eine bewusst die Selbstständigkeit der Gruppe fördernde Schülerfirmenarbeit mit gut vorbereiteten, vielfältigen Bezügen in den kommunalen Raum, wie dies das schülergenossenschaftliche Konzept verfolgt, birgt bei geringen Überforderungsrisiken große Potentiale für den Übergang in die Arbeitswelt und Zivilgesellschaft.

Die Autorin ist Professorin für Sozial- und Gemeinwesen-ökonomik an der Fachhochschule Frankfurt am Main.



5 Siehe dazu Artikel <http://service.lkos.de/magazin/drucken.php?artikel=11470&type=&lang=de>,





Schülerfirmen in Kooperation mit Unternehmen

Schülerfirmen gelingen besonders gut, wenn sie mit der Wirtschaft, mit realen Unternehmen kooperieren. Diese Kooperation wirkt auf verschiedenen Ebenen und ist vor allem ein starker Faktor im Prozess der Berufsorientierung von Schülerinnen und Schülern. Auch für die „richtigen“ Unternehmen ist die Zusammenarbeit mit einer Schülerfirma oftmals ein Gewinn.

Bei Dr. Stefan Wolff, Vorstandsvorsitzender des Logistik-Unternehmens 4flow AG, lesen Sie, was ihn motiviert, jährlich einen Coachingtag für Schülerfirmen anzubieten, wie sein Team von Unternehmensberaterinnen und -beratern dabei vorgeht und weshalb dies ein Win-Win-Projekt ist.

Die Schülerfirmenberaterin Claudia Mertens schildert Ihnen, wie im Rahmen des sachsen-anhaltischen Modellprojekts *Building Bridges* Modelle und Ebenen der Kooperation zwischen Schülerfirmen und Unternehmen erprobt und die Erfolgsfaktoren für die Zusammenarbeit ausgewertet wurden.

Die konkrete und praktische Zusammenarbeit mit Unternehmen stärkt die Jugendlichen in ihrer Persönlichkeit, erleichtert die Berufsorientierung und wirkt damit berufsvorbereitend. Jacqueline Behr beschreibt für Sie ihre Erfahrungen als Projektleiterin aus dem Modellprojekt *Schülerfirmen als Übungsfelder für den Berufseinstieg* und zeigt auf, wie Schülerunternehmen Jugendliche konkret beim Übergang von der Schule zum Beruf unterstützen können.

Wenn beide Seiten lernen: die Beratung von Schülerunternehmen

Dr. Stefan Wolff

Angeregt durch Gespräche mit der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung hat die 4flow AG bisher zwei Beratungstage für Schülerunternehmen durchgeführt. Ein solcher Beratungstag sieht so aus, dass die Vertreterinnen und Vertreter von Schülerunternehmen einen Samstag lang die Chance haben, sich von Unternehmensberaterinnen und -beratern professionellen Rat einzuholen.

Die Schwerpunkte setzen dabei einerseits die Jugendlichen selbst, andererseits wird die Beraterin und der Berater im Analysegespräch behutsam auch nach nicht offen benannten Herausforderungen suchen. Die Themen der Jugendlichen können dabei sehr vielfältig sein: von der Produktentwicklung über die Vermarktung und den Vertrieb, die konkreten Arbeitsabläufe in der Schülerfirma bis hin zur Mitarbeiterführung, -motivation und Unternehmensorganisation.

Wenn die Berater und die Jugendlichen ein gemeinsames Bild von den Herausforderungen haben, wird über Ursachen und Lösungsmöglichkeiten diskutiert. Auch hier ist die Beratung eher Coaching: Viele Ideen sind in der Schülerfirma sowieso schon vorhanden, nur sind diese oftmals noch nicht strukturiert besprochen und bewertet worden. Hierbei kann Beratung helfen, als neutrale Instanz, manchmal als „Schiedsrichter“, aber auch als Ideengeber. Dann werden die Veränderungen priorisiert, und es wird zwischen den Schülerinnen und Schülern verbindlich abgesprochen, was konkret bis wann umgesetzt wird.

Am Ende des Beratungstages haben die Jugendlichen ein klareres Bild davon, wo es in ihrem Unternehmen noch „hakt“ und was sie ganz konkret tun können, damit es besser läuft. Nicht selten sind die Veränderungsbedarfe eigentlich an ganz anderen Stellen als noch am Morgen des Beratungstages vermutet.

Was bringt es einem Berater, so mit Schülern zu arbeiten? Der Berater kennt diese Art von Tätigkeit mit „echten“ Unternehmen. Bei den Schülerunternehmern kann er seine ganze Erfahrung einbringen. Aber auch der Berater macht neue Erfahrungen: Wie in einem Schauglas kann man in einer Schülerfirma Phänomene beobachten, die es auch in großen Unternehmen der Wirtschaft gibt. Nur sind sie dort oft viel versteckter und aufgrund der Komplexität nicht so leicht zu erkennen. Und: Das enorme Engagement der jungen Menschen für „ihre“ Firma, in ihrer Freizeit, nahezu ohne monetäre Anreize – es löst Staunen und Bewunderung aus. Hier können auch und gerade Wirtschaftsunternehmen lernen, wie sehr interessante Aufgaben, eigenverantwortliches Arbeiten und eine gute Stimmung im Team es schaffen können, Energie freizusetzen.

Hier setzt aber gleichzeitig auch eine der wichtigen Erkenntnisse für die Schülerinnen und Schüler aus einem solchen Beratungstag an. Sie lernen Mechanismen der Unternehmensführung kennen: Bei aller Teamorientierung – es können einfach nicht alle Chef sein. Es braucht Strukturen, geklärte Verantwortungsbereiche, Zuständigkeiten und auch



Zuverlässigkeit. Hierzu ein kleines Beispiel: Eine der am Beratungstag teilnehmenden Schülerfirmen hatte 18 Mitarbeiter, davon waren neun im Vorstand. Die dadurch entstehende „Kopflastigkeit“ führte dazu, dass nach langen Diskussionen Entscheidungen kaum noch zu treffen waren und letztendlich auf den einzigen Aufsichtsrat übertragen wurden. Und damit gab es doch wieder einen Chef. Solche Zusammenhänge kann ein Berater mit viel Fingerspitzengefühl herausarbeiten und den Jugendlichen wie in einem Spiegel vor Augen führen.

Was macht die Zusammenarbeit eines Wirtschaftsunternehmens mit einer Schülerfirma erfolgreich? Die wichtigste Voraussetzung ist wohl die Ernsthaftigkeit, mit der man sich gegenseitig einbringt. Es ist eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe, von Unternehmer zu Unternehmer, von Führungskraft zu

Führungskraft. Man hat die gleichen Themen und es gibt die gleichen Lösungsansätze.

Gleichzeitig bieten Schülerfirmen eine riesengroße Chance. Sie können bei jungen Menschen eventuell vorhandene Vorurteile abbauen, sie können ihnen die Berührungsangst davor nehmen, Unternehmer zu sein oder auch als Mitarbeiter unternehmerisch zu denken und zu handeln.

Die Beratungstage für Schülerunternehmen machen allen Beteiligten viel Spaß und sie bringen Beratern wie Schülern neue Erkenntnisse für die eigene Arbeit. So gut kann man seine Zeit nicht oft investieren!

Der Autor ist Vorsitzender des Vorstands der 4flow AG, einem Berliner Unternehmen für Beratung und Software im Bereich von Logistik und Supply Chain Management, welches als einer der besten Arbeitgeber Europas 2008 ausgezeichnet worden ist.¹

¹ Die umfangreiche Studie zur Zufriedenheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Unternehmen in Europa wurde vom *Great Place to Work® Institute Europe* durchgeführt. Bewertungsbasis waren nationale Wettbewerbe in 15 Ländern, an denen über 1.250 Unternehmen teilnahmen. Die 4flow AG belegt in der Kategorie 50 bis 499 Mitarbeiter den 3. Platz (siehe <http://www.4flow.de>).

Wie Schüler und Unternehmer lernen aufeinander zuzugehen.

Einblick in das Modellprojekt *Building Bridges* in Sachsen-Anhalt

Claudia Mertens

Geschäftige Atmosphäre in der Hotelküche. Neben den fünf Köchinnen, Köchen und Küchenhilfen arbeiten heute auch 13 jugendliche Schülercafémitarbeiterinnen und -mitarbeiter in der Küche des Ramada-Hotel Magdeburg mit. Sie entrinden Brot, schnitzen an Obst und Gemüse und stellen fantasievolle Kanapees und Obstplatten her. Die Schülerinnen und Schüler erhalten jedoch nicht nur praktische Einblicke in eine Profiküche, die professionelle Büfettgestaltung und die Preiskalkulation. Beim Hausrundgang mit dem Hoteldirektor erfahren sie auch, worauf es beim Service und im Umgang mit Gästen in einem 4 Sterne-Haus ankommt und welche Kompetenzen und Eigenschaften von potentiellen Auszubildenden erwartet werden. Beim gemeinsamen Verspeisen des Büfetts sind sich die jugendlichen Cafebetreiber einig: Das war ein toller Tag! „Ich kann mir wirklich gut vorstellen, später einmal in einem Hotel zu arbeiten“, ergänzt eine Schülerin. „Nur vielleicht nicht in der Küche, eher in der Werbung....“

Ziele des Projektes *Building Bridges*

Vorrangiges Ziel des Modellprojektes war es, Wege herauszufinden und zu erproben, wie Schule und Wirtschaft lernen können, aufeinander zuzugehen. In der Kooperation von Schülerfirmen und Wirtschaftsbetrieben erhalten Schülerfirmenmitarbeiter Hilfe und Unterstützung bei aktuellen Unternehmensproblemen und Entwicklungsaufgaben. Unternehmerinnen und Personalchefs von Betrieben erfahren mehr über jugendliche Kundschaft und potenzielle zukünftige Auszubildende. Unternehmer erhalten die Chance, ihr individuelles Bild von „der Jugend“ zu erweitern.

Darüber hinaus erleben junge Leute in der Kooperation der Schülerfirma mit einem Wirtschaftsbetrieb praxisnah und konkret Anforderungen des späteren Berufslebens und des selbstständigen Unternehmertums.

Durch die Erfahrungen in der direkten Zusammenarbeit werden Zugangsschwellen zwischen Schulen und Unternehmen abgebaut. Lehrkräfte erfahren, wie sie auf Unternehmen zugehen können, und Unternehmen engagieren sich für die Jugend sowie für ihr lokales Umfeld.

So kann die Kooperation zwischen Schülerfirma und Wirtschaft aussehen

Im Rahmen des Projekts wurden fünf modellhafte Kooperationen zwischen Schülerfirmen und Unternehmen initiiert und durch die Projektmitarbeiterinnen begleitet.

Beispielsweise entwickelten ein auf gesunde Ernährung spezialisiertes Schülercafé und die lokal ansässige Volksbank ein Modell, mit dem durch gerechtere Gewinnverteilung die Motivation der an der Schülerfirma beteiligten Gymnasiasten dauerhaft gesteigert werden konnte.

Ein lokal ansässiger Bildungsträger unterstützte ein Schülerunternehmen an einer Förderschule durch professionelle Beratung: In wöchentlichen Beratungsterminen coachte eine Ausbilderin im Garten- und Landschaftsbau die Schülerfirma, die selbstständig zwei Gärten bewirtschaftet, in Bezug auf die flexible und effiziente Gestaltung von Arbeitsabläufen.

Ein anderes Schülerunternehmen kooperierte mit einer Veranstaltungsagentur und qualifizierte sich während der gemeinsamen Planung und Durchführung eines Großevents im Zeit-

und Projektmanagement sowie im Umgang mit Sponsoren. Die Agentur lernte einige neue Aspekte jugendlicher Ideen und Interessen im Veranstaltungsmanagement kennen.

Eine Unternehmensberatung erarbeitete in einem Beratungsprozess mit einer auf Druck und Layout spezialisierten Schülerfirma Möglichkeiten, wie sie neue Mitarbeiterinnen zukünftig besser im Team einbinden und so den Nachwuchs für ihr Unternehmen sichern kann.

Kooperationen brauchen „Brückenbauer“

Bei der Zusammenarbeit von Schule und Wirtschaft treffen oft zwei Welten aufeinander, die auf den ersten Blick wesensfremd erscheinen. Um potenzielle Kooperationspartner füreinander aufzuschließen, hat es sich das Projektteam, Sylvia Ruge (Projektleiterin) und Claudia Mertens (Projektmitarbeiterin), zur Aufgabe gemacht, als „Brückenbauerinnen“ zunächst die Interessen und Bedürfnisse der Beteiligten genau zu eruieren. Auf dieser Basis wurden die ersten Kontakte geknüpft und die Partner füreinander sensibilisiert. In von den „Brückenbauerinnen“ organisierten und moderierten Treffen wurde ein gemeinsamer Kooperationsgegenstand entwickelt. Wichtig ist hierbei, dass alle Beteiligten einen Nutzen davon haben. Das Projektteam begleitete den Findungs- und Kooperationsprozess kontinuierlich und konnte so übertragbare Erfahrungswerte für die Ausweitung und Vertiefung der Zusammenarbeit von Schule und Wirtschaft gewinnen.

Der Weg ist das Ziel

Im Projektverlauf hat sich gezeigt, dass eine präzise Interessens- und Bedarfserkundung der Schülerfirma und der Unternehmen durch Dritte (das Projektteam) erforderlich ist. Die spontan geäußerten Bedarfe und Fortbildungswünsche der Jugendlichen bezogen sich eher auf technische Bereiche und Fähigkeiten (z.B. Finanzbuchhaltung) und nahmen weniger die strukturelle Situation der Schülerfirma und damit grundlegende unternehmerische Fragestellungen in den Blick. Auch

Unternehmen profitierten von einer gezielten Interessens- und Bedarfsabfrage durch Außenstehende bzw. von den Erfahrungen des Projektteams in der Zusammenarbeit mit Schulen.

Durch den Brückenschlag des Projektteams konnten die Bedürfnisse der Schülerinnen und Schüler mit spezifischen Ressourcen und Potenzialen der Unternehmen verbunden werden. Klare Vorabgesprächen mit den Beteiligten sorgten für einen ziel- und sachorientierten Verlauf der Kooperationstreffen. Die Unterstützung der beiden Kooperationspartner durch das Projektteam trug viel dazu bei, die Zusammenarbeit auch durch schwierigere Phasen hindurch weiter zu entwickeln.

Ergebnisse des Projektes

Beide Seiten bekundeten, von der Zusammenarbeit deutlich profitiert zu haben. Die Schülerinnen und Schüler wurden in ihrer Rolle als junge Unternehmer gestärkt und in ihren Potenzialen herausgefordert. Durch fachspezifische Weiterbildungen haben sie neues Wissen erworben, welches sie praxisnah anwenden können. Der Austausch mit „echten“ Geschäftsführerinnen, Marketingverantwortlichen oder Personalchefs ermöglichte den Jugendlichen, ihr eigenes Rollenverständnis und die daraus resultierenden Aufgaben in der Schülerfirma zu hinterfragen bzw. zu präzisieren.

Zugleich wurden die Partner aus der Wirtschaft ermutigt, ihre Rolle im kommunalen und lokalen schulischen Raum zu reflektieren bzw. ihr Engagement zu erweitern. Sie gewannen durchweg neue Erfahrungswerte in der Zusammenarbeit mit Jugendlichen und konnten daraus Schlüsse für ihre Strategien zur Gewinnung von geeigneten Auszubildenden ziehen. Um dieses zivilgesellschaftliche Engagement der kooperierenden Unternehmen angemessen zu würdigen, legte das Projektteam besonderen Wert auf eine umfangreiche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Die Autorin ist in der DKJS-Regionalstelle Sachsen-Anhalt in der Schülerfirmenberatung und der Entwicklung von berufsorientierenden Projekten tätig.

Schülerfirmen als Übungsfelder „Für den Berufseinstieg“¹ – Erfahrungen aus Sachsen

Jacqueline Behr

Hauptziel des Projektes war es, Schülerinnen und Schüler sowie Lehrkräfte an sächsischen Mittelschulen für das einzigartige Potenzial von Schülerfirmen zu sensibilisieren und gemeinsam herauszuarbeiten, welche Faktoren zu einer gelingenden Berufsorientierung beitragen. Dafür wurden beispielhaft die drei inhaltlichen Bereiche Weiterbildung, Vernetzung und Kooperation mit Wirtschaftsunternehmen ausgewählt. In Beratungs- und Coachingprozessen mit sieben ausgewählten Schülerfirmen wurde gemeinsam erarbeitet, welche Faktoren bei der Berufsorientierung eine Rolle spielen, was in ihrer Schülerfirma schon gut funktioniert und wo noch Entwicklungsbedarf besteht. Über 60% aller aktiven Schülerfirmen in Sachsen haben ihre Firma an einer Mittelschule gegründet.

Wie sieht eine gute Berufsorientierung aus?

Eine grundlegende Erfahrung sei vorab genannt: Es gibt kein Patentrezept für eine gute Berufsorientierung. Zum Erfolg tragen viele unterschiedliche Faktoren bei – einschließlich des ganz entscheidenden Faktors Zeit. Nach den Ist-Stand-Analysen und ersten Coachingterminen bei den sieben am Prozess beteiligten Schülerfirmen war allen Beteiligten schnell klar: Erwerb und Anwendung von Fachwissen sind nur ein Teil der Medaille. Genauso wichtig ist das Üben von sozialen Kompetenzen – und Schülerfirmen sind gute Orte, um soziale und fachliche Kompetenzen

zu erwerben und auszubauen. Auf Grund ihrer vielfältigen Arbeitsgebiete und des damit verbundenen handlungsorientierten Lernens bieten Schülerfirmen günstige Bedingungen, sich in der Praxis auszuprobieren und sich auf den zukünftigen Berufsalltag vorzubereiten. Fragen wie: „Welche Aufgaben machen mir Spaß und was kann ich nicht so gut? Arbeite ich lieber allein oder im Team? Wie reagiere ich in Stresssituationen? Arbeite ich gern direkt mit den Kunden oder interessiert mich eher die Verwaltung?“ tauchen auf und müssen, wie in richtigen Unternehmen, gelöst werden, damit die Firma „florieren“ kann.

Wie misst sich die Qualität einer Schülerfirma in Bezug auf ihr Berufsorientierungspotenzial?

Im Rahmen des Modellprojektes kristallisierten sich zwei Gradmesser für die spezifische Qualität berufsvorbereitender Schülerfirmen heraus:

1. Die Zufriedenheit aller Beteiligten – von den Schülerinnen und Schülern über die Lehrkräfte und die Kundschaft bis hin zu Kooperationspartnern und Unterstützern, die sich an den jeweiligen Bedarfen und deren Berücksichtigung messen lässt, sowie
2. die Möglichkeiten, welche die Schülerfirma den Schülerinnen und Schülern bietet, sich eigene und durch sie selbst gestaltbare Erfahrungsräume zu schaffen, wozu auch das „Scheitern dürfen“ gehört.

¹ Das Modellprojekt wurde im Rahmen des Programms *SCHÜLER UNTERNEHMEN was!* durchgeführt, einem Förderprogramm der Heinz Nixdorf Stiftung und der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung (DKJS). Die Förderung des Projektes erfolgte zusätzlich durch den Freistaat Sachsen und den Europäischen Sozialfonds. (Laufzeit November 2006 bis Oktober 2007).

Aus den Erfahrungen des Modellprojektes können Faktoren beschrieben werden, welche unterstützend bei der Qualitätsentwicklung einer Schülerfirma im Prozess der

Berufsorientierung sein können. Die nachfolgende Tabelle² ist Bestandteil des DKJS-Qualitätszielkataloges *Berufsorientierung in Schülerunternehmen*.

SCHWERPUNKT	NACHWEIS/ INDIKATOR
KOOPERATION	<p>Die Schülerinnen und Schüler der Schülerfirma</p> <ul style="list-style-type: none"> - setzen sich mit dem Thema Kooperation auseinander und wissen, welche Bedingungen für eine gute Kooperation notwendig sind, - schließen mit den Kooperationspartnern einen Kooperationsvertrag ab, - achten auf die Einhaltung der gemeinsam mit dem Kooperationspartnern aufgestellten Regeln, - benennen ihre Partner öffentlich gegenüber Dritten.
NETZWERK	<p>Die Schülerinnen und Schüler der Schülerfirma nutzen</p> <ul style="list-style-type: none"> - vorhandene Kontakte, um die Aufgaben der Schülerfirma erfolgreich zu bewältigen,³ - Möglichkeiten zum Austausch mit anderen Schülerfirmen, z.B. bei den Schülerwirtschaftstagen.
WEITERBILDUNG	<p>Die Schülerinnen und Schüler der Schülerfirma</p> <ul style="list-style-type: none"> - nehmen regelmäßig an Weiterbildungen teil, - besuchen regelmäßig die angebotenen Workshops der DKJS und anderer Institutionen, - nehmen an den jährlich stattfindenden Schülerwirtschaftstagen in Chemnitz teil.
BEWERBUNGEN	Die Schülerinnen und Schüler der Schülerfirma führen Bewerbungsverfahren durch. Dazu gehören Bewerbungen zukünftiger Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Bewerbungsgespräche und Auswahlverfahren erfolgen nach gemeinsam festgelegten Kriterien.
VERTRÄGE	Jeder Schülerfirmenmitarbeiter bekommt einen Arbeitsvertrag.
ZERTIFIZIERUNG	Die Schülerfirma stellt jedem beim Verlassen der Schülerfirma ein Arbeitzeugnis bzw. Zertifikat über seine Tätigkeit aus.
TEAM	<ul style="list-style-type: none"> - Die Mitarbeit in der Schülerfirma ist freiwillig. - In der Schülerfirma finden regelmäßig für alle verbindliche Teamsitzungen statt - Die Teamsitzungen werden protokolliert. - Zukünftiger Nachwuchs wird rechtzeitig akquiriert und eingearbeitet. - Die Kommunikations- und Entscheidungsstrukturen sind für alle klar und transparent.

Fazit

Eine gute Berufsorientierung beschränkt sich nicht auf das Erwerben fachlicher Kenntnisse. Berufsorientierung und -vorbereitung bedeuten auch, personale und soziale Kompetenzen auszubauen, z. B. Schwierigkeiten zu erkennen, zu reflektieren und überwinden zu können, Kompromisse einzugehen, ohne sich dabei selbst zu verlieren, sich einen Platz im Team zu erarbeiten und vieles mehr.

Jedes Thema in einer Schülerfirma ist geeignet, die Schülerinnen und Schüler auf den Berufseinstieg und somit für ihren weiteren Lebensweg vorzubereiten und zu stärken. Das Geheimnis

dabei ist, die Schüler mit ihren aktuellen Themen ernst zu nehmen und *mit ihnen gemeinsam* nach *ihren* Wegen zu suchen.

Eine wichtige Erkenntnis aus dem Modellprojekt ist es, dass gerade die Zielsetzung der Berufsorientierung einer kontinuierlichen Zusammenarbeit mit Wirtschaftsbetrieben bedarf. Diese Kooperationen weiter auszubauen ist die Leitlinie, die die DKJS-Regionalstelle Sachsen im Rahmen des neuen Programms *Wege finden – gestärkt erwachsen werden* weiter verfolgt.

Die Autorin ist Leiterin des Programms „Wege finden – gestärkt erwachsen werden“ der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung und der Heinz Nixdorf Stiftung

2 Quelle: Qualitätszielkatalog des Modellprojektes „Schülerfirmen als Übungsfeld für den Berufseinstieg“. S.11. <http://www.schuelerunternehmenwas.de/>

3 Als Kontakte sind z.B. Eltern, Freunde, Lehrer, andere Schüler usw. gemeint.



WAS will die im Schuljahr erreichen


Aktivitäten & Projekte
Kommunikation
Kreativität



MIT WEM
FÜR WEN
WO
WANN
WIE

... Teil haben wir aber ...
... Teilhaben und ...

Schülerfirmen im Kontext von Schulentwicklung



Schülerunternehmen sind Schulprojekte, die am besten funktionieren, wenn sie in der Schule von allen Beteiligten akzeptiert werden – auch wenn sie manchmal über den üblichen Rahmen im Schulalltag hinausgehen, den normalen Rhythmus stören oder frischen Wind in das zuweilen bereits verbreitete Projektlernen bringen.

Welchen Einfluss haben Schülerfirmen auf Schule und Unterricht? Dieser Frage geht der ehemalige Leiter von zwei Berliner Hauptschulen, Helmut Hochschild, nach. Er konzentriert sich auf die Chancen und Potenziale, die Schülerunternehmen zur Schul- und Unterrichtsentwicklung bieten, insbesondere auf die Bedeutung von Schülerfirmen für die Motivationssteigerung bei Lernenden und Lehrenden.

Kinder und Jugendliche brauchen ein positives Selbstbild und müssen von ihren eigenen Handlungsmöglichkeiten und -fähigkeiten, von ihrer Selbstwirksamkeit, überzeugt sein. Prof. Dr. Matthias Jerusalem, Professor für Pädagogische Psychologie und Gesundheitspsychologie an der Humboldt Universität Berlin, erläutert, wie es durch Schülerfirmenarbeit gelingen kann, die Selbstwirksamkeitserfahrungen von Jugendlichen positiv zu beeinflussen.

Im Beitrag von Prof. Dr. Iris Nentwig-Gesemann, Professorin für Bildung im Kindesalter an der Alice Salomon Hochschule Berlin, lesen Sie, wie es Jugendlichen mit Hilfe von Schülerfirmen gelingen kann, Schlüsselkompetenzen weiter zu entwickeln. Die Autorin hat dabei besonders im Blick, wie sich die beruflichen Einstiegschancen verbessern und die Befähigung wächst, Umbrüche und Krisen im Alltag besser und konstruktiver zu verarbeiten.

Schülerfirma – schön und gut. Aber wann mache ich richtigen Unterricht?

Helmut Hochschild

Die Erfahrungen der letzten Jahrzehnte und die Ergebnisse von bildungsdiagnostischen Studien wie TIMMS und PISA haben gezeigt, dass traditioneller, durch Belehrung und reine Wissensvermittlung geprägter Unterricht häufig nicht zum gewünschten Lernerfolg bei Schülerinnen und Schülern führt. Um Jugendliche besser auf die Anforderungen des Lebens und der Berufsausbildung vorzubereiten, ist es notwendig, die gesellschaftliche Realität in den Unterricht zu holen. Schulen öffnen sich deshalb zum einen zunehmend gegenüber außerschulischen Partnern, wie z. B. Wirtschaftsunternehmen. Zum anderen wurden Unterrichtsmethoden und Strukturen entwickelt, die den gesellschaftlichen Realitäten in Verwaltungen und Betrieben entsprechen, wie z. B. selbstorganisiertes, projektorientiertes und fächerübergreifendes Lernen. Dieser vermehrte Fokus auf handlungsorientierten Unterricht ist auch ein Grund, weshalb in den letzten Jahren so viele Schülerfirmen entstanden sind.

Wandlung des Unterrichtsalltags

Zur Betreuung und zum Aufbau einer Schülerfirma benötigen die Pädagogen häufig Kompetenzen und Methoden, die nicht klassischer Bestandteil der Lehrerausbildung sind. Lehrkräfte sind keine Unternehmer, deshalb nutzen sie für Buchführung und Marketing oftmals ihre Alltagskompetenzen, die sie bei der eigenen Haushalts- und Lebensführung anwenden. Zum Teil verbinden Pädagoginnen

und Pädagogen mit der Schülerfirma auch die Chance, ihre ganz individuellen Kompetenzen mit in den Schulalltag einzubringen und als Geschäftsidee in der Schülerfirma zu verwirklichen. So engagierte sich z. B. ein Lehrer an einer Berliner Hauptschule, dessen Hobby das Entwickeln von Fotografien war, für das Entstehen eines Fotoateliers. Die *Fotofactory* erstellt für alle Schülerinnen und Schüler die Bilder für den Schülerausweis und individuelle Bewerbungsmappen. Das „Firmenpersonal“ lichtet außerdem Kinder aus Tagesstätten ab, die sich im schulischen Umfeld befinden, und verkaufen die qualitativ hochwertigen Aufnahmen an deren Eltern. Dabei loben Kita-Leiterinnen die soziale Kompetenz der Jugendlichen und die präzise, professionelle Abrechnung. Viele Rahmenlehrpläne aus dem Bereich der Arbeitslehre, der Mathematik und dem Deutschunterricht lassen sich bei dieser Schülerfirmenarbeit wiederfinden: Die Zusammenarbeit ist bereits im Vorfeld und durch die Abrechnung mit Schriftverkehr verbunden, die Kunden möchten intensiv betreut und neue Aufträge wollen eingeworben werden.

Auswirkung auf die Arbeitszufriedenheit der Lehrerinnen und Lehrer

Schülerfirmen sind jedoch nicht nur ein Beispiel für handlungsorientierten Unterricht, der Jugendlichen hohe Kompetenzzuwächse ermöglicht, sondern auch geeignetes Mittel, um die Arbeitszufriedenheit der Lehrkräfte zu



steigern. Diese treffen auf motivierte junge Menschen, die Disziplin und die Einhaltung von Regeln plötzlich von sich aus als notwendig erachten, um ihre Unternehmensziele zu erreichen. Durch das Erstellen von Arbeitszeugnissen lernen sie, die eigene Leistungen und die anderer zu beurteilen. Für solch motivierte Unterrichtssituationen bereitet sich der Lehrer mit mehr Elan vor. In seiner Rolle als „Unternehmensberater“ ist er bereit, auch externe Kompetenzen mit einzubinden, wenn sein eigenes Alltagswissen nicht ausreicht. So entstehen wieder Kommunikationsprozesse mit teilweise unermesslicher Wirkung.

Lernerfolge

Vernetztes Denken ist lange verfügbar und bietet lernpsychologisch betrachtet mehr

Anknüpfungspunkte für weiteres Wissen. Aufgrund gestiegener Datensammlungen über Schulleistungen ist für einzelne Schulen bereits bewiesen worden, dass praktisches Lernen oder eine hohe Anzahl von Schülerfirmen nicht im Widerspruch zu erfolgreichen Schulabschlüssen steht. Im Gegenteil: An Schülerfirmen Beteiligte sind auch in anderen Fächern leistungsfähiger und motivierter.

So bleibt langfristig die Frage zu klären, ob Schülerfirmen und ihre Erfolge nicht Anlass dafür bieten könnten, die Fächertrennung im Schulunterricht weiter aufzubrechen. Ein projektorientiertes, modularisiertes Bildungsangebot kann auch in der Breite zu insgesamt besseren Leistungen und zu einem höheren Bildungsstand der Schulabsolventen führen.

Der Autor war Schulleiter an Berliner Hauptschulen und ist in der Berliner Senatsverwaltung für Bildung, Wissenschaft und Forschung tätig.

Erhöhen Schülerfirmen die Ausbildungsfähigkeit? Ergebnisse einer Evaluation.

Prof. Dr. Iris Nentwig-Gesemann

Die Schule gilt ja gemeinhin als Ort der Vorbereitung auf das Leben, also auch auf das Arbeitsleben. Wie weit es Schule gelingt, diesen Anspruch einzulösen, wird durch ihre Absolventen, Hochschulen, Unternehmen und Ausbildungsbetriebe regelmäßig in Frage gestellt. Der Hauptgeschäftsführer der Berliner Industrie- und Handelskammer warnte etwa im April 2007 davor, dass spätestens 2010 ein Fachkräftemangel droht und damit auch die Leistungsfähigkeit der Betriebe gefährdet ist.¹ Die IHK geht am Beispiel von Berlin davon aus, dass inzwischen 40 bis 45% der Schüler und Schülerinnen nicht ausbildungsfähig sind². Es gibt demzufolge nicht nur eine große Zahl von Jugendlichen – insbesondere solchen mit Migrationshintergrund –, die den Sprung in die Ausbildung nicht schaffen, sondern auch unbesetzt bleibende Ausbildungsplätze in nicht unbeträchtlicher Zahl, weil die Bewerber und Bewerberinnen den Ansprüchen der Betriebe nicht genügen. Auch wenn hier die Vermutung nicht fern liegt, dass mit der Attestierung einer mangelnden Ausbildungsfähigkeit von Jugendlichen vor allem durch die Wirtschaft auch von der Arbeitsmarktmisere abgelenkt werden soll, kann Schule es als Herausforderung und Chance begreifen, Schülern und Schülerinnen die Kompetenzen mitzugeben, die als zentral für das erfolgreiche Absolvieren einer Ausbildung gelten. Die „Ausbildungsfähigkeit“

von Jugendlichen wird entscheidend durch die sozialen und kommunikativen Kompetenzen, Fähigkeiten des Selbstmanagements sowie von Selbstwirksamkeitsüberzeugung geprägt³. Inwieweit es durch das Förderprogramm der *DKJS SCHUELER UNTERNEHMEN was!* gelungen ist, die Entwicklung dieser Schlüsselkompetenzen positiv zu beeinflussen wurde im Rahmen einer qualitativen Evaluationsstudie im Jahr 2004 von mir untersucht.

Knapp zusammenfassend kann aus dieser Studie die Erkenntnis gewonnen werden, dass Schülerfirmen potenziell Orte des expansiven und explorativen Lernens sind. Lerninhalt und Form werden nicht im Vorhinein festgelegt sind, sondern durch die Schüler selbst erschlossen. Erworbenes Wissen und angeeignete Kompetenzen werden deshalb als subjektiv bedeutsam erlebt.

Schülerfirmen bieten einen Ort der Peergroup, einen sozialen Lernort, an dem zwischen der mit Freizeit und Spaß verbundenen Peer-Rolle und der Schülerrolle mit ihrer Pflicht- und Disziplinorientierung keine starre Grenzziehung mehr vorgenommen wird. Das gemeinschaftliche Tragen von Verantwortung und die klassen-, zum Teil auch jahrgangsstufenübergreifende Zusammensetzung fördern Kooperation, Teamarbeit, Kommunikations- und Konfliktfähigkeit. Dadurch

1 Vgl. Berliner Morgenpost vom 25.4.2007: Bildet an Schulen besser aus. Unternehmen und Schüler fordern mehr Qualität im Unterricht. Von Regina Köhler.

2 vgl. ebd.

3 Vgl. Edelstein, Wolfgang (2002): Selbstwirksamkeit, Innovation und Schulreform. In: Jerusalem/Hopf (Hg.): Selbstwirksamkeit und Motivationsprozesse in Bildungsinstitutionen. Zeitschrift für Pädagogik, 44. Beiheft.



ermöglichen Schülerfirmen den Schülern auch, eine andere Haltung der Schule gegenüber einzunehmen und sich vermehrt zu identifizieren: Schule wird auch als Erfahrungszusammenhang wahrgenommen, der sich durch Partizipation, selbständiges und eigenverantwortliches Arbeiten, aktives und praxisbezogenes Lernen auszeichnet. Im Gegensatz zu traditionellem Unterricht zeichnet sich die Schülerfirmenarbeit dadurch aus, dass Fehler erlaubt sind und sogar als lehrreich angesehen werden. Stress, Zeitdruck, Anstrengung und auch Misserfolgserlebnisse werden von den Jugendlichen explizit als positive und wichtige Erfahrung, als Anstoß für Prozesse des Um- und Dazulernens hervorgehoben. Zum Teil wird die Schülerfirma damit auch zum ‚Rettungsanker‘: Für Jugendliche, die zum Teil nach bis zu hundert Bewerbungen noch keine Lehrstelle gefunden haben, kann die Bindung an die Schülerfirma biografische Brüche abfedern. Hier haben sie den Eindruck, etwas Sinnvolles machen zu können und gebraucht zu werden; zum Teil arbeiten die Jugendlichen auch nach dem Schulabschluss noch in ihrer Firma weiter.

Die Schülerfirma kann eine realitätsbezogene Vorbereitung auf den Berufseinstieg implizieren: Im Vergleich zu anderen Hauptschülern

setzen sich Schülerfirmenmitarbeiter aktiver mit den eigenen Potenzialen, Berufswünschen und jenen ernsthaften Anforderungen, die mit dem Einstieg in Ausbildung und Beruf verbunden sein werden, auseinander. Dieses vermeidet oder vermindert bei den Jugendlichen die oft massive Enttäuschung im Ausbildungsalltag und ermöglicht trotz unsicherer Zukunftsaussichten eine optimistische und selbstbewusste Grundhaltung und LernEinstellung. Auf der Grundlage von arbeitspraktischen Erfahrungen und Erfolgserlebnissen entwickeln vor allem Jugendliche aus bildungsfernen Milieus ein größeres Selbstbewusstsein, das auf der Überzeugung beruht, für das Arbeitsleben relevante Kompetenzen erworben zu haben und in der Praxis auch einsetzen zu können.

Dieses Selbstbewusstsein können die Jugendlichen nachweislich auch in Vorstellungsgesprächen gewinnbringend einsetzen. Schülerfirmen können so Sprungbrett in die Ausbildung sein, insbesondere weil das erworbene Erfahrungswissen für viele potentielle Ausbilder ein wichtiges und zusätzliches Auswahlkriterium neben den Schulnoten ist.

Die Autorin ist Professorin für Bildung im Kindesalter an der Alice Salomon Hochschule in Berlin.



Selbstwirksamkeitserfahrungen in der Schülerfirmenarbeit

Prof. Dr. Matthias Jerusalem

Die Aufgabe von Bildung und Erziehung ist es, Kindern und Jugendlichen positive Bewältigungserfahrungen bzw. Erfolgserlebnisse zu ermöglichen und sie somit in ihrer Entwicklung der kognitiven, psychischen, sozialen und körperlichen Kompetenzen zu stärken. Individuelle Entwicklungsförderung hat das Ziel, Heranwachsende zur aktiven Nutzung ihres Wissens zur Lösung von Problemen zu befähigen, den Mut und die Fähigkeit zum eigeninitiativen und selbstständigen Handeln zu stärken sowie die Kompetenz auszubilden, in sozial heterogenen Gruppen mit verschiedensten anderen Menschen erfolgreich zusammenarbeiten zu können.¹ Entscheidend für die Ausbildung und erfolgreiche Anwendung dieser Kompetenzen ist die eigene Selbstwirksamkeitserwartung.

Das Konzept der Selbstwirksamkeit

Selbstwirksamkeit ist die Überzeugung, schwierige Anforderungen auf Grund eigener Fähigkeiten meistern zu können. Sie beeinflusst generell unser Denken, Fühlen und Handeln. Bei gleicher Fähigkeit zeichnen sich beispielsweise Jugendliche mit höherer

Selbstwirksamkeit gegenüber solchen mit niedriger Selbstwirksamkeit aus durch: mehr Anstrengung und Ausdauer, anspruchsvollere Ziele, effektiveres Zeitmanagement, flexiblere Strategien bei Problemen, bessere Leistungen, korrektere Einschätzungen und motivierende Interpretationen ihrer eigenen Leistungen. Die Selbstwirksamkeitserwartung entscheidet also, welche Ziele wir uns setzen, wie sehr wir uns anstrengen und ob wir bei Schwierigkeiten weitermachen oder schnell aufgeben – egal, welche Fähigkeiten wir tatsächlich haben. Die Selbstwirksamkeitsüberzeugung eines Menschen lässt sich insbesondere durch Erfolgserfahrungen, soziale Einbindung und Selbstbestimmung positiv beeinflussen und fördern.

Wie können Schülerfirmen die Selbstwirksamkeit steigern?

Erfolgserfahrungen

Durch die Notengebung ist der normale Schulalltag für viele Schüler durch negative Rückmeldungen und damit durch Demotivation bestimmt. Ihre Leistung wird nicht anhand ihrer eigenen Lernfortschritte bewertet, sondern

¹ Empfehlungen der OECD

aufgrund des Vergleichs mit anderen Schülern mit zum Teil besseren individuellen und kognitiven Voraussetzungen.

Um die Selbstwirksamkeitsüberzeugung von Schülern zu steigern, ist es notwendig, ihnen individuelle Erfolge durch Feedback sichtbar zu machen: Nicht Glück oder das Schicksal, sondern ihr eigenes Handeln und ihre persönlichen Anstrengungen haben zu dem Erfolg geführt.

Innerhalb der Schülerfirmen ist es deshalb Aufgabe der pädagogischen Begleitung, gemeinsam mit den Schülern herausfordernde, aber zugleich erreichbare Aufgaben und Ziele zu finden, die ihnen in einem Klima von Ermutigung, Anerkennung und Transparenz selbstbestimmtes Lernen ermöglichen und eigene Erfolge und Lernfortschritte aufzeigen.

Soziale Einbindung

Schulklassen und Schülerunternehmen sind für Jugendliche wichtige Bezugsgruppen für soziale Vergleiche und Normen, die ihr Erleben und Verhalten erheblich beeinflussen.

Die soziale Einbindung und das persönliche Erfolgserleben in solchen Gruppenkontexten können durch Pädagogen im Wesentlichen durch zwei Maßnahmen unterstützt werden: Die Stärkung des Klassen- bzw. Betriebsklimas und der Bereitschaft zu positivem sozialem Handeln (Klimadiagnose, Aufstellen von Regeln, Geben von Feedback, Übernahme von Verantwortung) sowie die Förderung sozialer Kompetenzen (Teamfähigkeit, Zusammenarbeit, Umgang mit Kritik und Konflikten) anhand kooperativer Lernformen. Kooperatives Lernen bedeutet, dass Schüler sich gegenseitig bei der Arbeit unterstützen und gemeinsam zu Ergebnissen gelangen. Schülerunternehmen bieten durch die wechselseitige Abhängigkeit der Schülerinnen und Schüler im Hinblick auf die Erreichbarkeit eines positiven (Unternehmens)-ergebnisses, die Kooperation in einer heterogenen Gruppe und die Bereitschaft zur persönlichen

Verantwortungsübernahme ideale Voraussetzungen zum kooperativen Lernen und zum realitätsnahen und anwendungsorientierten Einüben von effektiver Teamarbeit sowie von Klima- und Beziehungsförderung.

Selbstbestimmung

Kinder und Jugendliche erleben dann Selbstbestimmung, wenn sie ihren Interessen, Vorlieben und Überzeugungen entsprechend wählen und sich für eine (Lern-, Arbeits-)aktivität entscheiden können. Hierzu benötigen sie Wahlmöglichkeiten, was sie wie und wie lange tun möchten (z.B. Aufgaben, Methoden, Zeit, Ort, Sozialform). Wenn dies gewährleistet werden kann, bewegen sich Schüler in Feldern, in denen sie entweder motivierter sind und/oder sich mehr zutrauen, so dass Erfolgserlebnisse wahrscheinlicher werden und damit Selbstwirksamkeit unterstützt werden kann. Zudem kann das Selbstwirksamkeitserleben befördert werden, indem den Kindern und Jugendlichen Strategien vermittelt werden, komplexe Problemlagen gezielt und rational anzugehen und dadurch bewältigen zu können.

Fazit

Schülerfirmen bieten im Hinblick auf Erfolgserfahrungen, soziale Einbindung und Selbstbestimmung durch interessante, komplexe und alltagsnahe inhaltliche und soziale Anforderungen ein besonderes Potential zur Stärkung von Selbstwirksamkeit, die sich dann auch in erfolgreiches Handeln umsetzen lässt. Damit bilden Schülerfirmen eine wichtige Institution, die dabei helfen kann, die Anschlussfähigkeit an die gesellschaftlichen Anforderungen für Jugendliche zu verbessern.

Der Autor ist Professor für Pädagogische Psychologie und Gesundheitspsychologie an der Humboldt-Universität zu Berlin.

Die Autorinnen und Autoren

JACQUELINE BEHR

DKJS-Regionalstelle Sachsen, Dipl.-Sozialpädagogin. Als Projektleiterin hat sie das Projekt „Schülerfirmen als Übungsfeld für den Berufseinstieg“ durchgeführt und in diesem Rahmen einen Qualitätszielkatalog für den Schwerpunkt Berufsvorbereitung in Schülerfirmen erarbeitet.

URSULA BRETSCHNEIDER

Ministerium für Wirtschaft des Landes Brandenburg, Diplom-Volkswirtin, Leiterin des Referates Existenzgründung. Schwerpunkte ihrer Tätigkeit sind die Zielgruppenarbeit im Gründungsnetz Brandenburg, u. a. im Bereich Schule-Wirtschaft, die Beteiligungsfinanzierung und Beratungsförderung.

BRIGITTE GEYERSBACH

DKJS-Regionalstelle Thüringen, berät im Auftrag von DKJS und Kultusministerium als Teilzeitmitarbeiterin Kinder und Jugendliche sowie die Lehrkräfte bei der Gründung Qualitätsentwicklung von Schülerfirmen. Als freischaffende Diplom-Designerin bringt sie eigene unternehmerische Erfahrungen in die Beratung ein.

PROF. DR. NICOLE GÖLER VON RAVENSBURG

Fachhochschule Frankfurt am Main, promovierte Volkswirtin. Sie ist Professorin für Sozial- und Gemeinwesenökonomik an der Fachhochschule Frankfurt am Main und beschäftigt sich neben Schülerfirmen mit Forschungen zu Sozialgenossenschaften und Entwicklungszusammenarbeit.

HELMUT HOCHSCHILD

Senatsverwaltung für Bildung, Wissenschaft und Forschung, Außenstelle Neukölln. Ehemaliger Schulleiter zweier Hauptschulen, seit 2006 Dozent im Studiengang Schulmanagement bei WiB e.V., einem An-Insitut der Universität Potsdam und seit 2007 kommissarischer Schulrat. Arbeitsschwerpunkte: Schulsozialarbeit, Vernetzung im Umfeld von Schule, Integration von Schüler/innen mit sonderpädagogischem Förderbedarf, Umgang mit schuldistanzierten Schüler/innen, berufsorientierende Unterrichtskonzepte.

PROF. DR. MATHIAS JERUSALEM

Humboldt-Universität zu Berlin, Inhaber des Lehrstuhls für Pädagogische Psychologie und Gesundheitspsychologie. Herausgeber verschiedener Bücher zur angewandten Stress- und Präventionsforschung. Arbeitsschwerpunkte: Ressourcen, Stressmanagement und Gesundheit, Entwicklungsförderung und Prävention, Konzeption und Evaluation von Präventionsprogrammen, Internetsucht, Migration und Adaptation, sowie Emotion, Motivation und Leistung.

CLAUDIA MERTENS

DKJS-Regionalstelle Sachsen-Anhalt. Als Mitarbeiterin des Projektes „Building Bridges“ hat sie Kooperationen zwischen Schülerfirmen und Unternehmen initiiert, realisiert und Gelin-
gungsbedingungen ausgewertet. Die Dipl. Sozialpädagogin ist besonders daran interessiert,
wie Berufsorientierung bereits nachhaltig in den Schulalltag verankert und jugendliches
Engagement adäquat unterstützt und gestärkt werden kann.

PROF. DR. IRIS NENTWIG-GESEMANN

Dipl. Pädagogin, Professorin für Bildung im Kindesalter an der Alice Salomon Hochschule
Berlin. Sie ist Mitbegründerin und Vorstandsmitglied des Vereins Centrum für qualitative
Evaluations- und Sozialforschung – ces. Langjährige Erfahrungen in der Leitung und Durch-
führung von Forschungs- und Evaluationsprojekten im Bereich der Kindheits- und Jugendfor-
schung.

GERHILD VOLLHERBST

Leiterin des Programms „Wege finden – gestärkt erwachsen werden“ der Deutschen Kinder-
und Jugendstiftung und der Heinz Nixdorf Stiftung. Als Dipl. Politologin interessiert sie sich
insbesondere für die Wechselbeziehungen zwischen gesellschaftlichen Bedingungen, kultu-
reller und sozialer Voraussetzungen und persönlicher Kompetenzen junger Leute im Prozess
des Erwachsenwerdens.

DR. STEFAN WOLFF

Vorsitzender des Vorstandes der 4flow AG. Die 4flow AG bietet Beratung und Software im Be-
reich von Logistik und Supply Chain Management an und hat über 70 Mitarbeiterinnen und
Mitarbeiter. Seit 2007 ist Herr Wolff auch im Aufsichtsrat eines Schülerunternehmens aktiv.
Die 4flow AG wird die ehrenamtliche Beratung von Schülerunternehmen auch in Zukunft
weiter anbieten.

Regionale Partner und Regionalstellen der DKJS im Programm *Wege finden – gestärkt erwachsen werden*

PROGRAMMLEITUNG

Gerhild Vollherbst
Deutsche Kinder- und Jugendstiftung
Tempelhofer Ufer 11, 10963 Berlin
Tel.: (030) 25 76 76 -0/ -73
info@wegefunden.net • www.wegefunden.net

BERLIN

RAA Berlin e.V., Regionalpartner der DKJS
Chausseestraße 29, 10115 Berlin
Tel.: (030) 2 40 45 - 100
berlin@wegefunden.info
www.wegefunden.info/berlin

BRANDENBURG

kobra.net, Regionalpartner der DKJS
Benzstr. 8/9, 14482 Potsdam
Tel.: (0331) 7 04 35 52
brandenburg@wegefunden.info
www.wegefunden.info/brandenburg

MECKLENBURG-VORPOMMERN

RAA M-V e.V., Regionalpartner der DKJS
Am Melzer See 1, 17192 Waren (Müritz)
Tel.: (03991) 66 96 - 0
m-v@wegefunden.info
www.wegefunden.info/m-v

SACHSEN

Deutsche Kinder- und Jugendstiftung, Regionalstelle Sachsen
Bautzener Straße 41 HH, 01099 Dresden
Tel.: (0351) 89 96 00 22
sachsen@wegefunden.info
www.wegefunden.info/sachsen

SACHSEN-ANHALT

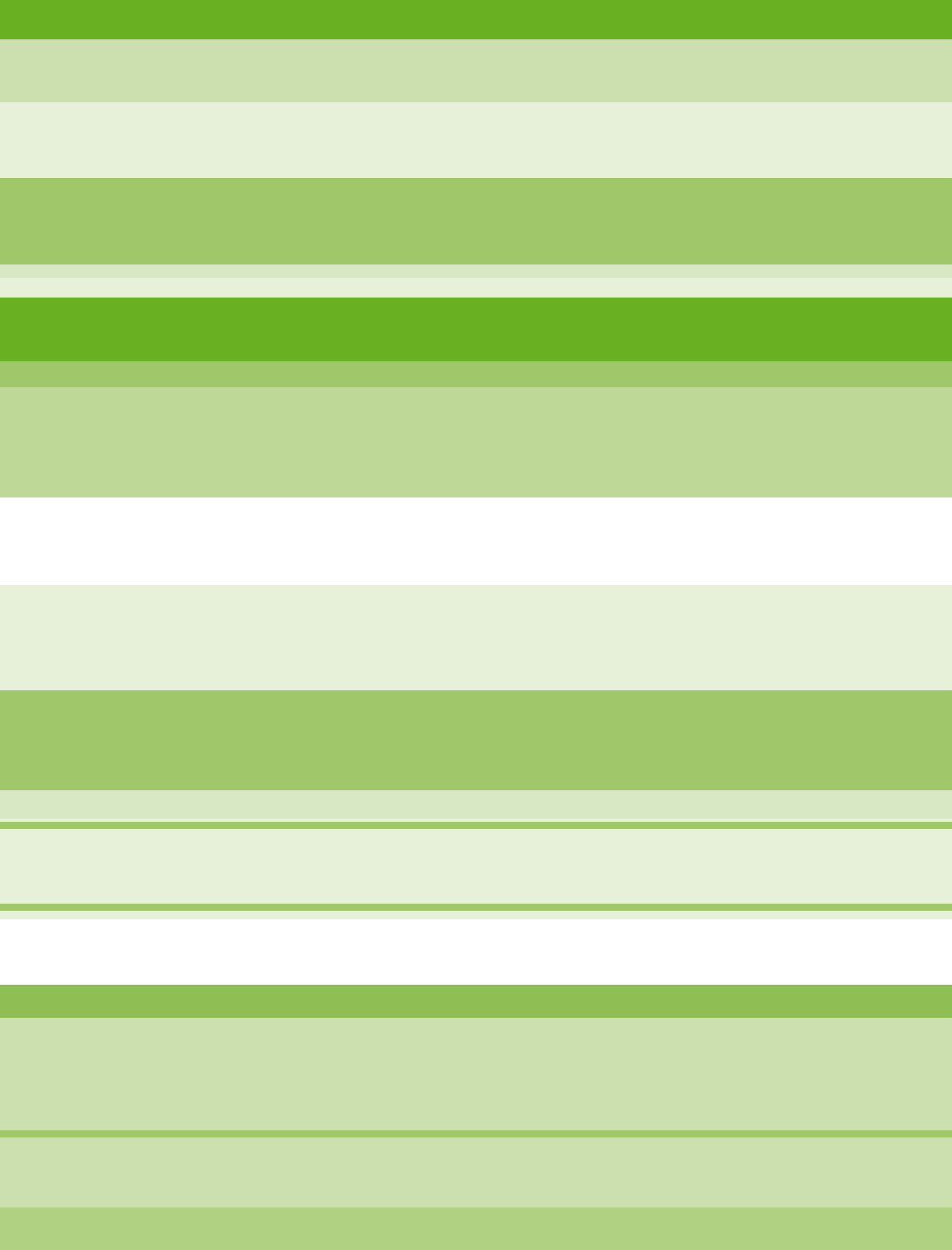
Deutsche Kinder- und Jugendstiftung, Regionalstelle Sachsen-Anhalt
Schellingstraße 3-4, 39104 Magdeburg
Tel.: (0391) 5 37 12 70
lsa@wegefunden.info
www.wegefunden.info/lsa

THÜRINGEN

Deutsche Kinder- und Jugendstiftung, Regionalstelle Thüringen
Philosophenweg 26, 07743 Jena
Tel.: (03641) 49 24 54
thueringen@wegefunden.info
www.wegefunden.info/thueringen

LINKS

<http://www.dkjs.de/>
<http://www.wegefunden.net/>
<http://www.kobranet.de/>
[http://www.agsa.de/bereiche/index.html#
dkjs_regionalstelle_sachsen_anhalt](http://www.agsa.de/bereiche/index.html#dkjs_regionalstelle_sachsen_anhalt)
<http://www.raa-berlin.de/>
<http://www.raa-mv.de/>



*gestärkt
erwachsen
werden*

www.wegefinden.net

deutsche kinder- und jugendstiftung

 Heinz Nixdorf Stiftung

ISBN 978-3-940898-01-2