

A

B

C

D

1

2

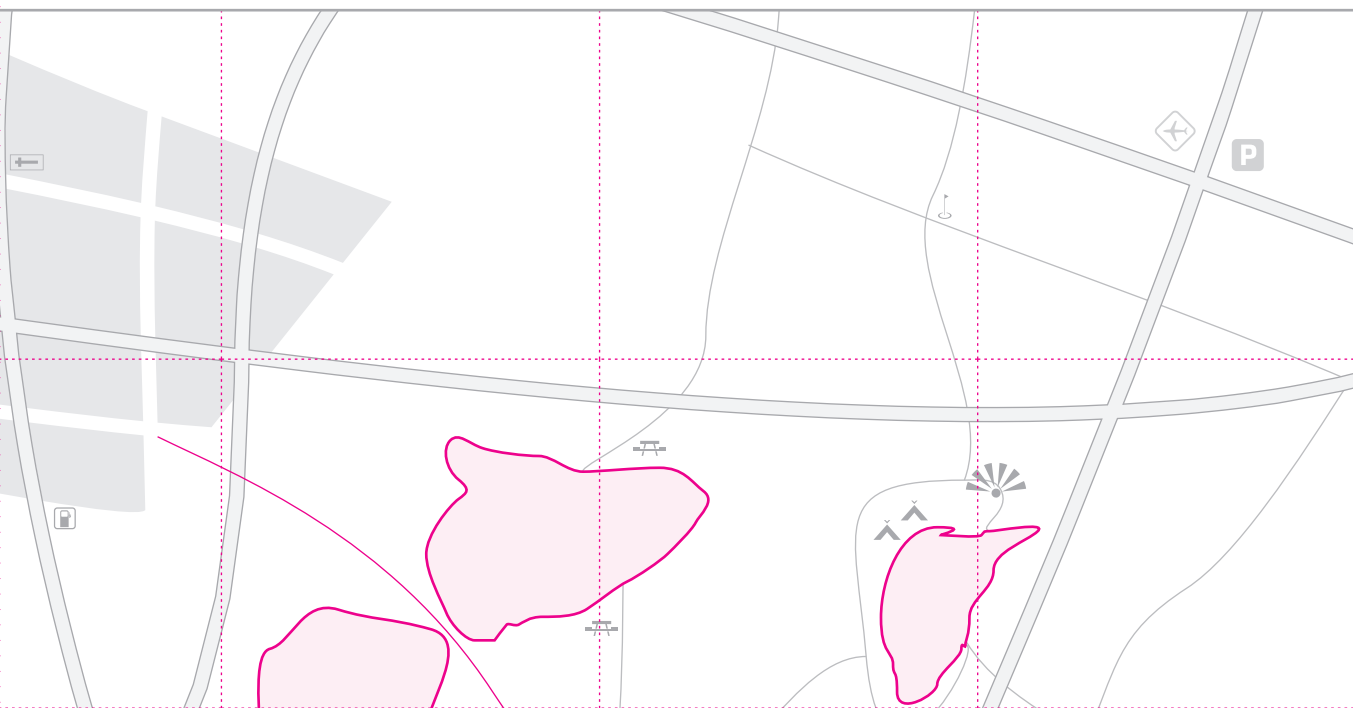
3

01

4

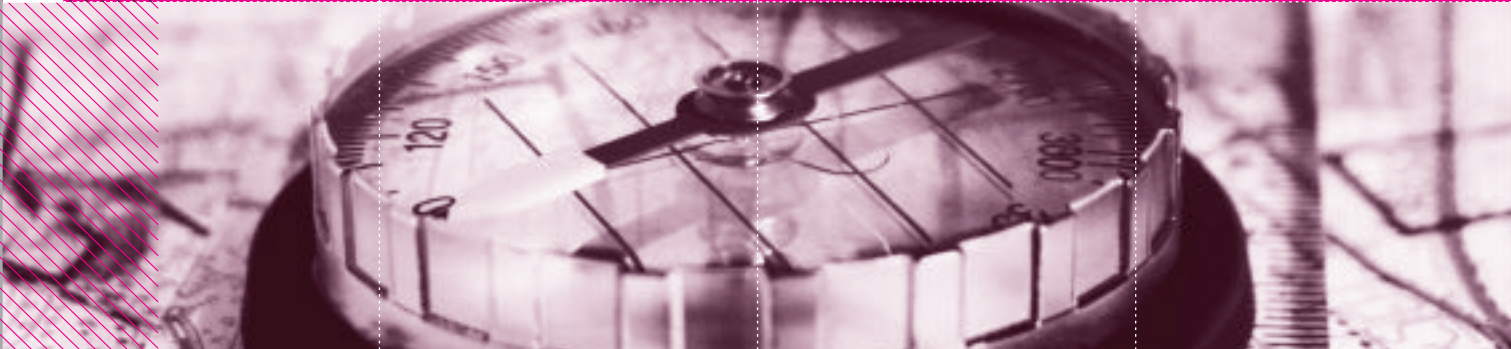
5

6

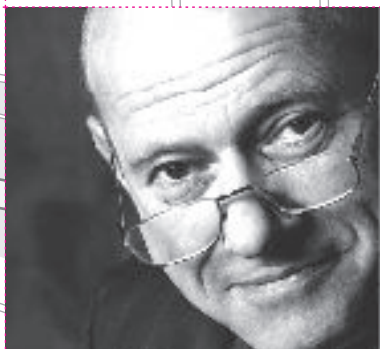


SCHULE UNTERNEHMEN

Eine Landkarte der Möglichkeiten



EDITORIAL



Sehr geehrte Damen und Herren,

vor Ihnen liegt eine Landkarte der Möglichkeiten „Partnerschaft Schule – Unternehmen“.

Sie soll Ihnen nicht nur einen Überblick geben, sondern auch konkrete Navigationshilfe sein. Damit Sie solche Partnerschaften initiieren und begleiten können – direkt, nachhaltig und erfolgreich für alle Beteiligten.

Die Karte zeigt die gesamte „Landschaft Schule – Unternehmen“ in Hessen: Berge, Täler, verträumte Seen und verborgene Vulkane. Hier und da einen Leuchtturm oder vernachlässigten Marmorsteinbruch...

Denn gut 25 Jahre Partnerschaftserfahrung zeigen, dass man das Gesamtpanorama im Blick haben muss: Skepsis, Hindernisse und Ambivalenzen genauso wie Hintergründe, Ideen und Erfolge. Nur so lässt sich der Dialog zwischen Wirtschaft und Bildung, Unternehmen und Schulen weiter vertiefen. Zum gegenseitigen Nutzen, denn unsere Welt und die Prozesse, die wir angestoßen haben, werden immer komplexer. Ein neues Denken ist gefordert. Gestern stand noch fest: „**Es ist so!**“; heute müssen wir fragen: „**Ist es so?**“

Um zukunfts- und entscheidungsfähig zu sein, müssen Schülerinnen und Schüler ein breites Spektrum von

Möglichkeiten und Erfahrungen bekommen. Im Bildungsbereich genauso wie im konkreten Arbeitsleben. Einblick in Strukturen und Abläufe, Orientierung in der Praxis – beruflich und sozial. Und den Mut, sich auszuprobieren. Wer weiß, was „draußen“ wartet – ob direkt nach der Schule oder erst nach dem Studium – wird Zusammenhänge verstehen, Selbstbewusstsein erlangen und umso motivierter im Unterricht sein.

Auch für Unternehmen sind diese Partnerschaften zukunftsweisend: Sie bekommen die Möglichkeit, junge Menschen und ihre Erfordernisse besser zu verstehen und auf die Anforderungen der Schulen zu reagieren.

Denn wir haben einen gemeinsamen gesellschaftlichen Auftrag: Bildung und berufliche Zukunft für die nächsten Generationen.

Mit freundlichen Grüßen

Prof. Dieter Weidemann
Präsident der VHU

ACH, DU LIEBE ZEIT!

25 Unterrichtsstunden... und mindestens noch einmal so viele Stunden fürs Vor- und Nachbereiten von Unterricht, Korrekturen, Organisation von Klassenfahrten, Elternabenden und Projekten – das ist das Wochenpensum von Lehrerin und Lehrer. Dazu noch Sonderaufgaben als Fachbereichsleiterin, Sammlungsverwalter, EDV-Beauftragte, Vertrauenslehrer usw. Nicht zu vergessen: die persönliche und häufig psychologisch schwierige Begleitung von Schülerinnen, Schülern und Eltern.

WO IST DA NOCH ZEIT FÜR PARTNERSCHAFTEN SCHULE – UNTERNEHMEN?

Auch für Unternehmen bedeuten die Partnerschaften personellen und materiellen Aufwand, den ihnen erst einmal niemand ersetzt. Die Partnerschaften müssen geplant und in die Betriebsabläufe integriert, gegenseitiges Vertrauen aufgebaut werden. Schulklassen und Praktikanten bekommen Betreuer an die Seite, Experten arbeiten Unterricht und Materialien aus, Personalabteilungen suchen mit den Schülerinnen und Schülern – auch in Einzelbetreuung – Bewerbungsstrategien. Die Geschäftsführung überlegt sich ein Konzept, wie sie der Schule neue Sportgeräte, Computer, Ausstattungen für den Chemie- oder Kunstunterricht oder eine Pausenecke finanzieren kann...

WENN ICH DAS ALLES AUCH NOCH MACHEN SOLL, KANN ICH MEINEN FEIERABEND STREICHEN!

Partnerschaften zu initiieren und zu betreuen, ist zeitaufwendig. Das stimmt. Nach der Erfahrung von sehr engagierten Unternehmen und Schulen wäre dafür mindestens eine zusätzliche halbe Stelle nötig. Dennoch werden diese Extrastunden von beiden Seiten investiert. Warum? Schauen Sie mal unter „Das haben wir davon!“

ZEIT SPAREN? KOOPERATIONSVERTRAG!

Viele Schulen und Unternehmen haben Kooperationsvereinbarungen geschlossen. Hier werden genau Ziele, Ansprechpartner, Projekte und Zeitrahmen der Partnerschaft geregelt. So bleibt die Arbeit nicht an engagierten Einzelkämpfern hängen, sondern wird institutionalisiert und bekommt feste Abläufe. Das spart natürlich auch Zeit. Und sorgt für Nachhaltigkeit: Es kann langfristig geplant und die gemeinsamen Projekte fester Teil des Schulprogramms werden.



ACH, DU LIEBE ZEIT!

Eine Zeitung: „Nach der MacDonald's Schulspeisung wird der Sportunterricht von Nike präsentiert, auf dem Schulhof steht zur Ansicht das neue Mercedes-Modell und in den Pausen gibt es Haribo-Gummibärchen für die Kleinen, während Marlboro-Mädchen Gratis-Zigaretten an Oberstufenschüler verteilen...“ (FAZ, 2002)

Ein Schulleiter: „Wir möchten nicht, dass die Wirtschaft plötzlich Unterricht und Schulleben bestimmt. Dass irgendwann nur noch ökonomische Gesichtspunkte gelten, nicht „unmittelbar nützliche Lerninhalte“ keine Rolle mehr spielen. Dass wir schließlich zu Lieferanten von stromlinienförmigen Arbeitskräften werden.“

Eine Personalverantwortliche: „Keine Ahnung von der Realität! Die Schüler sind völlig unvorbereitet aufs Berufsleben, verfügen nicht mal über die nötigen Schlüsselqualifikationen. Sie haben keinen Plan, wer sie sind, was sie wollen. Schwanken zwischen Hybris und Selbstzweifeln.“

ACH, DU LIEBE ZEIT!

SCHULE UND WIRTSCHAFT: DAVID GEGEN GOLIATH?

Stimmen, welche die Skepsis auf die Spitze treiben. Die Wirtschaft befürchtet, dass in Zukunft nur noch „unterqualifizierte Traumtänzer“ ins Arbeitsleben kommen. Die Schulen haben Angst, sie werden „geschluckt“ und zu reinen „Konsumenten- und Arbeitskräftelieferanten“ instrumentalisiert.
So ist es!... Ist es so?

Klar, Unternehmen haben eigene Interessen, wenn sie sich in Schulen engagieren – vor allem wollen sie Jugendliche fürs Unternehmen interessieren, bei ihrer Entwicklung und Qualifikation mitwirken und natürlich auch Imagegewinn. Damit sie junge Erwachsene – nach Schule oder weiterführender Ausbildung – bekommen, die vom Arbeitsleben wenigstens etwas Ahnung haben.

Die Partnerunternehmen verfolgen aber nicht das Ziel, Schüler zu „Konsumenten“ oder „stromlinienförmigen Mitarbeitern“ zu machen. Das würde auch gar nicht funktionieren.

AUS VIER GRÜNDEN VOR ALLEM:

ERSTENS:

Die Partnerschaft Schule – Unternehmen ermöglicht Jugendlichen Erfahrungen, die über den Schulalltag hinaus gehen. Je mehr Erfahrungen Schülerinnen und Schüler machen, desto mehr Überblick, Entscheidungsfreiheit und Entscheidungsfähigkeit haben sie. Nicht zuletzt auch darüber, ob sie dieses oder jenes Produkt oder Unternehmen bevorzugen.

ZWEITENS

kann heute kein Unternehmen mehr, das zukunftsfähig sein will, „funktionierende Jasager“ gebrauchen. Man will Mitarbeiter, die mitdenken, teamfähig und zugleich eigenständig sind, Verantwortung übernehmen, Probleme lösen können. Die kritisch und konstruktiv zugleich sind. Und Mitarbeiter, die wissen, was und wohin sie wollen. Und das auch durchsetzen.

DRITTENS

beteiligen sich viele Unternehmen aus Wirtschaftsbereichen, die gar keine Produkte herstellen, die von Schülern oder deren Eltern gekauft werden könnten. Und diejenigen Unternehmen, für welche Schüler auch als Konsumenten interessant sind, können die Schule nicht zur „fröhlichen Werbefläche“ machen. Das verhindern nicht nur die Gesetze, sondern auch die wachsende Entscheidungsfähigkeit der Schülerinnen und Schüler, die ja gerade durch die Partnerschaft befördert wird.

VIERTENS

hat der Gesetzgeber den Rahmen von Partnerschaften Unternehmen – Schule klar definiert. Die Partner können ihn nach ihren Wünschen, Anforderungen und Grenzen soweit ausgestalten. Dazu eignet sich ein entsprechender **Kooperationsvertrag**. Auch er sorgt dafür, dass es hier weder Davids noch Goliaths gibt.

16



„BIN ICH HIER RICHTIG?“

ist die Frage zu einer traurigen Bilanz: Jährlich schaffen bis zu 25 Prozent eines Jahrgangs keinen Schulabschluss oder brechen ihre Ausbildung ab. Bis zu 30 Prozent der Studierenden beenden ihr Studium nicht. Das kostet alle Seiten Energie, Zeit, Geld und letztendlich Optimismus. Was für eine Verschwendung von Potential und was für persönliche Schicksale.

Neben „persönlichen Veränderungen“ sind die häufigsten Abbruchgründe: Unternehmen oder Uni passen nicht. Studium und/oder Beruf sind falsch gewählt. Immer mehr Möglichkeiten fordern immer mehr Entscheidungen und den Mut, sie zu treffen. Ständig entstehen neue Berufe und Beschäftigungsformen, alte verschwinden. Überblick und die Fähigkeit zu entscheiden bekommt man nur durch Erfahrungen.

Die Partnerschaft Schule – Unternehmen bietet diese Erfahrungen. Schülerinnen und Schüler lernen Berufsfelder, Arbeitsalltag, wirtschaftliches Handeln und Unternehmen kennen. Exemplarisch und in ersten Schritten, in dem jeweiligen Partnerunternehmen - ob Verlag, Autohersteller, Krankenhaus, Software-Unternehmen, Pharmaziehersteller, Bauunternehmer, Restaurant- und Hotelbetrieb, Umweltverband, Elektrobetrieb, Altenpflege, Universität, Bank, Reiseveranstalter, Werbeagentur, Kaufhaus, Filmproduktion, Haarstudio, Lebensmittelherstellung, Stadtverwaltung, Landschaftsbauer, Theaterbetrieb, Textilverarbeiter, Sanitärunternehmen, Umwelttechnik, Supermarkt, Tankstelle, KfZ-Werkstatt, Metallbetrieb oder Kommunikationsagentur...

Hier können Schülerinnen und Schüler sich und das bislang Gelernte ausprobieren. Schwellenängste überwinden und Selbstvertrauen gewinnen. Und schauen, wohin sie weiter im Leben wollen: in welche Berufe, in welche Bereiche?

TIPP

Schauen Sie auch mal unter:

www.berufswahl-aktiv.de

Einführung eines Berufswahlpasses in Hessen.

SCHÜLERINNEN UND SCHÜLER

- bekommen Einblick in Arbeitswelt und Wirtschaft, in berufliche und soziale Zusammenhänge.
- lernen die Bandbreite von vorhandenen Ausbildungsplätzen und Berufen kennen, auch speziell in ihrer Region.
- fühlen sich in ihrem Orientierungsbedürfnis wahr- und ernstgenommen.
- bekommen Überblick, steigern ihre Entscheidungsfreiheit und -fähigkeit.
- bauen Schwellenängste ab, entwickeln Selbstvertrauen, lernen, an sich selbst zu glauben und übernehmen Verantwortung, wenn sie Kontakt mit dem Arbeitsleben bekommen.
- lernen den Umgang mit Menschen im Berufsalltag.
- entwickeln ein realistisches Verhältnis zum Berufsleben und zur eigenen Zukunft.
- knüpfen erste Kontakte für später.
- verbessern ihre Bewerbungschancen.

LEHRERINNEN UND LEHRER

- Der Unterricht bekommt einen Gesamtbezug: fächer- und institutionsübergreifend.
- lernen Schülerinnen und Schüler und deren Qualitäten außerhalb des Unterrichts kennen.
- „Ihr lernt fürs Leben“ wird so praktisch erfahrbar. Die Schülerinnen und Schüler sind im Unterricht motivierter.
- Der Unterricht bietet konkreten Einblick in Berufs- und Arbeitsleben, in ökonomische, soziale und ökologische Zusammenhänge.
- Es kommt zu einem Austausch mit Experten von außen. Lerninhalte können leichter modernisiert, Managementabläufe beraten werden.
- Unterrichtsmaterialien und -anregungen werden beigesteuert, Ausstattungen und Projekte unterstützt. Neue Ressourcen bei leeren öffentlichen Kassen aufgetan.

SCHULLEITERINNEN UND SCHULLEITER

- Neues kommt von außen dazu: unternehmerische Ideen, Strategien und Werkzeuge, diese umzusetzen.
- Managementabläufe in der Schule können beraten werden.
- Das Bildungsangebot – schulisch und außerschulisch – wird erweitert und die Schule attraktiver.
- Die „eigene Schule“ wird in ihrem Umfeld fester verankert und Verbündete werden gewonnen.

UNTERNEHMERINNEN UND UNTERNEHMER

- können an der Verbesserung der Ausbildungsqualität mitarbeiten.
- bleiben am Puls der Zeit.
- können mit Schülern rechnen, die auf die Arbeits- und Berufswelt vorbereitet sind.
- tun etwas für Image und Akzeptanz, verbessern ihre Beziehungen zur Region.
- können frühzeitig qualifizierten Nachwuchs finden.
- motivieren ihre Mitarbeiter (sind auch Eltern!) und beleben den Unternehmensalltag durch ihr soziales und schulisches Engagement.
- bekommen Einblick in Aufgaben, Methoden und Möglichkeiten der Schulen.
- können Ausbildungsinhalte in Lernplänen der Schulen verankern und sie an die Erfordernisse der Schulabgänger anpassen.

„Meinen Zweck befördernd, befördere ich das Allgemeine, und dieses befördert wiederum meinen Zweck.“

Georg Wilhelm Friedrich Hegel

WIR ALLE:

BÜRGERGESELLSCHAFT DEUTSCHLAND

- „Streben nach Vortrefflichkeit“, nach „excellence“, nach „best practice“ im Wissen, im Wirtschaften und im sozialen Handeln wird gemeinsames Ziel.
- Unternehmen und Schulen gestalten unsere Gesellschaft gemeinsam mit, übernehmen gemeinsam Verantwortung und stärken die Region. Ein gemeinsamer Schritt für mehr Leistung.
- Idealismus, Flexibilität, Motivation und Ideenreichtum werden gefördert; es entstehen lokale Netzwerke, Kritikfähigkeit aber auch Nähe und vertrauensvolle Beziehungen.
- Jugendliche erhalten frühzeitig Orientierung – das spart uns allen Energie, Zeit, Geld. Und erspart Frustrationen!
- Jugendliche werden in ihren sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Fähigkeiten gefördert. Ihre Persönlichkeit wird gestärkt, damit sie wiederum gesellschaftliche Verantwortung übernehmen können.
- Aktives Handeln zum Gemeinwohl breitet sich aus: freiwillig, selbstbestimmt und eigenverantwortlich mit dem Einsatz eigener Fähigkeiten und Kenntnisse.

7

8

9

10

11

12



EUROPA?



P

Dabei muss die Partnerschaft Schule – Unternehmen gar nicht auf die Region beschränkt bleiben. Das Europa der Regionen lockt: Wie sehen Ausbildung und Studium in unseren Nachbarländern aus? Wie im Süden von Italien, Holland, in Tschechiens Osten oder Litauen? Wie arbeiten Unternehmen in Polen, Dänemark, Irland, Spanien? Welche Organisationsformen gibt es? Nehmen die uns nur die Arbeitsplätze weg oder gewinnen wir dabei auch etwas?

HER DAMIT!

Warum also nicht ein Partnerunternehmen suchen, das auch im Ausland vertreten und bereit ist, diese europäische Dimension mit einzubringen? Durch Praktikumsangebote, Expertenaustausch oder Exkursionen? Oder warum nicht gleich ein Unternehmen in den anderen EU-Nachbarländern ansprechen? Zum Beispiel über Ihre Städtepartnerschaft oder Ihre Partnerschule?

13

14

15

10

16

17

18

Bei der Partnerschaft Schule – Unternehmen geht es nicht darum, sich auf die Präsentation eines Unternehmens und seiner Leistungen zu beschränken. Vielmehr ist das Unternehmen Stellvertreter: Alles, was dort gelebt, produziert, geleistet wird, zeigt, wie wirtschaftliches und soziales Handeln funktionieren. Am konkreten Beispiel des Partnerunternehmens können die Schülerinnen und Schüler also einen Blick auf die gesamte „Landschaft“ werfen. Unternehmensübergreifend, fächerübergreifend, im gesellschaftlichen Gesamtkontext.

UNTERNEHMEN IM UNTERRICHT:

NUR

ETWAS

FÜR

NAWI

UND

POWI?

HIER EINIGE IDEEN

[ERWARTETE UND UNERWARTETE] ZUM UNTERRICHTSINHALT:

BERUFSKUNDE:

Wie bewerbe ich mich? Berufsbilder, Berufe der Zukunft, Anforderungen von Unternehmen.

CHEMIE, PHYSIK, BIOLOGIE:

Welche Produkte stellt das Unternehmen her? Die Branche? Was sind neue Innovationen? Wie werden neue Erkenntnisse in den Produktionsprozessen verankert? Wie sieht die Zukunft aus? Welche ökologischen Aspekte spielen eine Rolle? Ethische?

DEUTSCH:

Form und Inhalt. Was ist Kommunikation? Interne, externe? Absichtslose Texte und Marketing? Wie entstehen Texte? Wie schreibt man an Kunden, Geschäftspartner, Behörden?

ENGLISCH, FRANZÖSISCH, RUSSISCH, SPANISCH:

Wie sieht die interkulturelle Kommunikation mit den Geschäftspartnern aus? Kommunizieren Engländer, Amerikaner, Franzosen, Russen, Spanier anders als wir?

GEOGRAFIE:

Vor- und Nachteile des Unternehmensstandorts, Infrastruktur und Logistik. Welche Perspektiven bietet das Europa der Regionen und die Globalisierung?

GESCHICHTE:

Industriegeschichte. Wann, wo und wie ist das Unternehmen entstanden? Wie hat es sich vielleicht vom Familienunternehmen zum Global Player entwickelt? Welche Rolle spielt die Branche weltweit? Was bringt die Zukunft?

KUNST/MUSIK:

Welche Rolle spielt Kreativität in der Wirtschaft, im Unternehmen? Oder ist das nur etwas für Künstler? Wie entsteht der Gesamtauftritt eines Unternehmens? Wie z.B. Produktdesign? Ästhetikdebatte.

MATHEMATIK:

Wie funktioniert Betriebswirtschaft, Projektmanagement, Marktforschung?

POLITIK/WIRTSCHAFT:

Welche Geschäftsfelder, Kunden hat das Unternehmen? Welche Organisationsformen, Strukturen, Hierarchien? Wie arbeitet der Betriebsrat? Wie Geschäftsführung, Vorstand? Wie sieht das Unternehmen seine Rolle in der Gesellschaft? In der Weltwirtschaft? Ökonomie und Ökologie? Wie arbeiten Teams? Gruppenmotivation und Gruppenzwang? Entlohnung, Arbeitsplatzsicherung.

RELIGION/ ETHIK:

Unternehmensethik, Unternehmensverantwortung, Globalisierung, Menschenbild in Wissensgesellschaft, soziale Marktwirtschaft, Weltwirtschaft.

THEATER AG:

Wie laufen Beziehungen zwischen Kollegen ab? Wie zum Chef? Wie in internationalen Teams? Wie mit internationalen Kunden? Macht, Autorität, Kommunikation.

... ZUR UNTERRICHTSFORM:.

- *Betriebserkundungen, Betriebspraktika, Schnuppertage, Berufs- und Studienorientierung, Bewerbertrainings, Projektteams zusammen mit Azubis, ökonomische und ökologische Planspiele, Schulfirma, Teilnahmen an Wettbewerben, Teilnahme an Modellprojekten, Unterstützung bei Projektwochen, Unterrichtsmaterialien und Referenten, Planung von Projekten, interdisziplinäre Beteiligung etc. Jeweils individuell abgestimmt auf die Anforderungen von Schule und Unternehmen.*

Weitere Infos:

www.schule-wirtschaft-hessen.de

ZUSÄTZLICH GIBT ES ZAHLREICHE ANGEBOTE AUS DER WIRTSCHAFT ZUR WEITERQUALIFIKATION...**FÜR LEHRKRÄFTE:**

- *Seminare (neue Medien, Präsentationstechniken), Vorträge, Ferienakademien, Informationsforen.*

FÜR DIE SCHULLEITUNG:

- *Seminare (Betriebswirtschaft, Personalführung, Projekt- und Qualitätsmanagement), Unterstützung bei der Lehrplanarbeit, gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit etc.*

LUST AUF PARTNERSCHAFT? SO GEHT'S:

SCHULE LEGT LOS:

1. KONTAKTAUFNAHME ZUM UNTERNEHMEN:

- über bestehende Kontakte
- über Innungen, Verbände, Kammern
- über Berufsschulen
- über Eltern
- mit einem Artikel in der regionalen Presse

2. BÜNDNISPARTNER IN DER SCHULE SUCHEN:

- den Schulleiter
- motivierte Kollegen

3. SCHÜLER UND SCHÜLERINNEN INTERESSIEREN:

- über Schulsprecherinnen und -sprecher
- Schülerinnen und Schüler einladen, die von ihren bereits gemachten Erfahrungen berichten
- die eigene Klasse miteinbeziehen
- Schülervertreter mit zu den Unternehmensgesprächen nehmen

UNTERNEHMEN LEGT LOS:

1. KONTAKTAUFNAHME ZU SCHULEN:

- übers Schulamt
- direkt über die Schulen
- über bekannte Lehrer
- über die regionalen Medien

WEITER GEHT'S GEMEINSAM:

4. INSTITUTIONALISIEREN:

- Ziele, Ansprechpartner, Projekte, Zeitplan festlegen.
- einen **Kooperationsvertrag** schließen

5. PFLEGEN:

- *Jede Partnerschaft will belebt sein!*
- *Halten Sie regelmäßig miteinander Kontakt.*
- *Informieren Sie den Partner, wie die einzelnen Projekte angekommen sind.*
- *Laden Sie ihn auch einmal ein zu allgemeinen Veranstaltungen der Schule oder der Firma.*
- *Präsentieren Sie die gemeinsamen Projekte im Internet, einem Newsletter, in Pressemitteilungen oder am Schwarzen Brett.*

6. ERGEBNISSE DOKUMENTIEREN:

- *Wie kommunizieren wir gemeinsam unsere Erfolge?*
- *In den Medien, dem Schulsystem und gegenüber den Eltern?*

VERBORGENE VULKANE, VERTRÄUMTE SEEN...

WAS TUN, WENN DIE PARTNERSCHAFT EINZUSCHLAFEN DROHT?

Regelmäßiger Kontakt hilft. Laden Sie Ihre Ansprechpartner einfach zu Ihren regulären Veranstaltungen ein – zu Chor, Theater oder Projekttagen in der Schule, zum Tag der Offenen Tür oder Betriebsfest im Unternehmen. Vielleicht hält die Personaleitung eine Rede zur Schulabschlussfeier oder der Schulchor tritt beim Firmenjubiläum auf?

Sie können auch regelmäßige Treffen ausmachen. Oder einen Newsletter verschicken, der zum Beispiel von Schülern oder Azubis (gemeinsam) gemacht wird. Seien Sie optisch präsent: durch Fotos vom letzten gemeinsamen Projekt, Logos, etc.

So werden die Ergebnisse der Partnerschaft kommuniziert. Sehr wichtig: Jedes Unternehmen, jeder Referent freut sich über eine Rückmeldung, wie das gemeinsame Projekt im Nachhinein angekommen ist.

Mit einiger Phantasie und fröhlichen, intelligenten Aktionen werden Sie also ein gut begonnenes Projekt am Laufen halten.

WAS TUN, WENN DIE PARTNERSCHAFT KEINE FESTE FORM ANNIMMT?

Oder die Vorstellungen auseinanderklaffen?

Hier hilft es, konkrete Ansprechpartner, konkrete Ziele, konkrete Projekte und einen konkreten Zeitplan zu finden. Am besten in einem Kooperationsvertrag. Denn dann müssen sich beide Seiten Gedanken machen, was sie von der Partnerschaft erwarten und wie das umzusetzen ist.

KOOPERATIONSVERTRAG: AB INS CURRICULUM!

Häufig beruhen die Partnerschaften auf dem Engagement Einzelner in Schule und Unternehmen. Wenn eine dieser Personen ihr Wirkungsfeld verlässt, sind meistens auch die Partnerschaften „verlassen“.

Ein solides Fundament ist ein/e Kooperationsvertrag/vereinbarung zwischen Schulen und Unternehmen.

Er ist aber keine gesetzliche Grundlage, sondern ein gegenseitiges Versprechen, das motiviert. Schriftlich fixierte Bildungspartnerschaften haben, so zeigt die Erfahrung, Bestand.

Der Kooperationsvertrag regelt Ziele und wechselseitige Leistungen, Ansprechpartner, Projekte und Zeiträumen der Partnerschaft genau. Das verhindert, dass die Arbeit an engagierten Einzelkämpfern hängen bleibt und nicht institutionalisiert wird. Liegt ein Kooperationsvertrag vor, können Schulen die Angebote in Curricula oder Schulprogramm aufnehmen: Sie kehren jedes Schuljahr wieder und werden dabei ständig weiter entwickelt.

FÜNF PUNKTE, DIE IM VERTRAG ZU REGELN SIND:

1. GRUNDSÄTZE:

Welche Rahmenbedingungen müssen erfüllt sein?

2. ZIELE:

Was will die Schule, was das Unternehmen? Gegenseitige Leistungen und Nutzen.

3. MAßNAHMEN:

Wie werden die Ziele umgesetzt? Welche konkreten Angebote werden gemacht?

4. DIE VERANTWORTLICHEN:

Wer in Unternehmen und Schule betreut die Partnerschaft grundsätzlich, wer wann einzelne Teile?

5. ZEITRAUM:

Wie lange läuft die Vereinbarung? Was soll wann umgesetzt werden?

FÜNF PUNKTE, DIE IM VERTRAG ZU REGELN SIND:

FÜNF PUNKTE, DIE IM VERTRAG ZU REGELN SIND:

BEISPIEL EINES KOOPERATIONSVERTRAGS/ KOOPERATIONSVEREINARUNG

zwischen

der Schule _____

(im folgenden Schule genannt)

und dem Unternehmen _____

(im folgenden Unternehmen genannt)

Die Schule und das Unternehmen schließen mit dem Ziel, über eine Partnerschaft ökonomische Bildung, Berufsorientierung sowie Ausbildungs-/Studienreife von Schülerinnen und Schülern zu verbessern, folgenden Kooperationsvertrag ab:

1. GRUNDSÄTZE

Basis der gemeinsamen Aktivitäten sind die schulrechtlichen Bestimmungen des Landes Hessen sowie die Betriebsordnung und sonstige, die geplanten Aktivitäten erfassenden Festlegungen des Unternehmens.

2. ZIELE DER KOOPERATION

- die Ausbildungsqualität der Schülerinnen und Schüler soll durch die Kooperation mit dem Unternehmen erhöht werden.
- die fachliche Beratung der beteiligten Lehrkräfte soll gefördert werden.
- die Vermittlung ökonomischer Bildung soll durch Materialien für den Unterricht, Betriebserkundungen und -praktika sowie durch Experten aus dem Unternehmen in der Schule unterstützt werden.
- Konzepte für Betriebserkundungen, -praktika und Unterricht werden gemeinsam ausgearbeitet, erprobt und weiterentwickelt.
- Die Unternehmen erhalten einen Überblick über den heutigen Bildungsstand der Jugendlichen.

3. MAßNAHMEN/ KONKRETE VORHABEN

- Die Schule erhält Material für den Unterricht in folgenden Fächern:

- Vertreter des Unternehmens übernehmen in Kooperation mit den Lehrkräften unter Einbeziehung der Schülerinnen und Schüler Teile des Unterrichts.
- Die Schule wird unterstützt durch Bereitstellung von

(Software, Unterrichtsmaterialien, Apparaturen, etc.).
- Bei Bedarf stellt das Unternehmen interessierten Schülerinnen und Schülern Betriebspraktikplätze zur Verfügung.
- In den Fächern Biologie, Chemie und Physik werden die Produkte, Produktionsprozesse und Innovationen des Unternehmens vorgestellt.

19

20

21

15

22

23

24

- Im Fach Politik/Wirtschaft werden Geschäftsfelder, Organisationsformen, betriebswirtschaftliche Aspekte sowie der Betriebsrat vorgestellt.
- Im Rahmen des Deutschunterrichts wird das Thema „Werbung und Kundenbetreuung“ durch die PR-Agentur des Unternehmens unterstützt.
- Nach Einführung und Diskussion schreiben die Schüler einen Beitrag für die Betriebszeitung.
- Eine Lehrerexkursion öffnet das gesamte Kollegium für den Partner aus der Wirtschaft. Methoden der Vorbereitung einer Schülerexkursion werden erprobt.
- Der Schulchor wird zum 150. Unternehmensjubiläum am _____ ein Konzert für Mitarbeiter und Geschäftspartner geben.
- Auf der Schulabgangsfeier ist das Unternehmen mit Logo vertreten.

4. VERANTWORTLICHKEITEN

- Die Vertreter der Schule sind _____.
- Die Vertreter der Schüler werden jedes Jahr neu bestimmt.
- Die Ansprechpartner für das Unternehmen sind _____.
- Die Verantwortlichkeiten für die einzelnen Projekte variieren. Sie werden rechtzeitig und genau festgelegt.

5. ZEITRAUM, ZEITPLAN

- Die gemeinsamen Aktivitäten werden rechtzeitig geplant und organisiert.
- Termine und Teilnehmer der Betriebspraktika werden dem Unternehmen von _____ mitgeteilt.
Die Bewerbung und Organisation übernimmt _____.
- Das Thema _____ wird durch _____ als Konzept erarbeitet und Fachlehrer der anderen Fächer schließen ihre Positionen an.
Termin: _____.
- Anknüpfungspunkte für die anderen Fächer werden durch die Fachkonferenzen festgelegt und vorgeschlagen.
- Die Lehrerexkursion wird im ___ Halbjahr 200__ stattfinden. Das genaue Datum wird noch festgelegt.

Diese Vereinbarung gilt für die Dauer des Projekts von _____ bis _____.
Bei guter Zusammenarbeit erscheint es sinnvoll, die Kooperation über diesen Zeitraum hinaus fortzusetzen.

Zwischen den Vertragspartnern besteht Einigkeit darüber, dass die Vereinbarung die Grundlage für einen Kooperationsprozess ist und in einzelnen Punkte angepasst werden kann. Die Vereinbarung ist gemäß gemeinsamer Interessenslagen modifizierbar.

Für die Schule _____

Für das Unternehmen _____



25

26

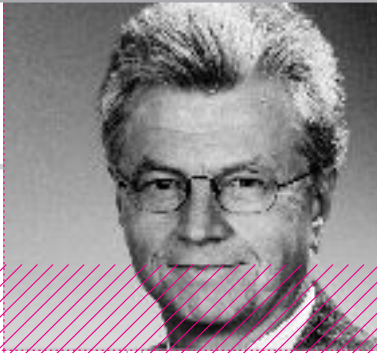
27

18

28

29

30



“Die Partnerschaftsvereinbarung zwischen unserem Unternehmen und der Anne-Frank-Schule Eschwege - und demzufolge auch deren gelebte Umsetzung - ist eine der ältesten in ganz Hessen. Die Schriftform der Vereinbarung erhöht ihre Verbindlichkeit und verhindert, auch über den Wechsel der handelnden Personen hinweg, ein Versickern im Tagesgeschäft und damit ein Abgleiten in die Beliebigkeit. Unter diesem Dach finden vielfältige Aktivitäten statt. Dazu gehören neben den klassischen Betriebspraktika, die teilweise später auch in einen Ausbildungsplatz münden können, Angebote für AG's der Schule im Unternehmen, Projektunterstützungen, in materieller und ideeller Form, Vorträge, Bewerbertrainings und vieles mehr.

Partnerschaften müssen laufend mit Leben gefüllt werden um nicht in der Unverbindlichkeit zu versanden.”

ppa. Dr. Klaus Hanl,
STIEBEL ELTRON GmbH & Co. KG, Eschwege,
Werksleiter

“Unter dem Motto “Chemie im Alltag, Chemie zum Anfassen” stellt Merck seine Aktivitäten im Rahmen der Schulförderung mit dem Ziel, den naturwissenschaftl. Unterricht an Schulen inhaltlich konzeptionell und materiell zu fördern. Dabei geht es um das Gesamtverständnis in den Fächern Chemie, Physik und Biologie. Gleichzeitig werden in Kooperationen mit Merck

Schülern und Lehrern ökonomische Zusammenhänge im Unterricht attraktiv vermittelt.

Merck bietet sich als außerschulischer Lernort mit einer Vielzahl von Angeboten an. Die Schulförderung möchte Schüler schon möglichst früh für naturwissenschaftliche Zusammenhänge interessieren und daraus eventuell resultierende Berufswünsche in naturwissenschaftlicher Richtung unterstützen.”

Dr. Christa Jansen,
Merck KGaA, Darmstadt Referatsleiterin Schulförderung



“Für die Lichtenberg-Schule ist die Partnerschaft mit Merck von großem Wert, da wir nicht nur finanzielle Unterstützung haben, sondern auch einen fachlichen Partner. Außerdem erfahren wir so direkt aus der Industrie, was diese von ihren zukünftigen Mitarbeitern verlangt. So können wir unsere Schülerinnen und Schüler sinnvoll bei Studien- und Berufswahl unterstützen.”

Bärbel Hennige,
Lichtenberg-Schule Darmstadt, OStR/Fachsprecherin Biologie

“Gerade von Ganztagschulen wird eine stärkere Öffnung hin zum Gemeinwesen und die Zusammenarbeit mit den Trägern von Bildung und Erziehung vor Ort und in der Region erwartet. Mögliche Kooperationspartner von Ganztagschulen können u.a. Vereine, Musikschulen aber auch örtliche Betriebe sein.

Vor dem Hintergrund fehlender Ausbildungsplätze und oftmals mangelnder Ausbildungsreife von Jugendlichen kommt der Kooperation mit Betrieben eine immer größere Bedeutung zu. Die Kooperationsvereinbarung zu einer Lernpartnerschaft zwischen einer Schule und einem Betrieb ist die konsequenteste Zusammenarbeit zwischen Unternehmen der Wirtschaft und allgemeinbildenden Schulen.

In einer Lernpartnerschaft öffnen sich Schulen und Betriebe, in unserem Fall die Firma Real in Nordenstadt, zueinander und arbeiten in wichtigen Fragen der Vorbereitung von Jugendlichen auf die Arbeitswelt zusammen.”

Guido Seelmann-Eggebert,
Herrmann Ehlers Schule Wiesbaden, Rektor, Stufenleiter 7-10





„Mit der Internatsschule Schloss Hansenberg wurde ein zukunftsweisendes Projekt der „Bildungsoffensive Hessen“, die das Ziel hat, Hessen zum Bildungsland Nummer 1 zu machen, in die Tat umgesetzt.“

Einen wesentlichen Beitrag zur Verwirklichung der ehrgeizigen Ziele leisten die Unternehmen ALTANA AG, Dresdner Bank AG und Linde AG in einem deutschlandweit einmaligen Public-Privat-Partnership-Projekt des Landes Hessen.

Die drei Partner aus der Wirtschaft übernehmen Teile der Kosten und ermöglichen den Schülerinnen und Schülern z.B. in Kolloquien mit Managern und Fachleuten und durch Berufspraktika einen Blick in die Unternehmen.“

**Viktoria von Zitzewitz-Schänzer,
Schloss Hansenberg, Internatsschule Geisenheim,
Geschäftsführerin**

„Partnerschaften zwischen Schule und Wirtschaftsunternehmen können einen wichtigen Beitrag zur Berufsbefähigung von jungen Menschen leisten. Wie in jeder guten Partnerschaft kommt es darauf an, sich ständig um den anderen zu bemühen, ihm Aufmerksamkeit zu widmen und ein offnes Ohr für seine Anliegen zu haben.“

Die Firma Sirona kooperiert beispielsweise mit der Geschwister-Scholl-Schule in Bensheim im Rahmen der Berufsorientierung von Schülern. In einem beschriebenen Prozess nehmen die Schüler zuerst an dem geva-Berufseignungstest in unseren Räumen teil. Anschließend erhalten die Schüler ein Feedback zu den Gruppenergebnissen und eine Einschätzung von Seiten der Wirtschaft, auf welche Kompetenzen es besonders ankommt. Es schließen sich gezielte Berufsinformationsveranstaltungen an, die idealerweise in ein Praktikum und anschließend in eine Ausbildung münden können.“

**Henning Keber,
Sirona Dental Systems GmbH, Bensheim,
Leiter Aus- und Weiterbildung/Personalentwicklung**



„Wir haben unseren Unterricht in den vergangenen Jahren immer stärker an den Erfordernissen der Berufswelt ausgerichtet und inzwischen mehr als die Hälfte unserer sprachbehinderten Hauptschüler in eine Ausbildung vermittelt. Dabei arbeiten wir mit kleinen und mittelständischen Betrieben zusammen, denn die zwischenmenschliche Ebene ist die Ebene, auf der wir Erfolge verbuchen.“

Außerdem werden wir im Rahmen des „Frankfurter Modells“ von den Frankfurter Wirtschaftsunioren unterstützt, die eine Patenschaft übernommen haben. Mit ihnen holen wir uns das echte Leben in die Schule. Es ist etwas völlig anderes, ob wir Lehrer den Schülern sagen, was in einer Bewerbung stehen muss oder ob es jemand tut, der im Unternehmen tatsächlich über Bewerbungen entscheidet.“

**Jens Bachmann,
Weißfrauenschule Frankfurt am Main,
stellvertretender Rektor**



VERWEISE

Innerhalb des Textes befinden sich Verweise, die auf Seiten oder Textbausteine innerhalb der Broschüre verweisen.

Diese Verweise sind farblich unterlegt und mit einem Pfeilsymbol gekennzeichnet. Der Pfeil beinhaltet das Ziel des Verweises.

LEGENDE



Industrie



Wirtschaft



Krankenhaus



Theater



Windenergieanlagen



Rathaus



Schule



Kino



Supermarkt



Flugplatz



Tankstelle



Industrieanlagen



Freizeit



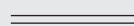
weiterbildende Schulen



Grenze



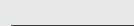
Wasser



Landstraße



Autobahn



Weg



Bahnlinie

19

IMPRESSUM

erschienen April, 2005

Landesarbeitsgemeinschaft *SchuleWirtschaft*

Dr. Jörg Friedrich

Emil-von-Behring-Str. 4

60439 Frankfurt

Tel 069 95808 - 253 / 255

Fax 069 95808 - 155

schule-wirtschaft@bwhw.de

www.schule-wirtschaft-hessen.de

Redaktion:

Dr. Jörg Friedrich

friedrich.joerg@bwhw.de

Konzept/Text:

Inga Walther, Red. Adelheid Engst

inga.walther@engst-walther.de

www.engst-walther.de

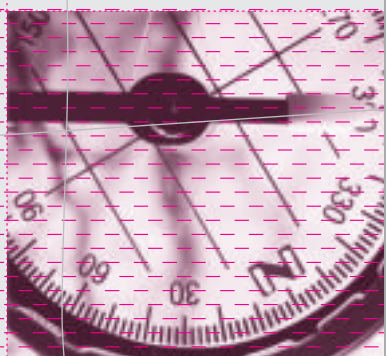
Typographische Gestaltung / Illustration / Fotografie:

Wolfram Linke, 2d+3d design concepts

info@wolframlinke.de

www.wolframlinke.de

P



25

26

WWW.SCHULE-WIRTSCHAFT-HESSEN.DE

27

28

29

30

BESUCHEN SIE UNS IM INTERNET!

Wir haben für Sie weitere Informationen und Werkzeuge zusammengestellt, die Ihnen bei der Organisation helfen. Und hoffentlich auch Zeit sparen!

Zum Beispiel:

- *Muster für Kooperationsvereinbarungen*
- *Muster Pressemitteilungen*
- *Erlaubnis der Eltern*
- *Musterverträge Betriebspraktika*
- *Musterbriefe an Behörden, Unternehmen*
- *Checklisten zur Organisation von Projekten*