

Tobias Wangermann (Hrsg.)

Bildung braucht Unternehmergeist

Für ein bürgerschaftliches Engagement kleiner und
mittelständischer Unternehmen in der Bildung

Tobias Wangermann (Hrsg.)

Bildung braucht Unternehmergeist

**Für ein bürgerschaftliches Engagement kleiner und
mittelständischer Unternehmen in der Bildung**

Eine Veröffentlichung der Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

Das Projekt „Bildung braucht Unternehmergeist“ ist eine Kooperation der Hauptabteilung Politik und Beratung, Arbeitsgruppe Innenpolitik, der Konrad-Adenauer-Stiftung und des Bundes Katholischer Unternehmer. Die Publikation gibt die Ergebnisse des Kongresses vom 27. Juni 2005 in der Akademie der Konrad-Adenauer-Stiftung in Berlin wieder.

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

Umschlag nach einem Entwurf der Druckerei Paffenholz, Bornheim

© 2006, Konrad-Adenauer-Stiftung e.V., Sankt Augustin

Alle Rechte vorbehalten.

Nachdruck – auch auszugsweise – allein mit Zustimmung der Konrad-Adenauer-Stiftung.

Printed in Germany.

Gedruckt mit finanzieller Unterstützung der Bundesrepublik Deutschland.

ISBN 3-937731-71-7

Inhalt

Vorwort 7-9

Bernhard Vogel, Marie-Luise Dött

Bildung braucht Unternehmergeist 11-21

André Habisch

Beispiele, die Schule machen

Aktiv und kompetent für Corporate Citizenship

in Deutschland 25-28

Peter Krominga

Bildungsarbeit professionalisieren 29-31

Silke Ramelow

Deutschland muss Weltmarktführer im

Wissen werden 33-36

Hans Wall

Engagement wissenschaftlich beobachten 37-40

Sabine Reimer, Rainer Sprengel

Der BKU: Pro Mittelstand – Pro Bildung <i>Martin Wilde</i>	41-44
Am Anfang war eine Idee <i>Stephan Wilczek</i>	45-47
SCHULEWIRTSCHAFT – eine Erfolgsstory <i>Gerrit Witschaß</i>	49-53
Unternehmergeist für Schulen in Deutschland <i>Joachim Bartz</i>	55-58
Unternehmerisches Engagement für Jugendliche <i>Michael Nagy</i>	59-63
Tradition und Zukunft im Pädagogikum <i>Gunther Schrader</i>	65-67
Die Autoren	69-70
Kontakt	71

Vorwort

Bernhard Vogel / Marie-Luise Dött

Das Gemeinwesen wird von den Bürgerinnen und Bürgern gebildet. Ein Grundsatz, der bei der Verantwortung für öffentliche Aufgaben gerne an den Staat allein weitergegeben wird. Dass diese Fixierung nicht aufgeht, signalisiert die Finanznot wie auch die Überlastung von Staat und Kommunen deutlich. Nicht aber die Not der leeren Kassen sollte alle Glieder der Gesellschaft in die Verantwortung nehmen, sondern das Verständnis, dass Freiheit nur in Verantwortung erlebbar ist: Eigenverantwortlich für sich selbst und mitverantwortlich für den Anderen. In der Koppelung von Subsidiarität und diesem Verständnis stellen sich diese Aufgaben nicht als Las-

ten dar, sondern können als Teil der Freiheitsgrade des eigenen Handelns wahrgenommen werden.

Sieht man die Unternehmen als aktive Mitglieder einer Bürgergesellschaft, lässt sich danach die Wahrnehmung ihrer gesellschaftlichen Verantwortung als Vorteil für ihre eigenen betriebswirtschaftlichen Belange wie der Interessen der Gesellschaft erkennen. Das gesellschaftliche Engagement der Unternehmen ist aus dieser Perspektive ein bürgerschaftliches. Im Leitprojekt „Aktive Bürgergesellschaft“ der Konrad-Adenauer-Stiftung ist es daher als fester Bestandteil integriert.

Ohne Zweifel gilt die Bildung in diesem Zusammenhang als das Zukunftsthema schlechthin. Innovation ist ein Kapital, welches das Gemeinwesen wie auch die Unternehmen wertvoll macht. Das Engagement des Unternehmers – in welcher Form auch immer – in die Bildung zu investieren, ist für die Wertschöpfung aller von großer Bedeutung. Die Bereitschaft der Unternehmen sowie die Offenheit der Bildungsträger und der Kommunen sind jedoch notwendige Voraussetzungen. Partnerschaften mit Unternehmen bieten für den Bildungsbereich nicht nur die Förderung von Bildungsaufgaben. Einsichten in betriebswirtschaftliche Vorgänge, die Vorbereitung auf die berufliche Praxis und die Vermittlung von Qualitäten unternehmerischen Denkens wie Risikobereitschaft, Innovationsfreude, Leistungsbereitschaft und Verantwortungsbewusstsein sind Vorteile solcher Partnerschaften, denn Bildung braucht Unternehmergeist.

Das bürgerschaftliche Engagement von Unternehmen kann auch im Bereich Bildung die verschiedensten Formen annehmen. Von der Geld- oder Sachspende über die Mitarbeiterfreistellung bis zur Gründung von eigenen Initiativen oder Vereinen bietet sich ein breites Spektrum an Möglichkeiten. Auch im Einzelnen schon wirkungsvoll, wirkt dieses Engagement aber erst nachhaltig, wenn es nicht allein nur als Instrument der Öffentlichkeits-

arbeit oder des Marketings verstanden wird, sondern in den strukturellen Unternehmensplan eingebunden ist.

In dem gemeinsamen Projekt „Bildung braucht Unternehmergeist“ von Konrad-Adenauer-Stiftung und Bund Katholischer Unternehmer stand besonders das bürgerschaftliche Engagement von kleinen und mittelständischen Unternehmen im Mittelpunkt. Für sie sind Innovationen oft erst partnerschaftlich zu realisieren und das gesellschaftliche Umfeld am Standort von hoher Relevanz. Ziel des Projektes war es nicht nur, die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen hervorzuheben, sondern auch nützliche Erfahrungen bestehender Initiativen weiterzugeben. Neben einem Expertengespräch und einem Kongress in Berlin sowie regionalen Workshops wollen wir mit dieser Broschüre die Ergebnisse unseres Projektes festhalten.

Unsere Publikation soll mit dem Beitrag von Prof. André Habisch, der aus seinem Vortrag auf unserem Kongress in Berlin hervorgeht, den gesellschaftlichen Rahmen abstecken, in den sich das Engagement der Unternehmen im Sinne einer Bürgergesellschaft einbindet. Die nachfolgende Auswahl an Beispielen zeigt Unternehmen, Initiativen, Vereine oder Institute, die mit ihrem Engagement im Kontakt mit unserem Projekt standen. Sie bieten Erfahrungen aus der Praxis, Kompetenzen in der Vermittlung und Informationen aus der Forschung. Wir hoffen mit unserer Broschüre Anregungen zu geben, die sowohl kleine und mittelständische Unternehmen als auch Bildungsträger bestärken, gemeinsame Partnerschaften einzugehen oder auszubauen. ■

Bildung braucht Unternehmergeist

Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen

André Habisch

Der veränderte Kontext: Wirtschaftliche Integration Europas

Das europäische Gesellschaftsmodell unterliegt gegenwärtig tief greifenden Veränderungen. Die Arbeitsteilung zwischen Wirtschaft und Politik, öffentlichem und privatem Sektor, Unternehmen und Sozial-, Bildungs- bzw. Kultureinrichtungen funktioniert nicht mehr so, wie sie sich in Westdeutschland in den Jahrzehnten der Nachkriegszeit bewährt hat. Diese Veränderungen sollten nicht in ethisch-moralischen Kategorien wahrgenommen und gedeutet werden. Nicht Egoismus oder ungehemmte Profitgier,

nicht Heuschrecken oder Fremdarbeiter sind es, die traditionelle Strukturen und bewährte Praktiken in Frage stellen. Wirtschaftliches Handeln folgt auf offenen Wettbewerbsmärkten für Güter und Dienstleistungen vielmehr dem Wunsch von Verbraucherinnen und Verbrauchern nach einem immer besseren Preis-Leistungs-Verhältnis bzw. dem Wunsch von sozial Schwächeren nach einem Zugang zu hochwertigen Gütern zu niedrige(re)n Preisen. Die Produzenten setzt dies einem starken Preiswettbewerb aus.

Diese wirtschaftlichen Integrationskräfte kommen überall dort zum Durchbruch, wo sie nicht durch nationale Schranken behindert werden, die für Investoren und Arbeitnehmer nur zu hohen Kosten überwindbar sind. Auch in dieser Hinsicht sind Globalisierung und europäische Integration kein Betriebsunfall der Geschichte. Sie sind vielmehr das Resultat intensiver politischer Bemühungen um Abbau solcher Schranken. Der Beitritt der Mittel- und osteuropäischen Länder zur Europäischen Union markiert den erfolgreichen Abschluss jahrzehntelangen Ringens um die Überwindung der europäischen Teilung. Das große Ziel der europäischen Politik des 20. Jahrhunderts – das Zerreißen des eisernen Vorhangs – selbst ist es, welches das wirtschaftliche Zusammenwachsen Europas befördert.

Doch dieser Sieg trifft unser Gemeinwesen unvorbereitet. Denn nach wie vor sind alle seine Ordnungssysteme nationalstaatlich organisiert. Die Soziale Marktwirtschaft war und ist ein dezidiert nationalstaatliches Konzept. In einem geschlossenen nationalen Rahmen macht es Sinn, dass Autobahnen und Hochschulausbildung, soziale Sicherung und Infrastruktur kostenlos angeboten werden. Denn die Nutznießer finanzieren über Steuern und Abgaben letztlich diese Leistungen. Progressive Einkommenssteuersysteme stellen sicher, dass dies im großen und ganzen auf eine gerechte Art und Weise geschieht. Bei grenzüberschreitender Mobilität dagegen wird dieser nationalstaatliche Finanzierungszusammenhang aufgebrochen: In

Deutschland ausgebildete Ärzte zahlen ihre Einkommenssteuer in Großbritannien oder Norwegen; Transitfahrer tanken in Polen und Holland und beteiligen sich nicht an der Finanzierung der Verkehrsinfrastruktur; deutsche Rentner und Pensionäre geben ihr Geld in Spanien aus; transnationale Konzerne zahlen ihre Steuern in Irland oder der Slowakei. Im offenen Wirtschafts- und Lebensraum müssen Systeme neu adjustiert werden. Autobahnmaut (mindestens) für LKW, Studiengebühren als teilweise Kostenbeteiligung an teuren Humankapitalinvestitionen sowie veränderte Steuergesetze – inklusive des Übergangs zu Verbrauchssteuern – lassen sich als Schritte in diese Richtung verstehen. Nationalstaatliche Institutionen werden ihre Aufgaben im Bereich der Bildung und Ausbildung, der sozialen Integration, der rechtlichen Regulierung nie mehr so vollständig erfüllen können wie dies im Nachkriegsdeutschland überwiegend der Fall war. Das gilt auch dann, wenn die gegenwärtigen Haushaltsprobleme überwunden werden sollten – es liegt einfach in den veränderten Rahmenbedingungen eines zusammenwachsenden Europas begründet.

Die Aufgabe: Bewahrung leistungsfähiger Systeme in öffentlicher Trägerschaft

Für die Leitideen christlich-demokratischen Gesellschaftsverständnisses und die tragenden Institutionen, die aus einem solchen Verständnis heraus gestaltet worden sind, bedeutet dies: *„Vieles muss sich ändern, damit alles beim alten bleiben kann“*. Im Vergleich zu anderen europäischen Ländern, aber auch etwa zu den USA verfügt Deutschland im Bildungssektor über leistungsfähige öffentliche Schulen und Bildungseinrichtungen. Grundständigen Schulen in öffentlicher Trägerschaft, die nach wie vor von Kindern aus allen Bevölkerungsschichten besucht werden, kommt eine wichtige gesellschaftspolitische Integrationsfunktion zu. Sie sind sozusagen das Rückgrat der ‚integrierten Mittelstandsgesellschaft‘, die die deutsche Ge-

sellschaft der Nachkriegszeit in vieler Hinsicht charakterisiert. Unübersehbar ist aber zugleich – gerade in finanziellen Eliten und im gehobenen Mittelstand – die Tendenz zu privaten Elite-Einrichtungen – vom Kindergarten bis zur Universität. Wenn angesichts notorisch knapper öffentlicher Kassen die Qualität des öffentlichen Bildungswesens weiter absinkt, ist der Weg in die 2-Klassen-Bildung (ebenso wie eine 2-Klassen Gesundheitsversorgung) vorgezeichnet – hier verlaufen die eigentlichen gesellschaftspolitischen Sollbruchstellen des 21. Jahrhunderts.

Qualitätsaspekte umfassen dabei äußere Umstände wie Qualität von Gebäuden, Lehrmaterial und Büchern, aber mehr noch qualitative Aspekte des Unterrichts und des pädagogischen Personals. Kommen in unseren Schulen aktuelle didaktische Konzepte zum Einsatz? Werden Schülerinnen und Schüler zu selbstständig denkenden und handelnden Subjekten erzogen, die ggf. auch vor Kritik nicht zurückscheuen? Werden sie in ihren Bildungsgängen mit praxisrelevanten Fragestellungen konfrontiert und können sich ein Bild über die Arbeitssituation im angestrebten Beruf machen? Werden sie mit zeitgemäßen Techniken z.B. im Bereich der Internet-Nutzung oder moderner EDV-Systeme vertraut gemacht? Fachqualifikation und Persönlichkeitsbildung sind hier keine Gegensätze, sondern stehen in engem Bezug zueinander. Beide setzen aber ein Menschenbild der personalen Wertschätzung (inklusive entsprechender didaktischer Methoden des selbstständigen Lernens und Erarbeitens) ebenso voraus wie den lebendigen Praxisbezug der schulischen Ausbildung¹.

Gerade wenn man zentrale gesellschaftspolitische Errungenschaften der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts, wie ein leistungsfähiges öffentliches Schulwesen, bewahren will, müssen neue Instrumente und Wege dafür gefunden werden. Denn die traditionelle Organisationsform von Schule als ‚öffentlicher Anstalt‘ wird vielerorts gerade noch die Erhaltung einer be-

stimmten Bildungsqualität sicher stellen können. Neuartige Angebote, die den speziellen Herausforderungen der schnell wachsenden Wissensbestände des 21. Jahrhunderts entsprechen würden oder auch auf die Bedürfnisse bestimmter Problemgruppen reagieren könnten, wird sie nicht mehr hervorbringen. Gerade dafür ist das Engagement des gesellschaftlichen Umfelds von Schule wichtig.

Für eine solche zukunftsfähige Schule spielt die Aktive Bürgergesellschaft als Leitidee, hier spielt „Unternehmergeist in der Bürgergesellschaft“ eine entscheidende bildungspolitische Rolle.

Mehr noch als private Eliteschulen sind öffentliche Bildungseinrichtungen oder Einrichtungen in konfessioneller oder weltanschaulicher Trägerschaft geeignet, ein Konzept von ‚Schule in der Bürgergesellschaft‘ zu realisieren.

Bildungspolitik als Schnittstelle von Wirtschaft und Sozialem

Bildung ist ein wichtiger Faktor wirtschaftlichen Handelns. Auf globalen Finanzmärkten ist der Zugang zu Finanzkapital nahezu von jedem Standort aus möglich. Auch im Bereich der Infrastruktur nähern sich nationale Wettbewerbssituationen schnell aneinander an. Entscheidender und schwer ersetzbarer Standortfaktor ist gut ausgebildetes und motiviertes Personal. Praxisbezogener Aus- und Weiterbildung kommt mithin für die Wettbewerbsfähigkeit einer Region eine Schlüsselrolle zu. Der Bedeutung des Wettbewerbsfaktors Bildung ist es zu verdanken, dass sich Unternehmen schon immer im Bereich der Bildungspolitik engagiert haben – in Deutschland traditionell etwa im Bereich der dualen Ausbildung im gewerblichen Bereich. Doch auch für Direktinvestoren in Tschechien, Ungarn oder Polen ist Bildung wichtig. Deshalb ist hier besonders viel gesellschaftliches Engagement deutscher Firmen in Deutschland, aber auch an ihren neuen Standorten in Mittel- und Osteuropa zu beobachten. Solches Engagement

muss auch in arbeitsmarktpolitischer Hinsicht gestärkt werden. Denn jede gute Aus- und Weiterbildung bezieht auf die eine oder andere Weise die Unternehmen mit ein, bei denen die Kandidaten später arbeiten sollen. Kein Standortproblem in Deutschland wird sich ohne die Bekämpfung der Arbeitslosigkeit von nach wie vor fast 5 Mio. Menschen angehen lassen. Dies aber geschieht nur mit Hilfe von Unternehmergeist – auch und gerade in der Bildung.

Hier kommen wir zu einem zweiten Aspekt: Bildungspolitik ist zukunftsfähige Sozialpolitik. Das gilt insbesondere in einer sozialpolitischen Konzeption, die ‚Hilfe zur Selbsthilfe‘ leisten will und die von der Personalität und Selbstverantwortlichkeit auch arbeitsloser und sozial schwacher Bürger ausgeht. Bildung als Instrument der Sozialpolitik umfasst etwa die Verfügbarkeit von Sprach- und Integrationskursen für ethnische Minderheiten, Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen zur Wiederherstellung bzw. Erhöhung der Beschäftigungsfähigkeit, die Vermittlung von Alltagskompetenzen wie etwa der finanziellen Allgemeinbildung von sozial schwachen Personen etc.

Dabei muss Bildungspolitik im 21. Jahrhundert allerdings mehr leisten, als nur Kursangebote abrufbar zu halten. Annette Schavan, Bundesministerin für Bildung und Forschung, hat vor einigen Monaten auf eine Gruppe aufmerksam gemacht, die im Wohlfahrtsstaat Deutschland zu den vergessenen Minderheiten gehört: 1,5 [Millionen] Kinder, die erst seelisch und emotional vernachlässigt werden und dann kriminell werden. Gerade Kindern und Jugendlichen aus schwierigen Familienverhältnissen fehlen oft Voraussetzungen im Bereich einer grundlegenden Sozialisation, Selbstdisziplin und Persönlichkeitsbildung: Viele Mittelständler kennen dies, wenn sie versuchen, einen freien Ausbildungsplatz zu besetzen, aber keinen Jugendlichen finden, der ihn adäquat ausfüllen könnte. In sozialen Randgruppen kommen

verschiedene Probleme zusammen: Mangelhafte schulische Leistungen, sprachliche Schwierigkeiten, massive z.T. gewalttätige interkulturelle Auseinandersetzungen und Territorialkämpfe, Vorurteile und Ablehnung seitens der Gesellschaft. Arbeitslosigkeit, Kriminalität, Drogenkonsum erscheinen vorprogrammiert. Defizite im Bereich der familiären Erziehung sind später wesentlich schlechter zu kompensieren als Wissensdefizite. Irgendwann wird die Nachschulung schwierig, weil sich die Jugendlichen kaum noch in einen formalen Bildungsbetrieb einfügen lassen. Andere wissen einfach nicht damit umzugehen – wenn sie etwa im nachhinein fragen: ‚... man hätte sich bewerben müssen ...?!?’

Gerade diese Gruppen brauchen mehr als ein abstraktes Kursangebot: Sie brauchen Initiativen und Personen, die ihnen einzeln nachgehen oder als Mentoren zur Verfügung stehen. Wir kennen vielfältige Aktivitäten großer, aber auch kleiner und mittelständischer Unternehmen für diese Gruppen im In- und Ausland: Unternehmer und Mitarbeiter, die sich als Mentoren zur Verfügung stellen, die gemeinsam mit Bildungseinrichtungen spezielle Kurs- und Praktikumsmöglichkeiten zur Verfügung stellen, die mit ihrem guten Namen in der Region versuchen, Türen für Jugendliche zu öffnen. Gleichzeitig aber zeigen alle empirischen Untersuchungen und Rückmeldungen von Praxisverantwortlichen, dass die *Engagementbereitschaft* weit über solche Einzelbeispiele hinaus geht. Es bedürfte wesentlich mehr Plattformen, Anlaufstellen und praktischer Unterstützung für Engagementwillige, um diese Engagementbereitschaft zu bündeln und den sozialpolitischen Brennpunkten des 21. Jahrhunderts zugute kommen zu lassen.

Sowohl zur Ausgestaltung bestehender Bildungsarbeit in Schulen und Einrichtungen (Qualitätssicherung und Innovationen insbesondere im Bereich des Praxisbezuges) als auch zur Bearbeitung der speziellen bildungs- und sozialpolitischen Herausforderungen der Zukunft brauchen wir Unterneh-

mergeist in der Bildung. Ziel von Impulsen, Preisen und Veranstaltungen der Kommunal- und Landespolitik, aber auch von Aktivitäten der Schulen und Bildungsträger selber muss es sein, Unternehmer und Unternehmen aller Größenordnungen in ihre Arbeit einzubeziehen. Gemeinsame Aktivitäten mit freien Wirtschaftsvereinigungen für spezielle Problemgruppen wie chronisch kranke, sozial benachteiligte oder vernachlässigte Kinder oder mit Kammern und einzelnen Unternehmen zur Verbesserung des Bildungsangebotes in Regionen mit wenig Zukunftsperspektiven gibt es schon heute, müssten aber verstärkt werden.

Unternehmergeist in der Bürgergesellschaft: Vorteile und Nutzen für die Unternehmen

Was unterscheidet bürgerschaftliches Engagement im allgemeinen und das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen im besonderen von anderen Formen der Bildungsarbeit, wie sie vom Staat oder auf Märkten bereitgestellt werden? Häufig regt sich gerade bei mittelständischen Unternehmen der Einwand, nachdem die Kassen leer, die Probleme aber eher noch gewachsen seien, rufe die (erfolgreiche Politik) nun nach den Unternehmen undbürde ihnen neben ständig wachsenden Steuer- und Abgabenzahlungen noch zusätzliche Lasten auf. Hier sind zwei Dinge zu betonen:

Unternehmerisches Engagement kann und soll den Sozialstaat nicht ersetzen. Für den Unternehmergeist in der Bildung gilt wie für andere Formen der Geistesgegenwart: Er weht wo er will – das heißt dann aber auch: Wo er nicht will, da weht er nicht. Die Gründerinnen der Berliner Tafelbewegung haben dies vor Jahren einmal pointiert ausgedrückt: ‚Wir sind chronisch unzuverlässig!‘ – will sagen: Sie können keine flächendeckende Versorgung rund um die Uhr gewährleisten. Engagierte Bürger – wie auch kleine und mittelständische Unternehmen – können auf beschränktem Raum – dieser wird ganz überwiegend mit ihrem unmittelbaren Umfeld in

Kommune, Stadtteil oder Gemeinde identisch sein – z.T. innovative Wege gehen und neue Ansätze entwickeln. Sie können sich als Person einbringen und persönliche Bindungen aufbauen wie dies Sozialarbeiter kaum und immer weniger leisten können. Aber sie werden dies nicht flächendeckend und für alle Betroffenen tun. Sie werden ihre Stärken umso besser einbringen, je besser die Koordination und Vernetzung mit Sozialbehörden funktioniert und man sich hier komplementär ergänzen kann. Im Gegensatz zu Markt und Staat geschieht jede Zusammenarbeit im Bereich der Bürgergesellschaft komplett freiwillig und ohne externen Zwang. Das aber setzt eine innere Motivation der beteiligten Personen voraus, die ständig ‚gepflegt‘ werden muss. ‚Ehrenamtlich‘ darf hier nicht mit ‚unprofessionell‘ verwechselt werden: Es bedarf durchaus einer gewissen Vorbereitung und Begleitung. Nur wenn Kommunen, Bildungsträger oder Wohlfahrtsverbände dies leisten – und dafür Kompetenzen haben! – können sie vom Unternehmergeist profitieren. Hier müssen entsprechende interne Strukturen geschaffen werden.

Ein Unternehmen, das sich gesellschaftlich engagiert, wird mit diesem Engagement nicht zum Sozialamt. Vielmehr steht es auch weiterhin im Wettbewerb und unterliegt auch weiterhin den Zwängen des Marktes. Gerade weil sich Unternehmen als Bürger hier freiwillig engagieren sollen, muss auch von Vorteilen des Engagements im Leistungswettbewerb die Rede sein dürfen: ‚Tue Gutes und profitiere (auch selbst) davon‘ – so lautet dann die Devise. Die Diskussion um gesellschaftliches Engagement von Unternehmen unterscheidet sich gerade hier von klassischem Spenden oder Sponsoring, das häufig nur philanthropisch begründet wurde. Solche Vorteile realisieren auch Mittelständler dadurch, dass sie ihr soziales Engagement mehr oder weniger gezielt in ihre unternehmerische Tätigkeit integrieren. Dies bringt gegenüber hergebrachter Philanthropie etwas Neues. Gesellschaftliches Engagement erfolgt nicht ‚auf Zuruf‘, sondern wird Teil

einer selbst gewählten Strategie. Mitarbeiter, betriebliche Ressourcen, evtl. Netzwerke zu Kunden/ Zulieferern/ Partnern werden in des Engagement mit einbezogen. Dieses schärft dann zugleich das Profil des Unternehmens nach außen und innen, nach dem Motto: *'Sage mir wofür Du Dich engagierst und ich sage Dir wer Du bist!'* Wer dagegen meint, seine gesellschaftliche Verantwortung sei mit der Zahlung von Steuern und Abgaben bereits abgegolten, der begibt sich der unternehmerischen Potenziale solcher Aktivitäten zur Motivation der Mitarbeiter, Aufbau einer umfeldsensiblen Unternehmenskultur, Profilierung des Unternehmens auf gesättigten Märkten mit homogenen Gütern.

Schluss: Unternehmergeist in der Bildung als Anforderung an Bildungsträger und Politik

Ohne Unternehmergeist werden sich die wachsenden Anforderungen an gezielte und praxisbezogene Bildungsangebote im 21. Jahrhundert nicht befriedigen lassen. Beispiel Arbeitsmarktpolitik: Nur so können Leistungen aus der Arbeitslosenversicherung mit konkreten Hilfsangeboten verbunden werden. Ohne eine Aktive Bürgergesellschaft bleibt das Programm ‚fördern und fordern‘ leere Programmatik. Solche Engagementbereitschaft aber lässt sich nur vor Ort, in Städten, Kommunen und ggf. in Stadtteilen mobilisieren. Eine Bundesagentur für Arbeit mit über 80 000 Angestellten vermag sie auch bei bestem Willen nicht zu initiieren. Eine *konsequente Dezentralisierung sozial- und arbeitsmarktpolitischer Aktivitäten* und die Zuständigkeit der Kommunen ist also auch von hierher gefordert.

Bei der Suche nach einer ‚neuen Bildungspolitik‘ darf nicht nur über neue Konzepte, es muss auch über neue Akteure aus der Aktiven Bürgergesellschaft nachgedacht werden. Zwar gilt auch hier: Unternehmergeist weht wo er will – und wird sich nicht einfangen und verordnen lassen. Doch: geistesgegenwärtige und umsichtige Kultusministerien, Schulen und Bildungs-

träger werden größere Chancen haben, ihn zu erleben. Dazu müssen sie umdenken und nicht nur nach ihren Anliegen gegenüber den Unternehmen fragen. Wichtig ist auch: Was kann ich einem engagierten Unternehmen geben, wie kann ich *seine* Vorteile aus dem gemeinsamen Engagement erhöhen? Eine entwickelte Kultur des Unternehmergeistes in der Bürgergesellschaft braucht dafür auch professionelle Dienstleister (öffentlich oder privat), die eine potenzielle Engagementbereitschaft aufgreifen und auf konkrete Projekte und Gruppen hin mobilisieren. Die veränderte Situation des 21. Jahrhunderts bedarf innovativer Lösungen nicht nur in Technik und Wissenschaft, sondern auch in der Bildungs- und Gesellschaftspolitik: Gesellschaftlich engagierte Unternehmen können ein wichtiger Teil davon sein. ■

Anmerkungen

- ¹ Angesichts dieses anspruchsvollen Anforderungsprofils darf mein Plädoyer für ein starkes öffentliches Schulsystem nicht als unkritisches Lob des Status Quo missverstanden werden. Gerade in Bezug auf die Absicherung der öffentlichen Schule gilt: Vieles muss sich ändern, damit alles beim alten bleiben kann. Die stabilen Befunde der internationalen Vergleichsstudien der Schulleistungen, die dem deutschen Schulsystem regelmäßig nur einen mittelmäßigen Platz bescheinigen, werfen vielfältige Fragen bezüglich notwendiger Organisationsreformen etc. auf. Diese Reformfragen sind hier nicht Thema, sollen aber in ihrer Berechtigung nicht bestritten werden.

Beispiele, die Schule machen

Erfahrungen aus der Praxis

Aktiv und kompetent für Corporate Citizenship in Deutschland

Bundesinitiative „Unternehmen Partner der Jugend“

Peter Kromminga

Unter dem Dach der Bundesinitiative „Unternehmen: Partner der Jugend“ (UPJ) setzen sich Unternehmen, gemeinnützige regionale Mittlerorganisationen und Persönlichkeiten für die Verbreitung von Corporate Citizenship in Deutschland ein. Durch langfristige Kooperationen werden neue Formen der Problemlösung erprobt, um damit zu einer nachhaltigen gesellschaftlichen Entwicklung beizutragen. In den letzten Jahren hat UPJ etwa 300 Projekte von kleinen, mittelständischen und auch großen Unternehmen doku-

mentiert, analysiert – und nicht zuletzt auch initiiert. Als Kompetenznetzwerk bündelt UPJ das Know-how der beteiligten Akteure.

Kompetenzzentrum für Corporate Citizenship

UPJ gibt als Ansprechpartner und Kompetenzzentrum für Corporate Citizenship praktische Erfahrungen an Wirtschaft, Verwaltung, Politik, Öffentlichkeit und gemeinnützige Organisationen weiter: mit einem umfassenden Informationsservice auf der Internetseite www.upj-online.de, mit Publikationen, auf Fachtagungen, durch Hintergrundinformationen, Praxisforschung, Arbeitshilfen, Expertise und Beratung. Dabei werden auch Impulse aus der internationalen Entwicklung aufgearbeitet und für Deutschland fruchtbar gemacht. Partner von UPJ sind die europäische Unternehmensorganisation "CSR Europe" (Corporate Social Responsibility Europe), das Nachhaltigkeitsnetzwerk der Deutschen Wirtschaft "econsense", sowie das größte CSR-Unternehmensnetzwerk in Europa "Business in the Community" in Großbritannien.

Mittler zwischen den Welten – regional und bundesweit

Partnerorganisationen in 12 Bundesländern stehen Unternehmen als Mittler und Lotsen für ihr soziales Engagement zur Verfügung. Die gemeinnützigen Mittlerorganisationen kennen sich in ihrer Region aus, verfügen über Erfahrungen an der Schnittstelle von Wirtschaft, gemeinnützigen Organisationen und öffentlicher Verwaltung und haben einen Überblick über die sozialen Organisationen, die vor Ort als Partner für Unternehmen in Frage kommen. Zudem haben sie verschiedene Formen und Modelle sozialer Kooperation entwickelt wie z.B. Engagementsätze von Unternehmensmitarbeitern („Blickwechsel“), Team-Events, Stiftungsgründungen oder Runde Tische von Unternehmen, sozialen Organisationen und öffentlicher Verwaltung. Neben der Vermittlung von Kooperationsprojekten auf der lokalen und regionalen Ebene ist es über dieses Netz von Mittlerorganisati-

onen auch möglich, bundesweit oder an mehreren Standorten Kooperationspartner zu vermitteln. Die Koordination und Qualifizierung der Mittlerorganisationen im Rahmen der UPJ-Bundesinitiative sichert den bundesweiten Konzepttransfer.

Erstes bundesweites Corporate Citizenship-Netzwerk „Unternehmen: Aktiv im Gemeinwesen“

Das erste bundesweite von Unternehmen getragene Corporate Citizenship-Netzwerk „Unternehmen: Aktiv im Gemeinwesen“ wurde im Mai 2003 gegründet. Mitglieder sind: betapharm Arzneimittel, BMW Group, BOV AG, chambiz, DRACO, EKO Stahl, GSE Protect, Herlitz PBS, KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft, Manpower, O₂ Germany, Veolia Water Deutschland und VNG – Verbundnetz Gas AG. Im Netzwerk zusammengeschlossen sind Unternehmen, die das Gemeinwesen aktiv mitgestalten wollen, die den Austausch mit anderen Unternehmen dazu suchen und die eine erfolgreiche Entwicklung ihres Unternehmens durch soziales Engagement unterstützen wollen. Durch ihre Mitwirkung in diesem Corporate Citizenship- Netzwerk profitieren Unternehmen

- vom Erfahrungsaustausch mit anderen Unternehmen zur Entwicklung, Umsetzung und Verbesserung von Corporate Citizenship-Aktivitäten,
- von den Anregungen für gemeinsame Kampagnen wie für individuelle Projekte,
- von der gemeinsamen Öffentlichkeitsarbeit des Netzwerkes und
- von der Entwicklung von Instrumenten bspw. zur Feststellung von Wirkungen und Erfolg von Corporate Citizenship-Projekten.

Botschafter für neue soziale Kooperationen

Persönlichkeiten aus der Wirtschaft können als Freiwillige ihr Wissen, ihr Know-how und ihre Verbindungen in die Bundesinitiative „Unternehmen:

Partner der Jugend“ einbringen. Als Mentoren erweitern sie die Handlungsmöglichkeiten und stärken die Organisation der UPJ-Bundesinitiative. Als Botschafter tragen sie die Idee sozialer Kooperation in die Wirtschaft und damit zur Verbreitung von Corporate Citizenship in Deutschland bei.

3C – Corporate Citizenship - Unternehmensberatung

3C steht für „Competence in Corporate Citizenship“ und ist das Unternehmensberatungsprojekt der UPJ-Bundesinitiative. Um Corporate Citizenship in Unternehmen voranzubringen, bedarf es oftmals einer intensiven Beratung. Für die Entwicklung einer Corporate Citizenship-Strategie und bei der Einführung und Durchführung von Maßnahmen finden Unternehmen bei 3C kompetente, professionelle und auf die individuellen Bedürfnisse abgestimmte Unterstützung durch eigene Berater und durch die Partnerorganisationen Dr. Hardtke Unternehmensberatung und TOP Trainings-, Organisations- und Personalentwicklungsgesellschaft.

UPJ wird gefördert vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ), sowie einigen Bundesländern und Stiftungen, und wird unterstützt von der Paritätischen Akademie, der Edmund Siemers-Stiftung und dem Club of Rome. ■



Kontakt

Bundesinitiative
"Unternehmen: Partner der Jugend" (UPJ) e.V.
Linienstraße 214
10119 Berlin

Telefon: +49(0)30 2787 406-0
Fax: +49(0)30 2787 406-19
E-Mail: info@upj-online.de
Internet: www.upj-online.de

Bildungsarbeit professionalisieren

Der BildungsCent e.V.

Silke Ramelow

Der BildungsCent e.V. wurde 2003 auf Initiative der Herlitz PBS AG gegründet. Zweck des gemeinnützigen Vereins ist die Förderung der Lehr- und Lernkultur in Deutschland. BildungsCent e.V. versteht sich als Impulsgeber, der die Schulen bei der Umsetzung notwendiger Veränderungsprozesse unterstützt. Der dringende Handlungsbedarf wurde nicht zuletzt durch die Veröffentlichung der Ergebnisse unterschiedlicher internationaler Vergleichsstudien wie der PISA Studie mehr als deutlich. Der BildungsCent e.V. entwickelte das erfolgreiche SchulCoach-Modell. SchulCoaches sind qualifizierte Fachkräfte, die für einen begrenzten Zeitraum Schulen bei der Optimierung von Projektarbeit oder bei der Integration wichtiger und

aktueller Themen unterstützen. Ziel der Einsätze ist es, die Schulen zu befähigen, neue und innovative Ansätze tief und systematisch im Schulalltag zu verankern. Die an den Programmen teilnehmenden Schülerinnen und Schüler – und zum Teil auch das Lehrerkollegium – erlernen Teamarbeit, Selbstständigkeit, Verantwortungsbewusstsein, Projektarbeit, Handlungs- und Lösungskompetenz. Diese Fähigkeiten und Kompetenzen sind heute notwendig, um auf die Anforderungen der modernen Lebens- und Arbeitswelt vorbereitet zu sein. Mit diesem ebenso einfachen wie wirkungsvollen Konzept gelingt es, auf die individuellen Bedürfnisse der einzelnen Schule zu reagieren und gleichzeitig wichtige und notwendige Veränderungen im gesamten Bildungssystem anzuschließen. Der BildungsCent e.V. versteht sich als Plattform des gesellschaftlichen Engagements im Bildungsbereich. Neben dem Gründungsmitglied Herlitz unterstützen den Verein die Edeka Südwest, KPMG, die CinemaxX AG, die Fritz-Landmann-Stiftung, die Falken Office Products GmbH, Pilotprojekt, Quent – PR Agentur, die Bundesinitiative D21 und die Freie Universität Berlin. Derzeit laufen drei Programme:

Schule in Bewegung: ein SchulCoach-Programm zur Verbesserung der Bewegungs- und Ernährungsangebote an den Schulen. Es trägt dazu bei, das Thema Bewegung und Ernährung programmatisch in den Schulalltag zu verankern. Ziel ist die Entwicklung von schulindividuellen Konzepten auf Basis der vorhandenen Gegebenheiten und Angebote. Bei der Umsetzung werden möglichst viele Akteure aus dem schulischen und außerschulischen Bereich einbezogen. Kooperationspartner des Programms sind die Plattform Ernährung und Bewegung e.V. (peb) und Edeka.

Learning by Viewing: ein SchulCoach-Programm zur tieferen Verankerung von Film- und Medienkompetenz im Unterricht. Gemeinsam mit der CinemaxX AG hat der BildungsCent e.V. im Jahr 2004 das Programm entwickelt. Das Programm konzentriert sich ganz bewusst auf das Medium

"Film". In einer stark visualisierten Welt gehört das Verstehen von Bildern zu einer wichtigen Kulturtechnik.

Qualität macht Schule: ein SchulCoach-Programm zum Thema Schulqualität und Schulentwicklung. Das Programm hat zum Ziel, eine externe Bestandsaufnahme von Schulqualität in Brandenburg zu etablieren. Mit diesem Programm wird ein neues Qualitätssicherungsverfahren für Schulen vorgestellt, bei dessen Entwicklung Experten in Schulverwaltung, Wirtschaft und Wissenschaft zusammengewirkt haben. Das Programm ist zugleich Instrument der Evaluation, mit dem Ziel einer Bestandsaufnahme der Schul- und Unterrichtsentwicklung an der jeweiligen Schule und der Ermittlung von Unterstützungsbedarf. ■



Kontakt

BildungsCent e.V.
Am Borsigturm 100
13507 Berlin

Tel.: +49(0)30 4393-3999
Fax: +49 (0) 30 4393 - 3077
E-Mail: info@bildungscent.de
Internet www.bildungscent.de

Deutschland muss Weltmarktführer im Wissen werden

Wissensfabrik e.V. macht Lust auf Zukunft

Hans Wall

Durch Abwandern industrieller Produktion sind in den nächsten zehn Jahren bis zu 2 Mio. Arbeitsplätze in Deutschland gefährdet. Ganze Industriebereiche wie z.B. die Unterhaltungselektronik oder Bekleidungsindustrie haben sich schon heute weitgehend in Niedriglohnländer verlagert. Nach einer Studie der Boston Consulting Group haben deutsche Firmen jedoch ein großes Wachstumspotenzial und könnten neue Beschäftigungsmöglichkeiten schaffen, wenn effiziente Wirtschaftsstrukturen, hervorragende

Infrastruktur und gut ausgebildete Arbeitnehmer zusammentreffen. Deutschland hat also einige harte Nüsse zu knacken: Wie schaffen wir wieder mehr Wachstum? Wie stärken wir den Standort im globalen Wettbewerb? Wie sichern und steigern wir hierzulande Wohlstand? Um diese Nüsse zu knacken, brauchen wir helle Köpfe mit Ideen und Know-how.

Bildung ist heute die Existenzgrundlage für eine prosperierende Wirtschaft. Deshalb haben sich im Januar 2005 neun deutsche Unternehmen unterschiedlicher Größe und Branchen zusammengeschlossen, um mit ermutigenden Beispielen zu zeigen, wie sich Deutschland von Reformangst, Pessimismus und Mutlosigkeit befreien und seine starke Position im globalen Wettbewerb ausbauen kann. Der Schlüssel dafür liegt im Wissen, im Know-how und im Unternehmergeist. Mit konkreten Maßnahmen will die Wissensfabrik daran mitwirken, dass Deutschland seine wissensbasierte Wettbewerbsfähigkeit stärkt.

BASF, Bosch, fischer, Follmann, KSB, ThyssenKrupp, TRUMPF, Voith und Wall wollen mit der Wissensfabrik etwas unternehmen: gegen Mutlosigkeit und Stillstand, für Zuversicht und neue Ideen. Kurz: Lust auf Zukunft machen. Das Ziel lautet: nach Kräften mitzuhelfen, dass Deutschland bei Wissen und Know-how in der Spitzenklasse spielt. Zum Weltmarktführer in Sachen Wissen werden wir aber nur, indem wir wieder lernen, voneinander zu lernen. Indem wir Entdeckergeist belohnen. Indem wir Freude am Neuen wecken. Wissen ist unser wertvollster Rohstoff und unser erfolgreichstes Exportgut. Auf unserem Wissen basiert unsere Leistungsfähigkeit. Kurzum: Die Wissensfabrik will Wissen produzieren.

Wie macht sie das? Die Gründungsunternehmen haben mit der Wissensfabrik ein gemeinsames Dach für ihre vielfältigen eigenständigen und dezentralen Aktionen geschaffen, die sich in drei Bereiche gliedern lassen: Wettbewerbsfähigkeit, Bildung und Unternehmergeist.

Mit allem, was die Wissensfabrik tut, wird zum Nach- und Mitmachen aufgefordert. Bis Jahresende sollen es 100 Unternehmen sein, die sich mit ihren Aktivitäten an der Wissensfabrik beteiligen. Heute sind es 30.

Die Wissensfabrik engagiert sich in zwei Geschäftsfeldern:

- Im Rahmen der Wissensförderung übernehmen die Mitgliedsunternehmen der Wissensfabrik Schulpartnerschaften, beteiligen sich an Schulprojekten und lassen sich dabei von Bildungsexperten beraten.
- Um einen Beitrag zur Förderung des Unternehmergeistes zu leisten, bieten die Mitglieder der Wissensfabrik Existenzgründern ihr Know-how und dezentrale Mentorenprogramme an.

Darüber hinaus wird die Wissensfabrik ein Kontakt- und Informationsnetzwerk für junge Unternehmer aufbauen.

Wir, die Wall AG, internationaler Stadtmöblierer und Außenwerber, haben uns für die Wissensstärkung an unserem Unternehmensstandort Berlin entschieden. Zusammen mit der Kreuzberger Jens-Nydahl-Grundschule starteten wir in diesem Herbst eine Schulpartnerschaft, durch die Basiswissen gefördert und gezielt Lese-, Rechtschreib- und Rechenkompetenz gestärkt werden sollen. Unternehmensbesuche, Produktionsbesichtigungen, Schülerpraktika und Berufsinformationen vermitteln außerdem wirtschaftliches Denken. Die Qualität der Zusammenarbeit machen wir messbar. Durch Evaluierung der Schülerleistungen werden wir die Ergebnisse dokumentieren, Entwicklungen aufzeigen sowie Stärken und Schwächen analysieren.

Die Wissensfabrik ist eine offene Plattform für alle Unternehmen, die sich für den Standort Deutschland engagieren wollen. Wir möchten alle einladen, sich aktiv zu beteiligen. ■



Kontakt

Wissensfabrik
Unternehmen für Deutschland
Geschäftsstelle - C 100
67056 Ludwigshafen

Tel: +49(0)621 60-40794
Fax +49(0)621 60-20548
E-Mail info@wissensfabrik-deutschland.de
Internet www.wissensfabrik-deutschland.de

Engagement

wissenschaftlich beobachten

Das Maecenata Institut und Corporate Citizenship

Sabine Reimer, Rainer Sprengel

Das Maecenata Institut für Philanthropie und Zivilgesellschaft an der Humboldt-Universität zu Berlin baut seine Arbeit auf der Erkenntnis auf, dass die Zivilgesellschaft neben Staat und Markt zu den entscheidenden Akteuren im öffentlichen Raum gehört. Der Beitrag selbstermächtigter Bürger und ihrer durch Engagement und Freiwilligkeit bestimmten Organisationen hat eine lange Tradition. Seine Stärkung gehört heute zu den wesentlichen Innovationen, die unsere Gesellschaft leisten muss. Dies

öffentlich bewusst zu machen und zu der ebenso notwendigen wie bisher vernachlässigten Grundlagenarbeit beizutragen, ist die Aufgabe des Maecenata Instituts. Diese Aufgabe nimmt das privat finanzierte, aber als An-Institut an der HU zu Berlin akademisch akzeptierte und eingebundene Einrichtung in Forschung, Lehre, Information und Politikberatung wahr.

Auf dem Markt agierende Wirtschaftsunternehmen einerseits, zivilgesellschaftliche Organisationen als unmittelbare Gemeinwohlerzeuger andererseits sind unterschiedliche Ausdrucksformen privater Initiative. Von besonderem Interesse sind deshalb Formen der Interaktion zwischen diesen organisierten privaten Akteuren, die zwischen Konkurrenz, Konflikt und Kooperation hin und her pendeln können. Eine wichtige, auf systematische Kooperation abzielende Praxis und Diskussion stellt das Thema Corporate Citizenship dar. Den Zugang des Instituts zeichnet aus, dass es von dem seit seiner Gründung wichtigen Arbeitsschwerpunkt Stiftungswesen her ein besonderes Verständnis für alle Fragen mitbringt, die das Feld der organisierten Philanthropie betreffen.

Dabei wird das Thema auf drei Ebenen behandelt:

- Das Maecenata Institut betreibt öffentliche Information zu Corporate Citizenship und befördert den öffentlichen Diskurs. Dies geschieht durch eine öffentlich zugängliche Fachbibliothek, durch die Information von Journalisten, das Erstellen von Beiträgen für die Medien und die aktive Beteiligung an Arbeitskreisen und Gesprächsrunden (etwa im Rahmen der Corporate Citizenship-Gruppe des Bundesnetzwerks Bürgerschaftliches Engagement, BBE).
- Das Maecenata Institut berücksichtigt im Rahmen seiner Forschungen und Gutachten zu Fragen der Zivilgesellschaft die Aspekte des Corporate Citizenship stets als eine besondere Dimension. Entsprechend wurde das Thema im Rahmen verschiedener Studien behandelt: in Analysen

zum deutschen Stiftungswesen, bei der Mitarbeit eines Berichtes an den Club of Rome über die Zukunft der internationalen Finanzwirtschaft (Brunnhuber et al., 2003) oder in der vom Maecenata Institut durchgeführten deutschen Teilstudie zur Erfassung und Bewertung von Zivilgesellschaft.

- Das Maecenata Institut fördert seit 2001 über das Forschungscollegium Nachwuchswissenschaftler, die zu Themen der Philanthropie und Zivilgesellschaft akademische Abschlussarbeiten, vor allem Promotionen schreiben. Das Thema Corporate Citizenship wurde und wird darin seit 2002 stets in mehreren Arbeiten gleichzeitig behandelt.

Als Ergebnis des spezifischen Zugangs des Instituts zum Thema Corporate Citizenship wurde 2005 ein Band mit Diskussionsbeiträgen unter dem Titel „Corporate Citizenship“ publiziert (Strachwitz/Reimer, 2005).

Literatur (Auswahl)

Brunnhuber, Stefan, Klimonta, Harald, Sprengel, Rainer (Mitarb.) u.a., Wie wir wirtschaften werden, Szenarien und Gestaltungsmöglichkeiten für zukunftsfähige Finanzmärkte, hrsg. von der Europäische Akademie der Wissenschaften und Künste, Frankfurt/Main, 2003.

Heuberger, Frank, Oppen, Maria, Reimer, Sabine, Der deutsche Weg zum bürgerschaftlichen Engagement von Unternehmen, Thesen zu Corporate Citizenship in Deutschland, Bonn, 2004.

Reimer, Sabine, Wettenmann, Thomas, Backhaus-Maul, Holger, Aktuelle Beiträge zu Corporate Citizenship, Berlin, 2004a.

Reimer, Sabine, In vielen Unternehmen fehlt ein Konzept, Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen geschieht oft noch eher zufällig, Kriti-

sche Anmerkungen zu einem Modebegriff, in: Frankfurter Rundschau, 13. Oktober 2004b: 26.

Reimer, Sabine, Strachwitz, Rupert Graf (Hrsg.), Corporate Citizenship: Diskussionsbeiträge, Berlin, 2005.

Sprengel, Rainer, Reimer, Sabine, The Rise of a New Concept, in: SEAL, Social Economy and Law, 2003: 34.

Strachwitz, Rupert Graf, Der zweite und der Dritte Sektor: Was heißt Corporate Community Investment, München, 1995.

Strachwitz, Rupert Graf, Reimer, Sabine, Corporate Citizenship als Investition – Das Instrument der Unternehmensstiftung, in: Habisch, André, Schmidpeter, René, Praxishandbuch Corporate Citizenship Management, i.E. ■

MAECENATA INSTITUT
FÜR PHILANTHROPIE UND ZIVILGESELLSCHAFT
AN DER HUMBOLDT-UNIVERSITÄT ZU BERLIN

Kontakt

Maecenata
Institut für Philanthropie und Zivilgesellschaft
an der Humboldt-Universität zu Berlin
Albrechtstrasse 22
10117 Berlin-Mitte

Telefon: +49(0)30 2838 7909
Fax: +49(0)30 2838 7910
E-Mail: mi@maecenata.de
Internet: www.maecenata.de

Der BKU: Pro Mittelstand – Pro Bildung

Martin Wilde

Der Mittelstand als Säule der Bürgergesellschaft

Die Aktive Bürgergesellschaft, in der es Freiheiten und Freiräume für die Eigeninitiative von unten gibt, ist das gesellschaftliche Leitbild des Bundes Katholischer Unternehmer (BKU) – nicht der aktivierende Staat, in dem die Initiative der Einzelnen von der Förderung durch den Staat abhängig ist. Der BKU steht für eine Kultur der Selbständigkeit und sieht im unternehmerischen Mittelstand nicht nur das Rückgrat unserer Wirtschaft, sondern auch die tragende Säule unserer Bürgergesellschaft.

Mittelständische Unternehmer wollen mit ihren Fähigkeiten und Begabungen gestalten und bewegen, sie sind in Freiheit schöpferisch tätig, produzieren und schaffen Arbeitsplätze. Die Zielsetzungen der Unternehmen sind langfristiger Natur und entspringen der Person und Vision der Unternehmer. Sie werden in Kontinuität und Beharrlichkeit verfolgt, denn mittelständische Unternehmer denken mehr in Jahrzehnten denn in Quartalen.

Mittelständler sind lokal verwurzelt und fühlen sich, oft über Generationen, ihrem gesellschaftlichen Umfeld verbunden und verpflichtet. Sie engagieren sich darüber hinaus fast ausnahmslos als Bürger in ihrem gesellschaftlichen und lokalen Umfeld, nachhaltig und effizient. So setzen mittelständische Unternehmen in Deutschland, gemessen an ihrem Umsatz, im Schnitt doppelt so viel Mittel für gemeinnützige Zwecke ein wie die großen Kapitalgesellschaften. Ohne seine Geld- und Sachspenden an gemeinnützige Organisationen oder örtliche Vereine wäre viel soziales und ehrenamtliches Engagement nicht möglich. Oft sind die Unternehmer selbst über Jahrzehnte in eben diesen Organisationen und Vereinen ehrenamtlich tätig, und bringen auch ihr Wissen und ihre vielfältigen Kontakte segensreich ein.

Diese unternehmerische Kultur von Freiheit und Verantwortung entspricht dem christlichen Menschenbild und der Katholischen Soziallehre. Sie steht auch an der Wiege der Demokratie, denn wirtschaftliche Unabhängigkeit befördert eine geistige und politische Unabhängigkeit, eine Freiheit im Denken und eine Souveränität im Handeln. Wer wirtschaftlich unabhängig ist, ist politisch mündig und lässt sich keine politische Willkür gefallen.

Der Mittelstand fördert Bildung

Gerade für den deutschen Mittelstand ist die Verfügbarkeit von fachlich qualifizierten und auch sozial kompetenten Arbeitskräften zukunftsentscheidend. Während die großen internationalen Konzerne relativ leicht ihre Produktionsstandorte verlagern können, hat der Großteil des Mittelstandes „lebenslänglich Deutschland“. Eine weitere Verschlechterung des Bil-

dungsniveaus oder gar eine Ab- und Auswanderung der bestqualifizierten jungen Menschen weg aus Deutschland, die bereits während der Ausbildungsphase dieser jungen Menschen einsetzen kann, würde den Mittelstand besonders hart treffen.

Gemäß dem Institut für Mittelstandsforschung gibt es in Deutschland 3,3 Millionen kleine und mittlere Unternehmen, die 99,7 % aller Unternehmen repräsentieren, 70 % aller Arbeitnehmer beschäftigen und 83 % der Lehrlinge ausbilden. Der Mittelstand wird damit seiner Verantwortung für die Bildung der zukünftigen Generation mehr als gerecht. Das duale Ausbildungssystem ist ein seit Jahrzehnten gelebtes, konkretes bürgerschaftliches Engagement. Für viele junge Menschen ist das Unternehmen auch eine "Schule der Werte": Ehrlichkeit, Zuverlässigkeit, Toleranz und Pünktlichkeit werden im Alltag vermittelt. Darüber hinaus macht die Unterstützung und die Zusammenarbeit mit Bildungseinrichtungen aller Art einen Großteil des sozialen Engagements der mittelständischen Unternehmen aus.

Der BKU: Pro Mittelstand, pro Bildung

Der BKU unterstützt aus voller Überzeugung das bürgerschaftliche Engagement des Mittelstandes. Für den Gedanken- und Erfahrungsaustausch sowohl innerhalb des Verbandes als auch gesamtgesellschaftlich will er dafür eine Plattform bieten. Ein besonderes Anliegen ist es dem BKU, Unternehmen und kirchliche Bildungseinrichtungen zu mehr Zusammenarbeit zu motivieren. Darüber hinaus setzt er sich dafür ein, die politischen Rahmenbedingungen für mehr Unternehmergeist im Bildungssystem zu verbessern.

Zahlreiche BKU-Mitglieder engagieren sich in diesen Bezügen persönlich für das Thema Bildung, in den BKU-Diözesangruppen gibt es verschiedene Initiativen hierzu, und auf Bundesebene begleitet ein eigener Arbeitskreis dieses vielschichtige Engagement.

Eine neue Unternehmergeneration heranbilden

Ein besonders aktuelles Anliegen des BKU ist es, die Heranbildung einer neuen Generation von Unternehmern, die risikofreudig und verantwortungsbewußt zugleich in Unternehmen und Gesellschaft Verantwortung übernehmen, zu fördern. Gemeinsam mit den Katholischen Studentenverbänden und dem Cusanuswerk arbeitet der BKU derzeit an einem Konzept, das angehende Unternehmer bereits studienbegleitend auf ihre zukünftige Verantwortung vorbereiten soll. Neben praktischen Erfahrungen in Unternehmen geht es dabei auch um die Vermittlung von Grundlagen der Katholischen Soziallehre, der Sozialen Marktwirtschaft und einer modernen Unternehmensethik.

Parallel dazu ist der BKU mit katholischen universitären Einrichtungen in Deutschland und Europa über die Frage im Gespräch, inwieweit für eine wertorientierte Unternehmensführung postgraduierte und/oder berufs begleitende Aus- und Fortbildungskurse professionell und betriebsnah angeboten werden können. ■



Kontakt

Bund Katholischer Unternehmer e. V.
Georgstr. 18
50676 Köln

Telefon: +49(0)221 272370

Fax: +49(0)221 27227

E-Mail: service@bku.de

Internet: www.bku.de

Am Anfang war eine Idee

IT-Initiative der iMEDIC GmbH

Stephan Wilczek

Die iMEDIC GmbH ist ein betriebswirtschaftlich geprägtes Technologieberatungs- und Softwareentwicklungsunternehmen aus Esslingen. iMEDIC setzt sich im Projekt „Schule und Informatik“ dafür ein, Schüler der Region Stuttgart und Esslingen für Informatik zu begeistern und Lehrern Einblicke in moderne Programmiersprachen und Entwicklungswerkzeuge zu vermitteln.

1989 gewann ich als Schüler den Bundeswettbewerb für Informatik. Diesen Erfolg hatte ich nicht zuletzt dem außergewöhnlichen Engagement eines Lehrers zu verdanken. Als Mitgründer und Geschäftsführer von iMEDIC

sah ich die Möglichkeit, etwas von dem mir entgegengebrachten Engagement zurück zu geben. Im Sommer 2003 riefen wir einen regionalen Schülerwettbewerb für Informatik ins Leben, der Schülern aus der Region Esslingen und Stuttgart die Möglichkeit gab, ihr Wissen auf dem Gebiet der Informatik anhand konkreter Aufgaben unter Beweis zu stellen.

Auf diesem Weg wurde für die Schüler ein Anreiz geschaffen, sich intensiv mit dem Gebiet der Informatik zu beschäftigen. Darüber hinaus konnten sich die Schüler auf den Bundeswettbewerb für Informatik vorbereiten, dessen Geschäftsführung den regionalen Schülerwettbewerb mit Nachdruck fördert und unterstützt.

Für eine vertiefende Vorbereitung auf den Bundeswettbewerb und um den Teilnehmern ein Forum für Themen der Informatik zu geben, wurde im Anschluss an den Schülerwettbewerb ein Arbeitskreis eingerichtet, in dem sich die Schüler in regelmäßigen Treffen zu Fragestellungen der Informatik austauschen und Aufgaben des Bundeswettbewerbs gemeinsam diskutieren können. Den Schülern standen dabei themenbezogene Spezialisten der iMEDIC als Ansprechpartner zur Verfügung.

Qualifizierung von Lehrern

Neben den Schülern richtet sich das Projekt "Schule und Informatik" auch an die Lehrer und will einen nachhaltigen Beitrag zu qualifizierten und kreativen Lehrangeboten auf dem Gebiet der Informatik leisten. Zu diesem Zweck konzipierten wir in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Volker Claus vom Institut für Formale Methoden der Informatik an der Universität Stuttgart einen Fortbildungskurs für Lehrer, in dem diese mit theoretischen Grundlagen der Informatik, der Programmierung mit Java sowie der professionellen Softwareentwicklung vertraut gemacht werden sollten. Das Oberschulamamt unterstützte das Engagement offiziell und erkannte den Kurs als offizielle Fortbildungsmaßnahme an.

Nachhaltiger Erfolg für Schüler und Lehrer

Die Ergebnisse des Schülerwettbewerbs und der Fortbildungsmaßnahme wurden aus Sicht aller Beteiligten als ein großer Erfolg gewertet:

Der Sieger des regionalen Schülerwettbewerbs konnte auch den Bundeswettbewerb für Informatik gewinnen, die mehr als 70 Teilnehmer des Fortbildungskurses für Lehrer gründeten eine Fachgruppe der Gesellschaft für Informatik und haben die Inhalte und Materialien des Fortbildungskurses teilweise in ihren Unterricht eingebunden. Die iMEDIC GmbH wurden für ihr Engagement mit dem Unternehmerpreis ZIVIL 2004 der Wirtschaftsjunioren Deutschland ausgezeichnet.

Angesichts dieser Erfolge lag es auf der Hand, die Aktivitäten fortzuführen und auszuweiten. Der Schülerwettbewerb und der Fortbildungskurs befinden sich zurzeit in der dritten Auflage, sollen weiter ausgebaut und langfristig zu einer festen Einrichtung werden.

Geld hat die iMEDIC für ihr Engagement nicht bekommen und auch der ZIVIL-Preis ist nicht mit einem Preisgeld dotiert. Doch darauf kommt es auch nicht an. Dass dabei der Kontakt zu jungen Entwicklertalenten hergestellt wird, ist für die iMEDIC ein gern gesehener Nebeneffekt. Bedarf an guten Entwicklern ist vorhanden. ■



Kontakt

iMEDIC GmbH
Martinstr. 41-44
73728 Esslingen am Neckar

Fon: +49(0)711 45999 8-0
Fax: +49(0)711 45999 8-29
E-Mail: info@imedic.de
Internet: www.imedic.de

SCHULEWIRTSCHAFT – eine Erfolgsstory

Gerrit Witschaß

Der tiefgreifende Veränderungsprozess, in dem sich die Schulen befinden, wirft für Schulleiter, Lehrkräfte und Schulaufsichtsbeamte viele Fragen auf. Dabei suchen die Engagierten unter ihnen den direkten Kontakt zur Wirtschaft und hoffen hier Antworten zu finden. Und die Unternehmen können die Schulen in ihrem Reformprozess vielfach unterstützen.

Welche konkreten Handlungsfelder zeichnen sich dabei für die Zusammenarbeit von Schulen und Unternehmen ab? Wie können Unternehmen die Schulen unterstützen? Eine Erfolgsstory kann hierauf konkrete Antworten geben: *SCHULEWIRTSCHAFT*, eine bundesweite Bewegung, die auf freiwilliger Basis Schul- und Unternehmensvertreter zusammenbringt, um

gemeinsam einen Beitrag zur Sicherung von Ausbildungs- und Berufsfähigkeit der jungen Menschen zu leisten.

SCHULEWIRTSCHAFT baut nicht nur auf einen intensiven Erfahrungsaustausch auf, sondern erarbeitet pädagogische Konzepte, die auf nachhaltige und längerfristige Wirkung abzielen. Schulleiter und Manager sowie Lehrkräfte und Ausbildungsleiter richten ihre gemeinsamen Aktivitäten auf die Verbesserung der Entwicklungschancen der jungen Menschen aus. Getragen wird die *SCHULEWIRTSCHAFT*-Arbeit durch die Arbeitgeberverbände und die Bildungswerke der Wirtschaft.

Da *SCHULEWIRTSCHAFT* bereits auf ein halbes Jahrhundert ihres Wirkens zurückblicken kann, haben sich Themen und Methoden zum Teil verändert, doch andere sind ebenso aktuell wie in den 50iger Jahren. So gehört die Verbesserung der Berufsorientierung sowie die Vermittlung ökonomischer Grundlagen und unternehmerischen Denkens und Handelns zu den Daueraufgaben in den 450 regionalen Arbeitskreisen.

Bei der Berufsorientierung kommt es darauf an, die Kinder und Jugendlichen frühzeitig mit den verschiedenen Berufen vertraut zu machen. Die Begabungen und Interessen müssen geweckt und gefördert werden. Das ist eine Aufgabe, die von Lehrern, Eltern, Unternehmensvertretern, Berufsberatern und Sozialpädagogen gemeinsam und abgestimmt wahrgenommen werden muss. Dabei darf es sich nicht um vereinzelte Aktionen handeln, die gegen Ende der Schulzeit gestartet werden, sondern es muss an den Schulen ein langfristiges Konzept zur Berufswahlvorbereitung geben, in das alle Akteure mit eingebunden werden.

Ebenso ist es wichtig, dass die Kinder und Jugendlichen wirtschaftliche Grundkenntnisse vermittelt bekommen. Ob nun als Azubi, Arbeitnehmer, Konsument oder selbstständiger Unternehmer muss man ökonomische Fakten und Zusammenhänge kennen und entsprechende Schlussfolgerungen

ziehen können. Dabei betrachten wir ökonomisches Wissen nicht als Vorgriff auf ein Betriebswirtschaftsstudium sondern als Bestandteil einer umfassenden Allgemeinbildung.

Deutschland braucht mehr Arbeitgeber, wenn neue Arbeitsplätze entstehen sollen. Viele junge Menschen sind zur Existenzgründung oder zur Übernahme des Familienbetriebes durchaus bereit, setzen ihr Vorhaben aber zu selten in die Tat um. Junge Menschen müssen motiviert werden, selbstständiges Handeln, auch bei der Existenzgründung zu wagen. Zur Förderung der Selbstständigkeit und Eigeninitiative ist die Ausbildung persönlicher und sozialer Kompetenzen von großer Bedeutung. Insbesondere die Schule kann einen entscheidenden Beitrag zu Entwicklung von Kommunikationsfähigkeit, Verantwortungsbewusstsein, Teamfähigkeit und Zuverlässigkeit leisten.

Berufsorientierung, ökonomische Bildung und Unternehmertum dürfen nicht nur theoretisch abgehandelt werden. So haben sich zunächst Schülerbetriebspraktika und Betriebserkundungen als praxisbezogene Methoden etabliert. Insbesondere bei der Vermittlung wirtschaftlicher Kenntnisse und unternehmerischen Denkens und Handelns kamen Planspiele und Schülerfirmen zum Einsatz. In den vergangenen Jahren hat sich auch die direkte Kooperation zwischen Schulen und Unternehmen bewährt. Die Landesarbeitsgemeinschaften und regionalen Arbeitskreise führen hierzu verschiedene Projekte, Lehrerfortbildungen, Wirtschaftswochen und Sommerakademien durch. Unterstützt werden diese Maßnahmen durch vielfältiges Informationsmaterial und Handreichungen.

Darüber hinaus haben sich in den vergangenen Jahren weitere Themenfelder herauskristallisiert. Neben der Förderung von Nachwuchs in den Fächern Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik in enger Zusammenarbeit mit Unternehmen treten auch verstärkt Fragestellungen zum Management von selbstständigen Schulen in den Vordergrund.

Mit der Entwicklung bundesweit geltender Leistungsstandards existiert jetzt ein entscheidender Hebel zur Verbesserung der schulischen Arbeit. Dabei legen Leistungsstandards nicht den abzuarbeitenden Stoff fest, sondern die Kompetenzen, die an bestimmten Stationen der Schullaufbahn erreicht sein sollen. Entscheidend ist nun ihre Verwirklichung, d. h. die Überprüfung der Zielerreichung an den Schulen. Für die notwendige Qualitätskontrolle und -verbesserung gibt es viele internationale Vorbilder wie z. B. die Niederlande, Großbritannien oder die skandinavischen Nationen. Aber auch im eigenen Land können Schulen bewährte Strategien z. B. aus den Unternehmen nutzen. Arbeitgeber und *SCHULEWIRTSCHAFT* haben in Baden-Württemberg zusammen mit Schulleitern und Lehrern „QZS – Qualitätszentrierte Schulentwicklung“, ein Konzept zum Qualitätsmanagement entwickelt. Darauf aufbauend entsteht ein Service-Paket, das den Schulen verständliche und praktikable Handlungsanleitungen an die Hand gibt, um Qualitätsmanagement und interne Evaluation erfolgreich zu gestalten. Neue Bedeutung gewinnt bei der Steuerung solcher Prozesse die Schulleitung als Entscheidungsträgerin und Dienstvorgesetzte. Die Hauptaufgaben umfassen vor allem die Qualitätsentwicklung sowie die Mitarbeiterführung. Schulleitung ist ein eigenständiger Beruf; Schulleiter brauchen für ihre verantwortungsvolle Aufgabe entsprechende Qualifikations- und Unterstützungsangebote in Schulmanagement und Personalentwicklung. Auch hier können Unternehmen helfen.

Aufbauend auf den Empfehlungen der BDA für ein Lehrerleitbild haben Schul- und Unternehmensvertreter im Rahmen der *SCHULEWIRTSCHAFT*-Arbeit das Instrument „*PROFIL*Lehrer“ entwickelt. Es eignet sich zur systematischen Personalentwicklung als Bestandteil des Qualitätsverbesserungsprozesses. Mit dem vorliegenden Instrument können Profile der einzelnen Lehrkräfte abgebildet, Potenziale aufgedeckt und anschließend weiter gefördert werden.

Das gemeinsame Engagement von Schul- und Unternehmensvertretern im *SCHULEWIRTSCHAFT*-Netzwerk ist ein Garant für qualitative Nachwuchsförderung. Neben fundiertem Fachwissen muss den jungen Menschen Leistungswille, Verantwortungsbewusstsein und auch die Fähigkeit unternehmerisch zu denken und zu handeln vermittelt werden. Unsere wirtschaftliche Entwicklung hängt entscheidend davon ab, mit welchen Kompetenzen die Menschen in den Betrieben, in Forschung und Entwicklung ausgerüstet sind. Der Wirtschaftsstandort Deutschland ist abhängig vom Bildungs- und Wissenschaftsstandort Deutschland.

Auch die Partner des Ausbildungspaktes wollen nun gemeinsam mit der Kultusministerkonferenz die erprobten Konzepte zur erfolgreichen Gestaltung des Übergangs von der Schule in Ausbildung und Beruf nutzen. Die Flyer-Sammlung „Der Ausbildungspakt beginnt in der Schule“, an deren Entwicklung *SCHULEWIRTSCHAFT* maßgeblich mitgewirkt hat, gibt Interessierten Anregungen und Hilfestellungen für die Gestaltung des Berufseinstiegs. Nicht zuletzt macht dies deutlich: *SCHULEWIRTSCHAFT* hat Hochkonjunktur. Das Interesse in Schule und Wirtschaft an einer Zusammenarbeit nimmt ständig zu. Allen Interessenten können sich mit *SCHULEWIRTSCHAFT* in den Ländern oder den Regionen in Verbindung setzen. ■



Kontakt

Bundesarbeitsgemeinschaft *SCHULEWIRTSCHAFT*
c/o Bundesvereinigung der Deutschen
Arbeitgeberverbände
Breite Straße 29
10178 Berlin

Telefon: +49(0)30 2033-1509;
Fax +49(0)30 2033-1505
E-Mail: G.Witschass@bda-online.de
Internet: www.schulewirtschaft.de

Unternehmergeist für Schulen in Deutschland

Die Berliner Initiative Bildungslückenfüller gGmbH

Joachim Bartz

„Frage nicht, was die Schule für Dein Kind tun kann – frage, was Du für die Schule tun kannst.“ Unter diesem Motto habe ich, selbst Vater von drei Kindern, im Jahr 2004 die in Deutschland einmalige private Initiative Bildungslückenfüller ins Leben gerufen. Die Aktion macht auf die Missstände an deutschen Schulen aufmerksam und ermutigt Privatpersonen und Unternehmen Spenden oder Dienstleistungen bedürftigen Lehreinrichtungen zur Verfügung zu stellen. Auf der Onlineplattform können Schulen ihre Nach-

fragen eingeben. Gleichsam stellen Unternehmen und Privatpersonen ihre Angebote auf die Website oder treten direkt mit den Schulen in Verbindung, die sie unterstützen wollen. In die Datenbanken auf der Website kann alles eingetragen werden, was benötigt wird, und alles, was in irgendeiner Weise dazu beiträgt, die Missstände an den Schulen zu beheben. Das können nicht mehr benötigte Stühle und Tische aus Unternehmen sein, Farbe eines Malermeisters oder Holz einer Tischlerei, aber auch Dienstleistungen wie das Streichen von Wänden oder das Instandsetzen kaputten Mobiliars.

Missstände schnell und unbürokratisch beheben

Als Vater schulpflichtiger Kinder wurde ich auf die maroden Zustände in deutschen Bildungseinrichtungen aufmerksam und beschloss, den Missständen mit Bildungslückenfüller aktiv entgegen zu wirken. Wir wollen Spenden und Dienstleistungen schnell und unbürokratisch an bedürftige Schulen vermitteln. Auf diese Weise soll eine lern- und lehrensweite Umgebung für Schüler und Lehrer geschaffen werden, die den Kindern einen besseren Start in die Zukunft ermöglicht.

Im Mai 2004 fiel dann der Startschuss für die neuartige Idee. Auf der Pressekonzferenz zum Launch von Bildungslückenfüller verdeutlichte der damalige brandenburgische Minister für Bildung, Jugend und Sport, Steffen Reiche, die Wichtigkeit der Initiative: „Mehr gesellschaftliches Engagement auch für Bildung ist in Deutschland dringend notwendig. Andere Länder sind uns hier weit voraus. Deshalb finde ich den Ansatz der Initiative „Bildungslückenfüller“ lobens- und unterstützenswert.“

Unternehmergeist fördert Nachhaltigkeit

Das Umfassende an Bildungslückenfüller: Jeder kann und darf helfen. Unternehmen ebenso wie Privatpersonen sind aufgefordert – mit geringem Aufwand – einen wertvollen Beitrag zu leisten, denn Bildungslückenfüller

folgt dem einfachen, aber wirksamen Prinzip von Geben und Nehmen. Zunächst müssen die Schulen aktiv werden und auf bestehende Mängel aufmerksam machen, indem sie durch Bildungslückenfüller an die Öffentlichkeit treten. Im zweiten Schritt ist von Firmen und Bürgern gesellschaftliche Verantwortlichkeit gefragt: Jede Privatperson oder Institution kann kurzerhand überlegen, ob Ressourcen bestehen, bei einer kleinen Renovierungsarbeit auszuhelfen oder ob noch gut erhaltenes Mobiliar sowie ältere Rechner nicht besser an eine Bildungseinrichtung gegeben werden, anstatt den Sperrmüll zu rufen. Der Kreativität der Helfer sind dabei keine Grenzen gesetzt. Im Idealfall ergeben sich aus erstmaligen Hilfsaktionen regelmäßige Vereinbarungen und Unterstützungen. So können Partnerschaften zwischen Schulen und Unternehmen entstehen. Der lebendige Austausch zwischen Schule und Arbeitswelt führt dabei im Idealfall zu einem besseren Verständnis füreinander.

Mit Bildungslückenfüller können Schulen unkompliziert unterstützt werden. Denn Bildungseinrichtungen, denen Materialien (Laborutensilien, Computer, Farben, Instrumente, u.a.) für einen spannenden und anschaulichen Unterricht fehlen, können ihren Schülern nur schwer Freude und Interesse am Lernen vermitteln. Sind diese Unterrichtsvoraussetzungen gegeben, können die Schüler ihre Begabungen besser verfolgen sowie ihre Interessen entdecken und austesten, um sich mit mehr Erfolg für ihren Eintritt ins Berufsleben zu wappnen. Diese kleinen gesellschaftlichen Investitionen führen daher nachhaltig zu einer besseren Ausbildung von Kindern und Jugendlichen. Sie fördern den Wirtschaftsstandort Deutschland und tragen allgemein zu einer Verbesserung der gesellschaftlichen Situation bei.

Beispielhafte Bildungslückenfüller

Seit Start der Aktion konnten viele fruchtbare Verbindungen hergestellt werden. Einer intensiven und regelmäßigen Berichterstattung in der Berliner Morgenpost folgten 134 Einträge aus Schulen in Berlin in der Daten-

bank für „Bildungslücken“, die ihren Bedarf anmeldeten. Noch übersteigen die Nachfragen die Angebote, doch immer mehr Unternehmen und Firmen bieten branchentypische Materialien oder Dienstleistungen an. So übernahm beispielsweise ein Berliner Umzugsunternehmen den Transport von gespendeten Büromöbeln und half auf diesem Wege rasch und unkompliziert, eine Bildungslücke zu füllen. Ebenso stellte eine große Berliner PR-Agentur mehreren Schulen Bürostühle und Tische zur Verfügung. Die freiwilligen Helfer und Spender werden von Bildungslückenfüller mit der leuchtend rot-gelben Bildungsplakette für ihre Verdienste ausgezeichnet.

Prominente Unterstützer und engagierte Partner

Neben zahlreichen Spendern konnte die Initiative eine Reihe an begeisterten Unterstützern und Kooperationspartnern für sich gewinnen. Dazu gehören Schulfördervereine ebenso wie prominente Unterstützer wie „Tatort-Kommissar“ Dietmar Bär, Michael Stich, Jessica Witte-Winter, Andreas Hahn sowie Prof. Dr. Ulrich van Lith vom Rhein-Ruhr-Institut für Wirtschaft. Weiterhin wird Bildungslückenfüller von diversen Agenturen wie Etwas Neues entsteht, 3 point concepts oder Hill & Knowlton Berlin sowie der Kartserie CARTROPOLIS unterstützt. ■



Kontakt

BILDUNGSLÜCKENFÜLLER gGmbH
Dürerstr. 20
12203 Berlin

Telefon: +49(0)30 - 843 70 826
Telefax: +49(0)30 - 843 03 41
E-Mail: info@bildungslueckenfueller.de
Internet: www.bildungslueckenfueller.de

Unternehmerisches Engagement für Jugendliche

Das Projekt

„10.000 Jugendliche in Ausbildung und Arbeit“

Michael Nagy

In Deutschland sind im Herbst 2005 nach Statistiken der Bundesagentur für Arbeit über 450.000 junge Menschen unter 25 Jahren arbeitslos – die meisten von ihnen verfügen nicht über eine Berufsausbildung, viele nicht einmal über einen Schulabschluss. Über 10 % der jungen Menschen dieses Alters stehen damit bereits am Anfang ihres Berufslebens perspektivlos da. Diese Situation ist für eine Volkswirtschaft mit überalternder Bevölkerung

eine unglaubliche Ressourcen-Verschleuderung und für einen Sozialstaat ein Skandal. Nur gemeinsame Aktionen von Unternehmen und staatlichen Institutionen können für Abhilfe sorgen.

Die SRH Learnlife AG ist eines der großen privaten deutschen Bildungsunternehmen. Sie stellt sich ihrer unternehmerischen Verantwortung, bei der Bewältigung dieser Situation mitzuwirken. Dazu hat sie unter meiner Leitung drei Initiativen gestartet:

- Wir bringen die besten in- und ausländischen Fachleute zur **Arbeitsmarktintegration** auf Symposien und Workshops zusammen und machen deren Vorschläge der Öffentlichkeit zugänglich.¹
- Wir haben gemeinsam mit den Wirtschaftsjunioren Deutschlands den **Fit for Job-Schulpreis** kreiert. Er steht unter der Schirmherrschaft des Deutschen Industrie- und Handelskammertages und der deutschen Wirtschafts- und der Kultusministerkonferenz. Statt auf „kollektive Lehrerschelte“ setzt er auf das Aufzeigen besonders positiver Ansätze im „Unternehmen Schule“. Prämiert werden entsprechend Schulen, die ihre Schüler besonders gut auf Berufsausbildung, Studium und Arbeitsleben vorbereiten und dazu mit den Unternehmen ihrer Region zusammenarbeiten. Mehr als 500 Schulen haben sich in den ersten beiden Jahren beteiligt. Manche Schulkonzepte sind begeistert erfolgreich. Beispielsweise Hauptschulen, die über 70 % der Schüler sofort in Ausbildungsstellen vermitteln können. Sie werden zu unserer großen Freude als „best practice“ aufgegriffen und von anderen Schulen übernommen.
- Wir haben zusammen mit dem erfahrenen E-Learning-Entwicklungsunternehmen e/t/s didaktische Medien GmbH und der Stiftung Grone Schulen aus Hamburg das Projekt **„10.000 Jugendliche in Ausbildung und Arbeit“** gestartet. Es wird im folgenden erläutert:

Es gibt schätzungsweise 100.000 junge Menschen zwischen 18 und 25, die folgendes Problem teilen: Sie haben zwar einen Schulabschluss erreicht, scheitern jedoch von Jahr zu Jahr beim Versuch, einen Ausbildungsplatz zu erhalten. Hierbei spielen Gründe wie schlechte Schulnoten, zu enge Festlegung auf Ausbildungsberufe, Immobilität, mangelndes Selbstvertrauen, immer stärkere Konkurrenz von besseren Schülern (z.B. Abiturienten) – aber auch zurückgehende Ausbildungsneigung von Unternehmen eine wichtige Rolle.

In der Vergangenheit ist häufig versucht worden, diesen Jugendlichen durch schulähnliche Konzepte, etwa Berufsvorbereitungskurse, zu einer Ausbildung zu verhelfen. Aber diese Kurse vermitteln keine oder zu wenig berufliche Praxis. Und viele Jugendliche haben mit der Schule so schlechte Erfahrungen gemacht, dass sie keinesfalls noch einmal „auf die Schulbank“ wollen. Andererseits weisen diese Jugendliche so viele – z.B. sprachliche, mathematische und soziale – Defizite auf, dass sie ohne gezielte Förderung Ausbildungsverhältnisse nicht durchhalten würden.

Genau an diesem Punkt setzt das Projekt „10.000 Jugendliche in Arbeit“ mit einem völlig neuen Förder- und Integrationskonzept an: Junge arbeitslose Ausbildungswillige werden über die Bundesagentur für Arbeit bzw. über Arbeitsgemeinschaften und Optionskommunen gemeldet und von der SRH Learnlife AG und ihren Partnern über ein standardisiertes Profilingverfahren online getestet. Auf dieser Basis wird mit jedem Teilnehmer eine realistische Ausbildungs- und Berufsperspektive erarbeitet. Ebenso wird ein individueller Förderplan für jeden Teilnehmer erstellt.

Die theoriebezogene Förderung erfolgt über computergestützte Lernverfahren mit Hilfe des Internets an einem Tag in der Woche. Über die Lernsoftware der e/t/s didaktische Medien stehen hierbei Förderprogramme (PISA FIT) für praktisch alle schulischen Defizite und Inhalte der ersten Ausbildungsjahre für rund 30 verbreitete Berufe zur Verfügung. Die Teilnehmer

werden durch zertifizierte Teletutoren der SRH Learnlife AG online begleitet. Sie haben außerdem vor Ort einen Casemanager, der sie bei allen Problemen unterstützt und z.B. Trainings zu besserem Sozialverhalten durchführt. Junge Menschen dieser Altersgruppe verfügen heute in aller Regel über gute PC-Kenntnisse und führen einen großen Teil ihrer Kommunikation über das Internet durch. Sie reagieren daher auf das „Lernen über das Netz“ weit positiver als auf schulähnliches Lernen.

Die beschriebene Form des Lernens ermöglicht uns, Jugendliche bundesweit 9 bis 12 Monate auf Ausbildungen in rund 30 Berufen vorzubereiten! Wir haben Industrie- und Handelskammern und Handwerkskammern gefunden, die den Jugendlichen über Teilzertifikate (nach Online-Prüfungen) ihren Lernfortschritt bescheinigen. Dies ist für die Jugendlichen eine wichtige Motivation durch Erfolge und für spätere Ausbildungsplatzsuchen ein entscheidender Vorteil.

Der zweite – praktische – Baustein dieses Konzeptes sind Praktika. In ihnen lernt der Jugendliche die betrieblichen Anforderungen seiner späteren Tätigkeit kennen. Zwar sind diese Praktika für das jeweilige Unternehmen kostenlos, doch stellen wir an sie bestimmte Anforderungen:

- Das Stellen eines Qualifikationsverantwortlichen für den Jugendlichen
- Sein Heranführen an realistische Aufgaben
- Möglichst einen Arbeitsplatz mit PC (wenn nicht möglich, stellen wir ihn).
- Bei Eignung des Jugendlichen möglichst Chance auf einen folgenden Ausbildungsplatz,
- dabei möglicherweise Eingliederung in das zweite Ausbildungsjahr unter Anerkennung der in unserem Vorbereitungsjahr erworbenen Qualifizierungs-Zertifikate.

Das Projekt befindet sich seit dem Sommer 2005 in der Realisierung. Bereits rund 100 Jugendliche absolvieren diese neue Qualifizierungsform und zwar sehr erfolgreich. Dies ist ein ermutigender Start. Wir haben aber das Projekt bewusst „10.000 Jugendliche in Arbeit“ genannt, da wir mit unseren Rahmenbedingung bundesweit so vielen Jugendlichen eine neue Perspektive geben wollen. An Praktikumsplätzen wird dies nicht scheitern! Wir haben – u.a. mit Hilfe von Handwerkskammern und von den Wirtschaftsunioren Deutschland – sehr viele gute Angebote von Praktikumsplätzen. Engpässe liegen zurzeit noch auf der Seite der fördernden Institutionen, deren Förderbestimmungen häufig eine schnelle und unbürokratische Hilfe erschweren. Aber auch hier erleben wir zunehmend Unterstützungsbereitschaft.

Wir sind – zusammen mit den Unternehmen, die Praktikumsplätze angeboten haben – bereit, sofort mit unserem Projekt einen unternehmerischen Beitrag zur Lösung des Problems zu leisten. ■

Anmerkungen

¹ Vgl. z.B. Egle, F.; Nagy, M.: Arbeitsmarktintegration. Gabler 2005.



Kontakt

SRH Learnlife AG
Bonhoefferstrasse 1
69123 Heidelberg

Telefon: +49(0)62 2188-0
Fax: +49(0)6221 88-1143
E-Mail: info@srh-learnlife.de
Internet: www.srh.de

Tradition und Zukunft im Pädagogium

Die IT-College Putbus gGmbH

Gunther Schrader

Die 170-jährige Tradition des Pädagogiums in Putbus als eine Schule hat eine würdige und auch zukunftsweisende Fortführung erfahren. Am Circus werden seit dem 1. September 2002 IT-Spezialisten und junge Fachleute der Softwareentwicklung ausgebildet. Viele Unternehmen unterstützen das IT-College, darunter SUN Microsystems und IBM Deutschland. Urheber dieser Idee sind Putbuser Bürger und Unternehmer. Viel Mut und Idealismus gehörten zur Verwirklichung des Projekts IT-College.

Sun Microsystems ist ein enger Partner des IT-College in Putbus; das gesamte Rechnersystem wurde vom Münchener Unternehmen geliefert. Dar-

über hinaus will Sun das IT-College bei der Konzeption von Lehrveranstaltungen unterstützen und Mitarbeiter für Schulungen entsenden. Auch das Oldenburger Forschungs- und Entwicklungsinstitut OFFIS will seine Fachkräfte in Putbus qualifizieren.

Von der Schule am Circus zu Putbus wird ein Ausbildungsverbund interessierter Unternehmen aus verschiedenen Bereichen der Wirtschaft organisiert, deren Mitarbeiter betriebswirtschaftliches und informationstechnisches Know-how erwerben wollen. Das IT-College ist auch ein Standort für Tagungen und Konferenzen rund um die Themen Informationstechnologie und Management, aber auch für andere Wissensgebiete. Mit dem Spezialthema Open Source hat es sich in ganz Deutschland und darüber hinaus einen Namen gemacht. Open Source, also offene Quelle, wird im IT-Sektor für Systeme verwendet, die ihre Grundlagen öffnen, also für jedermann zugänglich sind. Ein offenes System ist beispielsweise Linux.

Die Weiterbildungen Softwareberater, Fachinformatiker und Java-Programmierer sind bis auf den letzten Platz belegt. Grund für die starke Resonanz ist das in Putbus entstehende IT-Zentrum, in dem sich Softwarefirmen und IT-Dienstleister niederlassen. Mit diesen Weiterbildungen sollen bereits jetzt die späteren Mitarbeiter herangebildet werden. Gerade im Bereich der Softwareberatung und Programmierung haben Firmen wie die CSB-Hanse GmbH und EDV-Service GmbH Garz auf Rügen Bedarf angemeldet.

Am IT-College Putbus werden vor allem folgende Lehrgänge durchgeführt:

- Erstausbildung zum Fachinformatiker Anwendungsentwicklung in privater Trägerschaft
- Weiterbildungen (Softwareberater/ Programmierer)
- Firmenseminare
- Coaching in Migrations- und Softwareprojekten

- Offene Kurse und Seminare für KMU - Abendkurse
- Berufsfrühorientierung an Schulen

Mittel- bis langfristig ist die Entwicklung der Stadt Putbus zum IT-Standort geplant. Dies vollzieht sich derzeit insbesondere durch den Ausbau des Pädagogiums und weiterer Gebäude am Circus Putbus zu einem IuK-Zentrum (Informations- und Kommunikationszentrum der Softwareentwicklung) Rügen. Im Rahmen dieser Entwicklung ist eine Ansiedlung kooperierender Firmen in Putbus sowie weitere Ausgründungen ab dem Jahr 2005 zu erwarten. Mit dem Weiterbildungsangebot des IT-College Putbus soll entsprechendes Personal herangebildet werden, auf das dann zurückgegriffen wird.

Das IT-College Putbus kann seit seiner Gründung auf sehr hohe Vermittlungsquoten verweisen. So konnte ein auf drei Jahre konzipiertes EU-Projekt (Equal) mit jährlich auslaufenden Weiterbildungslehrgängen mit einer Übernahmequote von 84,85 % aufwarten. Auch die Teilnehmer des ersten, im Oktober 2004 beendeten, Weiterbildungslehrganges zum Software Developer Java2, konnten zu 77,78 % in ein Beschäftigungsverhältnis überführt werden. ■



Kontakt

IT-College Putbus gGmbH
Circus 16
18581 Putbus / Rügen

Postanschrift:
Dorfstraße 49, 18581 Kasnevitz/ Rügen

Telefon +49(0)38301- 88 5 20
Fax: +49(0)38301- 88 52 13
E-mail: info@itc-putbus.de
Internet www.itc-putbus.de

Die Autoren

Joachim Bartz ist Geschäftsführer der Gesellschaft für Konzeption und Gestaltung bR in der Bplus Gruppe und Gründungsinitiator der Initiative „Bildungslückenfüller“.

Marie-Luise Dött MdB ist Bundesvorsitzende des Bundes Katholischer Unternehmer e.V.

Prof. Dr. André Habisch ist Professor für Christliche Sozialethik und Gesellschaftspolitik an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Der diplomierte Volkswirt und Theologe leitet das Center for Corporate Citizenship und ist wissenschaftlicher Berater des Bundes Katholischer Unternehmer.

Peter Krominga ist Geschäftsführer der Bundesinitiative „Unternehmen Partner der Jugend“ (UPJ) e.V. und Sprecher der Projektgruppe „Corporate Citizenship“ beim Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE).

Prof. Dr. Michael Nagy ist Vorstandsvorsitzender der SRH Learnlife AG.

Silke Ramelow ist Vorstandsvorsitzende des BildungsCent e.V.

Gunther Schrader ist Geschäftsführer der IT-College Putbus gGmbH.

Dr. Rainer Sprengel ist stellvertretender Direktor des Maecenata Institut für Philanthropie und Zivilgesellschaft an der Humboldt-Universität zu Berlin. **Sabine Reimer** ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Maecenata Institut mit dem Schwerpunkt Corporate Citizenship.

Prof. Dr. Bernhard Vogel, Ministerpräsident a.D., ist Vorsitzender der Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

Hans Wall ist Vorstandsvorsitzender der Wall AG. Die Wall AG beteiligt sich an der Initiative „Wissensfabrik – Unternehmen für Deutschland“. Für sein gesellschaftliches Engagement wurde er unter anderem 2004 mit dem Heinrich-Stahl-Preis der Jüdischen Gemeinde zu Berlin ausgezeichnet.

Tobias Wangermann ist Koordinator in der Arbeitsgruppe Innenpolitik der Hauptabteilung Politik und Beratung der Konrad-Adenauer-Stiftung in Berlin.

Stephan Wilczek ist Geschäftsführer der IMEDIC GmbH. Für sein Engagement wurde er mit dem Unternehmerpreis ZIVIL 2004 der Wirtschaftsjunioren Deutschland ausgezeichnet.

Martin Wilde ist Geschäftsführer des Bundes Katholischer Unternehmer (BKU) e.V. Der BKU hat für seine Aktivitäten im Jahr 2005 das Thema Bildung als Schwerpunkt gesetzt.

Gerrit Witschaß ist Geschäftsführerin der Bundesarbeitsgemeinschaft *SCHULEWIRTSCHAFT*. ■

Kontakt

Tobias Wangermann

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.
Hauptabteilung Politik und Beratung
Arbeitsgruppe Innenpolitik

10907 Berlin

Tel. +49(0)30 2 69 96-33 80
Fax +49(0)30 2 69 96-35 51
Email tobias.wangermann@kas.de
Internet www.kas.de ■

Corporate Citizenship: Ein Leitfaden für das soziale Engagement mittelständischer Unternehmen



Der Leitfaden zeigt neue Wege für das soziale Engagement mittelständischer Unternehmen auf, das zugleich der Gesellschaft als auch einer positiven Unternehmensentwicklung dient. Er wendet sich dabei an mittelständische Unternehmen, die noch keine Experten im Bereich des (strategischen) sozialen Engagements im Gemeinwesen sind.

Folgende Fragen werden beantwortet:

- Um was geht es bei Corporate Citizenship?
- Welche praktischen Beispiele gibt es? Wie können sich Unternehmen gewinnbringend im Gemeinwesen engagieren?
- Warum soll sich mein Unternehmen engagieren? Welchen Nutzen hat soziales Engagement für Unternehmen?
- Wie können Unternehmen und soziale Organisationen zusammenarbeiten? Wie arbeiten soziale Organisationen?
- Welche ersten Schritte hin zu einem strategischen Engagement im Gemeinwesen kann ein Unternehmen gehen?

Bestellung gegen eine Schutzgebühr von € 10,00 zzgl. einer Versandkostenpauschale von € 3,00 bei:

Bundesinitiative "Unternehmen: Partner der Jugend" (UPJ) e.V.

Liniestraße 214, 10119 Berlin

Telefon: 030 2787 406-0, Fax: 030 2787 406-19, Mail: info@upj-online.de