
Medien und Bildung:
Corporate Volunteering in der Personalentwicklung



Protokoll der Sitzung vom 05.06.2009: Übertragbarkeit

Masterseminar im Sommersemester 2009
Dozentin: Sandra Hofhues
Institut für Medien und Bildungstechnologie
Universität Augsburg

Julia Röhrich
Medien und Kommunikation
2. Mastersemester
Matrikelnummer: 896513
Universität Augsburg

Protokoll der Corporate Volunteering-Sitzung 05.06.2009: Übertragbarkeit

Grundlage: Vergleich der erstellten SWOT-Analysen zu den Leuchtturmprojekten

Auf Basis der SWOT-Analysen, die für die Leuchtturmprojekte erstellt wurden, sollte in der Corporate Volunteering-Sitzung vom 05.06.2009 die Übertragbarkeit geprüft und Faktoren/Themen herausgearbeitet werden, die sich für unser Konzept übernehmen bzw. nicht übernehmen lassen. Als Einstieg fasste die Dozentin noch einmal wichtige Punkte zusammen, die wir für die Entwicklung unseres Konzepts im Auge behalten sollten:

1. Das zu entwickelnde Konzept muss immer die *Einbindung der Naturwissenschaften* im Auge behalten. Naturwissenschaften sind das zentrale Thema, für welches Kooperationen mit Schulen und Unternehmen geschlossen werden sollen.
2. Medien spielen eine Rolle. Für unser Konzept sollte der *Medieneinsatz* unbedingt berücksichtigt und sinnvoll eingebunden werden.
3. Hinter bzw. über allem steht der Gedanke des *Corporate Volunteering (CV)*, welches den Rahmen unseres Konzepts bilden soll.

Für eine bessere Lesbarkeit und Übersichtlichkeit des Protokolls werden nun die einzelnen Faktoren, die in der Sitzung erarbeitet wurden, nach Themen sortiert beschrieben und dargestellt.

In der Tabelle ein Überblick über die Faktoren bzw. Themen:

Faktoren / Themen	Kurzbeschreibung
1. Koordination / Passung	Wichtig sind Personen oder Abteilungen, die für die Koordination des CV-Engagements zuständig sind. Zudem muss auf eine Passung von Schulen und Unternehmen geachtet werden.
2. Schultypen	Für das Konzept muss genau begründet und durchdacht werden, welche Schultypen mit dem Konzept angesprochen werden sollen.
3. Schulzüge / Curriculum	Sprachlich vs. Naturwissenschaftlich – eine begründete Entscheidung muss getroffen werden. Zudem muss eine Abgleichung des Projekts mit dem Curriculum erfolgen.
4. Austausch / Vernetzung	Hier geht es um die Vernetzung der Projektpartner untereinander und darum, wie der Austausch organisiert sein könnte.
5. Wettbewerbsgedanke	Dieser Punkt ist zu diskutieren und muss entschieden sowie begründet werden.
6. Zeit	Sowohl auf Seiten der Schulen, als auch auf Seiten der Unternehmen ist die Zeit ein zentraler Faktor, der in die Planung und Konzeption eines solchen Projekts eingebracht und durchdacht werden muss.
7. Medieneinsatz	Zentrales Projektziel ist es, Medien sinnvoll in das Konzept einzubinden, weswegen nach Lösungen und Möglichkeiten gesucht werden muss.
8. Begleitforschung / Pilotgedanke	Hierbei muss überlegt werden, in welcher Form und wie das Projekt wissenschaftlich begleitet wird und ob es ein Pilotprojekt geben soll.
9. Inhalte	Auch zu überlegen und mit zu bedenken sind die Inhalte, die vermittelt werden sollen, bzw. die Anbindung der Inhalte sowohl an die Curricula als auch an die Aufgabenfelder der beteiligten Unternehmen.
10. Bausteingedanke	Im Seminar erarbeiteten wir die grobe Idee eines modular aufgebauten Bausteinprinzips, welches die gesamte Schulzeit umfasst und Unternehmen die Möglichkeit zu langfristigem und kurzfristigem CV-Engagement bietet.

Abb. 1: Übersicht: Faktoren und Themen mit Kurzbeschreibung

1. Koordination / Passung

Für ein gelungenes CV-Konzept muss ein Koordinator oder Ansprechpartner in den Schulen und Unternehmen bereitstehen. Das bewährte sich auch in den Leuchtturmprojekten (hier vor allem zu nennen: Mentoring-Programm der Deutschen Bank). Risikoreich ist jedoch ein zu personengebundenes CV-Konzept, wie die SWOT-Analyse des Projekts „Roberta“ ergab. In den Unternehmen sollte auf eine strategische Auswahl der Mitarbeiter sowohl für die Koordination als auch für die Teilnahme geachtet werden. Personalentwicklung und Unternehmenskultur sind hierbei wichtige Denkrichtungen. Auch die Auswahl der Schulen und der Ansprechpartner dort ist von zentraler Bedeutung und kann entscheidend zum Erfolg des CV-Engagements beitragen. Bei der Passung von Unternehmen und Schulen ist in unserem Fall vor allem auf die naturwissenschaftliche Komponente der Unternehmen zu achten, da Know-how in diesem Bereich Gegenstand des CV-Engagements sein soll. Bei der Koordination ebenfalls zu bedenken ist das Sprachniveau bzw. die Sprachbarrieren bei SchülerInnen mit Migrationshintergrund, was ebenfalls aus der SWOT-Analyse des Mentoring-Programms der Deutschen Bank hervorging.

2. Schultypen

Eine weiterer Faktor, der während der Sitzung ausführlich diskutiert wurde, waren die Schultypen. Soll es sich um ein schulübergreifendes Konzept handeln oder soll das Konzept nur für einen Schultyp konzipiert sein? Hierbei sind verschiedene Probleme und Chancen anzuführen: Eine Förderung und Integration kann beispielsweise stattfinden, wenn ein schulübergreifender Ansatz verfolgt wird. Anders bei einem Konzept, welches sich auf einen Schultyp beschränkt, könnte ein schulübergreifender Ansatz dazu beitragen, stereotypische Vorurteile gegenüber SchülerInnen anderer Schultypen in den Köpfen der Schüler abzubauen. Der „Kästchendenken“-Mentalität könnte eventuell etwas entgegengewirkt werden. Eine wichtige Überlegung ist, sich gerade auch den Hauptschüler zu widmen. Fördern und Fordern kann hier großes Potential wecken, was vielleicht durch eine frühe Resignation durch die Aufteilung auf verschiedene Schularten in unserem Schulsystem „verschüttet“ wurde. Hauptschüler werden zum Teil erst durch die öffentliche Wahrnehmung zu „den Hauptschülern“, mit denen Gymnasiasten oftmals nichts zu tun haben wollen, wie man aus eigener Erfahrung beobachten konnte. Macht man sich jedoch die Mühe, die Menschen hinter den Schultypen in den Blick zu nehmen, lassen sich dort oftmals unvermutete Gemeinsamkeiten entdecken. Es ist zu vermuten, dass durch die Dreiteilung unseres Schulsystems junge Menschen zu früh in Raster gepresst werden, aus denen sie sich dann immer schwerer befreien können. Die Schule formt in gewisser Weise die Identität und trägt auch zu der Entwicklung eines Selbstbildes bei, welches stark von dem besuchten Schultyp geprägt wird. Würde man die Schultypen zusammenbringen, könnte im optimalen Fall ein Mehrwert durch einen fruchtbaren Austausch von Ideen und Können auf verschiedenen Gebieten entstehen. Auch die Stärken der einzelnen Schultypen könnten gezielt genutzt werden, so zum Beispiel eine praktische bzw. theoretische Herangehensweise.

Problematisch ist jedoch, dass es Leistungsunterschiede gibt, die nicht wegzudiskutieren sind, und die bei einem schulübergreifenden Ansatz bedacht werden müssen. Dem Problem der unterschiedlichen Leistungsniveaus ist zudem nur durch immensen Aufwand beizukommen, da für alle Niveaus entsprechende Aufgaben bereit gestellt werden müssten. Schüler mit einem niedrigen Leistungsniveau fühlen sich sonst schnell überfordert, Schüler mit einem hohen Leistungsniveau unterfordert, was die Akzeptanz des Projekts schnell sinken lassen würde. Nicht zu unterschätzen sind zudem die sozial-gesellschaftlich bedingten Barrieren, die in den Köpfen der Schüler allein durch

ihre Herkunft bestehen. Was veraltet klingt, ist in der Realität oftmals an der Tagesordnung und auch häufig ein Grund dafür, dass Kooperationen zwischen verschiedenen Schularten „an den Mauern in der Köpfen“ der Schüler scheitern. Auf beiden Seiten begegnet man dem höheren bzw. niedrigeren Schultyp oft mit Vorbehalten und Vorurteilen, die die Kluft zwischen den Schultypen aufrecht erhält. Dagegen aktiv vorzugehen wäre eine bahnbrechende und wichtige Aufgabe, die jedoch auch dementsprechend schwierig und komplex ist. Schule ist an vielen Orten noch nicht so weit, aber ohne Visionen wird sich auch in diesem Bereich nichts ändern. Hierbei ist auch die Zielformulierung des Konzepts entscheidend: Sollen die Schüler lernen, was hinter den Dingen steckt (Ganz nach dem Motto „Warum gibt es einen Regenbogen?“) oder soll eine generelle Neugier für technische Berufe entwickelt und angestachelt werden, indem auch stark berufsbezogen im Projekt gearbeitet wird. In letzterem Fall ist gerade auch die Hauptschule oder die Realschule eine geeignete Zielgruppe. Ein gewecktes Interesse kann eventuell die Motivation fördern, einen höheren Bildungsweg einzuschlagen.

3. Schulzüge / Curriculum

Unter diesem Faktor wird nun die Diskussion über die einzelnen *Schulzüge* zusammengefasst. In Gymnasien müssen sich die Schüler meist in der Klassenstufe sieben oder acht für einen naturwissenschaftlichen oder einen sprachlichen Zug entscheiden. In der Realschule sind das Pendant entsprechende Wahlbereiche. Prinzipiell stellt sich jedoch die Frage, ob man diejenigen fördert, die schon naturwissenschaftsaffin sind, oder ob man versucht diejenigen neugierig zu machen, die bislang keine Neigung in diesem Gebiet zeigen. Für unser Konzept sollten wir uns genaue Gedanken über eine Spezifikation der Zielgruppe machen. Auch mit einzubeziehen ist das Selbstbild, welches die SchülerInnen von sich haben – je nachdem in welchen Schulzug sie sind. Da die Teilung in naturwissenschaftlichen und sprachlichen Zug meist erst in der 7. /8. Klasse erfolgt, wäre eine Projektdurchführung *vor* dieser Teilung sinnvoll, da man so höchstwahrscheinlich bessere Chancen hätte, eine Affinität „zu steuern“ bzw. Naturwissenschaften zu beliebten Schulfächern oder Berufszielen zu machen. Nach der Aufteilung in Schulzüge ist es schwierig bis unmöglich ins andere „Lager“ zu wechseln – zumindest während der Schulzeit. Daraus würde sich eine Zielgruppe der 5. und 6. Klässler ergeben. Daran schließt sich sehr schnell die Frage nach einer Überforderung an. Als Kompromiss könnten die sechsten Klassen gewählt werden. In der sechsten Klasse dürften die Schüler den Schulwechsel auf die weiterführende Schule soweit verkraftet haben, und könnten sich mit einem Projekt beschäftigen (Wenn die Inhalte und Anleitungen an die Altersgruppe angepasst sind!). Zudem kann angebracht werden, dass die SchülerInnen in Baden-Württemberg schon ab der fünften Klasse das Fach „Naturwissenschaftliches Arbeiten“ in den Realschulen, und ein Fach namens „Naturphänomene“ in den Gymnasien im Stundenplan haben. Vorteil dieser Altersgruppe wäre, dass die Schüler oftmals noch sehr begeisterungsfähig sind und spielerisches Lernen auf großen Zuspruch stößt.

Bei dem Thema *Curriculum* kommt es darauf an, auf welche Bundesländer man sich mit dem Konzept spezialisieren würde. Bei einer bundesweiten Durchführung besteht das Problem, dass Bildung Ländersache ist, und jedes Bundesland andere Curricula hat. Diese Tatsache muss unbedingt in die Projektüberlegungen miteinbezogen werden. Eine Möglichkeit wäre, sich zunächst nur auf Bayern zu beschränken, um mit einem einheitlichen Bildungssystem arbeiten zu können.

4. Austausch Vernetzung – Das „System“ des Konzepts

In dem Schaubild sind die beiden großen Projektzielgruppen dargestellt: Schulen und Unternehmen. Der Austausch zwischen den „Systemen“ müsste über Personen und/ oder über eine Plattform erfolgen, die gleichzeitig als Wissensmanagement-Tool eingesetzt werden könnte. Zudem bräuchte man eine Dachorganisation, die sich um die Gesamtorganisation kümmert.

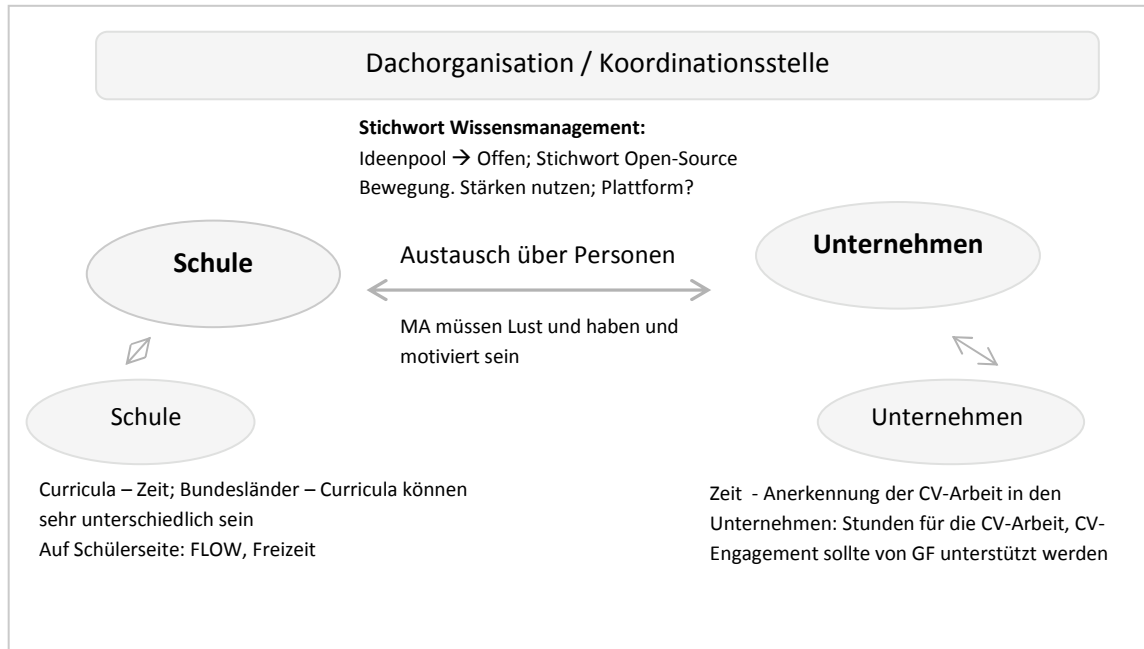


Abb. 2: System des Konzepts – der Vernetzungsgedanke

5. Wettbewerbsgedanke

Prinzipiell muss sich darüber Gedanken gemacht werden, ob das Konzept einen Wettbewerb beinhalten oder ob das Projekt an sich ein Wettbewerb sein soll. Einerseits ist dabei zu bedenken, dass durch eine Wettbewerbssituation immer die Gefahr besteht, dass Teams oder Schüler ausgegrenzt werden. Andererseits kann ein Wettbewerb auch motivieren und die einzelnen Teams anspornen, bessere Leistungen zu erbringen. Allgemein sollte bei einem Wettbewerb immer die Frage nach dem Ziel im Vordergrund stehen, was eng mit der Themenwahl des Wettbewerbs zusammenhängt. Ein Beispiel ist ein Wettbewerb zum Thema Umweltschutz, bei dem die Schüler in Zusammenarbeit mit den Unternehmen ein Konzept entwickeln könnten, mit dem nachhaltig etwas für den Umweltschutz getan werden kann.

6. Zeit

Die für das potenzielle Projekt verfügbare Zeit ist ein sehr wichtiger Faktor, der bei einem CV-Konzept immer eingeplant werden muss. Ein integriertes Konzept (sowohl auf Schul- als auch auf Unternehmensseite) ist erstrebenswert, bei dem sich das Projekt in den normalen Alltag eingliedert und keinen Ausnahmezustand produziert. Optimal wäre es, wenn die Projektzeit nicht nur von der privaten Zeit von Unternehmensmitgliedern und Schülern bzw. Lehrern abgehen würde, da das die Motivation und die Bereitschaft eindeutig mindert. Zeit sollte bei einem solchen Konzept auf allen Ebenen mitgedacht werden. Am Beispiel **business@school** wird deutlich, dass das Projekt für

Schüler, Lehrer und Unternehmensmitarbeiter einen großen Zeitaufwand bedeutet, der eingeplant werden muss. Auch nimmt ein solches Projekt großen Raum im Schulleben ein. Fächerübergreifende Projekte und Blöcke würden sich anbieten, da mehr „Zeit am Stück“ für die Projektarbeit verwendet werden könnte. Das lässt sich jedoch im normalen Schulleben nur schwer realisieren. Auch denkbar wäre ein klassen- oder stufenübergreifendes Projekt, bei dem jedoch die Stundenplanpassung und die damit einhergehenden möglichen Komplikationen beachtet werden müssen.

7. Medieneinsatz

Da das Konzept auch den Umgang mit Medien integrieren soll, ist der Medieneinsatz ein wichtiger Diskussionspunkt. Für die Software, die man eventuell für den Medieneinsatz benötigt, muss der Kostenfaktor ermittelt werden. Open-Source-Programme bieten sich an, da die Kostenfreiheit gerade im Schulbereich oft Barrieren senkt. Wie und welche Tools für den Austausch untereinander genutzt werden können und wie die Schüler zu Social-Software-Anwendungen stehen, sind Fragen, die geklärt werden müssen. Dabei ist klar, dass das Internet und der Computer inzwischen integraler Bestandteil des Alltags der meisten Jugendlichen ist.

Laut der *JIM-Studie* (2008) nutzen 97 Prozent der 12- bis 19-Jährigen mindestens einmal im Monat einen Computer und ebenso viele nutzen zumindest selten das Internet. Die Schulbildung ist dabei keine entscheidende Größe. Sowohl die Offline-Arbeit für die Schule erfolgt am Computer als auch Freizeitaktivitäten wie das Spielen von Computerspielen oder das Verwalten von Musik. 62 Prozent der 12- bis 19-Jährigen gehen täglich online, 22 Prozent mehrmals in der Woche. In dem Diagramm (Abb.3) sind die Internet-Aktivitäten der Jugendlichen aufgeführt (JIM-Studie, 2008, S. 49).

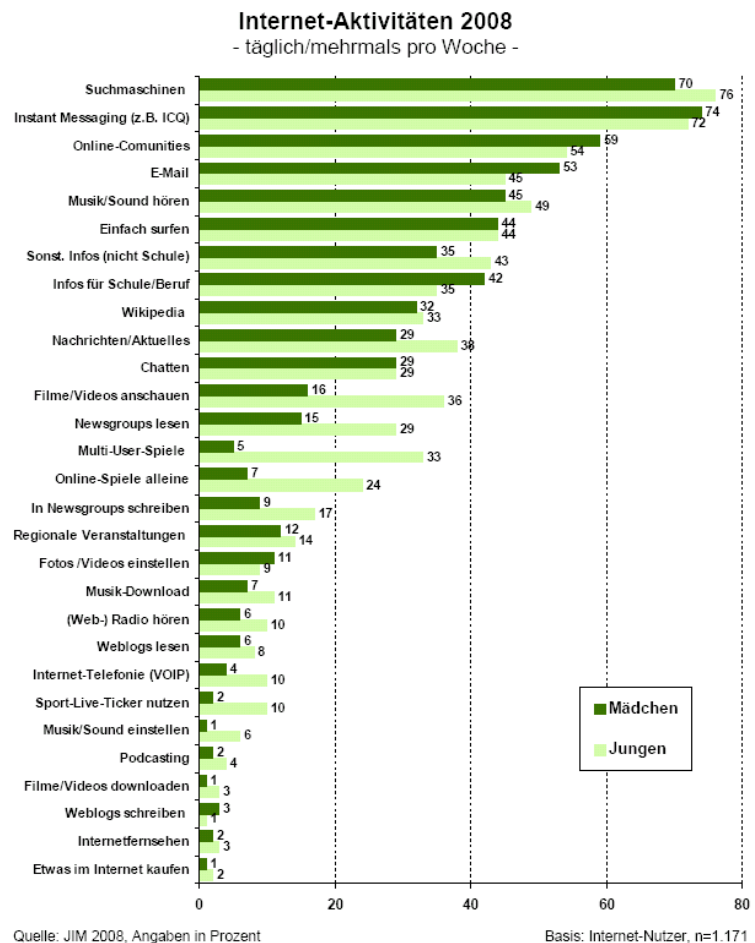


Abb. 3: JIM-Studie 2008: Tabelle Internet-Aktivitäten. S. 49.

8. Begleitforschung / Pilotgedanke

Für die wissenschaftliche Begleitung müsste von Beginn an ein begleitendes Evaluationskonzept bereitgestellt und konzipiert werden. Eine Überlegung wäre, das Projekt zunächst in einer Laufzeit von drei Jahren gezielt „auszuprobieren“, und mit einem „Probelauf“ bzw. einer Pilotphase in mehreren Jahrgängen Erfahrung auf dem Gebiet zu sammeln. Durch stetige Evaluation können Best Practices herausgearbeitet werden, die eine optimale Wissensmanagementfunktion erfüllen können. Von kleinen funktionierenden Einheiten, könnte dann auf eine größere Anzahl an Schulen bzw. Unternehmen aufgestockt werden. Durch gute Evaluationsergebnisse ließen sich nach einer Pilotphase eventuell weitere Unternehmen werben.

9. Inhalte

Welche Inhalte mit und in dem Konzept vermittelt werden sollen ist eine zentrale Frage bei den ersten Gedanken zu der Konzeptentwicklung. Allgemein ist zu sagen, dass man – um Überforderung zu vermeiden - mit einbeziehen muss, dass Projektarbeit an sich schon ein sehr intensives Erlebnis ist. Hinzu kommt, dass die Erfahrung mit Unternehmen bzw. Unternehmensvertretern zusammenzuarbeiten, für die meisten Schüler wahrscheinlich eine komplett neue Erfahrung ist. Die Aufgabenstellungen müssen auf die Zielgruppe abgestimmt sein. Optimal wäre eine Vernetzung mit dem didaktischen Material, welches im Rahmen des Projekts „Naturwissenschaften entdecken“¹ erarbeitet wurde. Schultypenübergreifende Aufgabenstellungen sind nur sehr schwer realisierbar, wären jedoch eine Neuheit, die das Bildungssystem brauchen könnte. Eine Möglichkeit wäre ein gemeinsames Dach für das Projekt zu haben, zu welchem es Einzelbausteine – sowohl zeitlich als auch schultypenmäßig - gibt. Die Projektarbeit sollte, wenn irgend möglich, in den Schulalltag integriert werden. Die Trennung zwischen Projektarbeit und Schulleben sollte nicht zu starr sein, da es sonst zu Ausnahmesituationen und Frustrationen kommen kann.

10. Bausteingedanke

Optimal ist es, die gesamte Schulzeit eines Schülers mitzudenken und eine Betreuung über die Zeit in das Projekt zu integrieren. Nach dem Schulwechsel kann relativ früh (5./6. Klasse) ein erstes Projekt starten, welches ein Einstieg ist, und Neugier wecken kann. Das wäre dann, modularisiert gesprochen, der erste Baustein bzw. das *erste Modul* des Schul- und des Unternehmensengagements. Das *zweite Modul* könnte dann einige Klassenstufen höher als Vertiefung bzw. als Spezialisierung durchgeführt werden. Als *drittes Modul* könnte eine Anbindung an schon bestehende Projekte oder auch Wettbewerbe eingebracht werden.² Synergien könnten damit genutzt werden und strategisch betrachtet, wäre es eventuell gut, sich mit anderen, vom BMBF geförderten Projekten zu vernetzen (Heute wird die Arbeit der „Jugend forscht“- Geschäftsstelle in Hamburg vom Bundesministerium für Bildung und Forschung finanziert). Das *vierte Modul* würde

¹ Homepage: „Naturwissenschaften entdecken“, URL: <http://www.naturwissenschaften-entdecken.de/ne-start.php> [Letzter Zugriff: 13.07.09]

² Dazu vgl. Projekt „Roberta“ des Fraunhofer Instituts. Im Rahmen des Projekts ist eine Teilnahme am Robocup-Wettbewerb für die Schüler möglich. Für das Thema des Konzepts würde sich ebenfalls eine Anbindung an naturwissenschaftliche Wettbewerbe anbieten (z.B. „Jugend forscht“ <https://www.jugend-forscht.de/index.php/article/detail/1> [Letzter Zugriff: 13.07.09]).

dann direkt in ein Mentoring-Programm übergehen, welches die SchülerInnen bei dem Einstieg in das Berufsleben abholt. Ein enger Kontakt mit den Unternehmen kann hier von großem Vorteil sein.

Das Schaubild gibt einen groben Überblick, wie sich ein solches Bausteinprojekt gestalten ließe. Wichtig ist, dass die gesamte Schulzeit der Schüler mitgedacht wird.

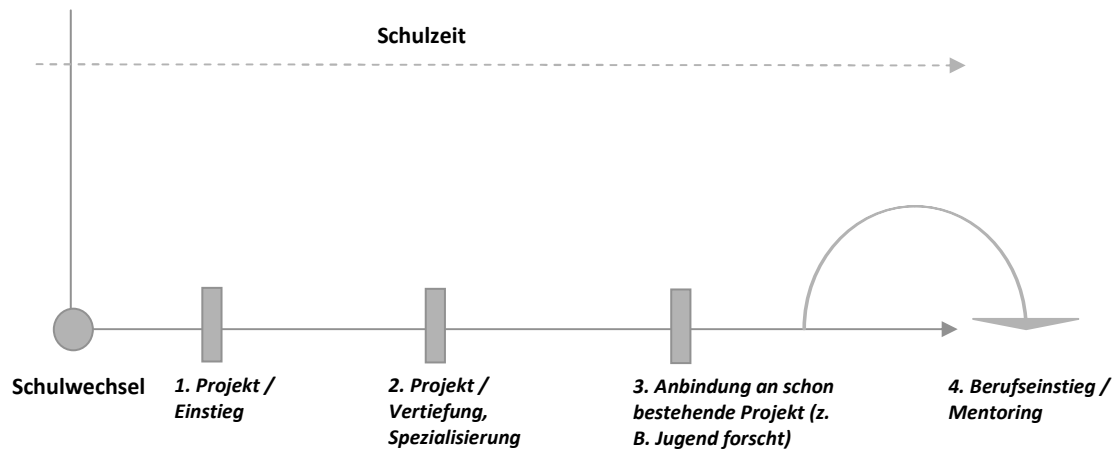


Abb. 4: Überblick über das Bausteinprojekt

Ein solches Bausteinprojekt bietet die Chance, dass sich Unternehmen sowohl lang- als auch kurzfristig engagieren könnten. Für die Schulen und Unternehmen bestünde die Möglichkeit, entweder „alles zu buchen“ (hängt auch stark davon ab, ob sich beispielsweise ein Unternehmen findet, welches regional stark vernetzt ist, und sich gerne langfristig in einer örtlichen Schule engagieren würde) oder nur einzelne Bausteine zu übernehmen. Hierbei ist auch die Kostenfrage einzubeziehen. Wichtig ist eine gute Vorbereitung und Werbung in Schulen und Unternehmen. Vor allem in Schulen besteht ein großes Angebot an „tollen Projekten“ die man machen könnte, die aber sehr viel Zeit und Engagement brauchen. Hier müsste man das Projekt gut „verkaufen“ bzw. an die LehrerInnen bringen. Die Langfristigkeit kann durchaus ein Problem darstellen, da Unternehmen gerade in der heutigen wirtschaftlichen Situation oftmals nicht über Jahre planen können / wollen. Deswegen wäre es auf jeden Fall sinnvoll, in dem Konzept auch Komponenten für kurzfristiges Engagement aufzunehmen.

Quellen

JIM Studie (2008): Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf08/JIM-Studie_2008.pdf [Letzter Zugriff: 13.07.09]