



# GründerKlasse

Infoletter für mehr Unternehmergeist in der Schule

Mittelstandspolitik, Existenzgründungen, Dienstleistungen



Ausgabe 6:

## Kooperationen Unternehmen – Schule

### Inhalt

Unternehmer in die Schulen – und Schüler in die Unternehmen! .....	2
Kooperationen Unternehmen – Schule .....	2
Kooperationsformen .....	3
Leitfaden Betriebserkundung.....	5
Leitfaden Vortrag/Befragung .....	6
Kooperationskontakte knüpfen.....	7
Kooperationsvertrag .....	8
Praxistipps .....	9
Praktische Erfahrungen statt Theorie .....	11
Service .....	12

## Unternehmer in die Schulen – und Schüler in die Unternehmen!



Moderne Volkswirtschaften brauchen Existenzgründer, die die Geschäftswelt mit neuen Ideen durcheinanderwirbeln. Gerade das rohstoffarme Deutschland ist auf diese Impulsgeber für Innovationen und Wachstum angewiesen.

Doch schon demografiebedingt wird es hierzulande im Jahr 2050 über eine halbe Million Unternehmer weniger geben. Zudem gehen viele Gründer schlecht vorbereitet an den Start. 43 Prozent aller, die sich von der IHK zu ihrer Gründung beraten lassen, haben keine klare Geschäftsidee.

Die Saat für kreative Start-ups wird in der Schule gelegt. Wir wollen deshalb mehr Schülerinnen und Schüler für Unternehmertum und berufliche Selbständigkeit gewinnen. Das Thema „Unternehmertum“ gehört als fester Bestandteil in die schulischen Lehrpläne.

Wer könnte besser für den Beruf „Unternehmer“ werben als die Unternehmer selbst? Chefs als Vorbilder „zum Anfassen“ wecken bei Schülerinnen und Schülern die Neugierde und lassen das Unternehmensein realistisch erscheinen. Die Kooperationen von Unternehmen, Kammern und anderen Wirtschaftsorganisationen mit Schulen sind dabei wichtige Bausteine. Also: Unternehmer in die Schulen – und Schüler in die Unternehmen!

Dr. Martin Wansleben, Hauptgeschäftsführer des Deutschen Industrie- und Handwerkskammertags.

## Kooperationen Unternehmen – Schule

### Kooperations-Vorteile für Schule

Aus Sicht der Schule sind Praxiskontakte mit Unternehmerinnen und Unternehmern ein wichtiger Baustein der „Entrepreneurship Education“, der „Gründerlehre“. Sie soll nicht etwa jede Schülerin und jeden Schüler in die berufliche Selbständigkeit führen. Sie kann Schülerinnen und Schülern vielmehr

- eine Vorstellung davon vermitteln, was es heißt, Unternehmer/-in zu sein;
- Schülerinnen und Schülern ein realistisches Bild vom Unternehmer/von der Unternehmerin und seinem/ihrer Arbeitsalltag vermitteln;
- Unternehmer/-innen als Vorbilder präsentieren;
- Interesse an wirtschaftlichen Zusammenhängen wecken;
- unternehmerisches Denken und Handeln fördern;
- theoretisches und praktisches Wirtschafts- und Unternehmenswissen konkretisieren;
- Schüler/-innen dabei unterstützen, sich für einen späteren Beruf (vielleicht sogar für die Selbständigkeit) zu entscheiden.

### Kooperations-Vorteile für Unternehmen

Auch Unternehmen haben mancherlei Nutzen durch die Zusammenarbeit mit Schulen. Sie erschließen sich dadurch Vorteile (vor allem im Rahmen längerfristiger Partnerschaften), die sie auf andere Art nicht oder nur schwer erlangen könnten, z. B.:

- Kontakte zu den Jugendlichen und zukünftigen Arbeitskräften zu knüpfen,
- Einblicke in den schulischen Alltag und in die Lebenswelt der Jugendlichen zu gewinnen,
- die eigene Tätigkeit vorzustellen,
- einem Mangel an Ausbildungsplatzbewerbern entgegenzutreten,
- qualifizierten Nachwuchs an das Unternehmen zu binden,
- Bildungsinhalte mitzugestalten,
- größeren Einfluss auf die Ausbildungsreife künftiger Auszubildender zu gewinnen,
- das Image ihres Unternehmens positiv zu beeinflussen,
- soziales Engagement zu dokumentieren,
- von der Glaubwürdigkeit zu profitieren, die Schulen in der Kommunikation mit Schülerinnen und Schülern, Eltern und der Öffentlichkeit entgegengebracht wird.



## Kooperationsformen

Der Aufwand für Kooperationen mit Schulen ist flexibel gestaltbar und variiert: je nachdem, was man als Unternehmen anbietet und für welchen Zeitraum die Kooperation gedacht ist.

### Betriebsbesichtigung

- Fachlicher Aufwand: gering
- Zeitlicher Aufwand inklusive Vorbereitung: gering
- Externe Hilfestellung: keine

Viele Unternehmen bieten standardisierte Betriebsbesichtigungen an. Ihr Ablauf ist oft vorstrukturiert und auch für Gruppen mit unterschiedlichen Anliegen trotzdem gleich. Für Unternehmen geht es in diesen Fällen um einen öffentlichkeitswirksamen Auftritt. Die didaktischen Anforderungen der Besuchergruppe spielen dabei in aller Regel keine Rolle. Lehrkräfte haben auf derartige Betriebsbesichtigungen kaum methodischen Einfluss. Aus Sicht der Schule geht es bei Betriebsbesichtigungen in erster Linie um Informationsbeschaffung. Schülerinnen und Schüler bleiben eher passiv und können – in Grenzen – beobachten, befragen, protokollieren, fotografieren usw. Die gewonnenen Informationen werten sie später im Unterricht aus. Tipp: standardisierte Betriebsbesichtigungen (so weit wie eben fachlich und zeitlich möglich) auf die Belange der Lerngruppe zuschneiden.

### Betriebserkundung

- Fachlicher Aufwand: gering
- Zeitlicher Aufwand inklusive Vorbereitung: mittel
- Externe Hilfestellung: s. Praxistipps

Bei einer Betriebserkundung sollen Schülerinnen und Schüler sich die unternehmerische Wirklichkeit selbst erschließen. Dabei gehen sie von bestimmten Frage- bzw. Problemstellungen aus. Dazu haben sie im vorbereitenden Unterricht mit ihren Lehrpersonen Hypothesen zu bestimmten Sachverhalten aufgestellt (beim Thema „Unternehmergeist“ z. B. zu den Aufgaben und Tätigkeiten der Unternehmerin/des Unternehmers im Betrieb). Die Betriebserkundung dient dazu, im Rahmen einer mehrstündigen Exkursion den Frage- oder Problemstellungen in der Praxis nachzugehen und die aufgestellten Hypothesen zu überprüfen.

Zur Vorbereitung wird sich in aller Regel die betreuende Lehrperson an das Unternehmen wenden und sich inhaltlich abstimmen. Zudem wird bei der Vorbereitung festgelegt, wie genau die Erkundung stattfinden soll bzw. kann:

- **Entweder als Gesamterkundung:** Hier wird eine ganze Klasse gemeinsam durch den Betrieb geführt. Das bedeutet: Es ist nur ein Führer erforderlich, alle Schülerinnen und Schüler hören und sehen das Gleiche. Organisatorisch ist die Gesamterkundung die einfachste Form der Betriebserkundung.
- **Bereichserkundung:** Eine ganze Klasse erkundet einen bestimmten Bereich des Betriebes, z. B. die Produktion, die Verwaltung, das Warenlager usw. Variante: Verschiedene Schülergruppen kümmern sich um verschiedene Betriebsbereiche.
- **Aspekterkundung:** Sie ist eine etwas aufwändigere Form der Betriebserkundung, bei der der Betrieb unter verschiedenen Aspekten „erforscht“ wird.

### Betriebspraktikum bzw. Unternehmerpraktikum

- Fachlicher Aufwand: mittel
- Zeitlicher Aufwand inklusive Vorbereitung: mittel
- Externe Hilfestellung: Fachlehrer/-in

Im Rahmen eines Praktikums lernen Schülerinnen und Schüler einzeln für einen begrenzten Zeitraum das Unternehmen kennen. Sie benötigen einen oder – wenn sie verschiedene Abteilungen/Bereiche durchlaufen – mehrere „Kümmere“ im Unternehmen. Ziel eines „klassischen“ Betriebspraktikums ist es, die Realitäten beruflicher/betrieblicher Tätigkeiten handelnd zu erfahren und dabei wenn möglich auch die Bedingungen einer späteren Ausbildung kennenzulernen. Bei einem speziellen Unternehmerpraktikum können Schülerinnen und Schüler eine Unternehmerin oder einen Unternehmer während ihres Arbeitsalltags begleiten: bei Teambesprechungen, Geschäftskontakten oder Vorstellungsgesprächen. Ziel eines Unternehmerpraktikums ist, den Arbeitsalltag einer Unternehmerin oder eines Unternehmers sowie ihre Aufgabenstellungen und Pflichten hautnah zu erleben.

### Schulbesuche/Expertengespräch

- Fachlicher Aufwand: mittel
- Zeitlicher Aufwand inklusive Vorbereitung: mittel
- Externe Hilfestellung: s. Praxistipps

Unternehmerinnen oder Unternehmer können Schülerinnen und Schüler im Unterricht besuchen und sich als kompetente Gesprächspartner zur Verfügung stellen, indem sie über ihre Aufgaben und ihren unternehmerischen Alltag berichten. Ein solches Gespräch – oder auch ein Interview mit einer Schüler-

gruppe – kann aber ebenso extern stattfinden, beispielsweise anlässlich einer Betriebserkundung oder bei der Betreuung oder Patenschaft für eine Schülerfirma.

#### Lehrerbetriebspraktikum

- ➔ Fachlicher Aufwand: mittel
- ➔ Zeitlicher Aufwand inklusive Vorbereitung: mittel
- ➔ Externe Hilfestellung: keine

Das Lehrerbetriebspraktikum ist eine Fortbildungsveranstaltung für Lehrkräfte, um diesen einen vertiefenden Einblick in die (regionale) Arbeits- und Wirtschaftswelt zu vermitteln und ihr Fachwissen „durch eigene praktische Anschauung“ zu vertiefen. Als Unternehmerin oder Unternehmer bekommt man umgekehrt einen Einblick in die Arbeit der Schule und in die Unterrichtsinhalte. Dabei ergibt sich nicht selten die Gelegenheit, Vorschläge zur Mitgestaltung der Unterrichtsinhalte und Unterrichtsmaterialien einzubringen.

#### Fortbildungsseminare

- ➔ Fachlicher Aufwand: hoch
- ➔ Zeitlicher Aufwand inklusive Vorbereitung: hoch
- ➔ Externe Hilfestellung: ggf. Schulleitungen, Fortbildungsseminare der Länder

Unternehmen können auch Fortbildungsseminare anbieten. An solchen Firmenseminaren können einzelne Lehrerinnen und Lehrer oder ganze Schulkollegien teilnehmen. Mögliche Seminarthemen: Zeitmanagement, Führen und Zusammenarbeiten, Teambildung, Konzepte zur Personalentwicklung, Mitarbeitergespräche führen, Budgetierung, Berufsorientierung, Anforderungen an Auszubildende.

#### „Neue Lernorte“ im Unternehmen

- ➔ Fachlicher Aufwand: hoch
- ➔ Zeitlicher Aufwand inklusive Vorbereitung: hoch
- ➔ Externe Hilfestellung: Kammern und Verbände

Unternehmen können auch „neue Lernorte“ schaffen: z. B. ein Labor oder eine Lernwerkstatt. Diese können sie Schulen für den Fachunterricht anbieten. In Labor oder Lernwerkstatt können Unternehmen anschaulich zeigen und nachvollziehen lassen, welche Tätigkeitsschwerpunkte im Unternehmen überwiegen, welche Arbeitsprozesse es gibt und welchen fachlichen Hintergrund diese haben. In Zusammenarbeit mit Fachlehrern können Mitarbeiter des Unternehmens als Experten für das jeweilige Thema eingesetzt werden.

#### Schülerfirmen

- ➔ Fachlicher Aufwand: mittel
- ➔ Zeitlicher Aufwand inklusive Vorbereitung: mittel
- ➔ Externe Hilfestellung: Kammern und Verbände

An vielen Schulen werden heutzutage Schülerfirmen gegründet und betrieben. Dabei werden Schülerinnen und Schüler meist aufgefordert, sich Unterstützung von ortsansässigen Unternehmen zu verschaffen. Von „echten“ Unternehmerinnen und Unternehmern sollen sie praxisnahe Einblicke in den Umgang mit Kunden, Marketing, Buchhaltung usw. bekommen.

#### Patenschaften

- ➔ Fachlicher Aufwand: mittel
- ➔ Zeitlicher Aufwand inklusive Vorbereitung: hoch
- ➔ Externe Hilfestellung: Kammern und Verbände

Ein wichtiger Erfolgsfaktor für gelingende Kooperationen zwischen Unternehmen und Schule ist: Zeit. Das bedeutet: Längerfristige Patenschaften (zu einem Thema, mindestens ein Jahr) sind effektiver als punktuelle Begegnungen.

Quelle: Schule braucht Wirtschaft – Schüler/innen suchen Experten! Bundesarbeitsgemeinschaft SCHULEWIRTSCHAFT und Ruhrforschungszentrum Düsseldorf. [www.schulewirtschaft.de](http://www.schulewirtschaft.de)





## Leitfaden Betriebserkundung

### Vorbereitung

Die Fachlehrerin oder der Fachlehrer sollte bei einem vorbereitenden Abstimmungsgespräch die Vorkenntnisse der Schülerinnen und Schüler erläutern und über die zu erwartenden Fragestellungen informieren. Als Unternehmerin oder Unternehmer sollten Sie bei dieser Gelegenheit Ihre betrieblichen Strukturen und Abläufe sowie lokale und wirtschaftliche Bedingungen darstellen. Daraufhin lassen sich Fragen und Antworten zusammenführen: Jetzt kann man einzelne Erkundungsgegenstände festlegen, mit denen sich einzelne Schülergruppen beschäftigen sollen (die Erkundung der gesamten betrieblichen Realität ist ohnehin zu komplex). Zu diesen ersten Planungsschritten gehört auch, die jeweilige Gruppengröße sowie ein Zeitraster für die Erkundung festzulegen. Sie sollte etwa drei Stunden dauern. Ist sie kürzer, bleiben viele Eindrücke oberflächlich. Ist sie länger, leidet häufig die Aufnahmefähigkeit der Schülerinnen und Schüler. Wichtig ist zudem, die Anzahl der erforderlichen Begleitpersonen und auch die Frage zu klären, wer welches Informationsmaterial erstellt bzw. bereithält. Zu rein statistischen Fragen kann der Betrieb beispielsweise den Geschäftsbericht oder eine Übersicht „Daten und Fakten“ zur Verfügung stellen.

### Umsetzung

Zu Beginn einer Erkundung sollte sich der Betrieb den Schülerinnen und Schülern kurz vorstellen. Wenn dafür kein Video oder keine Dias zur Verfügung stehen, ist dafür auch ein Handout mit den wesentlichen Informationen ausreichend. Anschließend sollten Betriebsleitung und Lehrpersonal den Ablauf der Betriebserkundung bekanntgeben, die Fragestellungen der Erkundung festlegen und erläutern sowie Verhaltensregeln ausgeben.

Erkundungsgruppen sollten mit klaren Arbeitsaufträgen durch das Unternehmen geschickt werden. Dabei kann es sich um den Auftrag handeln, die Unternehmensleitung oder bestimmte Mitarbeiter zu befragen oder aber bestimmte Abläufe im Betrieb zu beobachten. Sowohl für Befragung als auch für Beobachtung sollten die Jugendlichen mit Frage- oder Beobachtungsbögen ausgerüstet sein. Diese werden wohl in der Regel von den betreuenden Lehrerinnen und Lehrern, evtl. ge-

meinsam mit dem Unternehmen vorbereitet. Sie müssen dafür allerdings genau wissen (und vom Unternehmen erfahren), worauf sie die Aufmerksamkeit der Jugendlichen lenken sollen. Andernfalls beschäftigen sich Schülerinnen und Schüler erfahrungsgemäß gern mit Eindrücken, die mit dem Erkundungsthema nicht unbedingt etwas zu tun haben.

Die Entscheidung für Beobachtung oder Befragung hängt dabei meist von der Art des Betriebes ab. Vor allem in der verarbeitenden Industrie, teilweise auch im Handwerk, sind Produktions- und Arbeitsabläufe gut beobachtbar. Tätigkeiten, bei denen es vor allem darum geht, Entscheidungen zu treffen, können dagegen meist nur durch eine Befragung erschlossen werden. Das bedeutet: Lehrerinnen und Lehrer müssen für ihre methodische Planung von der Unternehmensleitung genau darauf vorbereitet werden, was die Jugendlichen bei der Erkundung „zu sehen“ bekommen. Sie sollten auch Beobachtungs- und Fragetechniken vorab in der Schule üben lassen. Beispiele für Beobachtungs- und Befragungsgegenstände sind: betriebliche Abläufe/Auftragsbearbeitung, Ausbildung im Unternehmen, Kundenbeziehungen, Produktionsprozesse/-ketten (inkl. Zulieferer), Marktsituation und Wettbewerb.

### Nachbereitung

Ein anschließendes Abschlussgespräch kann offene Fragen klären. Unternehmen sollten darauf vorbereitet sein, dass sich Schülergruppen im Nachgang nochmals melden. Immerhin werden die ermittelten Informationen und erlebten Eindrücke im Rahmen der Nachbereitung diskutiert, die Erfahrungen reflektiert sowie Fragen erörtert. Möglicherweise ergeben sich bei der Gelegenheit Rückfragen an den Betrieb. Als Unternehmerin oder Unternehmer sollten Sie darum bitten, eine Rückmeldung über die Ergebnisse der Betriebserkundung zu erhalten, z. B. in Form einer Präsentation durch die Schülerinnen und Schüler.

Quellen: Die Betriebserkundung – Einblicke in die Wirtschaft. Informationen für Betriebe und Unternehmen. Bundesarbeitsgemeinschaft SCHULEWIRTSCHAFT und Studienkreis SCHULEWIRTSCHAFT Nordrhein-Westfalen; Betriebserkundungen. Leitfaden für Betriebe, Lehrer und Schüler. Wirtschaftskammer Österreich, Wien 2003.

# Leitfaden Vortrag/Befragung

Ein Vortrag einer Unternehmerin oder eines Unternehmers vor einer Schülergruppe oder Schulklasse kann im Betrieb oder in der Schule während des Unterrichts stattfinden. Das Gleiche gilt für eine Befragung durch Schülerinnen und Schüler. Wie auch immer: Das A und O ist eine gute Vorbereitung (s. dazu allgemeine Praxistipps Seite 9). Dabei können Ihnen auch einige vertiefende Stichworte rund um das Thema „Unternehmergeist“ helfen.

## Themen oder Fragen

Auf diese Themen oder Fragen sollten Sie sich als Unternehmerin oder Unternehmer vorbereiten:

### Gründung:

1. Warum haben Sie sich selbständig gemacht?
2. Wie sollte Ihrer Meinung nach eine Gründerin bzw. ein Gründer sein? Über welche Fähigkeiten sollte sie bzw. er verfügen?
3. Welche Qualifikationen benötigten Sie, um sich selbständig zu machen?
4. Welche finanzielle und fachliche Unterstützung hatten Sie für die Gründung Ihres Unternehmens?
5. Welche private Unterstützung hat eine Rolle gespielt?
6. Welche Probleme traten bei der Gründung auf?
7. Wie bringen Sie Ihre berufliche Selbständigkeit mit Ihrer familiären Situation unter einen Hut? Welchen Einfluss hat Ihre familiäre Situation?
8. Gab es Augenblicke, in denen Sie den Schritt in die Selbständigkeit bereut haben? Warum?
9. Würden Sie diesen Schritt wieder tun? Warum?

10. Was war Ihr größter Zugewinn, den Sie aus der Selbständigkeit gezogen haben?
11. Was würden Sie einer Gründerin/einem Gründer empfehlen?
12. Was hat Sie am meisten überrascht?

### Die Unternehmensführung:

1. Wie halten Sie als Unternehmer/-in oder Geschäftsführer/-in Ihren Betrieb in Gang? Welche Aufgaben müssen Sie erfüllen?
2. Welche konkreten Arbeiten müssen Sie dafür verrichten? Worin besteht Ihre besondere Leistung? Wer unterstützt Sie dabei?
3. Wie kommen Entscheidungen zustande?
4. Welche besonderen Arbeitserleichterungen genießen Sie als Unternehmer/-in oder Geschäftsführer/-in?
5. Welche besonderen Rechte haben Sie?
6. Welche besonderen Anforderungen müssen Sie erfüllen?
7. Welche besonderen Pflichten haben Sie?
8. Tun Sie Ihre Arbeit gern? Lieben Sie sie vielleicht sogar? Warum? Warum nicht?
9. Wie wichtig ist der Betrieb für Ihre Mitarbeiter/-innen? Wie wichtig ist der Betrieb für Sie als Unternehmer/-in?
10. Was macht für Sie einen guten Chef/Vorgesetzten aus?
11. Würden Sie Ihrer Tochter/Ihrem Sohn raten, ebenfalls selbständig zu werden? Warum? Warum nicht?

Quelle: Institut für Ökonomische Bildung Oldenburg; Dana Haralambie, Botschafterin des Unternehmerinnen-Netzwerks der EU-Kommission





## Kooperationskontakte knüpfen

### Kontakte zu Schulen

Eine ganze Reihe von Einrichtungen hilft dabei, Kontakte zu Schulen zu knüpfen:

#### ➤ **Bundes- und Landesarbeitsgemeinschaften SCHULEWIRTSCHAFT**

Bundes- und Landesarbeitsgemeinschaften SCHULEWIRTSCHAFT verfügt über ein Netzwerk mit bundesweit rund 450 regionalen Arbeitskreisen.  
www.schulewirtschaft.de

#### ➤ **Industrie- und Handelskammern sowie Handwerkskammern**

Die Projekte und Initiativen der Industrie- und Handelskammern sowie der Handwerkskammern bieten vielfältige Anknüpfungspunkte für Kooperationen. Sie können helfen, erste oder weitere geeignete Partnerschulen zu gewinnen.  
www.ihk.de; www.handwerkskammer.de

#### ➤ **Regionale Bildungsnetzwerke**

In manchen Regionen gibt es bereits regionale Bildungsnetzwerke, in denen sich Bildungspartner vor Ort engagieren.

#### ➤ **Projekte und Aktivitäten von Unternehmen und IHKs**

Übersicht über Maßnahmen der Ökonomischen Bildung in den einzelnen Bundesländern. In: Kooperationen zwischen Wirtschaft und Schule. Projekte und Aktivitäten von Unternehmen und Industrie- und Handelskammern. Deutscher Industrie- und Handelskammertag (Hrsg.), Berlin 2011.

#### ➤ **Leitfaden „Partnerschaften zwischen Schule und Betrieb“.**

Deutscher Industrie- und Handelskammertag (Hrsg.), Berlin 2011

Quelle: www.ausbildungspakt-berufsorientierung.de

### Tipps für die Auswahl von Partnerschulen

- **Nachbarschaft.** Partnerschulen sollten in der Nähe liegen. Das bringt kurze Wege mit sich: sowohl für die Schülerinnen und Schüler (Betriebserkundungen) als auch für die Unternehmen (Unterrichtsbesuche).
- **Passgenauigkeit.** Schulform oder Schulgröße sollten zu Ihrem Unternehmen und Ihren Zielen passen.
- **Austausch.** Sie können Ihren Aufwand (Vorbereitung, Umsetzung) beträchtlich verringern, wenn Sie sich für die Bildungspartnerschaft mit einer Schule mit befreundeten oder benachbarten Unternehmen austauschen und/oder zusammentun. Dabei kann man gegenseitig von Erfahrungen profitieren und eventuellen Problemen leichter begegnen sowie ggfs. auf Anfragen/Bedürfnisse der Schule flexibler reagieren.
- **Starthilfe.** Es gibt mittlerweile eine ganze Reihe von Initiativen und Einrichtungen, die Sie beim Aufbau einer Schulpartnerschaft beraten und unterstützen können, zum Beispiel die Industrie- und Handelskammern.
- **Einstieg.** Starten Sie am besten zunächst mit einem überschaubaren und kleineren Projekt, um Erfahrungen zu sammeln. Sie können die Kooperation später immer noch ausbauen.
- **Kooperationsvertrag.** Halten Sie Ihre Kooperationsvereinbarungen wenn möglich schriftlich fest. Dazu gehören vor allem die verantwortlichen Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner und deren Zuständigkeiten, konkrete Maßnahmen sowie Absprachen zu Treffen und Termine.
- **Manöverkritik.** Überprüfen Sie regelmäßig den Erfolg der gemeinsamen Aktivitäten. Lernen Sie aus Erfahrungen: Welches sind und waren Ihre Ziele? Was haben Sie erreicht? Wo besteht Verbesserungsbedarf?

# Muster einer Kooperationsvereinbarung zwischen Schule und Unternehmen

zwischen

.....  
(Einrichtung)

## **Anschrift**

.....  
(Straße, PLZ, Ort)

vertreten durch

.....  
(Anrede, Name)

(im Folgenden **Unternehmen** genannt)

## **1. Präambel**

Die „Schule“ und der „Betrieb“ streben eine Zusammenarbeit an, die die Schule in ihrer pädagogischen Arbeit durch stärkere Realitätsbezüge unterstützt, für Schülerinnen und Schüler die Berufsorientierung und -vorbereitung verbessert und dem Betrieb einen größeren Einblick in die Möglichkeiten und Leistungen der Schule verschafft. Beide Partner gehen davon aus, dass eine bessere Kenntnis über die gegenseitigen Erwartungen und Anforderungen den Jugendlichen beim Erwerb von Kompetenzen zur Bewältigung ihres Lebens und der Vorbereitung auf ihre persönliche und berufliche Zukunft sowie ihrer Ausbildungsreife zugutekommt.

## **2. Ziele und Inhalte der Kooperation**

- 2.1 Die Ziele der Kooperation bestehen darin, dass Schülerinnen und Schüler die Arbeits- und Wirtschaftswelt kennenlernen, indem ihnen eine angemessene Praxisbegegnung ermöglicht wird, um ein realistisches Bild über Arbeitsplatzbedingungen und Qualifikationsanforderungen entwickeln zu können.
- 2.2 Die Schülerinnen und Schüler sollen bei ihrem Übergang von der Schule in Ausbildung und Berufstätigkeit unterstützt werden. Weitere Zielsetzungen ergeben sich aus der Studien- und Berufsorientierung sowie einer wirklichkeitsnahen, handlungsorientierten ökonomischen Bildung an den Schulen.
- 2.3 Die Schule und das Unternehmen entwickeln gemeinsam Kommunikationsformen und Projekte, die dazu beitragen, das Interesse der Schülerinnen und Schüler an der Wirtschafts-, Arbeits- und Berufswelt zu wecken, auszubauen und letztlich zu befriedigen. Die Unterrichtsinhalte sollen durch diese Kooperation mit dem Unternehmen einen stärkeren Realitäts- und Praxisbezug erhalten und ständig weiterentwickelt werden.
- 2.4 Das Unternehmen soll dazu beitragen, dass den Schülerinnen und Schülern in den verschiedenen Jahrgangs- und Entwicklungsstufen in unterschiedlichen Fächern die Anforderungen der Wirtschaft im Allgemeinen und auch speziell im Unternehmensalltag begegnen.

## **3. Konkrete Umsetzung und Projekte**

- 3.1 Die Schule und das Unternehmen arbeiten gemeinsam an den im Anhang beschriebenen konkreten dauerhaften Initiativen und Projekten. Die Schule und das Unternehmen verständigen sich laufend darüber, wie sie die Vorhaben in die Praxis umsetzen.
- 3.2 Darüber hinaus können weitere dauerhafte Initiativen und Projekte gemeinsam erarbeitet und durchgeführt werden.

## **4. Weitere Rahmenbedingungen**

- 4.1 Grundlage der Zusammenarbeit von Schule und Unternehmen sind u. a. die schulrechtlichen Bestimmungen und Richtlinien des Landes.
- 4.2 Die Zusammenarbeit zwischen der Schule und dem Unternehmen soll konstruktiv und ungezwungen entstehen und ständig weiterentwickelt werden. Sie soll sich an den Möglichkeiten der jeweiligen Beteiligten orientieren.

und

.....  
(Einrichtung)

## **Anschrift**

.....  
(Straße, PLZ, Ort)

vertreten durch

.....  
(Anrede, Name)

(im Folgenden **Schule** genannt)

- 4.3 Die konkret fixierten Initiativen und Projekte nach Abschnitt 2 haben – unabhängig vom formulierten Verbindlichkeitsgrad – den Stellenwert von Absichtserklärungen. Ein Rechtsanspruch auf Erfüllung besteht für keine der beiden Seiten.
- 4.4 Diese Kooperationsvereinbarung beginnt mit dem Datum der Unterzeichnung und läuft auf unbestimmte Zeit. Sie kann jederzeit ohne Einhaltung einer Frist durch schriftliche Erklärung gegenüber dem Vertragspartner gekündigt werden.
- 4.5 Zwischen den Kooperationspartnern besteht grundsätzlich Einigkeit darüber, dass diese Vereinbarung auf eine langfristige Kooperationsentwicklung ausgerichtet ist.

## **5. Öffentlichkeitsarbeit**

Die Kooperationspartner unterstützen sich gegenseitig bei der Öffentlichkeitsarbeit in Bezug auf ihr Kooperationsvorhaben. Sie verfolgen diesbezüglich gemeinsam abgestimmte Präsentationsstrategien. Den Partnern steht es frei, unabhängig voneinander Berichte über realisierte Kooperationsvorhaben für ihre Öffentlichkeitsarbeit zu nutzen.

## **6. Organisatorisches**

Die nachfolgend benannten Kontaktpersonen sind Ansprechpartner der längerfristigen Kooperationsvereinbarung. Sie treffen sich in vereinbarten Zeitabständen oder nach Bedarf und kommunizieren, um ihre Aktivitäten abzustimmen.

Ansprechpartner **Schule**:

.....  
Name, Vorname Telefon/Fax E-Mail

Ansprechpartner **Unternehmen**:

.....  
Name, Vorname Telefon/Fax E-Mail

## **7. Bewertung der Arbeit**

Mindestens einmal im Schulhalbjahr findet eine Sitzung mit Vertretern der Schulleitung und der Geschäftsleitung des Unternehmens statt.

**Für die Schule**

**Für das Unternehmen**

.....  
Ort, Datum

.....  
Ort, Datum

.....  
Unterschrift (Schulleiter)

.....  
Unterschrift (Geschäftsführer)

Quelle: Stiftung Partner für Schule NRW



## Praxistipps

Ob Sie nun Schülerinnen und Schüler in Ihrem Unternehmen empfangen (Betriebsbesichtigung oder Praktikum) oder ob Sie sich ihren Fragen im Unterricht in der Schule stellen: Je besser Sie als Unternehmerin oder Unternehmer vorbereitet sind, desto effektiver wird Ihre Kooperation mit Schulen sein, desto motivierter und aufmerksamer werden die Jugendlichen sein (und desto weniger Disziplinprobleme werden auftreten). Zu einer guten Vorbereitung und Umsetzung von Kooperationsprojekten hier ein paar einfache Tipps:

### Vorbereitung

- ➔ Mit der Vorbereitung und Umsetzung könnte im Betrieb ein Betriebskoordinator beauftragt werden.
- ➔ Treffen Sie sich zu einem Vorgespräch mit den betreffenden Fachlehrerinnen oder Fachlehrern. Hier erfahren sie beispielsweise Folgendes:
  - In welche Lehrplaneinheit ist Ihr Einsatz eingebettet?
  - Welches Vorwissen bringen die Schüler/-innen mit?
  - Welche Fachbegriffe sind ihnen bekannt?
  - Was haben sie im Unterrichtsfach zuletzt durchgenommen?
  - Wie haben sie sich auf die Betriebserkundung oder das Expertengespräch vorbereitet?
  - Welche Schüler/-innen haben schon an einem Betriebspraktikum, am Girls' und Boys' Day oder einer „Schnupperlehre“ teilgenommen, waren im Betrieb der Eltern usw.?
- ➔ Berücksichtigen Sie die Besonderheiten der Schulklasse. Eine 7. Hauptschulklasse sollten Sie in der Umsetzungsphase beispielsweise anders ansprechen als einen gymnasialen Leistungskurs.
- ➔ Klären Sie, welche Präsentationsmedien zur Verfügung stehen.
- ➔ Klären Sie mit der Fachlehrerin bzw. dem Fachlehrer die jeweiligen Erwartungen und Interessen von Betrieb und Schule.
- ➔ Stellen Sie die Unterstützung aus der Lehrerschaft sicher.
- ➔ Machen Sie bei dieser Gelegenheit deutlich, dass ein Praktikum oder eine Betriebserkundung für den Betrieb ein zusätzliches zeitliches und personelles Engagement bedeutet.
- ➔ Bitte: Nur interessierte Schüler/-innen mitbringen.
- ➔ Rechnen Sie mit (auch kritischen) Fragen.

### Organisation

- ➔ Legen Sie Verantwortlichkeiten für die Kontaktabbauung und -pflege fest. Der erste Kontakt zur Schule sollte allerdings immer „Chefsache“ sein.
- ➔ Planen Sie das gemeinsame Vorgehen mit der Partnerschule.
- ➔ Binden Sie bei der Planung Azubis ein, möglichst Absolventen der Schule. Sie wissen eher: Was macht der Altersgruppe Spaß?
- ➔ Teilen Sie große Gruppen.
- ➔ Legen Sie den Ablauf von Betriebserkundung oder Schulbesuch fest.
- ➔ Erstellen Sie einen Zeitplan. Kein Chaos aufkommen lassen. Nicht in der Mittagspause.
- ➔ Prüfen Sie Ihre Ressourcen: Wer außer der Unternehmerin oder dem Unternehmer selbst kommt als Ansprechpartner für die Lehrkräfte und Jugendlichen infrage?
- ➔ Bereiten Sie Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vor: Bei Fragen der Lehrpersonen oder Jugendlichen können sich unvorbereitete (oder dafür ungeeignete oder wenig motivierte) Mitarbeiter belästigt oder „ausgespäht“ fühlen.
- ➔ Legen Sie die gemeinsamen Ziele schriftlich fest und regeln Sie die Beiträge der jeweiligen Partner (Leistung und Gegenleistung) in einer Kooperationsvereinbarung.
- ➔ Wählen Sie als Ansprechpartner für die Jugendlichen Mitarbeiter/-innen, die Kinder in einem ähnlichen Alter haben.
- ➔ Verpflichten Sie niemals zwangsweise Mitarbeiter/-innen als Ansprechpartner oder Interviewpartner in der Schule, die dazu keine Lust haben.
- ➔ Planen Sie regelmäßige Feedback-Gespräche ein.

### Umsetzung

- ➔ Vermeiden Sie Standardvorträge.
- ➔ Informieren Sie sachlich über Produkte/Dienstleistungen Ihres Unternehmens, ohne dafür zu werben.
- ➔ Halten Sie keine endlosen Monologe.
- ➔ Bemühen Sie sich um Verständlichkeit (einfache Sätze, keine schwierigen Fremdwörter).
- ➔ Werfen Sie nicht mit zu vielen Zahlen und Details um sich.
- ➔ Veranschaulichen Sie wirtschaftliche Zusammenhänge an Beispielen aus Ihrer Praxis.
- ➔ Binden Sie Schüler/-innen ein. Fragen Sie: „Wer hat schon mal...?“



- ➔ Halten Sie den Dialog mit den Schülerinnen und Schülern stets aufrecht: „Jetzt habe ich fünf Minuten lang gesprochen, jetzt seid Ihr dran. Frage: ...“
- ➔ Den Jugendlichen sollte es möglich sein, etwas „Besonderes“ zu sehen/erleben/probieren. Besonderheiten müssen betont werden („Nicht jeder kann dies sehen“ o. ä.).
- ➔ Bieten Sie nicht nur Theorie, sondern auch praktische Beispiele, Vorführungen oder Übungsarbeiten an. Die Schüler/-innen sollten an „Projektstationen“ etwas anfassen und selber machen können.
- ➔ Sorgen Sie für eine lockere Atmosphäre. Vermitteln Sie nicht das Gefühl, auch „Lehrer“ zu sein.
- ➔ Lassen Sie Störenfriede lieber durch den Lehrer zurechtweisen.
- ➔ Bieten Sie zwischendurch oder zum Schluss einen Imbiss an.
- ➔ Bereiten Sie für die Schüler/-innen zum Abschluss ein kleines Geschenk oder Informationsmaterial vor.
- ➔ Händigen Sie zum Schluss ein Teilnahmezertifikat aus.
- ➔ Setzen Sie „Erinnerungsknoten“. Geben Sie den Schülern/-innen etwa Einzelteile aus der Produktion mit nach Hause!

Quellen: Schule braucht Wirtschaft – Schüler/innen suchen Experten!  
 Bundesarbeitsgemeinschaft SCHULEWIRTSCHAFT und Ruhrforschungszentrum Düsseldorf; DIHK-Umfrage im IHK-Netzwerk Mittelstand



### Recht & Sicherheit

#### ➔ Recht

- Denken Sie daran, dass es für Jugendliche (z. B. im Rahmen eines Praktikums) bestimmte Höchst-Arbeitszeiten gibt.
- Beachten Sie, dass es eine Höchstzahl für Praktikantinnen und Praktikanten im Betrieb gibt. Die Höchstzahl hängt von der Betriebsgröße ab.
- Wenn Sie Fotos von einer Besuchergruppe machen: Holen Sie für deren Verwendung eine Einverständniserklärung ein (bei Minderjährigen: der Eltern).

#### ➔ Sicherheit

- Klären Sie mit der Schule die Frage der Unfall- und Haftpflichtversicherung. Bei schulischen Veranstaltungen sind Schüler/-innen in der Regel über den Schulträger versichert. Bei freiwilligen Praktika und Betriebserkundungen z. B. in den Ferien kommen private Versicherungen infrage.
- Regeln Sie (z. B. bei Betriebserkundungen durch Schülergruppen) die Frage der Aufsicht. Lassen Sie Jugendliche nicht allein durch den Betrieb laufen.
- Denken Sie ggf. daran, Besuchergruppen vor Gefahren zu schützen (Schutzkleidung tragen, Helm).
- Beachten Sie, dass Jugendliche (z. B. im Rahmen eines Praktikums) nicht jede Tätigkeit ausüben dürfen (gefährliche Tätigkeiten).
- Weisen Sie Besuchergruppen ggf. darauf hin, dass das Rauchen im Betrieb untersagt ist.

Weitere und ausführliche Informationen erhalten Sie bei Ihrer Berufsgenossenschaft: Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung e. V. (DGUV); [www.dguv.de](http://www.dguv.de)



Interview mit Dagmar Bollin-Flade, Geschäftsführende Gesellschafterin der Christian Bollin Armaturenfabrik GmbH, Frankfurt am Main

➔ **Frau Bollin-Flade, Sie engagieren sich seit geraumer Zeit in der Zusammenarbeit mit Schulen.**

**Bollin-Flade:** Genau. Ich bin seit fast 30 Jahren in der IHK Frankfurt tätig, u. a. war ich 15 Jahre Vizepräsidentin. Die IHK Frankfurt hatte schon immer ein Projekt „Unternehmer in Schulen“. Dazu gehört heute noch, dass man als Unternehmer etwa zwei- oder dreimal im Jahr in eine neunte oder zwölfte Klasse geht und dort Jugendlichen vor der Berufswahl wirtschaftsnahe Themen nahebringt und über Wirtschaft und Unternehmertum referiert.

➔ **Warum tun Sie das?**

**Bollin-Flade:** Ich tue es deswegen, weil ich glaube, dass wir für ein wirtschaftliches Denken in Schulen und in den Köpfen der jungen Menschen sorgen müssen. Mit dem Thema Wirtschaft ist jeder täglich sehr konkret konfrontiert. Was man dazu in der Schule lernt, ist aber eher abstrakt. Mich hat fasziniert, dass mich einmal eine Klasse gefragt hat, wie man Unternehmer wird. Das lernt man eben nicht in der Schule, das kann man auch nicht wirklich nachlesen. Das muss man in die Schulen hineinragen. Dazu gehört auch, dass man als Unternehmer nicht nur als Geschäftsführer von Großunternehmen wahrgenommen wird, sondern vor allem auch als Mittelständler. Denn da ist der Unternehmer eher noch der echte Unternehmer und nicht der angestellte Manager.

➔ **Was genau können die Schülerinnen und Schüler von Ihnen erfahren und lernen?**

**Bollin-Flade:** Erst einmal geht es nicht um das WAS, sondern um das WIE. Wenn man etwas theoretisch lernt, kann man damit zunächst nichts anfangen. Das ist wie mit Mathematikformeln, die man auswendig lernt und nicht weiß, wofür. Und wenn ein Lehrer versucht, seinen Schülern Unternehmertum theoretisch nahezubringen, etwas, das er selbst nicht erfahren hat, dann ist das Wissen aus zweiter, dritter Hand. Wenn aber jemand aus seinem eigenen Erfahrungsschatz berichtet, welche Probleme, welche Schwierigkeiten und welche Erfolge er hat, dann bleibt es nicht nur bei der Theorie. Dann werden solche Inhalte plastisch und nacherlebbar.

## Praktische Erfahrungen statt Theorie

➔ **Haben Sie ein Beispiel?**

**Bollin-Flade:** Na ja, dass man für vieles selbst verantwortlich ist. Beispielsweise dafür, wie die Arbeit erledigt wird. Als Unternehmer erhält man ja sehr schnell eine Rückmeldung darüber, ob man gut oder schlecht gearbeitet hat. Es gibt einen unmittelbaren Zusammenhang zwischen den eigenen Entscheidungen und den Konsequenzen. Wir probieren bei uns beispielsweise immer wieder Werkzeuge für die Produktion aus oder lassen uns neue Programme z. B. für unser Warenwirtschaftssystem schreiben. Sie wissen aber erst hinterher, ob ein Vorhaben funktioniert oder nicht. Auch führt nicht jedes Angebot, das wir unterbreiten, zum gewünschten Erfolg. Wir wollen klarmachen, dass nur derjenige etwas erreichen kann, der es zumindest versucht. Selbst wenn das nicht gleich gelingt, muss es nicht mutlos machen, sondern es zeigt einfach nur, dass der erste Weg nicht gleich der richtige Weg war.

➔ **Wie profitieren Lehrer, wenn sie Kooperationen mit Unternehmen eingehen?**

**Bollin-Flade:** Sie sind nicht nur auf das Wissen aus dem Lehrbuch angewiesen, sondern können auf unseren Erfahrungsschatz zurückgreifen. Das ist keine Kritik, aber es ist doch so: Viele Lehrer kommen ja nie mit Wirtschaft in Berührung. Sie gehen selbst zur Schule, danach auf die Hochschule, um zu studieren, danach wieder zurück in die Schule. Das wahre Leben spielt eigentlich daneben.

➔ **Wie profitiert Ihr Unternehmen von diesen Kooperationen?**

**Bollin-Flade:** Wir kommen so in Kontakt mit jungen Menschen und finden dabei Auszubildende. Und dann möchten wir noch für ein positives Unternehmerbild werben, das hierzulande in Schulbüchern unter dem Strich nicht besonders gut wegkommt. Da wird den Jugendlichen noch das Bild der 50er, 60er Jahre präsentiert. Das ist vorbei. Unternehmer sind heute modern denkende Menschen, die nicht nur ihr Unternehmen, sondern auch das Wohl ihrer Mitarbeiter und das soziale Umfeld im Fokus haben: Wenn wir beispielsweise unseren Mitarbeitern dabei helfen, Familie und Beruf mit angepassten Arbeitszeiten unter einen Hut zu bringen, Kindergartenplätze vermitteln oder für schnelle Hilfe bei pflegebedürftigen Angehörigen sorgen. Oder wenn wir uns auch außerhalb des Unternehmens hier vor Ort engagieren, sowohl im Sportverein als auch in diversen Stadtteilinitiativen.



## Service

### ➔ Schule braucht Wirtschaft – Schüler/-innen suchen Experten!

Kurzinformation über Ziele, Formen und Vorbereitung des schulischen Engagements von Unternehmen.  
Bundesarbeitsgemeinschaft SCHULEWIRTSCHAFT und Ruhrforschungszentrum Düsseldorf.

➔ [www.schulewirtschaft.de](http://www.schulewirtschaft.de)

### ➔ Der Ausbildungspakt beginnt in der Schule

Kurzinformation über Betriebspraktika, Betriebserkundungen, Mentorenbeziehungen, Planspiele und Schulkooperationen.

➔ Deutscher Industrie- und Handelskammertag, Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände, Zentralverband des Deutschen Handwerks

### ➔ Die Betriebserkundung – Einblicke in die Wirtschaft. Informationen für Betriebe und Unternehmen

Kurzinformation über Zwecke, Inhalte und Ablauf einer Betriebserkundung.

➔ Bundesarbeitsgemeinschaft SCHULEWIRTSCHAFT und Studienkreis SCHULEWIRTSCHAFT Nordrhein-Westfalen

### ➔ Leitfaden Schülerpraktikum

Der Leitfaden Schülerpraktikum bietet Betrieben Wissenswertes über rechtliche Rahmenbedingungen und Anregungen für Planung, Durchführung und Nachbereitung eines Schülerpraktikums sowie für die Zusammenarbeit mit der Schule. Verschiedene Formulare sowie Muster für Praktikumspläne und ein Praktikantenpass runden die Publikation ab.

➔ Deutscher Industrie- und Handelskammertag (Hrsg.), Berlin 2010

### ➔ Leitfaden Partnerschaften zwischen Schule und Betrieb

Dieser Leitfaden gibt Hinweise für den Aufbau und die Entwicklung einer erfolgreichen Zusammenarbeit zwischen Betrieben und Schulen. Dargestellt werden Nutzen und Chancen einer Kooperation sowie Beispiele für konkrete Projekte und Module. Muster für schriftliche Kooperationsvereinbarungen runden das Angebot ab.

➔ Deutscher Industrie- und Handelskammertag (Hrsg.), Berlin 2011

### ➔ Das Betriebspraktikum für Schüler und Lehrer

Das Sonderheft basiert auf Beiträgen erfahrener Schulpraktiker und Arbeitskreisleiter und bietet Interessenten konkrete Hinweise und Hilfen zur Konzeption und Gestaltung von Schüler- und Lehrerbetriebspraktika.

➔ Landesarbeitsgemeinschaft SCHULEWIRTSCHAFT Nordrhein-Westfalen. Sonderreihe Heft 24. Düsseldorf 2009

### ➔ Kooperationen zwischen Wirtschaft und Schule

Projekte und Aktivitäten von Unternehmen und Industrie- und Handelskammer. Überblick über Projekte und Initiativen, in denen Schulen und Unternehmen (teilweise mit Unterstützung des IHKs) bereits zusammenarbeiten

➔ Deutscher Industrie- und Handelskammertag, Berlin 2011

#### Impressum:

**Herausgeber:** Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) · Öffentlichkeitsarbeit · 11019 Berlin · [oeffentlichkeitsarbeit@bmwi.bund.de](mailto:oeffentlichkeitsarbeit@bmwi.bund.de) · [www.bmwi.de](http://www.bmwi.de)  
**Redaktion:** PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit GbR, Berlin · **Redaktionelle Mitarbeit:** Diese Gründerklasse-Ausgabe ist entstanden in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) · **Gestaltung und Produktion:** PRpetuum GmbH, München · **Bilder:** © Fuse – Jupiter Images (Titel), © Echo – Jupiter Images (S. 3), © Echo – Jupiter Images (S. 4), © Ableimages – Jupiter Images (S. 5), © almagami – Fotolia (S. 6), © Vladimir Melnikov – Fotolia (S. 7), © Fancy – Veer – Corbis (S. 9), © Image Source – Jupiter Images (S. 10), © Paulus Rusyanto – Fotolia (S. 12) · **Druck:** Silber Druck oHG, Niestetal

