



**Die 8. Klasse als Fulltime-Schülerfirma
oder:
Wie ein Jahr „schulfrei“ gute Schule sein kann!**

Ein Schulexperiment der SWR-Wissenschaftsredaktion
in Zusammenarbeit mit
Roland Berger Strategy Consultants
und der Robert Bosch Stiftung

Von Bernhard Foos und Rolf Schlenker (beide SWR)

Mit Beiträgen von Thomas Rinn (Partner, Roland Berger Strategy Consultants)
und Wolfgang Schiele (freier Berater, ehem. Regierungspräsidium Stuttgart)

Baden-Baden © Juni 2011

Vorbemerkung

„Klasse8.com“ ist ein bundesweit einmaliges Projekt, das die SWR-Wissenschaftsredaktion mit Unterstützung der Unternehmensberatung Roland Berger Strategy Consultants 2009 initiiert hat: An einer Stuttgarter Hauptschule wurde die gesamte 8. Klasse das Schuljahr 2010/2011 über vom Unterricht befreit, um stattdessen in einer Fulltime-Schülerfirma zu arbeiten.

Mit „Klasse8.com“ betraten sowohl die Steinbach-Hauptschule als auch der SWR Neuland – nie zuvor war die Schülerfirmenidee so radikal gedacht und umgesetzt worden: 12 Monate lang, 5 Tage die Woche, den ganzen Schultag lang, „Klasse8.com“ war ein aufregendes Experiment - mit allen Konsequenzen.

Nach einem Vierteljahr stieg die Schule aus: Zu viel Unvorhergesehenes hatte die Beteiligten viel Nerven gekostet, das ständige Nachjustieren hatte alle Kräfte aufgefressen.

Dennoch: Dieses Vierteljahr war ein Testlauf, der ausreichte, die gravierendsten Schwächen zu erkennen und zu beheben.

Dieses Papier hat damit zwei zentrale Botschaften:

1. Es geht!
„Klasse8.com“ ist in jeder Schule mit hoher Wahrscheinlichkeit umsetzbar, wenn im Vorfeld bestimmte Dinge beachtet und geregelt werden!
2. Auch schul-, versicherungs- und jugendschutzrechtlich ist das Projekt machbar!

Dieses Papier arbeitet die Erfahrungen aus dem Projekt auf und will ein „Manual“ sein, eine Art Gebrauchsanweisung für alle, die so wie „Klasse8.com“ aus den scheinbar vorgeschriebenen Bahnen des Schulsystems ausbrechen möchten, neue Wege der praxisorientierten Bildung suchen oder ganz einfach mehr Unternehmergeist in die Schule bringen wollen.

Vielleicht wagt eine weitere Schule das Experiment einer ganzjährigen Schülerfirma. Oder die Erfahrungen von „Klasse8.com“ führen zu neuen Ideen wie Bildung für Schüler in der Pubertät attraktiver und motivierender werden kann. Das liegt uns, den Verfassern dieses Manuals, am Herzen, denn letztlich geht es um eine Vision, wie Bildung in der Zukunft gestaltet werden kann.



Inhalt

Seite 2	Vorbemerkung
Seite 4	Ökonomischer Hintergrund
Seite 6	Pädagogischer Hintergrund
Seite 7	Biologischer Hintergrund: Pubertät
Seite 8	„Klasse8.com“ – der Zeitplan
Seite 9	Verlauf des Experiments
Seite 11	Voraussetzungen für das Gelingen
Seite 12	Gewinn für die Schüler
Seite 13	„Klasse8.com“ in den SWR-Medien
Seite 14	Beiträge unserer Projektpartner

Ökonomischer Hintergrund: Wie funktioniert „Klasse8.com“?

Die Grundidee: Die 8. Klasse macht statt Schule „Klasse8.com“, eine Schülerfirma, die das ganze Schuljahr über arbeitet – und dabei eine Menge lernt. Wenn Sie „Klasse8.com“ an Ihrer Schule machen wollen, müssen Sie folgende Voraussetzungen schaffen:

1. Geschäftsräume

Gibt es an Ihrer Schule ein Zimmer, an dem nicht alle 45 Minuten lärmende Horden vorbei stürmen? Ferner:

- „Klasse8.com“ muss Internetzugang und Telefon haben
- Das Catering muss geregelt werden, damit die Schüler mindestens sechs Stunden arbeiten können;

2. Freiwilliger unternehmerischer Input

Beim „Klasse8.com“- Fernsehexperiment kam der unternehmerische Input von der Unternehmensberatung Roland Berger, die sich ehrenamtlich engagierte. Ziel müsste es sein, Business Angels oder Senior Advisors zu gewinnen, also lokale Unternehmensberater oder pensionierte Führungskräfte mit kaufmännischem Hintergrund. Aufwand: alle 14 Tage einige Stunden Vermittlung betriebswirtschaftlicher Hintergründe an die Schüler und an die betreuenden Lehrer;

3. Freiwillige Helfer

Je nachdem, was eine Schülerfirma herstellen will, braucht sie entsprechende praktische Betreuung, das können pensionierte Handwerker oder engagierte Eltern bzw. Nachbarn sein, die verlässlich ein abgesprochenes Betreuungskontingent übernehmen;

4. Ein Medienpartner

Man braucht ein Sprachrohr, das die Arbeit der Schülerfirma promotet, die Öffentlichkeit über ihre Pläne informiert, ihr Angebot bewirbt, trommelt, wenn Helfer oder Geld gebraucht werden, Druck macht, wenn Lokalpolitiker in ihren Sonntagsreden den Facharbeitermangel beklagen, sich aber vielleicht nicht engagiert genug für das Projekt einsetzen, das ja gerade Abhilfe schaffen soll.

Beim „Klasse8.com“-Fernsehprojekt war der SWR Medienpartner der Steinbachschule. Die Lokalredaktion der örtlichen Zeitung oder ein Lokalradio ist ein ebenso effizienter möglicher Medienpartner. Ziel ist, dass der Medienpartner eine Art Patenschaft mit ständiger Berichterstattung übernimmt - ein Beispiel: Die „Stuttgarter Zeitungs-Klasse“ der Keplerschule in Korb (www.keplerschule-korb.de/index.php?id=5);

5. Basiskapital/Förderverein

Jede Firma braucht Startkapital: Eine Schülerfirma kann sich das über Spenden oder den Verkauf von Anteilen besorgen – diese Gelder sind aber nur dann vor dem Zugriff des Finanzamts sicher, wenn sie über einen gemeinnützigen Verein laufen, am besten über einen Förderverein der Schule. Falls der erst gegründet werden muss: Vorlaufzeiten beachten!

Was „Klasse8.com“ schließlich anbietet, ist - zunächst - von den Schülern abhängig. Die Unternehmensberater sollten die Schüler am Anfang jede noch so krude erscheinende Idee formulieren, sie dann aber am Markt abprüfen lassen. Die Intention dahinter ist klar: Die Jungunternehmer müssen selbst ein Gespür dafür bekommen, was draußen geht und was nicht. Diese Grundanforderung ist Bedingung, denn mit T-Shirts und Fahrradreparaturen kann man keine neuen Märkte erobern. Das machen die meisten Schülerfirmen landauf und landab – und für Sandkastenspiele braucht man kein ganzes Jahr Unterrichtsbefreiung. Nach einem ersten Marktcheck wird man wissen, ob sich bereits eine der Ideen durchsetzen kann oder ob man weitere Ideen suchen muss – Leitlinie: Standard-oder Gut-Mensch-Ideen eher aussortieren; nur überzeugende, innovative Ideen haben Chancen auf Erfolg. Hier gilt: Schüler nicht alleine und schon gar nicht ohne Anleitung entscheiden lassen. Im „Klasse8.com“- Projekt hat die Redaktion über Hörfunk und Fernsehen die Frage gestellt: Was müsste Ihrer Meinung nach dringend erfunden oder entwickelt werden? Der Zuschaueraufruf brachte 70 Anregungen wie

- den am Einkaufswagen festklemmbaren Einkaufslistenhalter für den Supermarkt,
- die Innenbeleuchtung für die Handtasche,
- den Spülmaschineneinsatz für Weizenbier- oder Sektgläser,
- den transportablen Gemüsegartenkarton für den Balkon.

Diese Vorschläge wurden anschließend der facebook-Community von „Klasse8.com“ mit der Bitte um ein Voting vorgestellt. Damit hatten wir bereits ein Marktforschungs-Ergebnis.

Eine interessante Geschäftsidee kann auch eine Lizenznahme sein: So hat zum Beispiel eine Schüler-AG im badischen Gaggenau einen „Spickschutz“ entwickelt, eine leichte, auf jede Schulbank aufsetzbare Trennwand, die das Abschreiben bei Klassenarbeiten unmöglich macht. Könnte man so etwas im großen Stil produzieren und vertreiben? ...vergleichbare Ideen gibt es viele.

Nach drei, maximal vier Monaten Brainstorming und Marktforschung ist dann Schluss mit Experimentieren: An diesen Punkt sollte der Unternehmensberater das „Go live“ der Firma setzen – bis dahin muss klar sein, mit was man auf den Markt geht und wie man es anbieten bzw. herstellen will.

Das Grundprinzip von „Klasse8.com“: Jedes Problem muss mit Selbsthilfe oder dem Engagement der unmittelbaren Umgebung gelöst werden.



Unternehmensberater Thomas Rinn



Kameramann Jochen Braitinger

Pädagogischer Hintergrund

„Jeder Mensch lässt sich motivieren,
wenn er die Chance hat,
sein eigenes Können zu erleben“

(Heinz Klippert)

Das Ziel von „Klasse8.com“: Schülerinnen und Schüler in ihrer Persönlichkeit, ihren Kompetenzen, ihrem Selbstvertrauen, ihrer Motivation und ihren Leistungen mehr zu stärken, als dies durch den herkömmlichen Unterricht möglich ist.

Im Zentrum des Projekts „Klasse8.com“ steht das Lernen und Wachsen an der gemeinsamen Aufgabe „Schülerfirma“. In alle Entscheidungen sind Schülerinnen und Schüler eingebunden. Dies erfolgt auf der Grundannahme, dass diese Form des Lernens, die Übernahme von Verantwortung, das Sich-Selbst-Ernst-Nehmen und das Ernst-Genommen-Werden die Motivation erhöhen wird und damit auch die Anstrengungs- und Leistungsbereitschaft.

Der gesamte Bildungsplan Hauptschule Klasse 8 wird so umgeschrieben, dass er nicht im Klassenzimmer und der Schule, sondern in lebensweltorientierten Situationen in Schülerfirmen umgesetzt wird. Die „Schülerfirma“ erhält Echtheitscharakter. Alle Aufgabenfelder wie Geschäftsleitung, Produktplanung, Werbung, Produktion, Verkauf, Buchhaltung usw. werden von Schülerinnen und Schülern ausgeführt und verantwortet. Lernorte außerhalb der Schule sind selbstverständlich.

Einige Beispiele wie sich Stoffvermittlung verändert:

In **Deutsch** wird gelernt, wie man eine Bewerbung formuliert oder Geschäftsbriefe schreibt.

In **Mathematik** werden Berechnungen von Arbeitsschritten dann vermittelt, wenn sie sich aus den praktischen Anforderungen ergeben. Beispielsweise, wenn Lebensmittel eingekauft werden für das gemeinsame Mittagessen, oder wenn für das Streichen der Wände im neuen Geschäftsraum die Farbmenge berechnet werden muss.

In **Englisch** berichten die Schüler wöchentlich auf einer internationalen Schüler-Homepage über ihre Aktivitäten. Dazu schreiben sie jeweils kurze Zusammenfassungen über ihre Arbeit.

In **HTW** lernen die Schüler, sich selbst zu versorgen, indem sie sich in der Mittagspause etwas kochen und mit einem bestimmten Budget ausreichend Essen für alle hinkriegen müssen.

Natürlich hat jeder Lehrer immer auch noch die Möglichkeit bei Bedarf Unterrichtseinheiten in den Firmenalltag einzuflechten, beispielsweise als wöchentlicher Fixtermin oder als Blockseminar.

Zum Thema „Benotung“:

In Baden-Württemberg, wo das „Klasse8.com“-Experiment stattfand, gab es 2010 das dreigliedrige Schulsystem aus Gymnasium, Realschule und der neunjährigen

Hauptschule mit der Möglichkeit, ein 10. Schuljahr in der „Werkrealschule“ anzuhängen. Für die Hauptschüler, die nach der 9. Klasse abgingen, hieß das: Da die Bewerbungsgespräche für eine Lehrstelle bereits während des 9. Schuljahrs stattfanden war das Zeugnis der 8. Klasse gleichzeitig das Bewerbungszeugnis. Und für die Lehrerin der „Klasse8.com“ bedeutete das wiederum: Sie musste einen Weg finden, die geschäftlichen Aktivitäten zu benoten.

Grundgedanke dabei: Ob Schüler Aufsätze schreiben oder einen Geschäftsbrief schreiben ist eigentlich egal. In **Deutsch** werden also die Bewerbungen aller Schüler als Arbeit benotet oder die schriftliche Anfrage nach Unterstützung bei der Industrie- und Handelskammer. Ähnlich in **Mathematik**: die Schüler rechnen nach Formeln, die mit ihrer Firma zu tun haben; also beispielsweise die Fläche eines Dreiecks über den Pythagoras-Satz, weil sie eine Wand diagonal streichen wollen. Oder Rauminhalt und Oberflächen von Produkten müssen präzise berechnet werden. Jeweils eine Schülergruppe oder auch einzelne Schüler erhalten den Auftrag, englische Texte fürs Internet zu formulieren und sie online zu stellen. So ist die Leistung des Einzelnen oder der Gruppe im Fach **Englisch** zu benoten. **HTW** ermöglicht einerseits beim Kochen für die Gruppe die Bewertung durch den Lehrer, andererseits können Materialkunde und Bearbeitung von Produkten der Schülerfirma benotet werden. Aus den Lehrplaninhalten lassen sich immer Zusammenhänge mit den Aufgaben in einer Firma finden und als Tests oder in Form von praktischen Aufgaben prüfen.

Biologischer Hintergrund: Ein Allzeithoch clever nutzen

„Die Hochschullaufbahn kann mit 14 beginnen, die jungen Erwachsenen sind dann so weit, dass sie das problemlos können. Wenn sich diese Wege öffnen, wird sich unglaublich viel in unserem Land bewegen“. Was ein bisschen naiv nach Grönemeyers „Kinder an die Macht!“ klingt, ist die wissenschaftliche Einschätzung von Professor Gunther Moll, Leiter der Kinder- und Jugendabteilung für Psychische Gesundheit am Universitätsklinikum Erlangen.

Moll ist überzeugt davon, dass der Mensch in seinem Leben nie wieder so kreativ und wagemutig sein wird wie in der Pubertät. Nie zuvor wurde und nie danach wird das Gehirn so radikal umgebaut, mit überraschenden Verknüpfungen und ungewöhnlichen Verschaltungen, kurz: mit völlig neuen Möglichkeiten. Ebenfalls faszinierend: In dieser Phase wird im Gehirn nur das abgebaut, was nicht genutzt wird. Und das bedeutet: In diesem Zeitfenster der Pubertät stehen dem Menschen wirklich alle Wege offen. Wenn er sie nutzt, beziehungsweise: Wenn man ihn lässt....

Was passiert aber, wenn Heranwachsende zwischen 13 und 15 eine solche „wirkliche“ Aufgabe bekommen? Dann, das zeigen viele Beispiele, können sie die Alpen überqueren, ganze Wohnblocks renovieren, Bücher schreiben, Rockkonzerte organisieren, Filme drehen oder - siehe oben - ein Hochschulstudium beginnen. Hartmut von Hentig nennt dieses Phänomen die „nützliche Erfahrung, nützlich zu sein“. An diesem Punkt setzt „Klasse8.com“ an: Die Schüler nutzen ihr biologisches Allzeithoch, die Pubertät, um eine Firma zu betreiben – fulltime.

„Klasse8.com“ – der Zeitplan

Etwa ein Jahr vorher in Klasse 7	Grundsätzliche Entscheidung Gesamtlehrerkonferenz + Elternbeirat Gründung eines spendenberechtigten Fördervereins Suche nach einem Medienpartner (Lokalzeitung, Lokalradio)
ab Oktober	Kontakt zu örtlichen Behörden und Firmen
Februar / März	Elternabend (bei hohem Migrantenanteil ggf. mit Übersetzer)
April / Mai	über Tageszeitung Suche nach Business Angels mit Managementenerfahrung
Mai/ Juni	Suche nach Geschäftsräumen, möglichst auf dem Schulgelände mit Telefon / Internet
Mai / Juni	Erarbeitung einer Zeitstruktur für den Schuljahresbeginn, Lehrer + Business Angel
vor den Schulferien	Aufgabe: Ideensuche in den Schulferien
	SOMMERFERIEN
erster Schultag Klasse 8	Auszug aus dem Klassenzimmer Bezug und Renovierung der neuen Räume
Phase bis zu den Herbstferien	Businessplan, Firmenbesuche, Behördengänge, Suche nach Geschäftspartnern, Finanzierung (z.B. Anteilscheine oder Spenden Förderverein), Produktidee
kurz vor oder nach den Herbstferien	Firmengründung als Feier mit allen Schülern, Eltern, Lehrern plus Partner, Zeitung und interessierte Öffentlichkeit
	HERBSTFERIEN
November	Marketing erarbeiten
Dezember	Erste Verkaufsaktionen, z.B. auf Weihnachtsmärkten
Januar	Go Live Beginn der Produktion
2. Schulhalbjahr	Optimierung von Produktionsabläufen Steigerung der Effektivität PR+Werbeaktionen, neue Märkte suchen Job-Rotation: andere Aufgaben übernehmen
Zwei Wochen vor Ende des Schuljahres	Bilanzpressekonferenz und Firmenübergabe an die kommende Klasse 8; erste Workshops mit den neuen Schülern



Einer der wichtigsten Schritte: die Einbindung der Eltern

Verlauf des Experiments

Dem Projekt ging ein Jahr intensive Vorbereitung voraus: zahlreiche Gespräche der Redaktion mit Lehrern und Schulleitung, gemeinsame Workshops mit der Unternehmensberatung, Planung der ersten Wochen, Entwicklung von Szenarien und einer gemeinsamen Philosophie des Projekts. Diese Philosophie wurde jedoch nicht in einem gemeinsamen Papier beschrieben. Das war ein Fehler! Alle Planungen, Verabredungen sollten schriftlich festgehalten werden, um so das Projekt zu festigen und gemeinsames Denken stärker zu fördern.

Über die Sommerferien 2010 hatten sich die Schüler mehrere Ideen überlegt. In den ersten Schultagen wurden diese Ideen diskutiert und bewertet. Vom Unternehmensberater, dem SWR und den Schülern jedoch unterschiedlich eingeschätzt. Die Schüler entschieden sich schließlich für drei Firmenideen:

- Fahrradreparaturservice + Organisation von Fahrradtouren für Stuttgarter Schulklassen,
- Entwurf und Druck von T-Shirt-Motiven,
- Herstellung und Verkauf von Pralinen.



Fahrradgruppe beim Coaching



Ein Motiv der T-Shirt-Gruppe



Erste Ergebnisse der Pralinengruppe

Unglücklicherweise fiel gleich zu Schuljahresbeginn der Rektor der Steinbachschule für mehrere Wochen durch Krankheit aus. Die Folge: Die Klassenlehrerin, gleichzeitig Konrektorin, musste die komplette Rektoratsarbeit übernehmen und geriet bald an Ihre Belastungsgrenze.

Getragen durch die Anfangseuphorie lief „Klasse8.com“ dennoch zunächst Mut machend an. Die Schüler waren neugierig, die Steinbachschule war stolz auf ihre neue Schülerfirma und der regelmäßige Besuch des Kamerateams motivierte die Schüler stark. Die Besuche des Unternehmensberaters wurden von den Schülern mit Spannung erwartet.

Die **T-Shirt-Firma** wollte T-Shirts nach eigenen Entwürfen bedrucken und auf den Markt bringen. Ihre Aufgabe war es, den Markt zu sondieren:

Was kosten unbedruckte T-Shirts im Einkauf? Was kosten bedruckte T-Shirts bei der Konkurrenz? Was kostet eine Druckmaschine?

Die **Pralinengruppe** wollte ihre Produkte rechtzeitig zu den Weihnachtsmärkten in den Handel bringen. Ihre Aufgabe war die Recherche der Hygienevorschriften und Rohstoffpreise.

Die **Fahrradgruppe** sollte eine Idee entwickeln, die über das reine Instandsetzen von Fahrrädern hinausging. Sie entschied sich dafür, anderen Schulen geführte Touren für Klassenausflüge anzubieten.

Auf dieser Grundlage sollten im nächsten Schritt die Schüler Businesspläne ausarbeiten. Zusammenstellung der Kosten für Rohstoffe, notwendige Arbeitsleistung, Finanzbedarf, Werbung, Preisgestaltung usw. Ziel war noch vor den Herbstferien die Gründungsfeier. Dazu sollten alle Eltern, sämtliche Projektbeteiligten und die örtliche Presse eingeladen werden. Die Schüler sollten ihre Firmenideen präsentieren. Diese Gründungsfeier wurde zwei Mal verschoben. Mitte November erklärte die Schule überraschend ihren Ausstieg aus dem Projekt.



Besuch einer Schokoladenfabrik

Voraussetzungen für das Gelingen

Unser Versuchslauf hat gezeigt: Aus kleinen Anfangsfehlern können Fehlentwicklungen werden, die das gesamte Projekt belasten. Vor allem auf folgende Punkte sollten Projektverantwortliche achten:

1. Klare Kriterien bei der Ideenfindung

Wer bestimmt, welche Geschäftsideen die Schülerfirma verfolgt? Die Schüler selbst? Die Schule? Der Business Angel? Klar: Wenn Schüler ihre eigenen Ideen verfolgen ist die Motivation am größten. Aber: Tragen die Ideen auch? Sind sie ausgefallen genug, um auf dem Markt überhaupt eine Chance zu haben?

Unsere Empfehlung: Wenn sich eine Idee draußen nicht durchsetzt, wird das Projekt bald darunter leiden. Deshalb ist es sinnvoll, Geschäftsideen frühzeitig durch Bedarfsforschung und Marktchecks abzuprüfen.

2. Klare Vorstellungen über die Organisation des Projekts

Wenn Sie als Lehrer mehrere Zweige einer Schülerfirma zulassen, bekommen Sie möglicherweise bald ein Managementproblem: Wenn z.B. die „Fahrradgruppe“ den Werkstattkeller, die „Pralinengruppe“ die Schulküche und die „T-Shirtgruppe“ ein Büro mit PC-Anschluss braucht, haben sie die Schwierigkeit zu lösen, dass Sie nicht an allen drei Orten zugleich sein können. Wenn Sie genügend Hilfskräfte haben ist das relativ einfach zu lösen – aber was wenn nicht?

3. Richtige Einschätzung des unternehmerischen Inputs

Als Lehrer geraten Sie immer wieder an den Punkt, an dem der Primat der Pädagogik und der Primat des Unternehmerischen aufeinanderprallen. Es ist manchmal eine Herausforderung, die Vorgaben des Unternehmensberaters sukzessive abzuarbeiten und umzusetzen, anstatt sie den eigenen pädagogischen Richtlinien anzupassen. Keine Frage: Hier geht ein Stück pädagogischer Freiheit verloren. Auf der anderen Seite erarbeiten Sie und Ihre Schüler sich den Zugang zu einer neuen faszinierenden Welt.

Gewinn für die Schüler

Die persönliche Entwicklung der Schüler war beeindruckend. Schon ab dem fünften Schuljahr galt diese Klasse als besonders schwierig. Mehrere Lehrer waren gescheitert. Es war nicht möglich, Ruhe und konzentriertes Arbeiten in die Klasse zu bringen. Erst mit der Übernahme der Klasse durch Jana Bergemann verbesserte sich die Situation.

Bei Projektbeginn waren die Schüler noch sehr schüchtern, ihre rhetorischen Fähigkeiten waren noch nicht ausgebildet. So blickten sie einem bei der Begrüßung nicht in die Augen sondern schauten auf den Boden und sprachen leise. Schon nach einem Vierteljahr Schülerfirma und Umgang mit den Medien bot sich ein völlig anderes Bild. Die Schüler waren in der Lage ihre Projekte zu präsentieren, zu reflektieren, frei vor der Kamera zu sprechen. Nach und nach übernahmen sie Verantwortung. Für die Persönlichkeitsentwicklung der Schüler war „Klasse8.com“ auf jeden Fall ein Erfolg.



Schülerinnen und Schüler von „Klasse8.com“ proben die Präsentation ihrer Firma

„Klasse8.com“ in den SWR-Medien

Der SWR plante, das Projekt das ganze Jahr über zu begleiten. Parallel dazu wurde in folgenden Medien und Programmen kontinuierlich, quasi in Echtzeit, berichtet:

- „Kaffee oder Tee?“ wöchentlich (tägliche Servicesendung im SWR- Fernsehen),
- „ARD-Buffer“, monatliche Zusammenfassung (Mittagsfernsehen in „Das Erste“),
- wöchentliche Reportagen in SWR 3,
- ausführliche Einzelberichte in SWR 2 Kultur,
- Interviews und Berichte in der aktuellen Berichterstattung, z.B. Landesschau,
- ständig aktualisierte Homepage im Internet,
- wöchentliche Postings auf Facebook.

In den Sendungen wurde nicht nur berichtet über den Verlauf des Experimentes, sondern sie wurden auch genutzt, um Unterstützung für die Schülerfirma zu finden. So wurde neben der Frage nach Geschäftsideen auch nach ehrenamtlichen Betreuern und Helfern gesucht (Business Angels, Senior Advisors, Handwerker, Schulpsychologen).

Aus schulrechtlichen Gründen war das Experiment – obwohl vom SWR initiiert - ein Projekt der Schule.



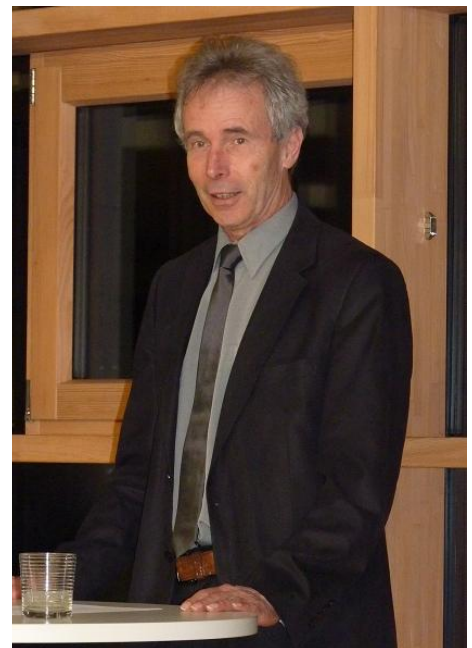
„Klasse8.com“ in Fernsehen, Radio, Internet

Beiträge unserer Projektpartner / 1

Die Schulaufsichtsbehörde

Bei der Planung von „Klasse8.com“ stellte sich früh die Frage: Darf eine Schule das überhaupt, die Schüler ein ganzes Jahr lang aus dem Schulunterricht herausnehmen? Damals war Wolfgang Schiele im Regierungspräsidium Stuttgart unser erster Ansprechpartner. Nachdem er sich die Idee angehört hatte, zögerte er einen Augenblick, ging zu seinem Bücherregal und sagte dann: „Ja, das können Sie so machen!“ Wir haben Wolfgang Schiele gebeten, seine damaligen Überlegungen zu „Klasse8.com“ noch einmal schriftlich zu formulieren.

Wolfgang Schiele
bis 2010 leitender
Regierungsschuldirektor
im Regierungspräsidium Stuttgart,
jetzt als freier Berater tätig



Wolfgang Schiele

Freier Berater

SWR-Projekt „Klasse8.com“

Einbindung, Rolle und Aufgaben der Schulverwaltung

Stichwort	Begründung	Anmerkung
Realisierung	<p>Das SWR-Projekt „Klasse8.com“ ist aus schulrechtlicher Sicht realisierbar. Die Inhalte und Vorgaben des Bildungsplanes werden erfüllt.</p> <p>Diese werden nicht im traditionellen Klassenunterricht und des herkömmlichen Stundenplans vermittelt, sondern in der Organisationsform einer Schülerfirma.</p> <p>Dazu wird der gesamte Bildungsplan der Klasse 8 so umgeschrieben, dass er nicht im Klassenzimmer und der Schule, sondern in lebensweltorientierten Situationen in Schülerfirmen umgesetzt wird.</p> <p>Die vorgegebenen Kompetenzen und Inhalte sind verbindlich. Ein Schulwechsel muss jederzeit ohne Benachteiligung der Schülerinnen und Schüler möglich sein.</p> <p>Die „Schülerfirma“ erhält Echtheitscharakter. Alle Aufgabenfelder wie Geschäftsleitung, Produktplanung, Werbung, Produktion, Verkauf, Buchhaltung usw. werden von Schülerinnen und Schülern ausgeführt und verantwortet.</p> <p>Lernorte außerhalb der Schule sind selbstverständlich.</p>	<p>Bildungsplan Notenverordnung Versetzungordnung</p>
Schule	<p>Grundsätzlich ist die Teilnahme an diesem Projekt in der Entscheidung der Schule.</p> <p>Die schulischen Gremien (Schulkonferenz, Gesamtlehrerkonferenz, Eltern und Klassenpflegschaft der teilnehmenden Klassen) sind einzubeziehen.</p> <p>Die Teilnahme ist freiwillig.</p> <p>Bei Umsetzung ist der Versicherungsschutz gegeben (Schulveranstaltung)</p> <p>Schülerinnen und Schüler dürfen in einer Schülerfirma nach dem Jugendschutzgesetz tätig werden.</p>	<p>Informationen und Beteiligungen Schulische Partner</p>

Schulverwaltung	<p>Die Schulverwaltung ist ein wesentlicher Unterstützer dieses Projekt.</p> <p>Ansprechpartner im Regierungspräsidium:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Information des Kultusministeriums • Information und Beteiligungen innerhalb des Regierungspräsidiums (Juristen, Schulreferate, Referat 73 (Unterrichtsversorgung) und Referat 77 (Fortbildung, Begleitung) • Information und Beteiligung des zuständigen Staatlichen Schulamtes (Begleitung des Projektes, Unterstützung (z.B. bei Krankheit oder Ausfall der Lehrkräfte, Fortbildung, Türen öffnen, Gespräche und Beratungen, Dienstleistungen, ...) • Information des Schulträgers • Kontakte mit Kammern und Institutionen 	<p>LAG Schule-Wirtschaft IHK Handwerkskammer</p>
Jugendschutz	<p>Schülerinnen und Schüler dürfen in einer Schülerfirma nach dem Jugendschutzgesetz tätig werden.</p> <p>Die steuerrechtlichen Fragen und Fragen des Haftungsrechtes sind ebenfalls geklärt.</p>	<p>Quelle: www.transfer-21.de/daten/.../schuelerfirmen/9Rechtsfragen.pdf</p>
Bildungsplan	<p>Die Schule benötigt einen klar strukturierten Arbeitsplan für das gesamte Schuljahr in dem die Inhalte der Fächer und Fächerverbünde den Tätigkeiten in der Schülerfirma zugeordnet werden.</p> <p>Leistungskontrollen und Leistungsnachweise sind erforderlich.</p> <p>Externer Berater ist für die Schule eine große Hilfe zur Steuerung und Umsetzung (Gesamtplan, Übersicht, „critical friend“)</p>	<p>Besondere Planungen für:</p> <p>Religion / Ethik Sport Kunst Musik</p>

<p>Chancen</p>	<p>Handlungsorientiertes Lernen in Praxissituationen (Nachhaltigkeit, Motivation, Ernstfallcharakter) Curriculare Integration von schulischem Unterricht und außerschulischem Praxiskontakt (Vorbereitung, Durchführung, Reflexion) mit Schwerpunkt auf handlungsorientiertem Lernen. Persönlichkeitsentwicklung, Selbstständigkeit, Verantwortung. Erlernen einfacher marktwirtschaftlicher Zusammenhänge im schulischen Umfeld Orientierung an eigenen Kompetenzen Einblicke in Berufsbilder und evtl. Entscheidungen zur Berufswahl Umsetzung der ökonomischen Bildung</p>	
<p>Stolpersteine</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mangelnde Teamfähigkeit der Lehrkräfte • Fachliche Kompetenz nicht vorhanden • Keine klare Struktur zur Umsetzung • Keine Perspektiven bei Ausfall von Lehrkräften • Keine Auseinandersetzung mit Medien und deren Anliegen/Ziele • Mangelnde Kooperation zwischen Schule und Medien • Zu lange Planungsphasen • Durchhaltevermögen • Dokumentation 	

Beiträge unserer Projektpartner / 2

Die Unternehmensberatung

Durch die Teilnahme von Roland Berger Strategy Consultants erlebte das Experiment „Klasse8.com“ einen wesentlichen Schub. Sowohl in der Steinbachschule, als auch im SWR, in den Redaktionen und in den Pressestellen wurde wohlwollend genickt, als der Name Roland Berger fiel. Hatten wir doch damit einen der weltweit führenden und operierenden Unternehmensberater als Partner gewonnen. Im Rahmen ihrer Social Responsibility Aktivitäten machte der Direktor der Stuttgarter Niederlassung, Thomas Rinn, „Klasse8.com“ zur Chefsache und beriet die Klasse persönlich. Sein Beitrag fasst die 10 Erfolgsfaktoren zusammen.

Thomas Rinn
Partner und
Unternehmensberater
bei Roland Berger Strategy Consultants



Unser Beitrag als Unternehmensberatung zum Projekt "Klasse8.com"

Roland Berger Strategy Consultants, Thomas Rinn, Partner

Roland Berger Strategy Consultants hat das Projekt "Klasse8.com" im vergangenen Jahr 2010 in der Vorbereitung und Durchführung in Kooperation mit dem SWR und der Steinbachschule in Büsnau begleitet. Das Projekt des Aufbaus einer Schülerfirma war im Jahr 2010 eines unserer wichtigen Projekte im Rahmen unserer Corporate Responsibility-Aktivitäten. Wir haben dieses Projekt ausgewählt, weil es hervorragend zu unseren Werten von Excellence, Partnership und Entrepreneurship passt: Entrepreneurship deshalb, weil es der direkte Auftrag der Klasse ist, eines oder mehrere Unternehmen zu gründen; Partnership, weil wir tatsächlich beratend und unterstützend tätig sein können und den Schülern wirklich helfen können; Excellence, weil wir in unserer Funktion als unabhängige Berater hier als "Beschleuniger" und Experten für die Klasse wirken können.

Die Unterstützung von Seiten Roland Berger Strategy Consultants erfolgte unentgeltlich durch einen Einsatz von ca. 15 Tagen. Der Umfang war in einer Größenordnung, dass er parallel zum originären Geschäft ablaufen konnte.

Abgleich unserer professionellen Beratungstätigkeit in Unternehmen mit den Erfolgsfaktoren für eine Kooperation zum Aufbau einer Schülerfirma

Wir konnten 10 Erfolgsfaktoren für das Thema "Schülerfirma" identifizieren, die wir an dieser Stelle gerne zusammenfassen:

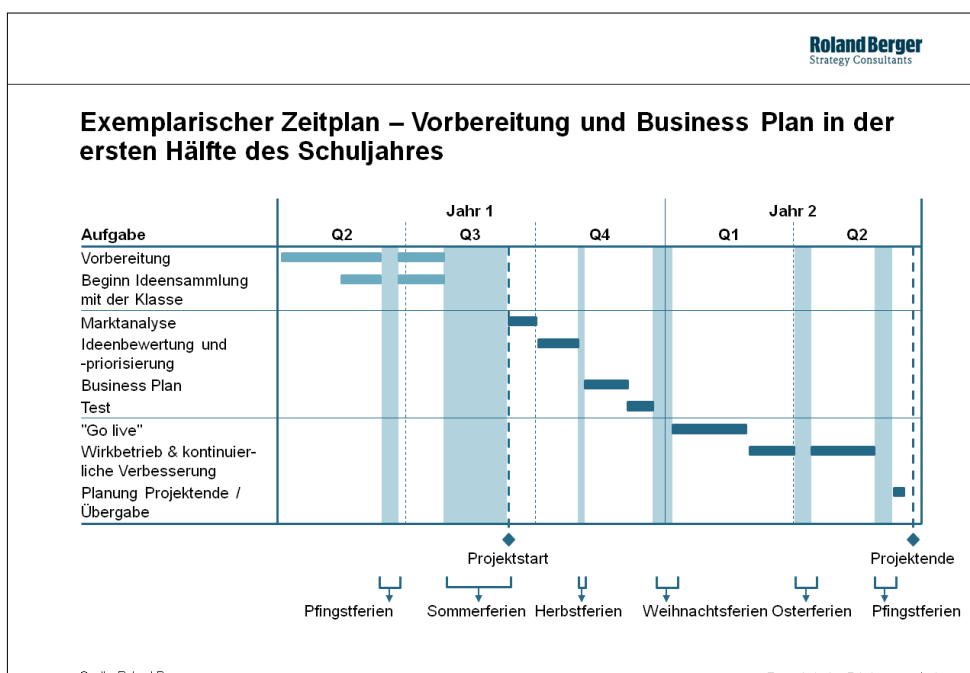
1. Transparenz für alle Beteiligten erzielen, was eine Kooperation bedeutet, Spielregeln festlegen

Keiner der beteiligten Partner ist es gewohnt, in einer solchen Kooperation zu arbeiten. Für jede Seite gibt es neue Herausforderungen. Es bedarf schon in der Kick-off-Phase Zeit, sich über mögliche Szenarien Klarheit zu verschaffen, Spielregeln und Eskalationsmechanismen zu definieren, die Erwartungshaltung der Schüler einzuschätzen sowie die Balance zwischen medialer Präsenz und pädagogischer Verantwortung etc. zu klären.

2. Erwartungshaltung managen, Zeitplan festlegen

Nach unserer Erfahrung kann eine Schülerfirma nicht einfach aus dem Boden gestampft werden. Geduld ist wichtig, denn meist werden durch alle Beteiligten die Fähigkeiten der Schüler im Zeitablauf überschätzt. Die Konzentration auf ein Thema kann und darf aber auch nicht zu Langeweile führen. Es bedarf eines klaren Zeitplanes, der die Erwartungshaltung an die Ergebnisse nicht zu hoch ansetzt. Der diesem Projekt zugrunde liegende Zeitplan hat sich als plausibel erwiesen:

- Ca. drei Monate Vorbereitungszeit vor den Sommerferien für die Beteiligten, Informationen der Eltern und Schüler sowie Freigabe und Diskussion des Zeitplans.
- Start der Ideenfindung vor den Sommerferien, sorgfältige Bewertung und Auswahl von Ideen und Vorbereitung der Business Pläne sowie Schaffung der Voraussetzungen zum Start des Unternehmens bis zur Weihnachtspause.
- "Go live" des Unternehmens im Januar, Austausch von Erfahrungen zwischen einzelnen Schülerfirmen in den Folgemonaten, gegebenenfalls dann auch Rotation der einzelnen Schüler. Zu diesem Zeitpunkt sollte dann auch schon eine Diskussion erfolgen, wie zum Ende des Schuljahres mit den einzelnen Unternehmen umgegangen werden soll (Übergabe an die nächste Klasse etc.).



3. Rollenaufteilung zwischen den Beteiligten klarstellen

Es bedarf der Rollenaufteilung zwischen den Beteiligten, um die Verantwortlichkeiten für die einzelnen Themenstellungen zu konkretisieren, für jeden beteiligten Partner, die Rechte und Pflichten aufzusetzen. Als Unternehmensberatung haben wir klar den inhaltlichen Teil für uns reklamiert, d.h. die Unterstützung bei Fragen der Schüler und der Lehrer zu wirtschaftlichen Themenstellungen sowie auch das "Türöffnen" für die Diskussion mit Verbänden oder die Organisation von Unternehmensbesichtigungen.

4. Aufgabe nicht unterschätzen, Faktor 2 zum "normalen Unterricht"

Es ist oftmals schwierig genug, eine Klasse während des "normalen" Unterrichts unter Kontrolle zu halten. Mit der Gründung von Unternehmen, insbesondere von mehreren Unternehmen innerhalb einer Klasse, müssen sich die Schüler aufteilen. Selbstdisziplin der einzelnen Gruppen kann jedoch nicht unbedingt erwartet werden. Dies bedeutet, es bedarf der erweiterten Aufsicht sowie ein ständiges Umstellen auf neue Geschäftsmodelle. Zudem muss die Klasse als Ganzes auf demselben Niveau gehalten werden. Aus der Sicht von außen, ist es für uns mit dem gängigen Unterricht nicht zu vergleichen. Wir schätzen, dass hiermit wesentlich mehr Aufwand verbunden ist: Die Vorbereitung außerhalb der Klasse bleibt, der Aufwand für die Begleitung der Klasse erhöht sich jedoch. Wir nehmen hier ungefähr eine Verdoppelung mit Beginn des Schuljahres an. Hier bietet sich eine Aufteilung auf verschiedene Personen an – Synergien aus einem ähnlichen Unterricht aus Vorjahren sind kaum zu erwarten.

5. Das eigene Engagement nicht mit dem Engagement der Schüler verwechseln

Ein Projekt wie "Klasse8.com" zu starten braucht eine große Begeisterung sowie Motivation, sich auf ein Abenteuer einzulassen. Das Engagement des Lehrers ist hier ein wesentlicher Treiber, es darf jedoch nicht mit dem Engagement der Schüler verwechselt werden. Jedem Schüler der Klasse das gleiche Maß an Engagement zu unterstellen wäre ein Fehler. Es bedarf der ständigen Einzelmotivation der Schüler, Tiefen im Prozess zu überwinden, einen Lerneffekt zu erzielen und vor allem

Eigeninitiative zu beweisen. Die Erwartung zu haben, alle Schüler teilen dasselbe Engagement wie der Lehrer, wäre schlicht falsch.

6. Externe Quellen nutzen, unternehmerische Kompetenz ins Haus holen

Die Unternehmensgründung erfordert ein hohes Maß an Kreativität, Abwechslung sowie Inspiration. Vier Wochen am Stück im Klassenzimmer nur über das eigene potentielle Unternehmen nachzudenken, kann auch ganz schnell langweilig werden und zu Frustration führen. Es ist deshalb sinnvoll, sich zu überlegen, wie diese Gründung aufgelockert werden kann, sei es durch externe Besuche von Unternehmen, Integration von Verbänden, die über Industrien und Märkte berichten oder auch allein die Befragung von Ruheständlern, die in einem ähnlichen Geschäftssegment tätig waren. Dies hilft der Klasse oftmals, schnell zusätzliche unternehmerische Kompetenz zu gewinnen. Im Projekt hat es sich gezeigt, dass es insbesondere sinnvoll ist, in Teilen unternehmerische Kompetenz ins Haus zu holen, um das Vorgehen in der Klasse zu beschleunigen. Insbesondere die Frage: "Ist das realistisch, was wir hier vorhaben?", kann so sehr gut gespiegelt werden.

7. Türöffner suchen

Die oben genannten externen Quellen müssen im Prozessablauf auf die jeweilige Projektsituation passen. Oftmals gibt es nur wenig Vorlauf, eine solche externe Quelle planbar einzusetzen. Dies ist einfach am letzten Beispiel-Projekt aufzuzeigen: "Hygiene in der Pralinenfertigung – Was bedeutet das?" Ein kurzfristig angesetzter Besuch in einer Schokoladenfabrik war hier sehr hilfreich. Es ist deshalb wichtig, ein Netzwerk aufzubauen, das einem gegebenenfalls helfen kann, im entscheidenden Augenblick die richtigen Türen zu öffnen und Multiplikatoren zu suchen, um externe Quellen zum richtigen Zeitpunkt zu integrieren.

8. Plan zu Lerninhalten sowie wichtige Einzelschritte festlegen und nach-einander abschließen

Ein Projekt wie "Klasse8.com" ist von einzelnen Lernphasen gekennzeichnet, in denen die Schüler unternehmensrelevantes Wissen zum richtigen Zeitpunkt benötigen. Das bedeutet, dass auch die Lerninhalte über die einzelnen Phasen des Projekts verteilt werden müssen. Hier bedarf es eines Plans, damit auch

unterrichtsähnliche Abschnitte gezielt einfließen können. Themen könnten hier sein:

- Welche Kreativitätstechniken gibt es (Brainstorming etc.)? Wie nutzt man sie?
- Was sind Einnahmen/Ausgaben?
- Wie arbeitet man mit einer Gewinn-und-Verlust-Rechnung?
- Was sind die Inhalte eines Businessplans?
- Was ist der Unterschied zwischen Effektivität und Effizienz in einem Unternehmen? Warum denkt man an Effektivität zuerst?
- Wie schreibt man eine Bewerbung?
- Wie sieht eine effiziente Prozessdarstellung, z.B. eine Wertstromanalyse aus?
- Wie verhält man sich in einem Bewerbungsgespräch?
- Welche Informationen fordert eine Bank, um einen Unternehmensgründerkredit zu erteilen?

Aus unserer Sicht ist es sehr wichtig, den Schülern dieses methodische Wissen parallel zu den eigenen Prozessphasen anzubieten. Ein Plan zu den Lehrinhalten sollte bereits im Voraus festgelegt werden, der aus den wesentlichen Einzelschritten besteht und dann sukzessive abgearbeitet wird.

9. Stimmungsschwankungen einbeziehen, Tiefen überwinden lernen

Die einzelnen Gruppen der Klasse werden in den unterschiedlichen Phasen unterschiedlich weit sein, unterschiedliche Frustrationsniveaus erleben und gegebenenfalls mit Neid auf andere Gruppen blicken. Dies ist Teil des Lernprozesses. Dennoch gilt es, mit den einzelnen Stadien im Fortschritt umzugehen und der Klasse Methoden an die Hand zu geben, wie sich die Gruppen gegenseitig helfen können. Ein regelmäßiges Aufzeigen der Fortschritte der einzelnen Gruppen in der Klasse ist deshalb ein Muss. Die anderen Gruppen in der Klasse um Hilfe zu bitten, wenn es Fragen gibt, sollte zur Selbstverständlichkeit werden. Dies ist in wirklichen Unternehmen ja auch nicht anders. Eine Unternehmenskultur muss mit unterschiedlichen Schwierigkeiten und Stimmungen im Unternehmen umgehen können.

10. Erfolge feiern, Engagement nutzen

Fortschritt in der Klasse darf nicht als selbstverständlich erachtet werden. Erfolge, die sich während der Gründung einer Schülerfirma einstellen, müssen auch gefeiert werden. Oft bietet sich hier an, Eltern einzuladen, die somit an dem Fortschritt teilhaben und/oder gezielt über ein Belohnungssystem nachzudenken, wenn wesentliche Fortschritte erzielt wurden oder auch einen besonderen Preis für das beste Geschäftsmodell oder die beste Schülerfirma in Aussicht zu stellen. Dies fördert ohne Zweifel nicht nur das Engagement der Schüler, es erlaubt auch das Denken in Meilensteinen und hält das nächste Ziel vor Augen.

Aus unserer Sicht gibt es viele Parallelen zwischen der professionellen Beratungstätigkeit in Unternehmen und dem Aufbau einer Schülerfirma in einer Klasse. Obwohl die Sprache und der Aufsattpunkt anders ist und die wesentlichen geschäftstypischen Standards noch nicht bekannt oder akzeptiert sind ist die vorhandene Dynamik sehr ähnlich. Ein wesentlicher Unterschied ist jedoch, dass eine Unternehmenskultur in bestehenden Unternehmen in der Regel schon existiert, an die sich eine professionelle Beratung anpassen muss. Im Falle der Neugründung einer Schülerfirma muss eine Kultur erst etabliert werden. Hier kann externe Unterstützung sehr sinnvoll wirken.

Im speziellen Fall des Projekts "Klasse8.com" kam noch ein wesentlicher Punkt dazu, den wir allerdings nicht als generellen Erfolgsfaktor betrachten. Uns als Unternehmensberatung ist es nicht fremd, mit Presse oder Medien zusammen zu arbeiten. Schulen, Lehrer und Schüler haben jedoch in der Regel hiermit keine Erfahrung. Dieser Unterschied ist zu Beginn des Projekts durch sehr offene Kommunikation zwischen den Beteiligten auszugleichen.

Zusammenfassend halten wir die Initiative, eine Schülerfirma aufzubauen, für sehr gut. Wir betrachten das Projekt als großen Erfolg, obwohl es anders endete, als wir erwartet hatten.



Die Schüler der „Klasse8.com“ von links oben nach rechts unten:

Mete Altuntas, Samih Oleik, Yusuf Türköz, Daniel Rastschenko, Ozan Keskin, Chiara Cusimano, Noreen Aslam, Janine Laier, Johanna Romberger, Elif Balci, Sergey Gonchrov, Jurij Walker, Ahmet Demir, Yelda Semiz, Vinsan Johnpillaj, Yusuf Oguz , Ansar Afzal, Ibrahim Firat, Jason Offei (diese beiden sind nicht auf dem Bild)

Kontakt;

Bernhard.Foos@swr.de

Rolf.Schlenker@swr.de

