



em-Schülerfirmennetzwerk

Jahres- und Wirkungsbericht | 2013

Der Verein Social Reporting Initiative e.V. (SRI) hat diesen Druck großzügig mit Mitteln des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) und der Vodafone Stiftung Deutschland gefördert.



Unser besonderer Dank gilt allen Projektpartnern, Unterstützern, Freunden und Förderern des em-Schülerfirmennetzwerks.



Vodafone
World of Difference



Bayer Cares
Foundation

Social|Lab
KÖLN

CLEVER ELEMENTS

ergo 
Kommunikation

 **Sparkasse**
KölnBonn



Vision

Das em-Schülerfirmennetzwerk hat es sich zur Aufgabe gemacht, Jugendliche aus sozial benachteiligten Verhältnissen so zu unterstützen, dass sie den Übergang von der Schule in den Beruf erfolgreich bewältigen. Jede Schülerin und jeder Schüler soll im Laufe seiner Schulzeit die Chance bekommen, in einer Schülerfirma die wirtschaftlichen Zusammenhänge in unserer Gesellschaft kennenzulernen, unternehmerisches Handeln durch eigene Praxis auszuprobieren und dabei Schlüsselkompetenzen für den Beruf einzuüben: Eigeninitiative zu entwickeln und Verantwortung für sich, für ein Team und für das gemeinsame Projekt zu übernehmen.

Highlights 2013

- **19. bis 23. Februar:**
Das em-Schülerfirmennetzwerk ist mit einem eigenen Stand auf der weltgrößten Bildungsmesse didacta in Köln vertreten.
- **15. Mai:**
Die erste em-Lehrerfortbildung „Schülerfirmen einfach machen“ findet mit Teilnehmern von 9 Schulen statt, von denen 7 anschließend tatsächlich ihre eigene Schülerfirma betreiben.
- **23. Oktober:**
Wir unterzeichnen den ersten Kooperationsvertrag mit der PENNY-Markt GmbH.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Gesellschaftliches Problem und Lösungsansatz	5
Wirkungen 2013	11
Organisation und Finanzen	19
Resümee und Ausblick	23
Anhang	29

Vorwort

Liebe Projektpartner, Unterstützer, Freunde und Förderer¹,

als das em-Schülerfirmennetzwerk 2011 gegründet wurde, geschah dies auf der Basis meiner Erfahrungen, die ich als Fellow der Bildungsinitiative Teach First Deutschland an der Käthe Kollwitz Schule in Langenfeld gesammelt hatte. Zwei Jahre lang habe ich dort Schüler im unterrichtlichen und außerunterrichtlichen Bereich gefördert. Besonders motivierend und anregend waren für die Jugendlichen zwei Schülerfirmenprojekte, die ich in dieser Zeit mit Teams von jeweils 8-16 Schülern der Klassenstufen 8 bis 10 realisiert habe. Es zeigte sich, dass mit Hilfe einer entsprechenden Anleitung und mit dem nötigen Freiraum für eigenverantwortliches Handeln selbst Jugendliche, denen das bisher schwer gefallen war, bereit waren sich zu engagieren, Initiative zu zeigen und Verantwortung für sich und das gemeinsame Projekt Schülerfirma zu übernehmen.

Inzwischen sind mehr als drei Jahre vergangen. In diesem dritten Jahres- und Wirkungsbericht werden die Projektentwicklung und der Ressourceneinsatz des em-Schülerfirmennetzwerks im Jahr 2013 dargestellt. Er wurde im Februar 2014 unter Anwendung des Social Reporting Standards zur Veröffentlichung auf der Webseite www.emnetzwerk.de erstellt.

Ich freue mich über Ihr Interesse und stehe gerne auch für weitergehende Fragen und Anregungen zur Verfügung. Bitte sprechen Sie mich einfach an!

Herzlichst

Ihr



Weitere Informationen zu den Aktivitäten des em-Schülerfirmennetzwerks erhalten Interessierte von Tim Breker unter [01577-9516154](tel:01577-9516154) und tb@emnetzwerk.de.

¹ Auf die weibliche Form wurde aus Gründen der Lesbarkeit verzichtet. Es sind im gesamten Dokument ausdrücklich jeweils beide Geschlechter angesprochen.

Gesellschaftliches Problem und Lösungsansatz

Gesellschaftliches Problem

Die Bildungsstudien der OECD und der Bertelsmann-Stiftung zeigen, dass in Deutschland der individuelle Bildungserfolg nach wie vor in hohem Maße von der sozialen Herkunft eines Jugendlichen bestimmt wird. Es besteht weitgehend Einigkeit darüber, dass im Bildungswesen großer politischer Handlungsbedarf besteht, wenn sich Deutschland als führende Industrienation in einer globalisierten Welt behaupten will. Diese Einigkeit darf aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass entgegen der einschlägigen Erkenntnisse der Bildungsforschung das traditionelle, dreigliedrige Bildungssystem nach wie vor von starken Beharrungskräften getragen wird.

In Deutschland haben insbesondere Jugendliche aus sozial benachteiligten Familien große Probleme beim Übergang von der Schule in den Beruf. Dies liegt in vielen Fällen daran, dass den Jugendlichen bestimmte Handlungskompetenzen fehlen und weder sie, noch ihre Eltern oder Lehrer umfassendes Wissen über die genauen Anforderungen und die Vielfalt von unterschiedlichen Ausbildungsmöglichkeiten in Unternehmen haben.

In der Schulzeit wird diese Situation durch drei Faktoren begünstigt.

- ▶ Schulen fehlen in der Regel die nötigen Ressourcen, um ihren Schülern alle berufsrelevanten Kompetenzen zu vermitteln. Kooperationen zwischen Schulen und Unternehmen scheitern noch zu oft, weil sie von beiden Seiten als zusätzlicher, nicht prioritärer Aufwand – statt als wichtige Chance – angesehen werden.
- ▶ Vielen Jugendlichen und ihren Eltern – gerade aus bildungsfernen Schichten – fehlen Motivation und Mittel, die vielfältigen Möglichkeiten für den erfolgreichen Übergang in einen passenden Beruf zu recherchieren und zu bewerten. Lehrer und Berufsberater tun, was sie können – doch in vielen Fällen reicht das nicht und nur wer in der Lage ist zusätzliche Informationsquellen und Kontakte zu nutzen, kann seine Chancen auf einen erfolgreichen Übergang erhöhen.
- ▶ Ungeachtet vieler Aktivitäten unter der Überschrift „Schule-Wirtschaft“ ist die Distanz zwischen Schulen und Betrieben weiterhin zu groß. Zwischen den Interessen von Schülern, Schulen und Unternehmen gibt es zwar große Überschneidungen. Eine fruchtbare Zusammenarbeit scheitert in der Praxis aber leider immer wieder an einigen ganz zentralen und typischen Faktoren wie etwa den unterschiedlichen „Sprachen“, die in Schulen und Unternehmen gesprochen

werden und an den unterschiedlichen Auffassungen von Professionalität in den beiden Bereichen. Insgesamt ist der Kontakt von Jugendlichen mit einem beruflichen Alltagsgeschehen spärlich. Auch die Anzahl an Betriebsbesichtigungen und ernsthaft absolvierten Praktika ist noch zu gering.

Die zusätzlichen Angebote von Bildungsinitiativen werden nur von verhältnismäßig wenigen Schulen und Lehrkräften angenommen, was nicht zuletzt auch an den vollen Lehrplänen und dem regelmäßig hohen Stress-Level vieler Lehrkräfte liegt. Und nach wie vor gilt: Lehrer mit einer Leidenschaft oder einem Interesse für Wirtschaft sind Mangelware und erst recht solche, die eine fundierte wirtschaftliche Ausbildung haben. Letzteres liegt in erster Linie daran, dass Wirtschaft an den meisten deutschen Schulen immer noch kein Pflichtfach ist.

Das Schulsystem insgesamt muss besser auf die rasanten Veränderungen des gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Umfeldes, in dem Schule heute stattfindet, abgestimmt werden. Doch einer systematischen Weiterentwicklung stehen strukturelle Hindernisse wie der Bildungsföderalismus ebenso entgegen wie ideologisch begründete, politische Widerstände und die in jedem System wirkenden Beharrungskräfte, die den Status quo konservieren.

In der Konsequenz führt dies zu dem vielfach beklagten Ansehensverlust von Schule, aber vor allem auch zu einem enormen Potenzialverlust bei den Jugendlichen. Die betroffenen Jugendlichen können ihr Potenzial als selbstbestimmte Menschen nicht voll ausschöpfen und sich nicht in die Gesellschaft einbringen; ihnen wird damit ein Stück Teilhabe vorenthalten.

Ausmaß des Problems

Die folgenden Befunde aus den Berufsbildungsberichten spiegeln diese Situation in Zahlen wider:

- Mehr als 6 % der Jugendlichen verlassen jedes Jahr die Schule ohne Abschluss.²
- Knapp 270.000 Jugendliche befinden sich ohne klare Perspektive im Übergangsbereich zwischen Schule und Beruf.³
- Etwa ein Viertel der Auszubildenden bricht ihre Ausbildung ab; etwa die Hälfte von ihnen wechselt in einen anderen Beruf oder einen anderen Betrieb.⁴
- Rund 14 % der Jugendlichen schließen keinerlei Ausbildung ab.⁵

So entstehen hohe gesellschaftliche Kosten, obwohl die Jugendlichen gebraucht werden: Denn die Zahl der Unternehmen, die nicht alle ihre Ausbildungsplätze

besetzen können, steigt und in vielen Bereichen fehlt schon heute fachlich qualifizierter Nachwuchs. Doch die Reichweite der bisher beschrittenen Lösungswege ist offenkundig beschränkt:

Den insgesamt 868.790 Schulabsolventen standen im Jahr 2012 in Deutschland lediglich 3.000 Berufsberater der Agentur für Arbeit gegenüber.⁶ Im Jahr 2013 konnten mehr als 35.000 Ausbildungsplätze von Unternehmen nicht besetzt werden. Zugleich waren im November 2013 rund 21.000 Jugendliche als ausbildungssuchend bei den IHKs registriert, weil es ihnen nicht gelungen war, einen Ausbildungsplatz zu finden.⁷ Mehr als drei Viertel der Unternehmen wiederum, die Ausbildungshemmnisse feststellen, bemängeln unzureichende schulische Qualifikationen und fehlende persönliche Kompetenzen bei den Schulabgängern.⁸

Einen neuen Weg, um Jugendlichen eine bessere Berufsorientierung zu vermitteln, beschreitet nun die seit 2012 amtierende rot-grüne Landesregierung in Nordrhein-Westfalen:

Für 2015 hat sie die Einführung eines landesweiten Übergangssystems von der Schule in Beruf und/oder Studium beschlossen, das alle Schüler ab der 8. Klasse zu Berufsvorbereitungsmaßnahmen wie Potenzialanalysen, Berufsfelderkundungen und Praktika verpflichtet. Eine große Herausforderung wird darin liegen, tatsächlich flächendeckend für mehr als 150.000 Schüler eines Jahrgangs in NRW jeweils drei Berufsfelderkundungen anzubieten und zwar nicht nur in den jeweils örtlich vorhandenen Branchen, sondern auch in denen, die die Jugendlichen darüber hinaus interessieren. Damit das gelingen kann, müssen Schulen und Unternehmen enger zusammenarbeiten. Aufgrund der geschilderten kulturellen Unterschiede zwischen Unternehmenswelt und Schulumilieu ist davon auszugehen, dass diese Zusammenarbeit von vermittelnden Akteuren wie dem em-Schülerfirmennetzwerk begleitet und moderiert werden muss, um tatsächlich überall erfolgreich zu sein.

Unser Lösungsansatz

In den em-Schülerfirmen werden jahrgangsübergreifende Schülerteams von Acht- bis Zehntklässlern angeleitet, in den Schulpausen belegte Brötchen, Getränke und Schreibwaren an ihre Mitschüler zu verkaufen. Die Jugendlichen führen ihren Schuliosk selbstständig mit Hilfe vordefinierter Standards und eingeübter Prozessabläufe, so dass eine Lehrkraft der Schule lediglich ein wöchentliches Meeting zu moderieren hat. Das Team des em-Schülerfirmennetzwerks steht jeder Schülerfirma telefonisch oder bei Bedarf vor Ort als Ansprechpartner zur Verfügung

⁶ statista.com/ Jürgen Spatz, Bundesagentur für Arbeit, ⁷ Dr. Esther Hartwich, Leiterin Bereich Ausbildung DIHK, ⁸ DIHK Online Unternehmensbefragung Ausbildung 2012

– allerdings muss diese Hilfe aktiv angefordert werden und die Verantwortung für den reibungslosen Betrieb des Schülerkiosks bleibt stets in der Hand der Jugendlichen selbst.

Ergänzt wird dieses Kernangebot des em-Schülerfirmennetzwerks von regelmäßigen, kostenlosen Schüler-Workshops zu Wirtschaftsthemen, die etwa alle zwei Monate stattfinden und von weiteren Angeboten zur Berufsorientierung wie z.B. Besuchen in den Unternehmen der Region.

Erstmalig fand im Mai 2013 eine Lehrerfortbildung statt, in der interessierte Lehrer ihre Fragen zum Thema Schülerfirma klären sowie eine individuelle Begleitung bei der Gründung und dem Aufbau einer Schülerfirma an ihrer Schule in Anspruch nehmen konnten.

Schließlich hat das em-Schülerfirmennetzwerk im Herbst 2013 einen Kooperationsvertrag mit der PENNY-Markt GmbH in Köln abgeschlossen, in dessen Rahmen ein auf das Unternehmen abgestimmtes Angebot für die Zusammenarbeit mit Schulen entwickelt wird.

Eine schematisierte Darstellung der mit den Leistungen des em-Schülerfirmennetzwerkes verbundenen Aktivitäten findet sich im Anhang.

Individuelle Wirkungen

Durch die Gründung von Schülerfirmen im geschützten Raum der Schule werden die beteiligten Schüler aktiviert und in die Verantwortung für ein gemeinsames Projekt genommen: sie werden als einzelne Schüler in der Schulgemeinschaft sichtbar als jemand, der eine Aufgabe hat und Verantwortung trägt. Diese unmittelbaren Selbstwirksamkeitserfahrungen setzen einen wichtigen Prozess in Gang:

Die Jugendlichen machen die Erfahrung, dass ihr Handeln etwas bewirkt und bekommen Lust, etwas zu unternehmen, mitzugestalten oder auch zu verändern. Sie setzen sich eigene Ziele und merken, dass sie diese tatsächlich auch erreichen.

Das stärkt sie in ihrer Persönlichkeitsentwicklung und hilft ihnen, ein stabiles Selbstbewusstsein zu entwickeln. In der praktischen Arbeit im Kiosk erwerben sie überdies die klassischen Soft Skills, deren Fehlen heute so häufig beklagt wird: Pünktlichkeit, Zuverlässigkeit, Ehrlichkeit, Selbstständigkeit, Entscheidungsfähigkeit, Eigenverantwortung, Teamfähigkeit und Durchhaltevermögen.

USP – Unique Selling Proposition

Das em-Schülerfirmennetzwerk bietet den Schulen eine Rund-um-sorglos Dienstleistung an. Die eine Schülerfirma betreuenden Lehrkräfte werden so spürbar entlastet. Als jahrgangsübergreifende, langfristige Lernprojekte leisten em-Schülerfirmen darüber hinaus einen Beitrag zur Schulgemeinschaft, der die Identifikation der Schüler mit der eigenen Schule erhöht und das Profil der Schule in ihrem direkten Umfeld schärft.

Durch das standardisierte em-Konzept und die bereits im Umgang mit den Jugendlichen gesammelten Erfahrungen des em-Schülerfirmennetzwerks wird eine Überforderung der Schüler vermieden. Gezielt können so auch Schüler von Förder-, Haupt- und Realschulen angesprochen werden. Damit unterscheidet sich der Ansatz des em-Schülerfirmennetzwerks deutlich von dem anderer Projekte. Die Standardisierung ist zudem ein wichtiger Faktor, um die Fragmentierung und Diskontinuität bestehender, überwiegend pädagogisch ausgerichteter Ansätze zur Verbreitung der Lernmethode Schülerfirma – wie z.B. im JUNIOR-Projekt des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln – zu überwinden.

Das Unterstützungsangebot des em-Schülerfirmennetzwerks ist insofern einzigartig, als es die Bedürfnisse der Schüler nach Kompetenzentwicklung befriedigt und dabei die Lehrkräfte vor Ort nicht zusätzlich belastet. In der Verknüpfung mit der vor Ort ansässigen Wirtschaft bietet es Unternehmen außerdem die Chance, sich als attraktive Ausbildungsbetriebe engagierten Schülern direkt zu präsentieren.

Das em-Schülerfirmennetzwerk in 90 Sekunden

Dieser Film illustriert den Lösungsansatz des em-Schülerfirmennetzwerks:



(<http://www.youtube.com/watch?v=JQasSysdkUs>)

Verbreitung des Lösungsansatzes

Der Lösungsansatz des em-Schülerfirmennetzwerks wird über die telefonische und schriftliche (Kalt-)Akquise von Schulen sowie über persönliche und fachliche Netzwerke verbreitet. Die erfolgreichste Maßnahme zur Gewinnung weiterer Partnerschulen war in 2013 die erstmalig angebotene Lehrerfortbildung zu Schülerfirmen. Sieben von neun auf der Fortbildung vertretenen Schulen haben nach dem Seminar tatsächlich eine Schülerfirma gegründet und betreiben diese seitdem erfolgreich.

Auch unser Messestand auf der Bildungsmesse didacta war ein echtes Highlight und eine effektive Möglichkeit, mit vielen Lehrkräften sowie anderen Interessierten direkt in das persönliche Gespräch zu kommen.

Die Teilnahme am deutschen Schulleiterkongress, der im März in Düsseldorf stattfand, hat sich dagegen nicht bezahlt gemacht. Ein Grund dafür war u.a. die Zusammensetzung des Publikums, das vor allem aus Grundschulleitern und Teilnehmern bestand, die nicht in NRW tätig sind und sich damit außerhalb des Aktionsradius des em-Schülerfirmennetzwerks befinden.

Nach wie vor wichtige Instrumente zur Verbreitung des em-Ansatzes sind die kontinuierliche Pressearbeit und der Besuch von Konferenzen für Sozialunternehmer wie z.B. des Vision Summit 2013 in Berlin.

Immer wieder ist es auf diese Weise auch gelungen, wichtige Akteure in Politik und Verwaltung für das Potenzial der Lernmethode Schülerfirma zu sensibilisieren. Ein konsequentes und systematisches Lobbying in der Politik war jedoch wegen der fehlenden finanziellen und persönlichen Ressourcen nicht in dem Maße möglich wie es wünschenswert wäre.

Wirkungen in 2013

Leistungen

Schülerfirmen

Das em-Schülerfirmennetzwerk hat im Berichtszeitraum schülerbetriebene Pausenverkäufe an acht Partnerschulen begleitet und an sechs weiteren Schulen beim Aufbau von Schülerfirmen mit einem anderen Geschäftszweck geholfen. Insgesamt wurden so im Jahr 2013 mehr als 160 Schüler erreicht.

Workshop zur Lehrerfortbildung

Am 15. Mai 2013 fand die erste em-Lehrerfortbildung „Schülerfirmen einfach machen“ mit 11 Teilnehmern von 9 Schulen statt. Inhalt der Fortbildung sind neben den (steuer-)rechtlichen Rahmenbedingungen vor allem die Vorstellung zweier unterschiedlichen Schülerfirmen-Typen sowie die konkrete Planung der Gründung einer Schülerfirma an den Schulen der einzelnen Teilnehmer.

Kooperation mit der PENNY-Markt GmbH

Nach mehreren Vorgesprächen seit 2011 hat das em-Schülerfirmennetzwerk im Oktober 2013 einen Kooperationsvertrag mit der PENNY-Markt GmbH abgeschlossen. Die wichtigsten Ziele der Zusammenarbeit zwischen der PENNY-Markt GmbH und dem em-Schülerfirmennetzwerk sind

- die Förderung der Kompetenz abschlussnaher Jugendlicher, sich eine Meinung über ihren weiteren Werdegang zu bilden und die entsprechende Eigeninitiative zu entwickeln, ihre Vorstellungen auch tatsächlich praktisch umzusetzen – sei es durch eigene Aktivitäten oder durch die Inanspruchnahme der dafür bereits angebotenen Hilfen verschiedener Träger

sowie

- die Vermittlung handfester, konkreter Informationen über die Berufsbilder und Karrierewege im Einzelhandel an Lehrkräfte und Schüler.

Die Aufgaben und Leistungen, die das em-Schülerfirmennetzwerk im Rahmen dieser Zusammenarbeit erbringt, sind laut Kooperationsvertrag:

- Herstellung des Kontaktes zu allgemeinbildenden Schulen, die bereits Schülerfirmen betreiben; Benennung von Ansprechpartnern/ Fachlehrern für die Berufsberatung, Anbahnung von drei bis fünf Kooperationen mit Schulen im Schuljahr 2013/14
- Initiierung und Unterstützung von individuell mit den Schulen abgestimmten Aktivitäten, die von PENNY-Mitarbeitern durchgeführt werden
- Beratung und Unterstützung bei der konkreten Konzeption, Planung und Durchführung von solchen Aktivitäten wie z.B. bei der Darstellung betrieblicher Auswahlverfahren und Berufsbilder im Handel, von Bewerbungstrainings oder weiteren, ähnlichen Angeboten.

Workshop Angebote für Schüler

An fünf Partnerschulen gab es im Jahr 2013 weitere Angebote zur Berufsorientierung: In Zusammenarbeit mit Ulrike Kiese Wetter und ihrem Unternehmen Mundgold in Köln haben Schüler der Käthe-Kollwitz-Schule in Langenfeld an ihrer Körpersprache und Selbstpräsentation in Bewerbungssituationen gearbeitet. Schüler der Hauptschule Ahornweg in Bergisch Gladbach haben jeweils einen Workshop „Grundkenntnisse in Excel“ und „Online Bewerbungen“ absolviert. Die Ausbildungswege sowie die Abläufe und Aktivitäten bei einem Discountunternehmen wurde Schülern der Montessori Hauptschule in Düsseldorf von einem Bezirksleiter und einem Azubi der PENNY-Markt GmbH vorgestellt. Im Rahmen der Kooperation mit PENNY haben zudem die Neunt- und Zehntklässler der GHS Hürth-Kendenich von PENNY Personalentwicklern u.a. erfahren wie die internen Abläufe bei einem Bewerbungsverfahren des Unternehmens aussehen und was das für ihre eigene Bewerbung bedeutet. Schüler des Hölderlin Gymnasiums hatten im September 2013 die Chance, mit Mitarbeitern der Wirtschaftsprüfung KPMG Bewerbungsgespräche zu üben. Das Feedback der Beteiligten zu diesen Workshops war durchweg sehr positiv.

Weitere Aktivitäten

Für die Förderschüler der Eduard-Mörke-Schule war der Besuch des Kölner Oberbürgermeisters Jürgen Roters, der ihnen die Teilnahmezertifikate für das erste Halbjahr in der Schülerfirma überreichte, ein besonderes Highlight. Die Mitarbeiter der Schülerfirma an der Hauptschule Ahornweg konnten sich bei einer Besichtigung von Redaktion und Druckerei des Kölner Express vor Ort direkt über die dort angebotenen Ausbildungsplätze informieren.

Ergänzend hat das em-Schülerfirmennetzwerk in 2013 einige Universitätsveranstaltungen zum Thema Social Entrepreneurship unterstützt. An der WHU-

Otto Beisheim School of Management (im Januar), an der Universität Witten-Herdecke (im April), an der Alanus Hochschule bei Bonn (im Juni) und an der Universität Wuppertal (im November) hat Tim Breker Gastvorträge zu verschiedenen Themen rund um das Sozialunternehmertum gehalten, die im Anhang aufgeführt sind. Als Beispiel einer Social Business Gründung hat sich das em-Schülerfirmennetzwerk im Rahmen der Gründerwoche den Studierenden an den Koblenzer Universitäten und im Kölner Betahaus den Teilnehmern der Veranstaltung Common Purpose vorgestellt.

Als Leistungen im weiteren Sinne können darüber hinaus die zehn Darstellungen des Projekts in der Presse gelten, die ebenfalls im Anhang aufgelistet sind.

Eingesetzte Ressourcen

Team

Im Berichtszeitraum hat der Geschäftsführer Tim Breker für das Projekt in Vollzeit ca. 40 Wochenstunden gearbeitet.

Unterstützt wurde er von Ende Januar bis Oktober 2013 durch Gabriele Eckert, die in Teilzeit vor allem die Schulakquise vorangetrieben und die Öffentlichkeitsarbeit unterstützt hat. Till Witzleben war im Februar und März 2013 als Honorarkraft beschäftigt. Er hat dem em-Schülerfirmennetzwerk bei der Vor- und Nachbereitung des Auftritts auf der didacta geholfen sowie den Messestand betreut. Stefan Bünten unterstützt das Projekt seit Juli 2013 ehrenamtlich im Bereich IT und hat insbesondere den Aufbau einer Datenbank in Angriff genommen. Mit ihrer Teilnahme an einem halbtägigen Strategie-Workshop im Februar 2013 haben zudem Andreas Hansmeier, Joachim Schmidt, Michel Aloui, Thomas Knaack Helmut Glöckle und Gabriele Eckert das Projekt mit ihrer Expertise und ihren Erfahrungen ehrenamtlich unterstützt. Als Seniorexperte hat Hans Gerlitz im Mai und Juni 2013 den Schülern der em-Schülerfirma an der Montessori Hauptschule in Düsseldorf bei der täglichen Abrechnung geholfen.

Von dem Projekt begeisterte Lehrkräfte, Bekannte und Kommilitonen von der HUMBOLDT-VIADRINA School of Governance haben Tim Breker zudem jeweils nach Bedarf als Sparringspartner und Multiplikatoren zur Seite gestanden.

Sachmittel / Infrastruktur

Im Jahr 2013 hatte das em-Schülerfirmennetzwerk ein Büro im Sociallab-Köln, das es

sich mit dem NRW Büro der Bildungsinitiative Teach First Deutschland geteilt hat. Für dieses Büro sind bis einschließlich Juni 2013 Mietkosten von monatlich 160,- Euro angefallen. In der zweiten Jahreshälfte mussten dankenswerterweise keine Mietkosten an die ergo Unternehmenskommunikation GmbH & Co. KG entrichtet werden.

Das Geschäftskonto bei der Sparkasse KölnBonn stand dem em-Schülerfirmennetzwerk auch in 2013 weiterhin kostenlos zur Verfügung ebenso wie die Online-Plattform für professionelle Mailings der Clever Elements GmbH in Berlin, die ebenfalls unentgeltlich genutzt werden konnte.

Die Warenproduktion und -logistik für das em-Schülerfirmennetzwerk liegt weiterhin in den bewährten Händen des Kooperationspartners Kaffee & Mehr des Einzelunternehmers Mark Szymiczek. Es handelt sich dabei um eine Familienbäckerei mit 12 Mitarbeitern in Mönchengladbach, die seit mehr als 20 Jahren Schulkioske und Schülerfirmen beliefert. Im Rahmen eines Sachsponsorings bietet sie dem em-Schülerfirmennetzwerk die Waren etwa 10% unter Marktpreis an.

Finanzielle Ressourcen

Die Kosten der Warenproduktion und -logistik wurden 2013 direkt über die Einnahmen aus dem Produktverkauf an die Schülerfirmen gedeckt. Seinen Lebensunterhalt hat em-Gründer Tim Breker in 2013 durch Gehaltszahlungen von insgesamt 22.000 Euro gedeckt, die über das Vodafone World of Difference Stipendium des em-Schülerfirmennetzwerks finanziert wurden. Die Aufwendungen für Administration, Schulakquise und Öffentlichkeitsarbeit, darunter v.a. die Kosten für den Messtand auf der didacta, wurden mit Mitteln aus der Einfach Machen Crowdfunding Kampagne aus 2012 bezahlt. Zusätzlich hat die Bayer Cares Foundation dem em-Schülerfirmennetzwerk 3.420 Euro für die Anschaffung von Laptops zur Verfügung gestellt, mit Hilfe derer ab Januar 2014 computergestützte Buchhaltungsworkshops an zwei Schulen in Wuppertal und Heimerzheim durchgeführt werden.

Wirkungen

Im Jahr 2013 hat das em-Schülerfirmennetzwerk insgesamt 160 Schüler in Schülerfirmen an 14 Schulen erreicht.

Die Wirkungen der Mitarbeit in einer Schülerfirma auf die einzelnen Jugendlichen detailliert zu erfassen, übersteigt die Möglichkeiten des em-Schülerfirmennetzwerks. Um dennoch einen Eindruck geben zu können, welche Lernerfahrungen die Schüler nach eigener Einschätzung machen, haben wir jeweils zum Ende des Schuljahres im Sommer 2012 und im Sommer 2013 online Evaluationsumfragen unter Mitar-

beitern der em-Schülerfirmen durchgeführt. Diese zeigen, dass die Jugendlichen ihre Mitarbeit in der Schülerfirma positiv sehen, weil sie sich in dieser Rolle wichtig und anerkannt fühlen. Mehr als die Hälfte von ihnen werden darin offenbar auch von ihren Eltern bestätigt, denn die Erfahrungen in der Schülerfirma sind zu Hause Gesprächsthema und die meisten Eltern unterstützen dieses zusätzliche Engagement ihrer Kinder.

Bemerkenswert ist auch, dass fast alle Jugendlichen angeben, in der Schülerfirma gelernt und geübt zu haben, Verantwortung zu übernehmen.

Die Bedeutung von Pünktlichkeit, Zuverlässigkeit, aber auch wie es ist, im Team zu arbeiten und wie man mit Problemen umgeht, sind ebenfalls zentrale Lernerfahrungen in der Schülerfirma für weit mehr als die Hälfte der befragten Jugendlichen. Schwierigkeiten wie Stress, unvorhergesehene Probleme, Kopfrechnen unter Druck und den Umgang mit unhöflichen Kunden selbstständig bewältigt zu haben, werden als weitere, wichtige Erfahrungen genannt.

Wie die Jugendlichen ihre Mitarbeit in der Schülerfirma sehen, zeigen folgende Zitate:

„Ich mache in der Schülerfirma mit, weil ich Erfahrungen sammeln möchte. So bekomme ich einen kleinen Einblick in die Welt der Erwachsenen und ich lerne Verantwortung zu tragen und Zeitmanagement.“

– Simge Yazgan (13), Schülerin am Hölderlin Gymnasium in Köln-Mülheim

„Ich habe gelernt, dass es Spaß machen kann, Verantwortung zu übernehmen und sich darum zu kümmern, dass das Team gut zusammenarbeitet. Außerdem hat man das Gefühl gebraucht zu werden und es ist eine tolle Möglichkeit „richtig“ zu arbeiten, anstatt sich in der Schule nur alles beibringen zu lassen.“

– Katja Irmen (16), Schülerin am Hölderlin Gymnasium in Köln-Mülheim

„Ich habe in der Schülerfirma gelernt, mit anderen Menschen besser klarzukommen und Bestellungen aufzugeben und klar habe ich auch ein wenig in Mathematik dazugelernt. Seitdem ich in der Firma arbeite, komme ich besser mit meinen Mitschülern zurecht und ich mache dort mit, weil ich was Neues dazulernen wollte. Es macht mir sehr viel Spaß.“

– Dennis Breuer (15), Schüler an der Eduard-Mörke-Förderschule in Köln-Porz

„Ich habe in der Schülerfirma gelernt, wie man mit Geld umgeht und wie es ist, mit anderen Mitschülern zusammenzuarbeiten. Man lernt auch mit anderen Jahrgangsstufen klarzukommen. Ich mache mit, weil ich lerne, wie es später sein wird, wie man Geld verdient und was man alles mit dem Geld bezahlen muss und weil ich Spaß dabei habe. Außerdem will ich meinen Mitschülern in der Pause ein gutes und gesundes Frühstück anbieten.“

– Havva Sahin (14), Schülerin an der Realschule Leimbacher Straße in Wuppertal

„Ich habe gelernt, dass - wenn mir etwas nicht passt - ich nicht einfach damit leben muss, sondern meine Meinung dazu sagen kann. Am Ende des Jahres kriege ich ein Arbeitszeugnis, das mir bei Bewerbungen in der Zukunft hilft.“

– Ali Zerkot (14), Schüler an der Realschule Leimbacher Straße in Wuppertal

„Ich habe in der Schülerfirma gelernt, dass die Zusammenarbeit und Pünktlichkeit sehr wichtig sind, weil - wenn man zu spät kommt und der Kiosk leer steht – verliert man Kunden und auch Geld. Ich mache bei der Schülerfirma mit, weil es mir Spaß macht, Sachen zu verkaufen und die Kunden glücklich zu machen.“

– Christian Börnicke (14), Schüler an der Förderschule Zülpicher Straße in Köln-Sülz

Die folgenden Aussagen von Lehrern bestätigen die Einschätzungen der Schüler:

„Die Schülerinnen und Schüler lernen neben den betrieblichen Vorgängen eines Schulkiosks, Kopfrechnen und dem Umgang mit schwierigen Kunden so viel mehr, was sie auf das Leben nach der Schule vorbereitet: dass man sich in einem funktionierenden Team aufeinander verlassen können und manchmal die Fehler der anderen mitausbaden muss, Verantwortung auch in schwierigen Situationen zu übernehmen, Vertrauen in sich und andere, Motivation sich zu engagieren und dass die Temperatur von Käsebrötchen vor dem Verkauf nicht über 10°C steigen darf.“

– Christina Schumacher, Schülerfirmen-Leiterin am Hölderlin Gymnasium in Köln-Mülheim

„Die Schülerinnen und Schüler haben sich unheimlich schnell mit der Schülerfirma identifiziert und sie zu ihrem Projekt gemacht. Sie nutzen diese Möglichkeit der Mitgestaltung ihrer Schule motiviert und selbstständig. Das ist wirklich sehr beeindruckend.“

– Jana Drescher, Schülerfirmen-Leiterin an der Realschule Leimbacher Straße in Wuppertal

„Das Schulkiosk ist schnell zu einem wichtigen Teil des Schulalltags bei uns geworden. Ohne die unkomplizierte Starthilfe und Kooperation mit Tim Breker wäre das nicht möglich gewesen. Die Mitarbeiter fühlen sich verantwortlich und zugehörig. Es gibt ständig Anfragen von SchülerInnen an mich, ob ich PraktikantInnen benötige. Viele sind neugierig auf die Tätigkeiten im Kiosk und schätzen unser Angebot. So kann es weitergehen!“

– Natalie Hahn, Schülerfirmen-Leiterin an der Förderschule Zülpicher Straße in Köln

„Mit der Gründung der Schülerfirma „cool-art“ wurde die Motivation und Lernbereitschaft, problem- und leistungsorientiert zu arbeiten, bei den mitwirkenden Schülerinnen und Schülern des Sowi-Kurses deutlich gesteigert. Erfolgreiche Kundenaquise, Verkaufsgespräche sowie erste Einblicke in die Bilanzbuchhaltung durch die Unterstützung von Herrn Breker tragen maßgeblich dazu bei.“

– Susanne Scharrenbach Schülerfirmen-Leiterin an der Georg-von-Boeselager Sekundarschule in Heimerzheim

Es ist naheliegend, aus diesen Ergebnissen zu schließen, dass sich die Erfahrungen von Selbstwirksamkeit, die die Teilnehmer in einer Schülerfirma machen, auch im Leben der einzelnen Jugendlichen jenseits der Schule positiv auswirken.

Organisation und Finanzen

Organisationsstruktur

Projektträger des em-Schülerfirmennetzwerks ist die Breker Social Business gUG (haftungsbeschränkt), die seit dem 26. Oktober 2011 offiziell als gemeinnützig anerkannt ist. Sie ist beim Amtsgericht Köln unter dem Eintrag HRB 71502 registriert.

Geschäftsführender Gesellschafter und damit allein verantwortlich für das Projekt ist Tim Breker. Erfahrene Akteure im Bildungsbereich wie Michel Aloui – Initiator des Socialab-Köln, Prof. Dr. Stephan Breidenbach – Leiter des Zukunftsdialogs der Bundeskanzlerin zum Thema Lernen und Michael Okrob – Gründer von Teach First Deutschland unterstützten auch in 2013 Tim Breker bei strategischen Entscheidungen.

Tim Breker selbst ist ausgebildeter Betriebswirt und begeistert sich für engagiertes Unternehmertum. Nach seinem Bachelorstudium an der WHU-Otto Beisheim School of Management hat er zwei Jahre als Fellow der Bildungsinitiative Teach First Deutschland gearbeitet. In dieser Zeit gründete er zwei Schülerfirmen und ließ sich von NFTE – Network für Teaching Entrepreneurship als Certified Entrepreneurship Teacher ausbilden. Im September 2013 hat er den Master of Public Policy an der HUMBOLDT-VIADRINA School of Governance in Berlin erworben.

Gewinn- und Verlustrechnung

Als gemeinnützige Kapitalgesellschaft führt die Breker Social Business gUG eine ordnungsgemäße Bilanzbuchhaltung. Das Wirtschaftsjahr des Unternehmens ist jedoch nicht das Kalenderjahr, sondern verläuft analog zum Schuljahr vom 1. August eines Jahres bis zum 31. Juli des Folgejahres. Im vorliegenden Wirkungsbericht sind daher die Finanzkennzahlen für das volle Geschäftsjahr vom 01.08.2012 bis 31.07.2013 abgebildet.

In dieser Zeit hatte das em-Schülerfirmennetzwerk Einnahmen von mehr als 70.000 Euro. Über 70 % der Einnahmen waren Spenden, die v.a. aus dem Vodafone World of Difference Stipendium und der Crowdfunding Kampagne stammen. Der Umsatz mit den Partnerschulen lag bei gut 21.000 Euro. Die Gehälter für den Geschäftsführer Tim Breker betragen in dieser Zeit 26.000 Euro. Außerdem wurden zeitweise Gabriele Eckert in Teilzeit und Till Witzleben als Honorarkraft beschäftigt. Die Materialaufwendungen in Höhe von knapp 17.000 Euro flossen vollständig an den Kooperationspartner Kaffee & Mehr. Die durchaus signifikante Summe abzu-

schreibender Forderungen von etwa 3.500 Euro umfasst alle seit der Gründung des em-Schülerfirmennetzwerks angefallenen Verluste von Schülerfirmen. Die anderen betrieblichen Aufwendungen setzen sich im Wesentlichen aus den Ausgaben für die Messeteilnahme an der didacta, den Kosten für Bürobedarf (Telefonkosten, Druckerpatronen, Visitenkarten etc.), dem IHK-Beitrag, den Kosten für Buchführung und Rechtsberatung sowie den Fahrtkosten für Schulbesuche zusammen. Die Fahrtkosten sind vor allem für die Schulakquise und das Coaching der Schülerfirmen angefallen und berechnen sich als Pauschale von 0,30 € pro gefahrenem Kilometer. Der zum 31. Juli 2013 erzielte Überschuss von knapp 9.000 Euro steht dem em-Schülerfirmennetzwerk vollständig im nächsten Geschäftsjahr zur weiteren Finanzierung der Projektaktivitäten zur Verfügung. Die Gewinn- und Verlustrechnung des Projekts für diesen Zeitraum sieht wie folgt aus:

Breker Social Business gUG (haftungsbeschränkt)

GuV vom 01. August 2012 bis 31. Juli 2013

Umsatzerlöse		21.330,44 €	
08300 Erlöse 7 % Umsatzsteuer	17.179,09 €		
08400 Erlöse 19 % Umsatzsteuer	4.151,35 €		
Sonstige betriebliche Erträge		51.372,60 €	
02380 Spenden	51.372,60 €		
Materialaufwand		-16.724,32 €	
03300 Wareneingang - 7 % Vorsteuer	-14.637,02 €		
03400 Wareneingang - 19 % Vorsteuer	-2.087,30 €		
Personalaufwand		-33.667,75 €	
04120 Gehälter	-29.603,81 €		
04130 Gesetzliche soziale Aufwendungen	-1.958,78 €		
04140 Freiwillige soziale Aufw. - lohnsteuerfrei	-20,00 €		
04190 Aushilfslöhne	-2.085,16 €		
Abschreibungen		-3.569,00 €	
04880 Abschreibungen auf Umlaufvermögen	-3.569,00 €		
Andere betriebl. Aufwendungen		-806,72 €	
Raumkosten			
04200 Raumkosten	-806,72 €		
Versicherungen, Beiträge und Abgaben		-160,00 €	
04380 Beiträge	-160,00 €		
Werbe- und Reisekosten		-7.672,35 €	
04600 Werbekosten	-1.675,48 €		
04640 Repräsentationskosten	-5.756,43 €		
04650 Bewirtungskosten	-240,44 €		
verschiedene betriebliche Kosten		-723,36 €	
04910 Porto	-0,55 €		
04920 Telefon	-403,32 €		
04930 Bürobedarf	-34,69 €		
04955 Buchführungskosten	-250,00 €		
04957 Abschluss- und Prüfungskosten	-33,00 €		
04970 Kosten des Geldverkehrs	-1,80 €		
Summe Andere betriebl. Aufwendungen		-9.362,43 €	
Summe Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		9.379,54 €	
Steuern vom Einkommen und Ertrag		-461,68 €	
02200 Körperschaftsteuer			
02280 Gewerbesteuernachzahlungen Vorjahre			
Summe		8.917,86 €	
Überschuss		8.917,86 €	

Resümee und Ausblick

Rückblick

Schulen dabei zu unterstützen, Jugendlichen ein möglichst breites Kompetenzportfolio zu vermitteln und sie mit Hilfe von außerunterrichtlichen Lernangeboten auf den erfolgreichen Übergang von der Schule in den Beruf vorzubereiten – das ist seit 2011 das Wirkungsziel des em-Schülerfirmennetzwerks.

Das Instrument Schülerfirma in der Schulpraxis

Schülerfirmen sind ein zentrales Instrument, um dieses Ziel zu erreichen: Sie bieten Jugendlichen einen schulischen Rahmen, in dem sie schon als Schüler ihre Talente entdecken können – vor allem solche, die im Unterricht eher unberücksichtigt bleiben. Die Schüler erleben sich bei ihrer Arbeit in der Schülerfirma unmittelbar als selbstwirksam und das steigert ihr Selbstbewusstsein und ihren Willen, sich einzusetzen und Verantwortung zu übernehmen – für sich selbst, für ihr Team und für ihre Schule.

Lehrkräften bieten Schülerfirmen die Möglichkeit, das Thema Wirtschaft realitätsnah und individuell zu behandeln, ohne dass ideologisch geprägte Sichtweisen im Vordergrund stehen.

Schließlich profitiert auch die Schule als Ganzes von der Gründung einer Schülerfirma. Das Berufsorientierungskonzept wird sinnvoll ergänzt, das Schulprofil je nach Ausrichtung der Schülerfirma gestärkt und außerschulische Lernpartner können für alle Beteiligten vorteilhaft in das Schulleben einbezogen werden.

Social Business

Bereits in der Konzeptionsphase des em-Schülerfirmennetzwerks im Jahr 2010 spielte der Gedanke, Schülerfirmen mit Hilfe eines sich finanziell selbst tragenden Social Business Modells zu verbreiten, eine Schlüsselrolle. Aus meinen Erfahrungen in der Schulpraxis und meinen Gesprächen mit Schulakteuren wusste ich, dass vor allem der zusätzliche Aufwand an Zeit und Einsatz sowie die Unsicherheit bzgl. (steuer-)rechtlicher Fragestellungen die Verbreitung der Lernmethode Schülerfirma verhindern. Die durchaus vorhandene Möglichkeit mit Hilfe von schülerbetriebenen Pausenkiosken zusätzliche Einnahmen für Schulen zu generieren, erschien mir als attraktives Angebot für die Schulen. Der Gedanke, eine gemeinnützige Organisation zu etablieren, die Schüler fördert, indem sie als Service-Organisation Schulen und

Lehrer bei der Einführung von Schülerfirmen unterstützt sowie die Verwaltung der Kioske übernimmt, war dann ein naheliegender Schritt.

Mit zunehmender praktischer Erfahrung im Feld zeigte sich allerdings: Es sind vor allem unterdurchschnittlich große Schulen, die Interesse am Aufbau von schülerbetriebenen Pausenkiosken haben. An größeren Schulen – mit einem entsprechend größeren Einnahmepotenzial – haben Hausmeister, Mensabetreiber und andere Akteure die Pausenverkäufe fest in ihren Händen.

Ein vom sozialen Status unabhängiges Angebot

Das em-Schülerfirmennetzwerk hat sich in den ersten beiden Jahren seines Bestehens auf sozial benachteiligte Jugendliche und damit auf Haupt- und Förderschulen konzentriert. Im Mai 2013 konnte das erste Gymnasium als em-Partnerschule gewonnen werden, im September 2013 folgten eine Realschule sowie eine Sekundarschule.

Damit und mit der Aufnahme einer zweiten Förderschule als em-Partnerschule im Jahr 2013 ist es uns gelungen, die „soziale Gebundenheit“ von Schülerfirmen zu überwinden wie sie etwa beim Projekt JUNIOR des Instituts der deutschen Wirtschaft deutlich zu Tage tritt, das vorwiegend an Gymnasien umgesetzt wird. Das Konzept des em-Schülerfirmennetzwerks kann sicherlich nicht an allen Schulen eingesetzt werden. Zweifellos ist gerade auch an Förderschulen die intensive Betreuung durch eine Lehrkraft nötig. Dennoch trägt die Tatsache, dass das em-Kioskkonzept schulformunabhängig an allen weiterführenden Schultypen erfolgreich eingesetzt wird, dazu bei, diese realitätsnahe Lernmöglichkeit und damit Kompetenzgewinne allen Schülern – unabhängig von ihrem sozialen Status und der Schulform – zukommen zu lassen.

Finanzierung des em-Schülerfirmennetzwerks

Die Entwicklung des em-Schülerfirmennetzwerks im Jahr 2013 hat eine deutliche Erweiterung des Angebotes mit sich gebracht. Wichtige Treiber dafür waren die unmittelbaren Erfahrungen in der Praxis, welche Bedürfnisse bei Schülern, Lehrern, Schulen und Unternehmen vorhanden sind, anhand derer neue Angebote wie die Lehrerfortbildung und die Unternehmenskooperation entwickelt wurden.

Vor allem aber hatte sich schon in 2012 gezeigt, dass das em-Schülerfirmennetzwerk über die Pausenkioske allein nicht zu betreiben sein würde. Diese Finanzierungsproblematik konnte zunächst mit Hilfe des Vodafone Stipendiums und der erfolgrei-

chen Crowdfunding Kampagne im Herbst 2012 gelöst werden. Um zumindest die Aussicht auf eine dauerhafte Basisfinanzierung aus eigener Kraft zu behalten, war es betriebswirtschaftlich unumgänglich, neue Einnahmequellen zu erschließen.

Insgesamt hat sich auch das em-Schülerfirmennetzwerk seit seiner Gründung gängigen Praktiken des Dritten Sektors unterwerfen müssen, die mir persönlich durchaus fragwürdig erscheinen: Gerade für junge soziale Initiativen ist die Finanzierung so unsicher, dass Gründer sich um alle nur irgendwie greifbaren Töpfe „bewerben“ müssen – auch wenn dazu aus Projektsicht unsinnige Bedingungen von Förderern akzeptiert oder dem eigenen Projekt in verschiedenen Anträgen unterschiedliche Schwerpunkte und Zielrichtungen zugeschrieben werden müssen. Ich habe die Erfahrung gemacht, dass Schülerfirmen vielfach leider nicht als attraktiv für Förderer gelten, da es sich nicht um einen sogenannten „innovativen“ Ansatz handelt. Dem möchte ich an dieser Stelle entgegensetzen, dass die Einführung einer Schülerfirma an jeder Schule in Deutschland tatsächlich eine nahezu revolutionäre Veränderung wäre – sie würde jedoch wohl zunächst nicht als solche erkannt, weil sie so traditionell und bodenständig daherkommt.

Team

Das em-Schülerfirmennetzwerk war und ist bislang im Wesentlichen ein Ein-Mann-Unternehmen geblieben. Ich habe vielfältige Unterstützung erhalten, für die ich allen Beteiligten außerordentlich dankbar bin – aber die bisherige Entwicklung zeigt deutlich, dass ein solches Projekt dauerhaft so keinen Bestand haben kann. Die Vielfalt der neu hinzukommenden Aufgaben – und Chancen! – erfordern eine personelle Aufstockung, die unter den gegebenen Verhältnissen nicht zu finanzieren ist.

Rückblickend meine ich erkennen zu können, dass die Gründung des em-Schülerfirmennetzwerks in einem Dreier-Team vieles nur scheinbar leichter gemacht hätte. Dazu wäre es zunächst einmal notwendig gewesen, zu einem bestimmten Zeitpunkt zwei Mitstreiter mit passenden Wertvorstellungen und mit passenden, einander ergänzenden Qualifikationen zur Verfügung zu haben. Diese hätten darüber hinaus eine annähernd gleiche Risikoneigung besitzen müssen. Vermutlich hätte die Gründung des em-Schülerfirmennetzwerks dann von Beginn an auch in einem größeren regionalen Rahmen stattgefunden, was wiederum mit einem entsprechenden, weit höheren Kapitaleinsatz hätte einhergehen müssen.

Unsere Ansätze, verstärkt ehrenamtliche Mitstreiter einzusetzen, ließen schnell deutlich werden, dass auch dies zusätzliche Managementkapazitäten erfordert, die nicht unterschätzt werden sollten.

Skalierung

Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass die ursprünglich angestrebte Skalierung der schülerbetriebenen Pausenkioske des em-Schülerfirmennetzwerks nur schwer zu realisieren sein wird. Aus meiner Sicht sind daher in erster Linie Politik und Verwaltung gefragt, die Rahmenbedingungen an den Schulen so zu verändern, dass Pausenverkäufe dort standardmäßig in erster Linie von den Schülern selbst betrieben werden. Denn in diesen Projekten lernen Schüler tatsächlich die wichtigen Sozial-, Selbst- und Handlungskompetenzen, deren Fehlen so häufig von Unternehmen beklagt wird. Es gibt keinen überzeugenden Grund, ihnen diese Lernmöglichkeit in der Schule vorzuenthalten und stattdessen kommerzielle Anbieter zum Zuge kommen zu lassen.

Dass die Skalierung des eigenen Projekts bzw. der intendierten Wirkung für Bildungsprojekte grundsätzlich eine große Herausforderung darstellt, wurde im Sommer 2013 in der deutschen (Fach-)Presse thematisiert. Im Kern ging es dabei um die Frage, ob Bildungsinitiativen vor allem deshalb so selten umfassende Wirkung erzielen, weil sie in erster Linie vom guten Willen ihrer Gründer getragen etwas anbieten, das sie selbst gut finden, ihre potentiellen Adressaten aber nicht unbedingt nachfragen. In der Tat ist es meiner Erfahrung nach so, dass viele Schulen Angebote von Bildungsinitiativen grundsätzlich abblocken. Als Grund wird in der Regel der Mangel an Ressourcen angeführt, sich mit den Angeboten zu beschäftigen und zu beurteilen, welches Projekt zur einzelnen Schule passt. Daraus ergibt sich die Gefahr, dass sich Schulen als weitestgehend geschlossene Systeme etablieren, was in einer sich rasant verändernden Umgebung ein naheliegender, für die Schüler jedoch nicht wünschenswerter Effekt ist. Vom Ansatz her stärker bedarfsorientierte Bildungsprojekte müssen immer in enger Zusammenarbeit mit den Schulakteuren vor Ort entwickelt werden, denen jedoch häufig Zeit und Motivation dazu fehlen.

Demgegenüber wird die Macht der bestehenden Strukturen in dieser Diskussion unterschätzt. Das Beispiel schülerbetriebener Pausenkioske zeigt:

Ein Pausenkiosk ist in der Regel wirtschaftlich lukrativ. Wirtschaft in der Schule aber ist ein umstrittenes Thema. Da bleiben Politik und Verwaltung gern beim bewährten, eingeschliffenen Konsens. In der Praxis einzelner Schulen bedeutet das: Der Hausmeister verdient sich ein aus seiner Sicht dringend benötigtes Zubrot oder der Betreiber der Schulmensa gleicht seine Verluste aus der Mittagsversorgung ein Stück weit mit den Einnahmen aus dem Pausenkiosk aus; die Lehrkräfte fühlen sich ohnehin schon übermäßig belastet und die Schulleitung möchte den Konsens mit Hausmeister, Mensabetreiber und Lehrkräften nicht gefährden.

Ich bin inzwischen der Meinung, dass derartige Widerstände zu überwinden nicht allein die Aufgabe einer Bildungsinitiative sein kann. Hingegen können Angebote von Bildungsinitiativen wie das des em-Schülerfirmennetzwerks zeigen, was in der derzeitigen Schulpraxis fehlt und wo das Schulangebot im Sinne der Schüler und der Gesellschaft ergänzt oder verändert werden müsste.

Ausblick auf 2014

Unternehmen

Der angestrebte Weg, die weiterhin rein gemeinnützigen Projektaktivitäten des em-Schülerfirmennetzwerks in Zukunft zu finanzieren, ist die Kooperation mit verschiedenen Unternehmen. Das im Oktober 2013 gestartete Pilotprojekt mit der PENNY-Markt GmbH wird Ende 2014 wichtige Informationen und Erfahrungen für die weitere Ausgestaltung liefern. Auf dieser Basis wird die Zukunft eines sich selbst tragenden Social Business em-Schülerfirmennetzwerk gestaltet, das Unternehmen marktfähige Dienstleistungen anbietet und aus dem Erlös auch die rein gemeinnützigen Aktivitäten für Schulen und Schüler finanziert.

Schülerfirmenwiki

Das zu Beginn des Jahres 2014 eingerichtete Schülerfirmen Wiki (www.schuelerfirmenwiki.de) ist ein neues Beispiel für eine solche rein gemeinnützige Aktivität. Auf dieser Internetseite möchten wir unsere bisherigen Erfahrungen mit Schülerfirmenprojekten an Förder-, Haupt-, Real- und Sekundarschulen sowie an Gymnasien im Detail öffentlich zugänglich machen und allen deutschsprachigen Schülerfirmen die Möglichkeit geben, sich und ihre Angebote vorzustellen. Wir hoffen, auch damit einen Beitrag zur weiteren Verbreitung von Schülerfirmen zu leisten!

Anhang

Aktivitäten des em-Schülerfirmennetzwerks

Aktivitäten	Zielgruppen	Wirkungen	Anmerkungen
<i>Aktivitäten im Rahmen der direkten Unterstützung der em-Schülerfirmen</i>			
Wir führen den Bewerbungsprozess für die Schülerfirma durch.	Direkt: Schüler, die sich für eine Mitarbeit in der Schülerfirma interessieren	<ul style="list-style-type: none"> • schreiben eine Bewerbung • üben ein Bewerbungsgespräch • lernen eine Person des Geschäftslebens kennen 	<i>Diese Aktivität richtet sich an alle Acht- bis Zehntklässler einer Partnerschule. Sie wird über den Produktverkauf an die Schülerfirmen finanziert. Im Unterschied zu unterrichtlichen Bewerbungs-Rollenspielen ist das Bewerbungsgespräch mit uns real.</i>
	Indirekt: Lehrkräfte an der Schule	<ul style="list-style-type: none"> • bekommen einen neuen Blick auf bekannte Schüler • können einen sinnvollen und realistischen Arbeitsauftrag geben (Bewerbung schreiben) • müssen die Schüler nicht selbst auswählen • haben keinen Aufwand 	
Wir üben in einem zweitägigen Auftaktworkshop die Standardprozesse der em-Schülerfirma ein.	Direkt: Schüler, die den Bewerbungsprozess erfolgreich durchlaufen haben (Schülerfirmenteam)	<ul style="list-style-type: none"> • können die genauen Abläufe der Schülerfirma selbstständig durchlaufen • können die Standardformulare ausfüllen • wachsen als Team zusammen • identifizieren sich mit der em-Schülerfirma • achten auf die Lebensmittelhygiene 	<i>Diese Aktivität richtet sich an die 10 bis 15 ausgewählten Schülerfirmen-Mitarbeiter. Sie wird auch über den Produktverkauf an die Schülerfirmen finanziert und von Tim Breker durchgeführt. Sie ist so operativ ausgerichtet, dass die Schüler im Anschluss alle Prozesse sicher beherrschen.</i>
	Indirekt: Lehrer an der Schule	<ul style="list-style-type: none"> • haben keinen Aufwand 	
Wir organisieren die Warenproduktion und die Anlieferung .	Direkt: em-Schülerfirmenteam	<ul style="list-style-type: none"> • brauchen die Waren nicht selbst herzustellen • haben einen festen Ansprechpartner • üben professionelles Telefonieren 	<i>Diese Aktivität geben wir an den Kooperationspartner Kaffee & Mehr weiter, der gute Qualität liefert. Weiterer Vorteil: Die Schüler brauchen kein Gesundheitszeugnis, da sie verpackte Ware verkaufen.</i>
	Indirekt: Lehrer an der Schule	<ul style="list-style-type: none"> • haben keinen Aufwand 	

Wir übernehmen die Buchhaltung der einzelnen Schülerfirmen.	Direkt: Schülerfirmenteam	<ul style="list-style-type: none"> • können sich auf den Verkauf konzentrieren • verbringen nicht zu viel Zeit mit dem Projekt 	<i>Diese Aktivität gilt für alle Schülerfirmen, die wir beliefern. Sie wird über den Produktverkauf finanziert und bietet der Schule Sicherheit.</i>
	Indirekt: Lehrkräfte an der Schule	<ul style="list-style-type: none"> • haben keine Probleme mit dem Finanzamt • haben keinen Aufwand 	
Wir übernehmen zwei Wochen lang (Probephase) die Verluste durch zu viel bestellte Ware.	Direkt: Schülerfirmenteam	<ul style="list-style-type: none"> • lernen die Bestellmengen abzuschätzen • erwirtschaften in den ersten zwei Wochen Gewinn • schöpfen Motivation für das Projekt 	<i>Diese Aktivität nutzt jede Schülerfirma. Die Kosten bzw. das betriebswirtschaftliche Risiko für em sind sehr gering. Gleichzeitig werden die Hemmungen von Schulen, das Projekt zu starten, deutlich gesenkt.</i>
	Indirekt: Lehrkräfte an der Schule	<ul style="list-style-type: none"> • machen sich keine Sorgen 	
Wir stehen als erster Ansprechpartner jederzeit zur Verfügung.	Direkt: Schülerfirmenteam	<ul style="list-style-type: none"> • haben einen klaren Ansprechpartner • haben regelmäßig „professionellen“ Kontakt zu einem Geschäftspartner (telefonisch, per Email oder facebook-Mail) • bekommen sofort Hilfe 	<i>Das Angebot steht allen em-Schülerfirmen offen, allerdings wird es unterschiedlich genutzt. Aktuelle Probleme werden während der telefonischen Bestellungen besprochen. Etwa alle zwei Monate ist ein Besuch vor Ort nötig, der aus dem Projektbudget gezahlt wird.</i>
	Indirekt: Lehrer an der Schule	<ul style="list-style-type: none"> • können stets auf uns verweisen und uns auch direkt ansprechen • haben keinen Aufwand 	
zusätzliche Aktivitäten			
Wir kooperieren mit Unternehmen zur Unterstützung der Azubi Rekrutierung.	Direkt: Unternehmen	<ul style="list-style-type: none"> • bekommen leichten Zugang zu Schulen und engagierten Lehrkräften aus der Berufsorientierung • lernen potenzielle Azubis persönlich kennen • profitieren von der bedürfnisgerechten Struktur der Schulkooperationen • werden als engagierter Arbeitgeber wahrgenommen 	<i>Diese Aktivität ist erst kürzlich als Pilotprojekt gestartet. Ziel ist es, Unternehmenskooperationen als Einnahmequelle des Social Business zu etablieren, mit deren Hilfe gemeinnützige Aktivitäten subventioniert werden können.</i>
	Indirekt: Schüler, die an den Kooperationsaktivitäten teilnehmen	<ul style="list-style-type: none"> • lernen Unternehmensvertreter und Unternehmen persönlich kennen • arbeiten mit professionellen Personalentwicklern an ihren Kompetenzen 	

<p>Wir bieten 4-Std-Workshops zu Wirtschaftsthemen oder zum Thema Übergang Schule Beruf.</p>	<p>Direkt: Teilnehmer der Workshops (Schülerfirmen-Mitarbeiter und ggf. weitere interessierte Schüler)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • lernen in ihrer Freizeit ein konkretes Thema • lernen andere „Jungunternehmer“ kennen • erfahren professionelle Dozenten, die keine Lehrkräfte sind • sind weiterhin für die Schülerfirma motiviert 	<p><i>Workshop auf 16 Teilnehmer beschränkt. Alle Schülerfirmen-Mitarbeiter können kostenlos teilnehmen. Finanziert wird die Aktivität über den Produktverkauf, wobei die professionellen Dozenten ehrenamtlich arbeiten.</i></p>
<p>Wir organisieren Betriebsbesichtigungen für die Schüler unserer Partnerschulen.</p>	<p>Direkt: em-Schülerfirmen sowie Schüler, die Interesse haben sich für die Schülerfirma zu bewerben</p>	<ul style="list-style-type: none"> • erleben die Tätigkeiten und lernen das Arbeitsklima eines Unternehmens kennen • bekommen authentische Einblicke in verschiedene Berufsfelder • lernen Azubis als potenzielle Vorbilder kennen 	<p><i>Diese Aktivität eignet sich vor allem zur Steigerung der Motivation und des Wissens von Jugendlichen im Berufsvorbereitungsprozess. Die Jugendlichen übernehmen die Kosten der Anreise, wobei das Unternehmen für evtl. Kosten wie z.B. Verpflegung aufkommt, die im Laufe des Besuchs anfallen.</i></p>
<p>Wir beraten Schülerfirmen außerhalb des em-Schülerfirmennetzwerks.</p>	<p>Direkt: Mitarbeiter und Betreuer der zu beratenden Schülerfirma</p>	<ul style="list-style-type: none"> • bekommen neue Impulse und Motivation • verbessern die Prozesse ihrer Schülerfirma • bekommen Anerkennung für ihre Mitarbeit in der Schülerfirma • lernen externe Experten kennen 	<p><i>Diese Aktivität ist ein kostenpflichtiges, nachfrageorientiertes Angebot. Der durchschnittlich berechnete Stundensatz für Planung und Durchführung liegt bei ca. 28 €. Die Aktivität ist bedürfnisgerecht und lösungsorientiert.</i></p>
<p>Wir bieten eine Lehrerfortbildung „Schülerfirmen einfach machen“ an.</p>	<p>Direkt: An der Fortbildung teilnehmende Lehrkräfte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • lernen die (steuer-) rechtlichen Rahmenbedingungen von Schülerfirmen kennen • unterscheiden Vor- und Nachteile der zwei typischen Schülerfirmen-Modelle • erarbeiten einen konkreten Projektplan für die Umsetzung einer Schülerfirma an ihrer eigenen Schule. 	<p><i>Diese Aktivität ist kostenpflichtig. Der Teilnahmebetrag inkl. Verpflegung beträgt 149 Euro pro Person. Neben der eintägigen Fortbildung sind auch zwei persönliche Coaching Termine vor Ort in der Schule im Betrag inbegriffen.</i></p>
<p><i>Diese Aktivitätenliste bezieht sich auf den Zeitraum bis 31. Dezember 2013</i></p>			

Das em-Schülerfirmennetzwerk in der Presse

Deutsche Welle 06.11.2013	Pulse Launchpad Interview with Tim Breker (3:53 Min)
Handelsblatt 09.07.2013	Sind Bildungsprojekte wirkungslos?
enorm-Blog 08.07.2013	Wie wirksam sind Sozialunternehmer?
openTransfer.de 17.06.2013	Kreative Finanzierung eines sozialen Roll-outs
Porz Aktuell 06.03.2013	Helle Köpfe rechnen nach
Porz am Montag 02.03.2013	Ein Kiosk von Schülern für Schüler
Kölner Stadt-Anzeiger 25.02.2013	Hells Kiosk als Chance für die Zukunft
Radio RPR1 20.02.2013	RPR1 Beitrag zur Schülerfirma Hells Kiosk (1:30 Min)
ichbingruender.info 16.02.2013	Crowdfunding – 5 Fragen an Tim Breker
Stiftung Bürgermut 08.02.2013	Schüler werden Kioskbetreiber

Gastvorträge an Universitäten

WHU-Otto Beisheim School of Management

21.01.2013 Guest Lecture on Social Entrepreneurship and How to Finance Social Ventures

Universität Witten/Herdecke

18.04.2013 Hauptschüler als Unternehmer?
– Das em-Schülerfirmennetzwerk als Beispiel für soziales Unternehmertum

Alanus Hochschule

06.+08.06.2013 Social Business Model Canvas am Fallbeispiel em-Schülerfirmennetzwerk

Universität Wuppertal

18.11.2013 Was ist Social Entrepreneurship?

Fotos aus der Praxis



Schüler des Hells Kiosks im Interview mit RPR1 am 20. Februar 2013



Schüler der Montessori Hauptschule in Düsseldorf auf dem Rückweg von der PENNY Marktbesichtigung in Erkrath am 16. April 2013

Schüler des Höderlin
Gymnasiums während
der Kiosk Neu-Eröffnung
am 12. November 2013



Schüler der Förderschule
Zülpicher Straße
während der Schüler-
firmen Eröffnung durch
die Schulleiterin am
07. November 2013



Schüler der Käthe-Kollwitz-Schule während des Workshops zur Körpersprache und Selbstpräsentation der Firma Mundgold am 24. Januar 2013



Schüler der Realschule Leimbacher Straße während des Auftaktworkshops zur Schülerfirmen Eröffnung am 17. September 2013



Team der em-Schülerfirma am Hölderlin Gymnasium im Juli 2013



Schüler des Hölderlin Gymnasiums während des Bewerbungsworkshops der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG am 20. September 2013

Warenanlieferung der
Schülerfirma an der
Förderschule Zülpicher
Straße



Zählbrett und Kasse
der Schülerfirma an
der Förderschule
Zülpicher Straße



Mitarbeiter der em-Schülerfirma Hells Kiosk an der Eduard-Mörike-Schule präsentieren stolz einige Produkte



Kölner Oberbürgermeister Jürgen Roters überreicht den Schülerfirmenmitarbeitern der Eduard-Mörike Schule ihre Zertifikate



Ehrenamtliche Experten während des Strategie-Workshops des em-Schülerfirmennetzwerks im Februar 2013

em-Gründer Tim Breker präsentiert das em-Schülerfirmennetzwerk beim Startsocial Stipendiatentag am 25. Januar 2013 in Berlin



Gabriele Eckert und Till Witzleben freuen sich auf die Messebesucher am Eröffnungstag der didacta 2013 in Köln



Messestand des em-Schülerfirmennetzwerks auf der didacta 2013



Impressum

em-Schülerfirmennetzwerk

– ein Projekt der
Breker Social Business gUG (haftungsbeschränkt)
Wevelinghovener Str. 12
50670 Köln

Telefon: 01577 951 61 54
Email: info@emnetzwerk.de
Homepages: www.emnetzwerk.de // www.schuelerfirmenwiki.de

Geschäftsführer: Tim Breker
Rechtsform: gemeinnützige Unternehmergesellschaft (haftungsbeschränkt)
Registergericht: Amtsgericht Köln HRB 71502
Steuernummer: DE21759531282

Bankverbindung:
Sparkasse KölnBonn
IBAN DE31 3705 0198 1930 2457 31
BIC COLSDE33XXX

