

Engagiert für Solidarität

Robert Bosch (Geburtsdatum: 23. September 1861)



1936: Robert Bosch (Mitte) mit Mitarbeitern des Feuerbacher Werks vor einem Ulmer Lokal

Sekundarstufe 1

Moritz-Peter Haarmann
Helen Weiden

Engagiert für Solidarität

Klassenstufe: 5/6

7/8



9/10



**„Wollen wir es schnell erreichen,
Brauchen wir noch dich und dich.
Wer im Stich läßt seinesgleichen,
Läßt ja nur sich selbst im Stich.“**

Obwohl der Mensch als Gemeinschaftswesen auf Solidarität angewiesen ist, wie es auch Bertold Brecht in seinem Solidaritätslied (1931) herausstellt, sind zwischenmenschliche Beziehungen oft von kurzsichtigen Egoismen geprägt. Gerade in einer Gesellschaft, in der überall der Leistungsgedanke betont wird, droht der soziale Kitt eines solidarischen Miteinanders in Vergessenheit zu geraten.

Solidarität ist Recht und Aufgabe jeder und jedes Einzelnen zugleich: Recht, weil jeder Mensch aufgrund seines Menschseins ein Anrecht darauf hat, von anderen Menschen unterstützt zu werden; Aufgabe, weil jeder Mensch zugleich die Pflicht hat, andere Menschen zu unterstützen.

Die zum Themenfeld „Solidarität“ entwickelten Materialpakete sollen die Schülerinnen und Schüler dabei unterstützen, Solidarität als gesellschaftlichen Grundwert zu erkennen und sich für eine solidarische Gesellschaft zu engagieren.

Engagiert für Solidarität

Robert Bosch (Geburtsdatum: 23. September 1861)

„Immer habe ich nach dem Grundsatz gehandelt, lieber Geld verlieren als Vertrauen.“

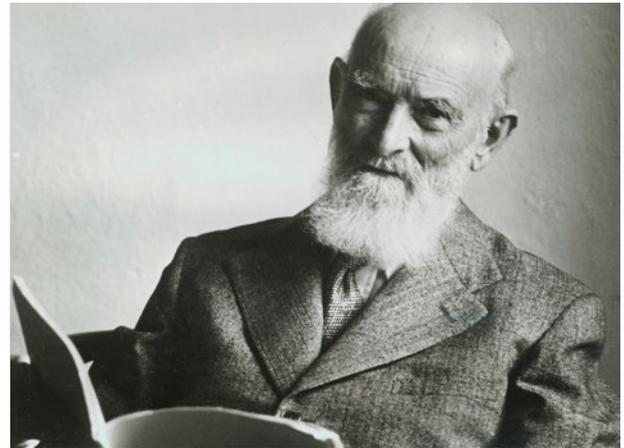
Intuitiv wird dieser Ausspruch wohl nur selten mit unternehmerischem Denken und Handeln in Verbindung gebracht, dominiert doch häufig das Bild des rücksichtslosen Kapitalisten und Gewinnmaximierers. So ist immer wieder in den Medien von Lohndumping in deutschen Unternehmen und unzumutbaren Arbeitsbedingungen bei ausländischen Zulieferern die Rede.

Dass es jedoch auch anders geht, hat Robert Bosch bereits vor über 150 Jahren erfolgreich gezeigt. Er ging davon aus, dass Arbeitgeber und Arbeitnehmer in gleicher Weise von dem Schicksal ihres Unternehmens abhängig seien. Wie kaum ein anderer Unternehmer steht er daher für verantwortliches unternehmerisches Handeln, das nicht nur ein von Gerechtigkeit und Solidarität geprägtes Verhalten gegenüber der Belegschaft umfasst, sondern auch das Gemeinwohl in den Blick nimmt.

Den Stellenwert unternehmerischer Verantwortung erkennen heutzutage immer mehr Unternehmen – nicht zuletzt aufgrund der wachsenden Anzahl kritischer Nichtregierungsorganisationen und einer sich wandelnden Einstellung bei Verbrauchern und Öffentlichkeit. Hinter dem Begriff Corporate Social Responsibility (CSR) verbirgt sich der Anspruch, im Einklang mit den unternehmerischen Zielen, aber über den gesetzlichen Anspruch hinaus gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen: Dies geht von der Entwicklung von Lehrstelleninitiativen über die Förderung sozial Benachteiligter durch Sponsoring hin zu Aktionen für Umweltschutz und Nachhaltigkeit bis zu Unternehmensstiftungen.

Robert Bosch war somit nicht nur als Ingenieur zukunftsweisend, sondern auch als Unternehmer. Seine Ideale wie auch sein konkretes Handeln bieten Anlass, um über die Rolle der Wirtschaft in der Gesellschaft nachzudenken und aktive Solidarität einzufordern. Die vorliegende Einheit regt Jugendliche an, Ansätze wirtschaftlichen Handelns im Schulleben auf soziale und ökologische Standards zu verpflichten. Im Mittelpunkt steht dabei die Adaption von Kriterien der Unternehmensverantwortung (Corporate Social Responsibility) auf das Schulleben. Als konkrete Anlässe werden die entsprechende Organisation eines Schulfestes oder einer Schülerfirma geboten.

Robert Bosch



Robert Bosch, 1941

Robert Bosch, geboren am 23. September 1861 in Albeck bei Ulm, war Industrieller, Ingenieur und Erfinder. Sein Name steht wie kaum ein anderer für soziales Unternehmertum. In jungen Jahren arbeitete er zunächst als Feinmechaniker in verschiedenen Unternehmen in Deutschland, den USA und Großbritannien, bis er 1886 in Stuttgart eine „Werkstätte für Feinmechanik und Elektrotechnik“ eröffnete – heute als Robert Bosch GmbH bekannt. Erfolgreich expandierte er mit seinen Innovationen für Kraftfahrzeuge ins Ausland und wandelte sein Unternehmen vom handwerklich produzierenden Automobilzulieferer hin zum weltweit tätigen Elektrotechnik-Konzern um.

Bereits zu frühen Lebzeiten zeigte sich seine demokratische und solidarische Grundhaltung. Im Ersten Weltkrieg fuhr das Unternehmen hohe Gewinne ein, die Bosch für technische, bildungspolitische und soziale Stiftungen und Projekte einzusetzen wusste. Als Unternehmer sah er sich in einer besonderen sozialen Verantwortung, vor allem gegenüber seinen Mitarbeitern. Sein Bemühen um eine gerechte Bezahlung, die Einführung des Achtstundentages und betriebsinterner Mitsprache sowie seine persönliche Nähe zur Sozialdemokratie brachten ihm den Spitznamen „der rote Bosch“ ein.

1942 starb Robert Bosch in Stuttgart. Er verfügte in seinem Testament, dass die Unternehmenserträge gemeinnützigen Zwecken zugeführt werden sollten. Dies führte 1969 zur Gründung der Robert Bosch Stiftung. Zugleich skizzierte er die Grundzüge der 1964 von seinen Nachfolgern realisierten und bis heute gültigen Unternehmensverfassung des deutschen Großkonzerns.

Foto: Robert Bosch GmbH

Weitere Materialien zum Themenfeld „Solidarität“

Das Materialpaket zum **Internationalen Tag der Familie** (15. Mai) lädt die Schülerinnen und Schüler dazu ein, ein Generationenprojekt zu initiieren. Die Einheit zu **Astrid Lindgren** (geboren am 14. November 1907) regt jüngere Schülerinnen und Schüler an, sich mit der schwedischen Kinderbuchautorin auseinanderzusetzen und eine Ausstellung vorzubereiten, in der Lindgrens Engagement für eine solidarische Gemeinschaft gezeigt wird. Das Materialangebot zu **Jane Addams** (geboren am 6. September 1860) beleuchtet die Lebensleistung einer Frau, die sich unter persönlichem Verzicht für Solidarität einsetzte, und deren Engagement als Anregung für eine eigene Solidaritätskampagne vor Ort dient. Die Einheit zum **Europäischen Tag der Solidarität zwischen den Generationen** (29. April) unterstützt Lerngruppen dabei, persönliche Begegnungen zwischen Jung und Alt zu initiieren und in ihrem Ort ein generationenverbindendes Netzwerk aufzubauen.

Engagiert für Solidarität

Übergeordnete Zielsetzung der Lernarrangements

Die Schülerinnen und Schüler...

... werden ausgehend von einer Auseinandersetzung mit Robert Bosch für die soziale und ökologische Verantwortung von Unternehmen sensibilisiert.

Einzelziele	Material	
 Die Schülerinnen und Schüler...	... definieren den Begriff „Solidarität“ (Partizipationsniveau 0). ... klären die Bedeutung von Solidarität für die Gesellschaft (Partizipationsniveau 0). ... reflektieren die Reichweite gesellschaftlicher Solidarität, indem sie eigene Beispiele formulieren und austauschen (Partizipationsniveau 0).	ⓘ Infoblatt „Solidarität“ (optional) ⓘ Nachgehakt: Arbeitsvorschlag 1 ⓘ Nachgehakt: Arbeitsvorschlag 2 ⓘ „Robert Bosch“
	... klären das soziale Engagement von Robert Bosch vor dem historischen Hintergrund (Partizipationsniveau 0).	ⓘ Nachgehakt: Arbeitsanregung 1
	... machen sich die gegenseitigen Abhängigkeiten zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmern bewusst (Partizipationsniveau 0).	ⓘ Nachgehakt: Arbeitsanregung 2
	... klären den Begriff der Corporate Social Responsibility und durchdenken dessen Bedeutung und Reichweite (Partizipationsniveau 1).	ⓘ Nachgehakt: Arbeitsanregung 4
	... verpflichten ihre Schülerfirma auf die Einhaltung sozialer und ökologischer Standards (Partizipationsniveau 2-3).	ⓘ Losgelegt: CSR in eure Schülerfirma integrieren.
	... veranstalten ein Schulfest, das sie auf ökologische und soziale Kriterien verpflichten.	ⓘ Losgelegt: Ein faires Schulfest organisieren.

Füreinander statt gegeneinander – Solidarität als Grundhaltung

1 Solidarität = Die Verantwortung füreinander ernst nehmen

Beim Nachdenken über das Zusammenleben der Menschen kam der römische Philosoph Seneca (um 4 v. Chr. – 65 n. Chr.) zu dem Ergebnis: „Unsere Gesellschaft ähnelt einem Gewölbe, das zusammenstürzen müsste, wenn sich die einzelnen Steine nicht gegenseitig stützen würden.“

Auch nach fast 2000 Jahren erscheint dieser Vergleich noch passend. Denn jeder Mensch ist auf die Unterstützung anderer

Menschen angewiesen, um zu überleben. Daraus ergibt sich eine gegenseitige Verantwortung der Menschen. Der Begriff „Solidarität“ umschreibt diese Verantwortung füreinander: Wer sich solidarisch verhält, lässt andere nicht im Stich.

Obwohl Solidarität so wichtig ist, wird sie im Alltag oft vergessen. Statt solidarisch zu sein, stehen dann die eigenen Interessen und der persönliche Vorteil im Vordergrund.

2 Aufrufe zur Solidarität



Foto: Bernd Schwabe / commons.wikimedia

Kundgebung des Deutschen Gewerkschaftsbundes (DGB) am 1. Mai 2012 in Hannover



Foto: picture-alliance/ dpa

Aktion der Migrant-Organisationen Karawane und NoLager-Netzwerk (Schwerin, Mai 2007)



Foto: picture alliance / dpa

Solidaritätsaufruf vor der Filiale eines Drogeriemarktes (Mai 2012)



Für Solidarität und sozialen Zusammenhalt. www.vdk.de

Plakat: Sozialverband VdK Deutschland

Plakat des Sozialverbandes VdK Deutschland (2012)

Nachgehakt

1. Besprecht ausgehend von  1, was mit dem Begriff „Solidarität“ gemeint ist.
2.  2: Überlegt, was die Bilder mit Solidarität zu tun haben. Tauscht euch darüber aus, welche Art der Solidarität jeweils gefordert wird und wie diese aussehen könnte.

Im Einsatz für Solidarität – Robert Bosch



Robert Bosch ein außergewöhnlicher Unternehmer



Robert Bosch wird am 23. September 1861 in einem kleinen Ort nahe Ulm geboren. Sein Vater ist ein erfolgreicher Gastronom, der viel Wert auf die Ausbildung seiner zwölf Kinder legt. Robert schlägt einen praktischen Weg ein: Er besucht die Realschule und macht danach eine Lehre als Mechaniker.

Als junger Mann sammelt Bosch in verschiedenen Unternehmen Erfahrungen in Feinmechanik und Maschinenbau und ergänzt diese durch ein Studium an der Technischen Hochschule Stuttgart.

1886 gründet er in Stuttgart einen Betrieb für Feinmechanik und Elektrotechnik, aus dem später die Robert Bosch GmbH hervorgeht. Zunächst ist es für den kleinen Betrieb schwer, sich über Wasser zu halten. 1892/1893 müssen wegen des wirtschaftlichen Misserfolgs sogar 22 der damals 24 Mitarbeiter entlassen werden.

Dann aber macht sein Mitarbeiter Arnold Zähringer eine bahnbrechende Erfindung für die damals in den Kinderschuhen steckende Automobilindustrie: Er entwickelt einen unkomplizierten Zündmechanismus für Verbrennungsmotoren. Das Unternehmen erlebt nun als Zulieferer der aufstrebenden Automobilindustrie einen steilen Aufschwung. 1902 – zehn Jahre nach der Beinahe-Pleite – beschäftigt Robert Bosch 80 Mitarbeiter. 1912 ist Bosch dann bereits ein Großbetrieb – inzwischen arbeiten fast 5.000 Menschen dort. Wie viele andere Industrielle seiner Zeit, kommt Robert Bosch mit dem Erfolg seines Unternehmens zu großem Wohlstand.

Ungewöhnlich allerdings ist, dass Bosch auch seine Beschäftigten an den erwirtschafteten Gewinnen teilhaben lässt: Bereits im Jahr 1906 reduziert er die tägliche Arbeitszeit seiner Mitarbeiter auf acht Stunden. In den meisten anderen Unternehmen in Deutschland wird damals täglich noch zwölf Stunden lang gearbeitet. Außerdem bietet er seinen Beschäftigten eine überdurchschnittliche Bezahlung und zahlreiche freiwillige Sozialleistungen an. Besonders achtet er darauf, dass ihnen gute Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten geboten werden. Bosch handelt damit anders als die meisten Unternehmer seiner Zeit. Freiwillig führt er das ein, wofür später der Staat sorgt.

Bosch handelt aus Überzeugung: Er steht den Gewerkschaften und der Sozialdemokratie nahe. Im Kaiserreich und in der Weimarer Republik wird er daher als „der rote Bosch“ bezeichnet.

Auch die Allgemeinheit profitiert von der sozialen Ader des erfolgreichen Unternehmens: Bosch unterstützt mittellose Studenten, stiftet der Stadt Stuttgart ein Krankenhaus und bezahlt zahlreichen Soldaten, die verstümmelt aus dem Ersten Weltkrieg heimkehren, künstliche Gliedmaßen.



Robert Bosch als junger Mann

Foto: Robert Bosch GmbH

Gleichzeitig profitiert Robert Bosch mit seinem Unternehmen vom Ersten Weltkrieg: Die Motoren der vom Militär eingesetzten Kraftfahrzeuge sind größtenteils mit Zündkerzen aus seinem Unternehmen bestückt – sowohl im deutschen Kaiserreich und bei seinen Verbündeten als auch bei den Gegnern.

Ähnlich zwiespältig kann die Rolle seines Unternehmens im NS-Regime gesehen werden: Zwar ist Robert Bosch ein Gegner Hitlers, doch profitiert auch sein Unternehmen vom Aufschwung der Rüstungsindustrie 1933–1945. Und während des Zweiten Weltkrieges arbeiten auch in der Bosch GmbH Hunderte Zwangsarbeiter unter menschenunwürdigen Bedingungen.

Im Einsatz für Solidarität – Robert Bosch



Corporate Social Responsibility

Die Erwirtschaftung von Gewinnen, ohne die dauerhaft kein Unternehmen bestehen kann, kann durch die Entwicklung von Prinzipien der CSR um soziale Ziele ergänzt werden. CSR steht für Corporate Social Responsibility (unternehmerische Gesellschaftsverantwortung) und umschreibt den Anspruch eines Unternehmens, sich neben klassischen unternehmerischen Zielen auch für soziale Ziele einzusetzen. Wird unternehmerische Gesellschaftsverantwortung ernst genommen, zählt sie zu den zentralen Kriterien unternehmerischen Handelns.

Eine wichtige Rolle bei der CSR spielen die Kunden. Denn nur wenn diese entsprechendes Engagement fordern, haben die Unternehmen einen wirtschaftlichen Anreiz, sich entsprechend zu verhalten. Auch kommt der Kundschaft eine wichtige Kontrollfunktion zu: Denn nicht immer verhält sich ein Unternehmen,

wenn es damit Werbung macht, auch tatsächlich vorbildlich. Manche Unternehmen werben beispielsweise mit sozialen oder ökologischen Maßnahmen, die sie gar nicht umsetzen oder die längst gesetzlich vorgeschrieben sind.

Wenn Unternehmen ihr soziales Engagement herausstellen, lohnt es sich zu hinterfragen, wie viel Substanz dahintersteckt: Was genau versteht das Unternehmen unter CSR? In welchem Verhältnis stehen soziales Engagement und wirtschaftliche Leistungsfähigkeit des Unternehmens? Welche Vorteile hat das Unternehmen von den Maßnahmen (z.B. niedrigere effektive Steuerbelastungen), welche die Gesellschaft?

Dass die Erarbeitung von sozialen Prinzipien im Zusammenhang mit wirtschaftlichem Handeln eine anspruchsvolle Aufgabe ist, könnt ihr an eurer Schule nachvollziehen (→ Losgelegt).

Nachgehakt

1. Klärt mithilfe von  1, inwiefern Robert Bosch Verantwortung für seine Mitarbeiter und die Gesellschaft übernommen hat. Was meint ihr: Wie wurde sein entsprechendes Engagement in der damaligen Gesellschaft aufgenommen? Formuliert für verschiedene Beispiele seines Engagements Schlagzeilen, mit denen damals Zeitungen über sein Handeln berichtet haben könnten.
2. Erklärt am Beispiel von Robert Bosch und seinem Unternehmen, inwiefern Arbeitgeber und Arbeitnehmer aufeinander angewiesen sind.
3. Klärt mithilfe von  1, warum Robert Bosch auch kritisch gesehen werden kann.
4. Überlegt unter Nutzung von  2, was mit CSR gemeint ist. Sammelt Beispiele für die Übernahme von CSR durch Unternehmen. Überlegt euch Möglichkeiten für verschiedene Unternehmen (z.B. mittelständische Bäckerei, Kaffeerösterei Taxiunternehmen, Modeunternehmen), CSR wahrzunehmen.
5. Klärt mithilfe von  2, warum auch die Kundinnen und Kunden gefragt sind, wenn es um CSR geht.

Losgelegt

Die Schülerfirma ökosozial gestalten

Verpflichtet eure Schülerfirma auf ökologische und soziale Kriterien! Unterstützung bietet euch das Aktionsblatt  „Tipps für eine ökosoziale Schülerfirma“.

Tipp: Eure Schule hat bisher keine Schülerfirma? Das Aktionsblatt  „Schülerfirma“ zeigt euch Schritt für Schritt, wie ihr eine solche Firma gründen könnt.

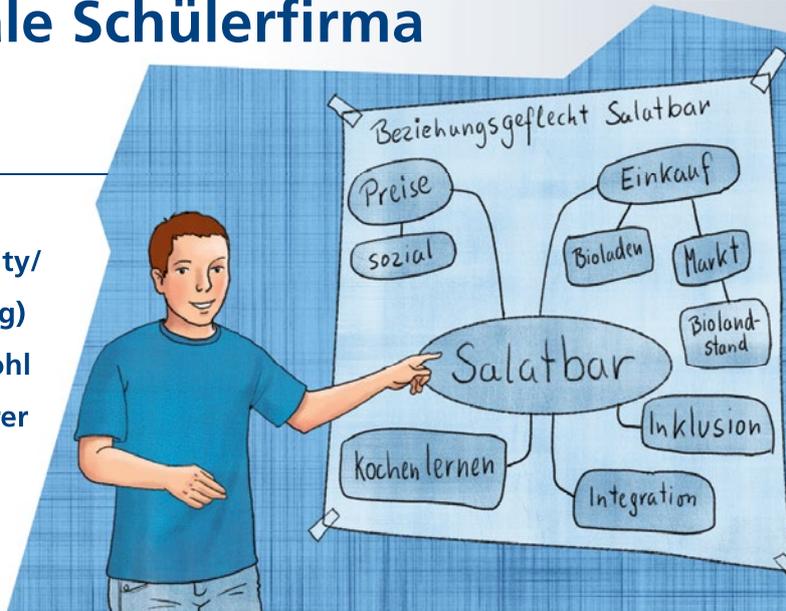
Wenn ihr nicht unmittelbar an der Schülerfirma eurer Schule beteiligt seid: Ihr könnt das Aktionsblatt auch als Grundlage nutzen, die Schülerfirma an eurer Schule entsprechend zu beraten. Dann ist es besonders wichtig, dass ihr eure Vorschläge argumentativ gut begründet und Anregungen zu deren Umsetzung gebt. Achtet dann auch unbedingt auf eine gute Präsentation eurer Beratung, stellt diese euren Mitschülern zur Verfügung und steht ihnen weiterhin beratend zur Verfügung.

Ein faires Schulfest organisieren

Das nächste Schulfest kommt bestimmt. Und jedes Schulfest ist unter anderem auch eine wirtschaftliche Veranstaltung: Es wird überlegt, welche Bedürfnisse die Besucherinnen und Besucher haben und wie die Bedarfe befriedigt werden können. Es wird eingekauft. Es wird geplant, wer wann welche Aufgabe erledigt. Und es wird überlegt, wie Preise für Speisen und Getränke zu kalkulieren sind. Das Aktionsblatt  „Ein faires Schulfest organisieren“ unterstützt euch dabei, im Zusammenhang mit eurem Schulfest sozial und ökologisch zu handeln.

Tipps für eine ökosoziale Schülerfirma

Manche Unternehmen in der Realwirtschaft werden der CSR (Corporate Social Responsibility/ Unternehmerische Gesellschaftsverantwortung) nur unzureichend gerecht – und das oft, obwohl sie damit werben. Mit der Schülerfirma an eurer Schule könnt ihr zeigen, dass ihr es besser macht. Und so könnt ihr dabei vorgehen:

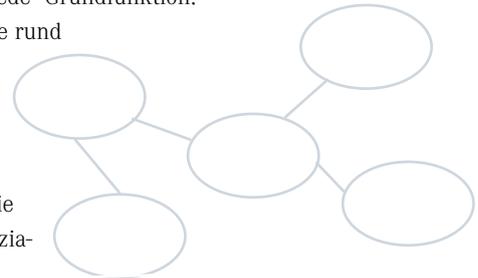


1. Das soziale und ökologische Beziehungsgeflecht rund um eure Schülerfirma darstellen

Erster und wichtigster Grundsatz: Ihr übernehmt überall dort soziale und ökologische Verantwortung, wo ihr könnt. Dafür müsst ihr euch in einem ersten Schritt einen Überblick darüber verschaffen, wie eure Schülerfirma sozial und ökologisch vernetzt ist.

Am besten geht ihr dabei strukturiert vor. Ihr könnt euch zum Beispiel an den betrieblichen Grundfunktionen (Beschaffung – Produktion – Absatz) orientieren. Versucht für jede Grundfunktion, möglichst viele soziale und ökologische Beziehungen darzustellen, die rund um eure Schülerfirma bestehen. Das ist nicht einfach: Bei der Beschaffung ist es beispielsweise auch wichtig, die sozialen und ökologischen Bedingungen der vorausgegangenen Wertschöpfungsstufen zu beleuchten (Unter welchen Arbeitsbedingungen wurde ein Produkt hergestellt? Woraus besteht ein Produkt im Einzelnen und wie sind die einzelnen Produktbestandteile aus ökologischer und/oder sozialer Sicht zu beurteilen? usw.).

Stellt die Vernetzung eurer Schülerfirma übersichtlich dar (z.B. mit einer Mindmap).



2. Ökologische und soziale Standards formulieren

Wenn ihr euch einen Überblick über die soziale und ökologische Vernetzung eurer Schülerfirma verschafft habt, geht es darum, soziale und ökologische Standards zu formulieren, denen ihr euch verpflichtet fühlt, und für möglichst viele Aspekte eurer wirtschaftlichen Tätigkeit zu überlegen, wie diese Standards so umfassend wie möglich umgesetzt werden können. Das ist immer auch mit Änderungen bei der Organisation der betrieblichen Grundfunktionen verbunden. Hier sind Grips und Kreativität gefragt. Versucht, wirtschaftliche, soziale und ökologische Zielsetzungen miteinander zu verbinden.

Dabei kann es auch um die Verwendung der Erträge eurer Schülerfirma gehen: Vielleicht habt ihr ja ökologische oder soziale Projekte im Auge, denen ihr Geld spenden möchtet, oder ihr erschafft ein eigenes kleines Projekt. Dann ist es sinnvoll, wenn ihr aus eurer Schülerfirma heraus eine Schülerstiftung gründet. Haltet in der Satzung eurer Schülerfirma fest, wie viel Prozent des Jahresgewinns jeweils an die Stiftung gezahlt werden, und formuliert für die Stiftung eine Satzung, in der ihr ihre Ziele und ihre Organisation beschreibt.



Tipps für eine ökosoziale Schülerfirma

3. Den Standards gerecht werden

Wenn ihr geklärt habt, welchen Standards ihr wie gerecht werden möchtet, geht es an die Umsetzung. Dazu gehört auch, dass ihr in regelmäßigen Abständen prüft, ob ihr euren Standards gerecht werdet. Und: Verbesserungspotenzial in sozialer und ökologischer Hinsicht gibt es immer – ihr solltet also regelmäßig überprüfen, an welchen Stellen eure Schülerfirma noch sozialer oder noch ökologischer werden kann.



4. Eure soziale und ökologische Verantwortung kommunizieren

Wenn ihr in vorbildlicher Weise sozial und ökologisch handelt, sollte das auch eure Zielgruppe wissen. Schließlich ist eine sozial und ökologisch verantwortliche Produktion ein gutes Verkaufsargument. Wenn ihr Produkte einsetzt, die Umwelt- oder Sozialsiegel tragen, dann bewirbt euer Angebot damit. Wenn ihr die Arbeit in eurer Schülerfirma besonders sozial organisiert, dann informiert eure Kundschaft darüber (siehe auch Aktionsblatt  „Öffentlichkeitsarbeit“).

Schülerfirma

In Deutschland gibt es immer mehr Schülerfirmen. Die Geschäftsideen der Jugendlichen sind vielfältig. Es gibt Schülercafés, Schülerreisebüros, von Schülerinnen und Schülern betriebene Pausenläden (z. B. für Snacks oder Schreibwaren), Fahrradwerkstätten, Catering-Services, Webdesign-Services, Werbeagenturen und noch vieles mehr.



Habt auch ihr Lust, eine Schülerfirma zu gründen? Einige Tipps und eine grobe Übersicht über die dafür notwendige Planung bietet euch das folgende Aktionsblatt. Direkt nach dem Lesen könnt ihr euch zusammensetzen und eine erste Geschäftsidee entwickeln. Damit euer Projekt ein voller Erfolg wird, solltet ihr euch unbedingt noch weitere Informationen (vor allem zur Klärung rechtlicher Fragen) einholen.

Was ist eine Schülerfirma?

Schülerfirmen sind von Jugendlichen selbstständig betriebene ökonomische Projekte. Ihr Ziel ist es, eigene Produkte zu planen, herzustellen und/oder Dienstleistungen zu erbringen, die dann in der Schule oder aber auch außerhalb der Schule verkauft werden. Schülerfirmen orientieren sich also an echten Unternehmen, im Vordergrund steht aber nicht der Gewinn, sondern das Lernen im Projekt. Eine wichtige Grundregel ist, dass eine Schülerfirma auf keinen Fall einem anderen Unternehmen Konkurrenz machen darf – schließlich arbeitet sie unter anderen Voraussetzungen.

Mögliche Schritte bei der Gründung einer Firma

1. Entwicklung der Geschäftsidee

Bei der vorläufigen Planung eurer Geschäftsidee solltet ihr folgende Überlegungen anstellen:

- Was wollen wir wie und für wen anbieten?
Wie können wir verhindern, dass wir einem Unternehmen Konkurrenz machen (vgl. auch *Tipp*)?

Anschließend geht es ins Detail:

- Welche räumliche und materielle Ausstattung brauchen wir für unsere Idee (z. B. Produkte, Computer, Kasse...)?
- Was davon kann (ggf. unter welchen Voraussetzungen) von der Schule zur Verfügung gestellt werden?
- Wie können wir günstig die übrige Ausstattung organisieren?
- Wie können wir die anfallenden Kosten decken?
- Ist der Verkauf über das ganze Schuljahr möglich oder nur zu bestimmten Zeiten (z. B. Weihnachten)?
- Wofür verwenden wir den eventuell anfallenden Gewinn (z. B. Verbesserung der Ausstattung der Schule, für einen wohltätigen Zweck)?

Tipp: Um Konkurrenz mit echten Unternehmen zu vermeiden, könnt ihr mit ihnen kooperieren. Falls ihr z. B. ein Café betreibt, könnte euch ein Bäcker aus der Region die Brötchen liefern.



Schülerfirma

2. Information über Rechtsformen und Unternehmensstrukturen

Häufig arbeiten Schülerfirmen in Trägerschaft einer Schule, da dies am unkompliziertesten ist. Solche Schülerfirmen bedürfen der Anerkennung der Schulleitung und unterliegen der Verantwortung des Lehrpersonals und den allgemeinen schulrechtlichen Bestimmungen. Als Schülerinnen und Schüler solltet ihr für eure Mitarbeit das Einverständnis der Erziehungsberechtigten einholen.

Wichtig ist außerdem, dass ihr euch entscheidet, an welcher Rechtsform (AG, GmbH, Genossenschaft etc.) ihr euch orientieren möchtet.

Was auf keinen Fall fehlen darf, ist ein ansprechender Name und ein passendes Logo!

Tip: Als Schülerfirma müsst ihr euch nach außen (z. B. bei Telefonaten, in der Werbung) immer als solche kenntlich machen.



3. Information über Kosten, Finanzierung und Finanzierungsquellen

„Startkapital“ – also Güter oder Geld für die Gründungsphase – erhaltet ihr beispielsweise

- von der Schule oder dem Förderverein eurer Schule
- durch Sach- oder Geldspenden (von Unternehmen, Vereinen oder Eltern)
- indem ihr euren Mitschülerinnen und Mitschülern, Lehrerinnen, Lehrern und Eltern „Anteile“ an der Schülerfirma verkauft, die sich zu bestimmten Terminen wieder in Geld umtauschen lassen. Wenn eure Schülerfirma Gewinn macht, steigt der Wert dieser Anteile (natürlich könnt ihr auch festlegen, dass mit diesen Anteilen bestimmte Mitbestimmungsrechte oder Ähnliches verbunden sind).

Tip: Den Namen, das Logo, den Slogan usw. eurer Schülerfirma könnt ihr frei wählen. Ihr dürft aber keine geschützten Namen, Logos oder Slogans verwenden – also solche, die bereits von „richtigen“ Unternehmen verwendet werden.



4. Kontaktaufnahme mit der zuständigen Behörde vor Ort

Zur rechtlichen Absicherung ist es notwendig, mit den zuständigen Behörden vor Ort, wie dem Amtsgericht, dem Gewerbeamt oder dem Finanzamt, Kontakt aufzunehmen.



5. Umsetzung

- Suche nach geeigneten Kooperationspartnerinnen und -partnern
- Entscheidung über die Rechtsform, schriftliche Festlegung der „Geschäftsidee“ der Schülerfirma, der „Stellen“ (Aufgabenbereiche) und der Verantwortlichen
- Bildung einzelner Arbeitsgruppen und/oder Verteilung von Funktionen und Arbeitsaufgaben
- Suche bzw. Ausgestaltung der Räumlichkeiten



6. Eröffnung und Werbung

Gerade zu Beginn ist es wichtig, dass ihr eure Zielgruppe auf euer Angebot aufmerksam macht. Dabei stehen alle bekannten Werbemittel zur Auswahl: von Plakaten, Flyern und Zeitungsmitteln bis zur eigenen Webseite (Aktionsblatt 🗨️: „Öffentlichkeitsarbeit“).

Öffentlichkeitsarbeit

Auf diesem Aktionsblatt erfahrt ihr, wie ihr dafür sorgen könnt, dass möglichst viele Menschen erfahren, wie und wofür ihr euch engagiert. Das Zauberwort dafür lautet „Öffentlichkeitsarbeit“.



Öffentlichkeitsarbeit kann über verschiedene Kommunikationskanäle stattfinden. Hier findet ihr eine Auswahl von Möglichkeiten, wie ihr euer Projekt nach außen darstellen könnt. Bei der Wahl der Methode solltet ihr darauf achten, dass ihr auch die Menschen

erreicht, die ihr erreichen wollt. Zum Beispiel lässt sich in eurer Kommune eine breitere und ältere Zielgruppe sicher besser über die Lokalzeitung erreichen als über eine Website im Internet.

Pressearbeit

Print

- Die **Lokalzeitung** hat in eurer Kommune einen großen Leserinnen- und Leserkreis. Entsprechend können über sie viele Menschen erreicht werden. Eine Berichterstattung kann eure Arbeit vor Ort bekannt machen. Tretet in Kontakt mit der Redaktion und stellt euer Projekt vor.
- **Flyer** bieten sich an, um in einem überschaubaren Umfeld (Stadtteil, Schule) auf euer Engagement hinzuweisen. Ansprechend gestaltet und mit einer kurzen und knackigen Botschaft versehen, können sie ihre Wirkung entfalten. Denkt daran, Kontaktdaten wie E-Mail- oder Schul-

adresse in den Flyer aufzunehmen. Fragt, ob ihr eure Flyer in Geschäften auslegen dürft. Druckt lieber Flyer nach, ehe ihr unnötig Papier verschwendet.

- **Plakate** sollten so gestaltet sein, dass sie und ihre Botschaft auffallen. Überlegt also, mit welchen gestalterischen Mitteln ihr die Aufmerksamkeit auf eure Plakate lenkt (Bilder, markante Sprüche). Informiert kurz und knackig über euer Projekt oder macht darauf neugierig, indem ihr z. B. eine Frage als Überschrift nutzt, die ihr auf das Plakat schreibt. Denkt daran, Kontaktdaten zu nennen.

Internet

- **Websites** sind der klassische Weg, Informationen im Internet zu präsentieren. Es gibt zahlreiche kostenlos verfügbare Downloads, mit denen sich Internetseiten gestalten und veröffentlichen lassen. Beachtet dabei unbedingt rechtliche Fragen (Urheberrecht, Ausschluss der Haftung bzgl. der Inhalte von verlinkten Websites usw.).

Tipp: www.schulhomepage.de.

- **Weblogs** sind eine Art Tagebuch, in dem ihr laufend über den aktuellen Stand eures Projekts informieren könnt. Neben Texten lassen sich auch Bilder und Videos einbinden (Podcasting). Außerdem können die einzelnen Beiträge von Besuchern kommentiert werden.

Tipp: www.bloggerpatenschaften.de.

- **E-Mail-Verteiler:** Um Interessentinnen oder Interessenten und Multiplikatoreninnen und Multiplikatoren (Menschen, die z. B. durch ihr Amt viele andere Menschen erreichen) über eure Arbeit auf dem Laufenden zu halten,

bietet sich an, regelmäßig per E-Mail (z. B. Newsletter) über eure Arbeit zu informieren. Ergänzt euren E-Mail-Verteiler laufend um neue Kontakte.

- **Soziale Netzwerke:** Natürlich kann man auch soziale Netzwerke wie facebook nutzen, um das eigene Projekt in die Öffentlichkeit zu bringen (z. B. Gruppen gründen und Einladungen verschicken, Pinnwandeinträge).

Tipp: www.facebook.com; www.twitter.com.

- **Podcasting:** Vielleicht bietet es sich an, dass ihr einen Podcast (Audio-/Videodatei, die über das Internet abrufbar ist) über euer Projekt produziert? Überlegt, über welche Internetseite ihr euren Podcast anbietet. Macht ggf. gezielte Werbung (z. B. den Link in soziale Netzwerke einstellen, E-Mails mit Link verschicken usw.).

Tipp: www.youtube.de.

Öffentlichkeitsarbeit

Präsenz vor Ort

Infostände sollten an gut besuchten Orten aufgestellt werden, etwa in einer Einkaufspassage oder Fußgängerzone. In der Regel muss ein Infostand beim Ordnungsamt (im Rathaus) angemeldet werden. Kontakt zum Ordnungsamt könnt ihr auch telefonisch aufnehmen. Sorgt für eine übersichtliche und ansprechende Gestaltung eures Standes. Legt Informationsmaterial über euer Projekt bereit und bereitet euch auf Nachfragen vor.

Ausstellungen dienen dazu, euer Projekt der Öffentlichkeit ausführlich vorzustellen. Ihr braucht einen Ausstellungsort, z. B. die Aula eurer Schule oder den Rathaussaal. Wenn ihr eine Genehmigung bei den Verantwortlichen eingeholt habt, kann es

losgehen. Seid kreativ bei der Gestaltung der Ausstellung. Achtet darauf, dass zu den Öffnungszeiten Betreuerinnen und Betreuer anwesend sind, die Interessierte durch die Ausstellung führen können. Sorgt dafür, dass ihr über die wichtigsten Informationen zu eurem Projekt Auskunft geben könnt.

Auch die Durchführung einer **Straßenumfrage** kann euer Projekt vor Ort bekannt machen. Fragt die Teilnehmenden und auch die Passantinnen und Passanten, die nicht an der Umfrage teilnehmen möchten, ob ihr ihnen Infomaterial über das Projekt mitgeben dürft (Flyer). Weitere Informationen geben euch die Aktionsblätter : „Ausstellung“, „Interviews“, „Nachgefragt“, „Kunst in Aktion – Kunst als Sprachrohr“ und „Infokampagne“.

Tipps für attraktive Texte

neugierig machen:	Mit welchen Mitteln könnt ihr erreichen, dass euer Text auch gelesen wird? Nutzt z. B. Fragen als Überschriften oder sprecht eure Leserinnen und Leser direkt an.
aktiv statt passiv:	Texte, die im Passiv geschrieben sind, klingen langweilig. Aktive Sprache („wir ...“) lockert auf und klingt lebendig.
Handelnde eindeutig benennen:	Wer steht hinter dem Projekt?
kurz und knackig, statt umständlich und verschachtelt:	Es ist für Leserinnen und Leser unglaublich ermüdend, wenn sie einen Satz zwei- oder dreimal lesen müssen, um ihn zu verstehen. Deshalb: kurze und klare Sätze benutzen.
Beispiele nennen, statt trockene Informationen aneinanderreihen:	Jede Information im Text müssen die Leserinnen und Leser auch verstehen können. Eine Sprache, die veranschaulicht und erklärt, ist überzeugend.

Quelle: Bertelsmann Stiftung (Hrsg.). *Mitwirkung (er)leben. Handbuch zur Durchführung von Beteiligungsprojekten mit Kindern und Jugendlichen*. Gütersloh 2008. 199.

Ein faires Schulfest organisieren

Dieses Aktionsblatt unterstützt euch bei der Planung und Durchführung eines Schulfestes, das sozialen und/oder ökologischen Kriterien gerecht wird. Hilfreich können außerdem die Aktionsblätter  „Eine Veranstaltung organisieren“, „Spendenaktion: Flohmarkt, Versteigerung und Tombola“ und „Öffentlichkeitsarbeit“ sein.



Damit euer gesellschaftliches Engagement, das ihr mit dem Schulfest verbindet, nicht nur auf dem Papier steht, solltet ihr euren sozialen und ökologischen Überlegungen genügend Zeit und Ideen widmen. Die beiden Bausteine „Soziale Verantwortung“ und „Nachhaltigkeit“ helfen euch, euer Schulfest mit sozialen und/oder ökologischen Zielen zu verbinden. Ergänzend zu den beiden Bausteinen ist es sinnvoll, eine To-do-Liste für das Schulfest anzufertigen und zu überlegen, welche Punkte in besonderer Weise sozial und ökologisch organisiert werden können.

Tipp 1: Denkt bei der Organisation eures Schulfests unbedingt daran, die Besucherinnen und Besucher auf euer soziales und ökologisches Handeln aufmerksam zu machen. Nur so könnt ihr sichergehen, dass eure Ideen auch wahrgenommen werden. Und nicht zuletzt lernt die eine oder der andere etwas von euren Maßnahmen.

Tipp 2: Ermöglicht auch euren Besucherinnen und Besuchern, Verbesserungsvorschläge in punkto „faires Schulfest“ zu geben. Überlegt euch dabei, ob ihr Tipps für ein bestimmtes Thema sucht (z.B. Energie sparen) oder ob ihr euch mehr von einem allgemeinen Feedback erhofft.

Tipp 3: Wenn ihr versucht, euer Schulfest sozial und ökologisch zu gestalten, werdet ihr auf sogenannte Zielkonflikte stoßen: Es gibt ökologische Ziele, die nicht oder nicht ohne weiteres mit sozialen Zielen zu vereinbaren sind. In solchen Fällen seid ihr gefragt: Habt ihr Ideen, wie der jeweilige Zielkonflikt gelöst werden kann? Falls nicht: Welches Ziel hat Vorrang für euch?

Baustein I – Soziale Verantwortung

Bietet ihr auf dem Schulfest Essen oder Getränke an? Dann achtet darauf, dass die Produkte unter fairen Bedingungen produziert bzw. gehandelt wurden.

Tipp: Anerkannte Sozialsiegel wie das Fair-Trade-Siegel helfen euch bei der Kaufentscheidung. Aber Vorsicht: Einige Siegel sind nahezu nutzlos. Am besten informiert ihr euch vorher, etwa durch eine Internetrecherche.

Überlegt, wie ihr die Preise sozial gestalten könnt.

Tipp: Neben unterschiedlichen Preisen für unterschiedliche Besuchergruppen könnt ihr auch einen Mindestpreis festlegen und dafür werben, dass alle, die möchten, freiwillig mehr zahlen. Wenn das Schulfest einem guten Zweck dient, wird die Bereitschaft dazu hoch sein. Wenn die Einnahmen „nur“ kostendeckend sein sollen, ist es wichtig, dass ihr eure Preise erklärt. Da-

mit sich alle die Waffel oder die Cola leisten können, gilt: Wer mehr hat, soll auch mehr geben.

Überlegt, ob ihr die Einnahmen aus dem Schulfest einer sozialen Einrichtung spenden möchtet.

Tipp: Genauso wichtig wie der soziale Gedanke ist, dass eure Idee auch Früchte trägt. Überlegt deshalb sorgfältig, wie ihr möglichst hohe Einnahmen erzielen könnt. Ganz wichtig: Alle, die auf eurem Schulfest Geld ausgeben, sollten wissen, dass ihre Ausgaben für einen guten Zweck verwendet werden und wofür dieser gute Zweck genau besteht. Deshalb solltet ihr euren Besucherinnen und Besuchern das Projekt, für das ihr spendet, vorstellen und erklären, warum es euch so wichtig ist, für dieses Projekt Geld zu sammeln (z.B. durch ein Poster). Vielleicht bietet es sich auch an, einen Vertreter bzw. eine Vertreterin der Organisation zum Fest einzuladen!?

Ein faires Schulfest organisieren

Schmeißt möglichst keine Lebensmittel weg!

Allen, die über den Ursprung von Lebensmitteln nachdenken, ist klar: Das Dümme, das man mit Lebensmitteln machen kann, ist, sie einfach wegzuschmeißen. Schließlich kostet es Energie, sie zu erzeugen, und Geld, sie zu kaufen. Vor allem aber macht schon der Name „Lebensmittel“ deutlich, dass unsere tägliche Nahrung Respekt verdient. Millionen Menschen hungern. Und wenn für ein Lebensmittel ein Tier sterben musste, sollte sowieso klar sein, dass es nicht einfach in die Tonne wandert.

Tipps: Intelligentes Handeln beginnt beim Einkauf. Insbesondere bei schnell verderblichen Lebensmitteln solltet ihr gewissenhaft kalkulieren, wie viel ihr braucht. Auf dem Fest solltet ihr dafür sorgen, dass nicht unnötig viele Packungen angebrochen werden und verderbliche Ware kühl gelagert wird. Einige Dinge wie Getränke könnt ihr bei vielen Händlern auch auf „Kommission“ kaufen.

Tipps: Nach dem Fest gilt: Über Produkte, die nicht angebrochen wurden und einwandfrei sind, freuen sich soziale Organisationen wie die „Tafeln“. Für den Rest gilt: Denkt an eure Tupperchalen.

Baustein II – Nachhaltigkeit

Nutzt Energie effizient!

Energie wird häufig gedankenlos genutzt – gerade, wenn die Rechnung nicht aus eigener Tasche bezahlt werden muss. Auch bei jedem Schulfest gibt es Energiesparpotenzial. Ein Großteil der Energie kann durch einfache Überlegungen und schlichte Maßnahmen eingespart werden – eben durch einen reflektierten Umgang mit Strom, Gas/Öl und Wasser.

Tipps: Prüft die Planung eures Schulfestes darauf, an welchen Stellen ihr Energie einsetzt. Berücksichtigt dabei sowohl die Vorbereitungen (z.B.: Können wir Autofahrten bei den Einkäufen sparen? Können wir Produkte verwenden, die möglichst umweltfreundlich verpackt sind oder deren Hersteller sich auf bestimmte ökologische Kriterien verpflichten? Ist es sinnvoll, die Besucher mit dem Hinweis auf ein „faires Schulfest“ zu animieren, mit Bus, Bahn oder Fahrrad statt dem eigenen PKW anzureisen?) als auch die Durchführung (z.B. Können wir bei der Nutzung des Gebäudes und der elektrischen Geräte Licht / Wärme / Wasser sparen?).

Vermeidet Müll.

Je weniger Verpackung, desto besser. Lebensmittel nach Möglichkeit nicht wegschmeißen (siehe Baustein I).

Tipps: Gerade für Veranstaltungen lohnen sich Großverpackungen. So wird viel weniger Müll produziert, als mit kleinen Packungsgrößen. Wenn ihr Kaffee ausschenkt: Verwendet keine ökologisch unvorteilhaften Kapsel-Maschinen. Achtet gerade beim Kaffee auf das Transfair-Siegel (siehe Baustein I) und auf Bioqualität (siehe unten).

Trennt den anfallenden Müll.

Insbesondere Papier und Altglas sind kein Restmüll, sondern Wertstoffe!

Achtet beim Kauf von Lebensmitteln und Getränken auf Bioqualität. Produkte aus biologischem Anbau verursachen in der Regel geringere ökologische Kosten als Produkte aus konventionellem Anbau (also Produkte, die keine Bioqualität haben).

Tipps: Bioprodukte sind durch geschützte Biosiegel gekennzeichnet. Das EG-Biosiegel steht für die Einhaltung von minimalen Standards. Einige Siegel wie „Bioland“ oder „demeter“ versprechen die Einhaltung von höheren Richtlinien. Vorsicht vor Produkten ohne Biosiegel mit Aufschriften wie „Aus kontrolliertem Vertragsanbau“ – solche Aussagen sind nicht geschützt und daher wertlos. Natürlich sind sie meistens preiswerter als Produkte in Bioqualität.

Mittels einer Internetrecherche könnt ihr euch über die verschiedenen Biosiegel informieren.

Macht Umweltschutz auch zum Thema des Schulfestes.

Tipps: Ihr könnt auch eine Umweltschutz-Organisation einladen (z.B. NABU), die über ihr Engagement berichtet. Vielleicht sind auch einige Mitschülerinnen oder -schüler von euch in Umweltverbänden engagiert und können von ihren Aktivitäten berichten.

Eine Veranstaltung organisieren

Eine gelungene Veranstaltung beginnt mit der Planung! Die folgende Checkliste unterstützt euch dabei, alles Wichtige im Blick zu haben.



Grobplanung	Check
<p>Ziele: Bevor ihr loslegt: Klärt noch einmal gemeinsam, warum ihr die Veranstaltung durchführt. Was sind eure wichtigsten Ziele?</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Zielgruppe: Wen wollt ihr mit eurer Veranstaltung erreichen?</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Thema/Motto/Slogan: Fasst in wenigen Worten das Thema eurer Veranstaltung zusammen. Vielleicht könnt ihr auch mit einem Motto oder Slogan auf den Punkt bringen, worum es euch bei eurer Veranstaltung geht?</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Terminfestlegung: Überlegt, welcher Termin für euch und eure Zielgruppe günstig ist.</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Veranstaltungsort: Organisiert geeignete Räumlichkeiten.</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Genehmigung: Klärt, ob ihr zur Durchführung der Veranstaltung eine Genehmigung braucht (z.B. vom Ordnungsamt).</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Ablaufplanung: Bereitet den Ablauf eurer Veranstaltung vor. Für die Planung großer Veranstaltungen ist das Aktionsblatt  „Projektmanagement“ hilfreich.</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Finanzierung: Überlegt ggf., wie ihre eure Veranstaltung finanziert (Eintrittsgelder, Verkäufe, Spendenaktionen im Vorfeld). Wenn ihr mit Einnahmen rechnet: Wofür soll der Erlös verwendet werden?</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Werbung: Klärt, wie ihr eure Zielgruppe auf die Veranstaltung aufmerksam macht (Aktionsblatt  „Öffentlichkeitsarbeit“).</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Verpflegung: Möchtet ihr euren Gästen Speisen und Getränke anbieten? Klärt ggf. auch, wie.</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Feedback: Möchtet ihr wissen, wie euren Besucherinnen und Besuchern die Veranstaltung gefällt? Dann überlegt, wie ihr ein entsprechendes Feedback einholen könnt. Tipp: Beim Smiley-Feedback kann jede/r mit Klebepunkten auf einer Smiley-Skala angeben, wie ihr/ihm die Veranstaltung gefallen hat </p>	<input type="checkbox"/>
<p>Plan B: Überlegt, welche Probleme vor oder während der Veranstaltung auftreten können, und wie ihr darauf reagiert.</p>	<input type="checkbox"/>

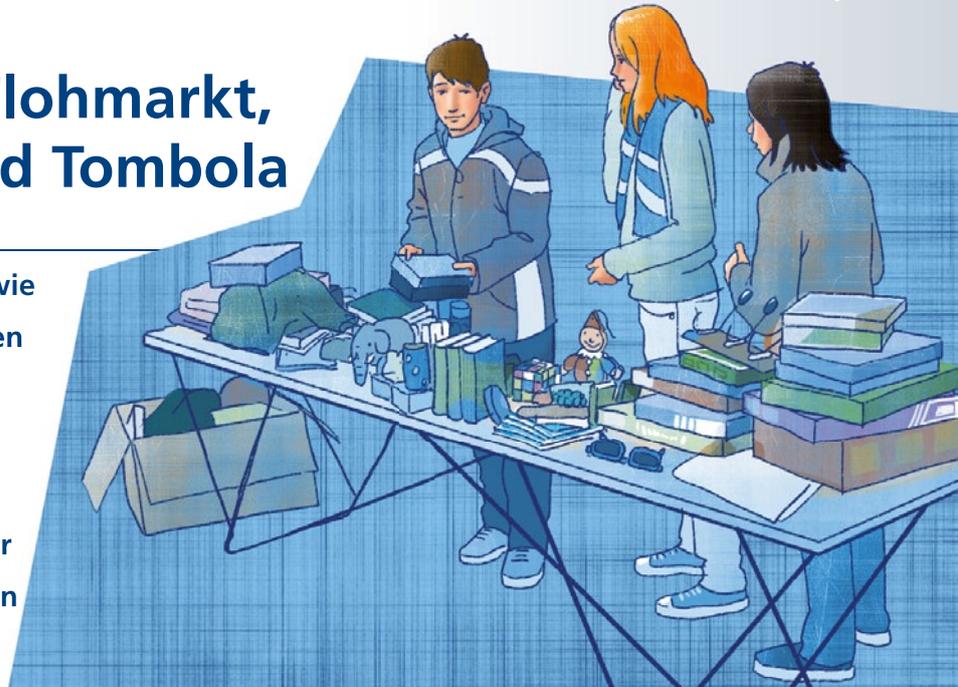
Eine Veranstaltung organisieren

Feinplanung	Check
<p>Voraussetzungen: Erstellt eine Liste der Dinge, die ihr benötigt, um eure Veranstaltung durchführen zu können (z.B. Technik, Möbel). <i>Tipp:</i> Spielt den Veranstaltungstag genau durch und überlegt, wann ihr was benötigt. Versetzt Euch dabei auch in die Situation der Gäste und klärt, wie ihr deren Erwartungen/Bedürfnissen gerecht werden könnt.</p>	<input type="radio"/>
<p>Zuständigkeiten: Klärt, zu welchem Zeitpunkt welche Aufgaben erledigt werden müssen, wer dafür verantwortlich ist und welche Personen euch ggf. dabei unterstützen. Plant dabei auch Punkte wie Transport- und Aufräumarbeiten ein. Erstellt einen Plan, aus dem die Aufgabenverteilung klar hervorgeht.</p>	<input type="radio"/>
<p>Generalprobe: Überlegt, ob ihr die Veranstaltung insgesamt oder einzelne Teile proben könnt. Macht euch vor der Veranstaltung mit allen benötigten technischen Geräten vertraut und prüft deren Funktion.</p>	<input type="radio"/>

Evaluation	Check
<p>Selbstfeedback: Klärt nach der Veranstaltung, was euch gelungen ist und wo ihr Verbesserungsbedarf seht (Aktionsblatt , „Reflexion und Evaluation des Engagements“).</p>	<input type="radio"/>
<p>Besucherfeedback: Wertet das Gäste-Feedback aus. Überlegt, welche Rückschlüsse ihr daraus für künftige Veranstaltungen zieht.</p>	<input type="radio"/>

Spendenaktion: Flohmarkt, Versteigerung und Tombola

Es gibt vielfältige Möglichkeiten, wie ihr mit einer Veranstaltung Spenden für einen guten Zweck sammeln könnt. Im Folgenden erhaltet ihr Tipps, die dabei helfen, dass ein Flohmarkt, eine Versteigerung oder eine Tombola zu einer erfolgreichen Spendenaktion wird.



1. Spendenempfänger festlegen

Als Erstes solltet ihr euch überlegen, welche Organisation, welche Person oder welches Projekt ihr mit den Spenden unterstützen möchtet. Nehmt euch genügend Zeit, die Empfängerin bzw. den Empfänger zu prüfen: Ist sie/er seriös und bekannt? Ist die Kontaktaufnahme reibungslos verlaufen? Wohin gehen die Spenden genau? (Aktionsblätter ☞: „Auf Spurensuche im Internet“, „Mit Expertinnen und Experten im Gespräch“).



2. Ablauf festlegen

Ganz wichtig ist, dass ihr euch frühzeitig (z. B. zwei Monate vorher) auf einen Ort und eine Zeit für die Spendenaktion einigt: Soll die Aktion draußen, überdacht oder drinnen stattfinden? Wird sie vormittags oder nachmittags, in der Woche oder am Wochenende durchgeführt? Sobald Datum und Uhrzeit feststehen, sollten sich alle verpflichten, dann auch Zeit zu haben bzw. sich diese frei zu halten.

Eventuell ist eine Anmeldung der Aktion beim Ordnungsamt eurer Stadt nötig. Erkundigt euch daher unbedingt frühzeitig, ob und wo ihr euch anmelden müsst.



3. Gegenstände sammeln

Je nachdem, ob ihr einen Flohmarkt, eine Versteigerung oder eine Tombola plant, müsst ihr nun die Gewinne und Gegenstände zusammentragen.

Flohmarkt

Schaut bei euch und eurer Familie nach, was ihr nicht mehr braucht oder entbehren könnt. Klamotten sollten in einem guten Zustand und Gegenstände noch funktionstüchtig sein.

Versteigerung/Tombola

Fragt bei Firmen in eurer Umgebung, ob sie euch für eure Spendenaktion ein paar Sachen schenken. Erklärt dabei, wofür die Spendenaktion ist und in welchem Rahmen ihr sie durchführt.

Bei einer Versteigerung und Tombola müssen jedoch nicht nur Gegenstände verlost oder versteigert werden. Ihr könnt euch auch Gutscheine ausdenken (z. B. einmal Rasen mähen, Gassi gehen und Ähnliches), die dann bei euch eingelöst werden können. Natürlich müsste ihr vorher untereinander klären, wer welche Aufgabe übernimmt.



Spendenaktion: Flohmarkt, Versteigerung und Tombola

4. Werbemaßnahmen

Sobald der Rahmen steht, müsst ihr die Werbetrommel rühren (Aktionsblatt : „Öffentlichkeitsarbeit“). Ihr könnt zum Beispiel eine Kleinanzeige in der Zeitung aufgeben, Plakate basteln und Flyer drucken. Ganz wichtig ist Mundpropaganda: Ihr erzählt euren Freundinnen und Freunden sowie Bekannten von der Aktion, und die erzählen es wiederum anderen Personen. So bekommt ihr sicher einige Leute zusammen.



5. Aktion vorbereiten und durchführen

Legt Arbeitspläne fest: Wer ist wann wofür verantwortlich? Erstellt Checklisten, woran bei der Durchführung gedacht werden muss, z. B.:

- Personen für den Aufbau, die Standbetreuung, die Belieferung und den Abbau müssen festgelegt werden.
- Der Verkaufsstand muss organisiert und gestaltet werden. Allen Passantinnen und Passanten muss klar werden, worum es bei der Aktion geht (z. B. Infoposter, Verteilen von Flyern).
- Da ihr Geld einnehmen möchtet: Sorgt für Kassen, ausreichend Wechselgeld, Spendendosen usw.
- Überlegt, wie ihr für einen reibungslosen Ablauf sorgen könnt: Für die Lotterie müssen genügend Lose vorhanden sein, beim Flohmarkt ist es eventuell sinnvoll, für teurere Produkte eine Verhandlungsbasis einzuräumen (d. h. die Besucherinnen und Besucher können den vorgeschlagenen Preis runterhandeln).



6. Spenden übergeben

Nach Ende der Spendenaktion ist es wichtig, dass ihr den Erlös ausrechnet und eine Verantwortliche bzw. einen Verantwortlichen für die Kasse bestimmt. Wenn möglich, vereinbart mit der Spendenempfängerin bzw. dem Spendenempfänger ein Treffen. Kümmert euch darum, dass möglichst viele Leute von eurem Einsatz, eurer Spende und euren Zielen erfahren. Hilfreiche Tipps hierfür gibt euch das Aktionsblatt  „Öffentlichkeitsarbeit“.

Ausstellung

Dieses Aktionsblatt unterstützt euch bei der Planung und Durchführung einer eigenen Ausstellung.



Der Weg zur Ausstellung – die Vorbereitung

- Zunächst geht es darum, dass ihr klärt, worum es bei eurer Ausstellung gehen soll – ihr müsst also das **Thema** der Ausstellung festlegen (z. B. eine bestimmte Person).
- Steht das Thema fest, geht es darum zu entscheiden, was genau das **Ziel** eurer Ausstellung sein soll.
 - _ Eine Ausstellung kann zum Beispiel einen Überblick über das Ausstellungsthema geben oder sich ganz gezielt auf einzelne Unterthemen beschränken.

Tipp: Überlegt, was euch an dem Thema besonders wichtig ist. Was sollen die Menschen, die eure Ausstellung besuchen, dabei lernen?

Anschließend überlegt ihr euch, an wen sich die Ausstellung richten soll, wer also die **Zielgruppe** ist.

- Wenn ihr Thema, Ziel und Zielgruppe der Ausstellung festgelegt habt, geht es darum, **Materialien** zusammenzustellen.
 - _ Überlegt, welche Materialien (z. B. Fotos, Schaubilder, Textauszüge) interessant und wichtig sind.

- _ Besonders schön sind Materialien, die ihr selbst erstellt habt: Das können Texte sein (z. B. Erklärungen, Inhaltsangaben), Bilder oder andere Kunstwerke.

Tipp: Bildet zur Vorbereitung der Ausstellung Arbeitsgruppen. Dann kann jeder in der Gruppe mitarbeiten, deren Aufgabe ihn am meisten interessiert.

- Anschließend geht es um die **Gestaltung** eurer Ausstellung.
 - _ Gestaltet mit den Materialien z. B. Stellwände oder die Wände in der Pausenhalle.
 - _ Überlegt, ob ihr Führungen durch eure Ausstellung anbietet – auf diese Weise könnt ihr anschließend gut mit den Besucherinnen und Besuchern ins Gespräch kommen.
 - _ Achtet darauf, dass eure Ausstellung einen „roten Faden“ hat und alle Informationen für die Besucherinnen und Besucher gut verständlich sind.

Tipp: Gute Überschriften sind für eine Ausstellung besonders wichtig. Sie sollten die Menschen neugierig machen und klar verständlich sein.

Herzlich willkommen auf unserer Ausstellung – die Durchführung

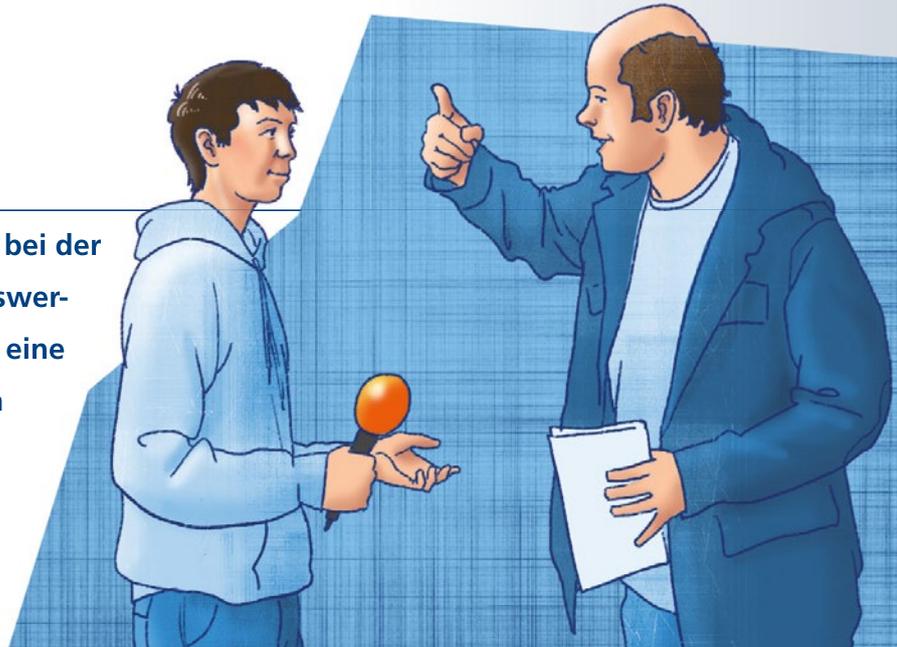
- Ohne Besucherinnen und Besucher ist eine Ausstellung natürlich wenig sinnvoll. Deshalb ist wichtig, dass ihr euch gut überlegt, wie ihr möglichst viele Menschen davon überzeugen könnt, eure Ausstellung zu besuchen (Aktionsblatt : Öffentlichkeitsarbeit).
 - _ Mit Plakaten, Flugblättern, Artikeln in der Schülerzeitung könnt ihr Werbung dafür machen.

- _ Wenn ihr genau wisst, wer die Ausstellung besuchen soll, bietet es sich an, Einladungen zu schreiben.
- _ Sicherlich haben auch eure Lehrerinnen, Lehrer, Eltern, Freundinnen oder Freunde gute Ideen, wie ihr in eurem Ort am besten auf die Ausstellung aufmerksam machen könnt.

Tipp: Denkt unbedingt daran, den Termin und den Ort der Ausstellung zu nennen.

Interviews

Dieses Aktionsblatt unterstützt euch bei der Vorbereitung, Durchführung und Auswertung von Interviews. Interviews sind eine gute Möglichkeit, um die Meinungen von Personen zu einem bestimmten Thema zu erfahren oder um von anderen Menschen Ideen zu bekommen.



1. Vorbereitung

- Die erste wichtige Entscheidung: Um welches Thema geht es in eurem Interview?
 - _ Überlegt, was ihr durch das Interview genau erfahren möchtet.
 - _ Formuliert dann gemeinsam Fragen. Achtet dabei darauf, dass die Fragen kurz und leicht verständlich sind.
 - _ Schreibt euch eure Fragen auf.
- Überlegt, wofür ihr die Ergebnisse der Interviews nutzen möchtet.
- Entscheidet, welche Menschen ihr interviewen möchtet. Das können bestimmte Gruppen oder auch Personen (z. B. Expertinnen oder Experten zu einem Thema) sein (Aktionsblatt ☞: „Mit Expertinnen und Experten im Gespräch“).

Tipp: Überlegt euch, an welchen Orten ihr geeignete Interviewpartner findet.

- Überlegt, wie ihr die Interviews durchführen möchtet.
 - _ Bildet Gruppen und legt fest, wer welche Aufgabe übernimmt (Befragung, Gesprächsnotizen). Auch eine Aufzeichnung (z. B. mit einem MP3-Player) ist möglich (wenn eure Gesprächspartnerin bzw. euer Gesprächspartner damit einverstanden ist).
 - _ Klärt, wie ihr euch verhalten möchtet, damit sich eure Gesprächspartnerin bzw. euer Gesprächspartner wohlfühlen und nach dem Interview einen guten Eindruck von euch haben.
 - _ Überlegt, wie ihr Menschen davon überzeugen könnt, an eurem Interview teilzunehmen. Dafür ist es wichtig, dass ihr euch vorstellt und erklärt, warum ihr die Person befragen möchtet.
 - _ Übt die Durchführung des Interviews, indem ihr Mitschülerinnen und Mitschülern die Fragen stellt. Überlegt dann, worauf ihr bei der Durchführung besonders achten müsst.

Tipp: Natürlich kann man ein Interview auch telefonisch durchführen. Dabei ist es sehr wichtig, dass der Gesprächspartnerin bzw. dem Gesprächspartner klar ist, dass er interviewt wird.



Interviews

2. Durchführung

Nun könnt ihr die Interviews durchführen.

- Denkt daran, alle nötigen Materialien mitzunehmen (Fragen, Stifte, Zettel usw.).
- Für jedes Interview gilt: Es darf nur durchgeführt werden, wenn die Gesprächspartnerin bzw. der Gesprächspartner einverstanden ist.
Klärt auch ab, ob ihr das Gespräch aufzeichnen dürft.
- Seid höflich – auch dann, wenn einzelne Personen euch gegenüber unfreundlich sein sollten.

Tip: Orientiert euch an euren vorbereiteten Fragen. Wenn euch während des Gesprächs andere Fragen einfallen, könnt ihr diese natürlich auch stellen.



3. Auswertung

- Was sind aus eurer Sicht die wichtigsten Aussagen eurer Interviewpartnerin bzw. eures Interviewpartners?
Und wie ließe sich das Interview evtl. zusammenfassen?
- Welche zusätzlichen Informationen benötigt ihr ggf. für ein vertieftes Verständnis einzelner Interviewantworten?
- Wie könnt ihr die über das Interview erhaltenen Informationen für eure weitere Projektarbeit nutzen?
- Auf welche neuen Probleme/Aspekte/Fragestellungen hat euch das Interview vielleicht aufmerksam gemacht?
Wie könntet ihr mehr darüber erfahren?

Nachgefragt

Dieses Aktionsblatt unterstützt euch dabei, eine Meinungsumfrage vorzubereiten und durchzuführen, um die Meinungen, Einstellungen oder Wünsche der Menschen vor Ort kennenzulernen.



Vorbereitung

Die Durchführung einer Umfrage setzt eine gewissenhafte Planung voraus.

- Klärt zuerst die Zielsetzungen der Umfrage: Was wollen wir herausfinden? Wer soll befragt werden? Wo führen wir die Erhebung durch?
- Bringt mit einer Frage auf den Punkt, was ihr mit der Umfrage herausfinden möchtet. Behaltet diese Fragestellung bei der weiteren Vorbereitung der Umfrage immer im Hinterkopf.
- Entwickelt einen Fragebogen. Dabei sind einige Hinweise zu beachten:
 - _ Überlegt euch, ob die Teilnehmenden den Fragebogen ausfüllen sollen oder ob ihr ihnen die Fragen stellt.
 - _ Zur Anzahl der Fragen: Oft ist es sinnvoll, den Grundsatz „weniger ist mehr“ zu beachten. Beispielsweise werden

die meisten Passantinnen und Passanten in einer Fußgängerzone nicht bereit sein, ein ausführliches „Interview“ (Aktionsblatt ☺: „Interviews“) zu geben.

- _ Besonders wichtig ist, dass die Fragen verständlich formuliert sind. Wenn die Befragten die Fragen nicht auf Anhieb verstehen, wird das Ganze schnell zur Farce. Im schlimmsten Fall verlieren sie während der Befragung das Interesse oder geben euch Antworten, die auf Missverständnissen beruhen.
- _ Steigt mit leichten Fragen ein, bevor ihr ggf. komplexere Fragen stellt.
- _ Lasst ausreichend Platz für Antworten (Schreiblinien für offene Fragen, Antwortkästchen zum Ankreuzen für geschlossene Fragen).

Durchführung

- Denkt daran, genügend Fragebögen mitzunehmen. Wenn ihr die Fragen mündlich stellt: Regelt, wer die Antworten festhält.
- Nehmt Schreibmaterial mit. Denkt auch an eine Schreibunterlage (z. B. ein Klemmbrett).
- Macht euch vor der Befragung ein paar Notizen, die ihr in der Interviewsituation dann gleich parat habt: Wer seid ihr, und warum führt ihr eine Umfrage durch? Worum geht es in eurer Erhebung?
- Sprecht die Teilnehmenden höflich an und ermuntert sie, bei eurer Umfrage mitzumachen. Bleibt auch freundlich, wenn einige Leute kein Interesse haben.
- Bedankt euch bei den Teilnehmenden für die Bereitschaft zur Teilnahme.

Auswertung und Rückschlüsse

Überlegt gemeinsam, welche Rückschlüsse ihr aus der Umfrage ziehen könnt: Welche Meinungen, Einstellungen, Wünsche usw. scheinen in eurem Ort verbreitet zu sein? Was heißt das für eure Arbeit?

Tipp: Die Fragebogensoftware GrafStat erklärt alle wichtigen Schritte von der Fragebogenerstellung bis zur Auswertung und ist für den öffentlichen Bildungsbereich kostenlos lizenziert (www.grafstat.de).

Kunst in Aktion – Kunst als Sprachrohr



Mit Kreativität und etwas künstlerischem Talent lässt sich sehr gut Aufmerksamkeit erzeugen – in der Fußgängerzone, auf dem Markplatz, im Rathaus oder an anderen belebten Orten. Mit euren öffentlich ausgestellten Kunsterzeugnissen könnt ihr eure Botschaft auf anschauliche Art in die Köpfe der Menschen tragen und sie zum Nachdenken und Handeln anregen.



Einige kreative Anregungen

Kunst ist, was gefällt, und Kreativität kennt bekanntlich keine Grenzen. Sicherlich fallen euch also auch eigene Ideen ein, um euer Anliegen darzustellen. Die folgenden Anregungen sollen helfen, einen ersten Einstieg zu finden. Natürlich könnt ihr euch auf ein einzelnes Kunstprojekt einigen – oder ihr setzt verschiedene Kunstformen um.

Postkarten, Plakate, Poster, Flyer, Baumwolltaschen und Ähnliches gestalten

Gestaltet die jeweiligen Flächen mit Bildern, die euer Thema behandeln. Kurze, knackige Sprüche oder Ähnliches könnt ihr ergänzend einsetzen.

Malen und Zeichnen

Gedichte, Lieder vortragen

Texten und Musizieren

Kurze Theaterstücke aufführen

Schauspielern

Fotos, Collagen, Videos erstellen

Filmen und Fotografieren

Baustellen verschönern

Im Stadtteil- oder Stadtzentrum gibt es eine Baustelle, und das Absperrgitter bzw. die -wand ist kahl? Dann erkundigt euch doch bei den Verantwortlichen, ob ihr die Fläche für eure Kunst nutzen könnt. Um die Verantwortlichen zu überzeugen, müsst ihr natürlich vorher einen Plan erstellen und schildern können, worum es euch genau geht.

Malen und Spraysen

Kunst in Aktion – Kunst als Sprachrohr

Hinweise zur Organisation

Wie bei jeder anderen Aktion (Aktionsblatt ☞: „Aktionen“) auch, müssen die künstlerischen Aktivitäten im Vorfeld gut geplant und organisiert werden.

Da eure Aktionen je nach Ausrichtung und Wahl der Kunstform sehr unterschiedlich ausfallen können, dienen die folgenden Hinweise nur als Orientierung. Eine genauere Planung solltet ihr dann vor Ort erstellen.

- Zuerst müsst ihr euch natürlich auf ein Thema und das Ziel eurer Aktion einigen: Wofür wollen wir uns einsetzen? Was ist das Ziel unserer Aktion?
- Nun steht die Grobplanung an: Welche künstlerischen Umsetzungsformen wollen wir nutzen? Wie lange wird die Erarbeitung dauern? Auf welchen „Abgabetermin“ legen wir uns fest? Wer übernimmt welche Aufgabe?

Tipps: Haltet eure Vereinbarungen immer schriftlich fest und möglichst für alle einsehbar!

- Materialbeschaffung: Welche Materialien benötigen wir? Gibt es die Materialien kostenlos in der Schule oder als Schulbedarf zu Hause? Müssen wir weitere Sachen einkaufen?

Tipps: Fragt in Bastelläden und weiteren Geschäften nach kleinen Sachspenden (Papier, Stifte etc.). Erzählt, wer ihr seid und was euer Anliegen ist. Bestimmt sind einige bereit, euer Engagement zu unterstützen.

- Anschließend geht es um die Feinplanung: Einigt euch auf einen Termin (und einige Ausweichtermine) zur öffentlichen Darstellung eurer Kunst. Wen wollen wir erreichen? Wann und wo können wir die meisten Menschen erreichen? Sollen einige Kunstsachen länger ausgestellt werden? Da man in der Regel eine Genehmigung braucht, um an öffentlichen Plätzen oder Räumen auftreten und ausstellen zu können, müsst ihr Termin und Ort mit der Stadtverwaltung abklären. Auch hier gilt: Stellt euch, eure Ideen und euer Anliegen freundlich vor!

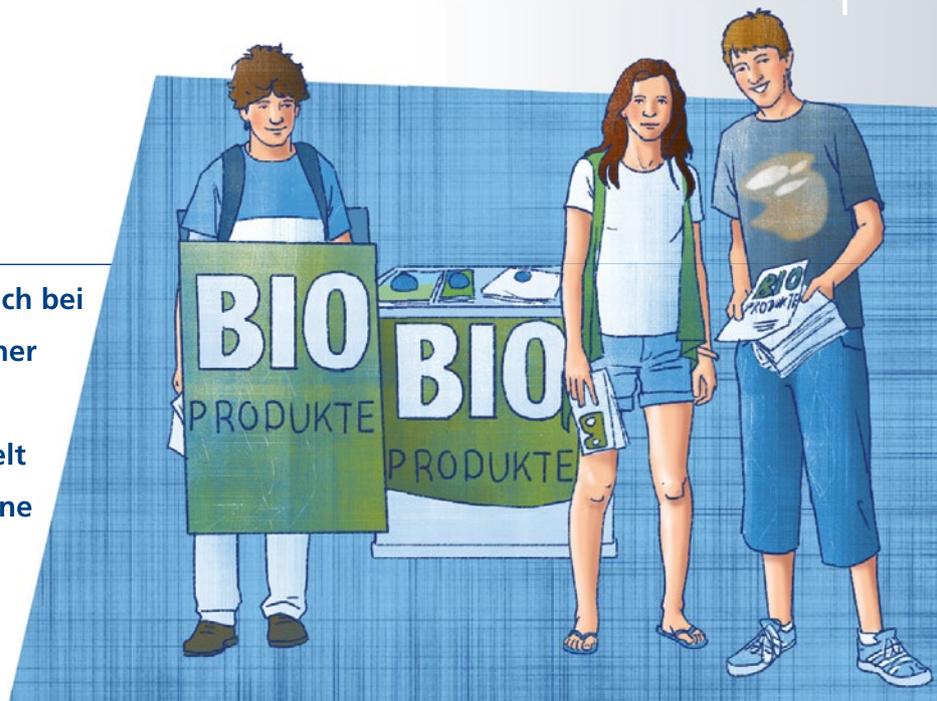
Tipps: Trefft euch in regelmäßigen Abständen in euren Gruppen bzw. in der Klasse, um euch über den aktuellen Stand auszutauschen.

Tipps: Informiert die örtliche Presse über euren Aktionstag (Aktionsblatt ☞: „Öffentlichkeitsarbeit“)!

- Durchführung des Aktionstages

Infokampagne

Dieses Aktionsblatt unterstützt euch bei der Planung und Durchführung einer Informationskampagne. Mit einer solchen Kampagne könnt ihr gezielt auf ein bestimmtes Thema oder eine bestimmte Person aufmerksam machen.



Dadurch könnt ihr die jeweilige Zielgruppe zum Beispiel mit Hintergrundinformationen versorgen, die generelle Beachtung des

Themas steigern und zum Teil sogar dazu beitragen, dass sich Menschen auch selbst aktiv einbringen.

1. Erste Schritte

Zunächst geht es darum zu klären, wie und worauf eure Infokampagne konkret ausgerichtet werden soll. Anhand einiger grundlegender Leitfragen könnt ihr dabei die Basis für eine zielgerichtete und wirkungsvolle Kampagne schaffen.

- **Worüber wollt ihr genau informieren?**
Klärt gemeinsam das konkrete Thema eurer Kampagne.
- **Wen wollt ihr informieren?**
Wählt eure Zielgruppe(n) aus, zum Beispiel Mitschülerinnen und -schüler, Eltern, Seniorinnen und Senioren, Kinder, die allgemeine Öffentlichkeit.
- **Was wollt ihr mit eurer Infokampagne erreichen?**
Besprecht gemeinsam die Ziele eures Anliegens; es kann zum Beispiel ums Aufklären oder Überzeugen gehen oder darum, Unterstützerinnen und Unterstützer sowie Mitmacherinnen und Mitmacher zu gewinnen.



2. Erarbeitung

Hier geht es darum, die Inhalte eurer Kampagne zu erarbeiten und in eine passende Form zu bringen. Auch hier können euch verschiedene Leitfragen helfen.

- **Welche einzelnen Aspekte/Fragestellungen des Themas sollen im Rahmen eurer Kampagne berücksichtigt werden?**
Hierbei solltet ihr zum einen eure Zielgruppe vor Augen haben, denn jüngere Leute sind wahrscheinlich an anderen Dingen interessiert als ältere Menschen. Zum anderen ist die Auswahl der Themenbereiche abhängig von dem Ziel der Kampagne: Aufklärung benötigt sicher mehr Informationsgehalt als die Suche nach Unterstützerinnen und Unterstützern; die Suche nach Mitmachenden sollte wiederum stärker auf themenbezogene Mitmachmöglichkeiten ausgerichtet sein, während Überzeugungsarbeit den Schwerpunkt auf Argumente legen sollte.

Infokampagne

- **Zu welchen einzelnen Aspekten/Fragestellungen des Themas habt ihr bereits Vorwissen und Material (Texte, Fotos, Grafiken, Statistiken u. Ä.), das ihr für eure Kampagne nutzen könnt?**

Tipp: Kommt im Plenum zusammen und überlegt, was bereits vorliegt. Hierbei bietet es sich an, eine strukturierte Übersicht über euer Vorwissen und vorhandene Materialien zu erstellen (z. B. mithilfe einer Mindmap). So erspart ihr euch nachher doppelte Arbeit und seht gleich, wo noch Ergänzungen nötig sind.

- **In welchen Bereichen sind zusätzliche Recherche und Materialbeschaffung notwendig?**

Tipp: Wenn das Thema relativ umfangreich ist, bietet es sich an, Arbeits- bzw. Expertengruppen zu bestimmten Bereichen zu bilden. Wichtig ist, dass ihr euch regelmäßig über den aktuellen Stand austauscht.

- **Was sind die Kerninhalte eurer Kampagne?**
Formuliert die Hauptaussage eurer Kampagne in wenigen, leicht verständlichen Sätzen.
- **Welche Materialien sollen dabei berücksichtigt werden?**
Verknüpft die wichtigsten Teilinhalte/-aussagen mit geeigneten Materialien.



Umsetzung

Im Mittelpunkt steht hierbei die Frage, wie die von euch erarbeiteten Inhalte adressaten- und zielgerecht präsentiert werden und wie eure Kampagne schließlich durchgeführt werden kann.

- **Wie können/sollen Kerninhalte und Materialien im Rahmen der Kampagne präsentiert bzw. vermittelt werden? Welche Informationsmedien sollen hierzu genutzt werden?**
Z. B. Flugblätter, Projektzeitung, Pressemitteilungen, Wandzeitung, Präsentationen/Vorträge, Ausstellung, Internetauftritt.

Tipp: Es lassen sich auch unterschiedliche Medien verknüpfen und so gemeinsam in eure Kampagne einbinden: Zum Beispiel könnt ihr zunächst Flugblätter erstellen, die durch Basisinformationen Interesse am Thema wecken; dann kann eine Ausstellung organisiert werden, die vertiefte Informationen unter Einbindung verschiedener Materialien bietet; zum Abschluss gibt es einen Film oder eine Präsentation, die gezielt einzelne Themenaspekte der Ausstellung beleuchtet. (Aktionsblätter 🌀: „Öffentlichkeitsarbeit“, „Ausstellung“, „Infoveranstaltung“).

- **Wie soll die eigentliche Umsetzung der Kampagne organisiert werden?**
Ein ganz wichtiger Punkt ist die Organisation – mit ihr steht und fällt die ganze Kampagne. Um die Aufgaben zu verteilen, bildet unbedingt Arbeitsgruppen oder benennt Verantwortliche. Notiert euch immer den Namen und bis wann was von der Person erledigt werden muss. Kontrolliert in regelmäßigen Abständen, ob ihr euren Zeitplan auch einhaltet. Wichtige Aufgabenbereiche sind unter anderem die Beschaffung von Materialien und Medien, die Gestaltung der Medien, die Organisation von Räumen und Stellflächen.

Mit Expertinnen und Experten im Gespräch

Unter Expertinnen und Experten werden hier alle Menschen verstanden, die viel Ahnung von dem für euch wichtigen Bereich haben. Das kann eine Nachbarin oder ein Nachbar sein, die bzw. der sich seit Jahren für etwas Bestimmtes engagiert, oder auch die Professorin an einer Universität, die Bücher über Engagement geschrieben hat.



Expertinnen und Experten können wertvolle Informationsquellen sein und auch hilfreich beim Vermitteln weiterer Kontakte. Nachdem ihr euch auf eine Expertin oder einen Experten geeinigt habt,

die bzw. der zu eurem Vorhaben passt, sollte das Gespräch in folgenden Schritten geplant und durchgeführt werden:

1. Kontaktaufnahme

Um Kontakt mit eurer Expertin/eurem Experten aufzunehmen, bieten sich drei Möglichkeiten – je nachdem, wie gut ihr sie oder ihn kennt und erreichen könnt.

Schriftlicher Kontakt	Telefonischer Kontakt	Persönlicher Kontakt
<p>Euren Brief oder eure E-Mail könnt ihr zum Beispiel so aufbauen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anrede: Sehr geehrte(r) Frau/Herr XY • Stellt euch und euer Vorhaben kurz vor (z. B. „Wir sind die Klasse ... der Schule ... arbeiten zum Thema ...“). • Beschreibt kurz, was ihr euch von eurer Expertin bzw. eurem Experten erhofft. • Teilt der Person mit, wie und wann sie euch erreichen kann. • Endet mit einer Schlussformel, z. B.: „Wir freuen uns auf Ihre Rückmeldung. Freundliche Grüße ...“. <p>Achtet auf eine höfliche Sprache und korrekte Rechtschreibung.</p>	<p>Beachtet folgende Punkte bei einer mündlichen Kontaktaufnahme:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Legt Stift und Zettel für Notizen bereit. • Stellt euch und euer Vorhaben kurz vor. • „Bitte“ und „danke“ zu sagen ist nie verkehrt. • Sprecht deutlich, seid höflich („danke“, „bitte“), hört aufmerksam zu und lasst sie oder ihn aussprechen. • Bedankt euch für das Gespräch und vergesst die Verabschiedung nicht. 	<p>Bei einem persönlichen Kontakt gelten die üblichen Höflichkeitsformen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seid pünktlich. • Schaltet eure Handys aus. • Begrüßt die Person und bedankt euch für das Treffen. • Stellt euch und euer Vorhaben kurz vor. • Es werden keine Nebengespräche geführt.



Mit Expertinnen und Experten im Gespräch

2. Vorbereitung des Gesprächs

- Klärt rechtzeitig Ort und Zeitpunkt des Treffens und informiert die Expertin bzw. den Experten entsprechend frühzeitig.
- Besprecht gemeinsam, was ihr fragen möchtet, und schreibt die Fragen auf. Vermeidet dabei Fragen, die sich mit „Ja“ oder „Nein“ beantworten lassen, besser geeignet sind W-Fragen (Warum, Wie, Woher, ...). Wenn ihr sehr viele oder tiefergehende Fragen habt, könnt ihr diese der Expertin, dem Experten auch vorab geben. So kann sie bzw. er sich besser vorbereiten.
- Informiert euch, ob die Expertin, der Experte bestimmte Geräte benötigt (Beamer, Tageslichtprojektor etc.), und kümmert euch gegebenenfalls um die Bereitstellung.
- Wählt eine Moderatorin oder einen Moderator, die/der das Gespräch und den Ablauf leitet. Auch bietet es sich an, eine Person zu wählen, die während des Gesprächs auf die Zeit achtet. Mehrere Personen sollten zudem die Antworten in Stichpunkten notieren.
- Bildet für das Gespräch einen halboffenen Stuhlkreis und stellt für euren Gast ein Glas Wasser bereit.



3. Durchführung

- Die Person, die moderiert, leitet das Gespräch ein, indem sie die Teilnehmenden begrüßt, die Expertin bzw. den Experten vorstellt und sich für die Teilnahme bedankt. Außerdem gibt sie einen kurzen Überblick über Vorgehen und Ablauf des Gesprächs.
- Anschließend erhält die Expertin bzw. der Experte das Wort.
- Je nach Planung könnt ihr im Anschluss oder währenddessen eure Fragen stellen.



4. Abschluss und Nachbereitung

- Verabschiedet die Expertin bzw. den Experten, indem ihr euch nochmals für die Teilnahme bedankt.
- Je nach Thema bietet es sich an, die Ergebnisse des Gesprächs zusammenzufassen und anschaulich zu ordnen.

Aktionen

Dieses Aktionsblatt gibt euch Tipps, mit welchen öffentlichkeitswirksamen Aktionen ihr Menschen auf Probleme im täglichen Zusammenleben aufmerksam machen und sie dazu anregen könnt, über ihr eigenes Verhalten im Alltag nachzudenken.



Eine Aktionskampagne kann aus mehreren Einzelaktionen bestehen. Damit sie wahrgenommen wird, solltet ihr euch Gedanken darüber machen, wie ihr eure Aktion(en) in eurem Ort bekannt macht (Aktionsblatt ☞: „Öffentlichkeitsarbeit“). Überlegt euch

auch, ob es ein bestimmtes Datum gibt, das sich für die Durchführung besonders eignet, etwa ein internationaler Gedenk- oder Aktionstag.

Infostände

Infostände bieten Besucherinnen und Besuchern verschiedene Möglichkeiten, sich über einen Sachverhalt zu informieren.

- Wählt einen Ort, an dem viel los ist (Fußgängerzone, Marktplatz, Einkaufspassage).
- Denkt daran, den Infostand beim Ordnungsamt (im Rathaus) anzumelden.
- Gestaltet den Infostand so, dass er Passantinnen und Passanten neugierig macht. Überlegt beispielsweise, welche Aussage oder Frage euch dazu bewegen würde, den Stand zu besuchen, und platziert die Aussage bzw. Frage so, dass sie von Weitem zu sehen ist.
- Entwickelt ansprechende Informationsbroschüren, die ihr am Stand auslegt. Überlegt dabei auch, wie es euch gelingen kann, dass sich die Besucherinnen und Besucher im Alltag für eure Ziele einsetzen (z. B. indem ihr entsprechende Tipps formuliert). Als Ergänzung zu den Broschüren können Stellwände sinnvoll sein.
- Bereitet euch gut auf euren Einsatz am Infostand vor. Überlegt, mit welchen Fragen ihr rechnen müsst und was ihr darauf antworten könnt.

Standbilder

Mit einem Standbild verbildlicht ihr ein Problem, indem ihr als Gruppe eure Körper in einer bestimmten Weise anordnet. Die öffentliche Darstellung eines Standbildes ist eine gute Möglichkeit, Aufmerksamkeit für ein bestimmtes Anliegen zu gewinnen.

- Damit euer Standbild wirkt, solltet ihr es gut einüben: Klärt zunächst, wer von euch die Rolle der Darstellerinnen und der Darsteller (die sich zu dem Standbild vereinigen) und wer die Rolle des „Regisseurs“ übernimmt (die Regisseurin bzw. der Regisseur gibt die Anweisung, wer im Standbild welche Position einnimmt).
- Spielt verschiedene Standbild-Möglichkeiten durch und nehmt sie auf Video auf. Schaut euch die Videos an und entscheidet, welches Standbild das Problem, auf das ihr hinweisen möchtet, am besten verbildlicht.
- Versucht, das Standbild mindestens drei Minuten lang zu halten. Das müsst ihr üben!
- Natürlich ist die Durchführung nur dann sinnvoll, wenn den Passantinnen und Passanten auch deutlich wird, was die Absicht eurer Aktion ist. Deshalb solltet ihr parallel zur Darbietung des Standbildes Informationsmaterial verteilen. Überlegt, mit welchen Informationen ihr Neugierige versorgt und wer für das Verteilen der Materialien zuständig ist.
- Wählt zur öffentlichen Aufführung einen Ort, an dem viel los ist. Meldet die Aktion beim Ordnungsamt an.
- Nicht alle Passantinnen und Passanten werden sich durch eure Materialien über den Sinn der Aktion informieren, und natürlich erreicht ihr bei der Aufführung eures Standbildes nur einen kleinen Teil der Bevölkerung. Deshalb ist es sinnvoll, die Lokalzeitung zu bitten, einen Bericht über eure Aktion zu veröffentlichen.

Aktionen

Kunstwerke

Kunstwerke können bestimmte Botschaften vermitteln und Menschen zum Nachdenken und Handeln bewegen (Aktionsblatt : „Kunst in Aktion – Kunst als Sprachrohr“).

- Klärt, welche künstlerischen Ausdrucksformen ihr nutzen möchtet, um auf euer Anliegen aufmerksam zu machen.
- Wählt einen geeigneten Ort, um eure Kunstwerke zu präsentieren. Denkt daran, die Ausstellung beim Ordnungsamt (Rathaus) anzumelden.
- Überlegt, ob es sinnvoll ist, die Kunstwerke durch Infostände oder Ähnliches zu erklären.

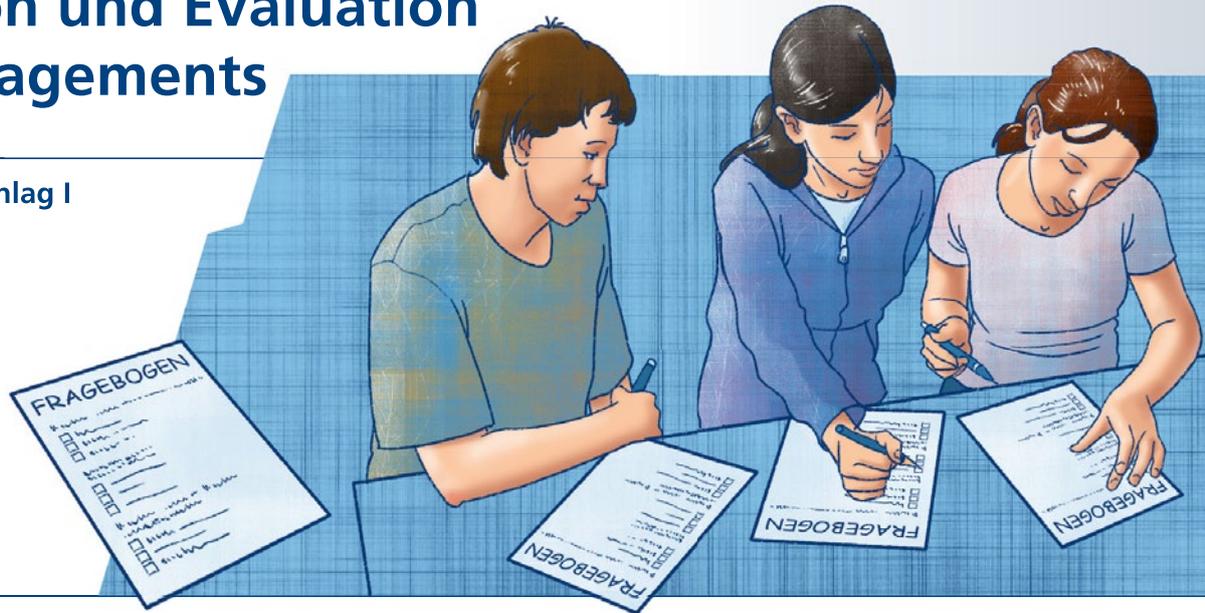
Demonstrationen

Der Begriff Demonstration stammt aus dem Lateinischen und bedeutet „etwas zeigen“ bzw. auf etwas aufmerksam machen. Mit einer Demonstration zeigt ihr der Öffentlichkeit, dass ihr mit einer bestimmten Sache nicht einverstanden seid bzw. für etwas seid, beispielsweise für „grüne Energie“.

- Demonstrationen müssen bei der örtlichen Polizeidienststelle angemeldet werden.
- Damit eine Demonstration auch Aufmerksamkeit erfährt, ist es sinnvoll, sie im Vorfeld öffentlich anzukündigen (z. B. durch Flyer oder Plakate, auf denen der Grund der Demonstration, das Datum und der Ort mitgeteilt werden).
- Überlegt, mit welchen Slogans und Transparenten ihr während der Demonstration Aufmerksamkeit erreichen könnt.
- Auch Formen stiller Demonstration, (z. B. Lichterketten, Schweigemärsche) eignen sich gut, um Menschen zum Nachdenken anzuregen. Wichtig ist, dass die Öffentlichkeit erfährt, worum es dabei geht.

Reflexion und Evaluation des Engagements

Methodenvorschlag I



Fragebogen

Intention

Fragebögen sind ein verhältnismäßig unkompliziertes Instrument, um eigenes Handeln zu evaluieren und zu reflektieren. Sie eignen sich insbesondere zur Dokumentation und Bilanzierung des Engagementverlaufs. Sie können auch genutzt werden, um einen Zwischenstand zu erheben und um eine Engagementphase abschließend zu bewerten.

Vorgehen

Es bietet sich an, den Fragebogen maßgeblich von den Schülerinnen und Schülern selbst entwickeln zu lassen. Je nach Vorwissen der Lerngruppe müssen die Lernenden vorbereitend mit Zielsetzungen, Prinzipien, Aufbau, Skalierung und typischen Items eines Fragebogens vertraut gemacht werden, die sich ggf. auch online recherchieren lassen. Ein Schwerpunkt der Konzeption liegt natürlich im Formulieren der einzelnen Fragen – hier bietet es sich an, zunächst Vorschläge in Kleingruppen zu erar-

beiten. Im Klassenplenum können diese dann kritisch diskutiert und ggf. „druckreif“ formuliert werden. Der fertige Fragebogen kann entweder klassisch ausgedruckt verteilt oder in ein entsprechendes vorbereitetes Online-Formular eingegeben werden.

Bei der Auswertung der Bögen können die tatsächliche Verteilung und/oder der jeweilige Mittelwert herangezogen werden. Eine Visualisierung der Ergebnisse mithilfe von Diagrammen kann ggf. im Rahmen des Mathematikunterrichts stattfinden und ist beispielsweise hilfreich, um abschließend noch einmal die Unterschiede bei den Engagementserfahrungen zu diskutieren oder die Erfahrungen öffentlich zu machen.

Material

Entsprechende Anzahl an Feedbackbögen für die Schülerinnen und Schüler bzw. geeignete Software zur Erstellung von Fragebögen, z. B. das für den öffentlichen Bildungsbereich kostenlos lizenzierte Programm GrafStat (www.grafstat.de).

Reflexion und Evaluation des Engagements

Exemplarische Fragen für einen Feedbackbogen:

Skalierung z. B. von 1(= trifft voll zu) bis 4(= trifft überhaupt nicht zu)

1 2 3 4 Den übergeordneten Engagementschwerpunkt finde ich persönlich wichtig.

1 2 3 4 Es hat mir Spaß gemacht, mich für dieses Thema zu engagieren.

1 2 3 4 Das Thema würde ich gern noch tiefergehend bearbeiten.

Aus diesem Grund/diesen Gründen habe ich mich engagiert: _____

So habe ich mich während meines Engagements gefühlt: _____

1 2 3 4 Unser Engagementsatz hat etwas bewegt.

1 2 3 4 Unser Engagementsatz hat mich motiviert, auch außerhalb des Unterrichts in diesem Bereich aktiv zu werden.

1 2 3 4 Ich habe durch den Engagementsatz viel gelernt und neue Erfahrungen gesammelt.

1 2 3 4 Ich habe Dinge gelernt und Einsichten erlangt, die ich vorher so noch nicht kannte.

1 2 3 4 Unser Einsatz war gut organisiert.

1 2 3 4 Die Umsetzung unseres Projekts hat uns überfordert.

1 2 3 4 Die Zusammenarbeit in der Klasse/in den Gruppen lief gut.

1 2 3 4 Die Zusammenarbeit mit unserer Lehrkraft lief gut.

Besonders gut hat mir gefallen: _____

Persönlich gefehlt hat mir: _____

Bei unserem Engagement lief besonders gut: _____

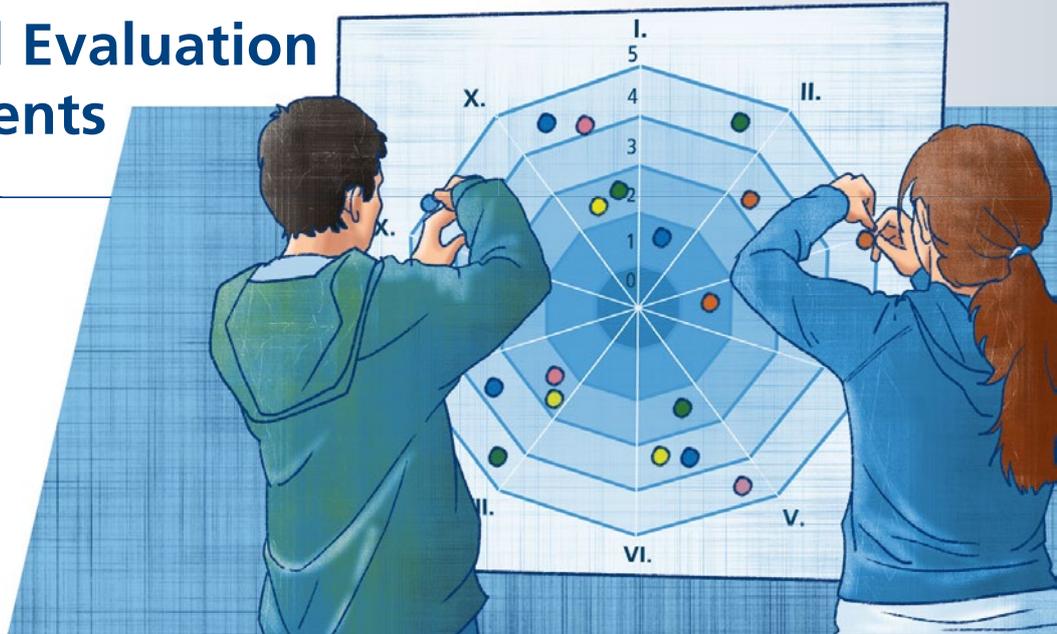
Weniger gut lief bei unserem Engagement: _____

Folgende Verbesserungsvorschläge habe ich: _____

Folgendes möchte ich noch anmerken: _____

Reflexion und Evaluation des Engagements

Methodenvorschlag II



Evaluationszielscheibe

Intention

Die Evaluationszielscheibe bietet die Möglichkeit, engagementbezogene Erfahrungen und Einschätzungen von Schülerinnen und Schülern strukturiert zusammenzutragen und transparent zu veranschaulichen. Der besondere Reiz dieser Evaluationsmethode besteht darin, dass unmittelbar ein zusammenfassender Überblick über die Einschätzungen aller am Projekt beteiligten Personen entsteht. Auf diese Weise werden ebenso ähnliche wie unterschiedliche Einschätzungen für alle Beteiligten sichtbar. Diese können eine wertvolle Grundlage für einen weiteren fokussierten Austausch sowie ggf. für tieferegehende „Stärken-Schwächen-Analysen“ bilden.

Vorgehen

Zunächst wird die Evaluationszielscheibe im Großformat ausgedruckt. Anschließend werden für jedes Teilstück der Zielscheibe die zu bewertenden Aspekte definiert und aufgeschrieben. Diese Aspekte können natürlich auch die Schülerinnen und Schüler erarbeiten. Die Durchführung beginnt, nachdem die Schü-

lerinnen und Schüler das Bewertungsverfahren nachvollzogen haben. Im Anschluss erhalten alle Schülerinnen und Schüler für jede Kategorie einen Klebepunkt. Jede/r markiert dann mithilfe der Klebepunkte die eigene Bewertung auf der Zielscheibe. Alternativ kann die Evaluationszielscheibe auch auf Folie gedruckt werden. Diese Folie wird herumgereicht, und die Schülerinnen und Schüler tragen ihre Bewertung mit einem Folienstift ein.

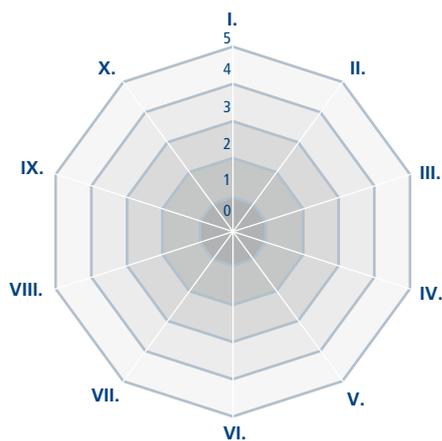
Material

Ausreichend große Kopie einer Evaluationszielscheibe sowie entsprechend viele Klebepunkte (pro Schülerin bzw. Schüler und Kriterium = 1 Klebepunkt) oder Overhead-Projektor, weiße Projektionsfläche, OHP-Folie mit abgebildeter Evaluationszielscheibe sowie Folienstift.

Exemplarische Gestaltung der Evaluationszielscheibe

Die Punkte 1 bis 5 (verlaufend vom Innen- zum Außenkreis) entsprechen den Bewertungen „sehr gut“ bis „sehr schlecht“ bzw. „sehr viel“ bis „sehr wenig“.

ohne Beispielskategorien



mit Beispielskategorien

Darstellung wie im vorherigen Pilotentwurf.

Hier mögliche Beispielskategorien:

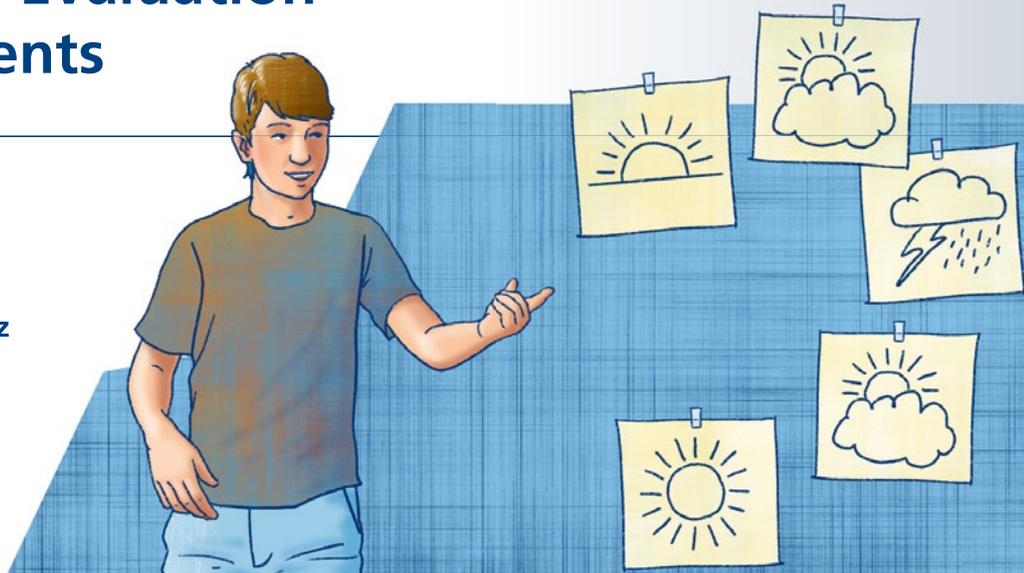
- Wir haben mit unserem Engagement etwas bewegt.
- Durch das Engagement und den darauf bezogenen Unterricht habe ich für mich Neues gelernt.
- Unser Engagement war sinnvoll.
- Das Gelernte wird auch zukünftig für mich wichtig sein.
- Ich kann mir vorstellen, mich auch weiterhin zu engagieren.
- Unser Engagementprojekt verlief so wie geplant.
- Wir haben Wege gefunden, mit Problemen im Engagementprozess umzugehen.
- Schule ist ein geeigneter Ort, um Engagement entstehen zu lassen.

Quelle der Grafik: Bertelsmann Stiftung, *Instrument zur Selbstevaluation von Partizipationsvorhaben mit Jugendlichen*. Gütersloh 2008.

Reflexion und Evaluation des Engagements

Methodenvorschlag III

Evaluationsmethoden für den kurzfristigen Einsatz



SMS

Intention

Die Schülerinnen und Schüler berichten in einer fiktiven SMS von ihren Engagementerfahrungen. Durch die gebotene Kürze stehen Kreativität und Konzentration auf das Wesentliche im Vordergrund.

Vorgehen

Zunächst überlegen sich die Schülerinnen und Schüler eine Person, der sie von ihren Erlebnissen und Eindrücken im Rahmen

ihres Engagementsinsatzes berichten möchten. Dieser Person wird dann auf Papier eine SMS mit nicht mehr als 160 Zeichen geschrieben. Die SMS werden abschließend vorgelesen und bei Bedarf diskutiert. Zudem bietet es sich an, die Kurznachrichten auf einem Poster zusammenzustellen.

Material

Papier, Stift

Quelle: Methodenidee adaptiert von: www.learn-line.nrw.de/angebote/methodensammlung/karte.php?karte=090

Na, wie war's?

Intention

Mit dieser Methode steht das kommunikative, offene und tendenziell private Gespräch im Vordergrund.

Vorgehen

Die Schülerinnen und Schüler bewegen sich frei im Raum. Auf ein Signal hin finden sie sich zu Paaren und klären, wer Person A und wer Person B ist. In dem dann stattfindenden Gespräch simulieren die Schülerinnen und Schüler die Situation des „Zuhause-Ankommens“ nach einem Engagementerlebnis. Person A

spielt sich selbst, und Person B übernimmt die Rolle des Familienmitglieds. B fragt daher: „Na, wie war's heute?“ Person A gibt ihre persönliche Meinung möglichst kurz und pointiert wieder. Anschließend erfolgt ein Rollenwechsel. Dieser Ablauf kann mehrmals wiederholt werden, damit möglichst vielfältige Meinungen und Eindrücke eingeholt werden.

Quelle: Methodenidee adaptiert von: www.learn-line.nrw.de/angebote/methodensammlung/karte.php?karte=063

Reflexion und Evaluation des Engagements

Wetterkarte

Intention

Die Schülerinnen und Schüler symbolisieren und evaluieren mithilfe von Wetterkartensymbolen Stimmung und Eindrücke vom Verlauf ihres Engagements.

Vorgehen

Die Schülerinnen und Schüler werden mithilfe von Symbolen gebeten, eine Rückmeldung zu geben. Hierfür malen sie entsprechende Wettersymbole auf, die Stimmungen, Haltungen und Eindrücke zu ihrem Engagementsinsatz ausdrücken. Dazu können die Schülerinnen und Schüler entweder nur ein Symbol benutzen oder mithilfe verschiedener Symbole einen Stimmungsverlauf nachzeichnen. Alternativ kann es einen Ausschneidebogen mit Wetterkartensymbolen geben, aus dem dann die entsprechenden Symbole ausgeschnitten und aufgeklebt werden.

Die Wetterkarten werden abschließend im Raum aufgehängt und von den jeweiligen Schülerinnen und Schülern kommentiert.

Material

weißes Papier, bunte Stifte,
ggf. Ausschneidebogen mit Wetterkartensymbolen, Scheren, Klebestifte

Exemplarische Gestaltung des Ausschneidebogens



Quelle: Methodenidee adaptiert von: www.learn-line.nrw.de/angebote/methodensammlung/karte.php?karte=122

Illustration: Paul IJsendoorn/iStockphoto

Projektideen zur Förderung von „Solidarität“

Solidarität mit Flüchtlingen

Zielsetzung

Sich wirtschaftlich und sozial solidarisch mit Flüchtlingen zeigen

Anregungen

- zu Unterkünften von Flüchtlingen in der Region recherchieren
- mit Fachleuten (Migrantengruppen, Flüchtlingshilfe etc.) Gespräche führen und sich vernetzen
- Besuch einer Flüchtlingsunterkunft planen, durchführen, die Situation der Menschen erheben
- Verbesserungsmöglichkeiten der sozialen und wirtschaftlichen Situation der Flüchtlinge prüfen

- Solidaritätsaktionen planen, z.B. gemeinsame Mal- und Spielaktionen mit Kindern, Kochaktion etc.
- das Projekt durchführen

Materialfundgrube

Auf der Seite des Bundesamtes für Migration und Flüchtlinge gibt es Informationen aus staatlicher Sicht (www.bamf.de). Pro Asyl bietet exemplarisch Einblick in die Arbeit einer Nichtregierungsorganisation (www.proasyl.de).

Kochen für Obdachlose

Zielsetzung

Kochaktion für Obdachlose und gemeinsames Zusammenkommen sowie Austausch zwischen Schülern und Obdachlosen

Anregungen

- geeignete Räumlichkeiten organisieren
- mit örtlichem Obdachlosenverein, Kirchen usw. Kontakt aufnehmen
- Spenden sammeln für Lebensmittel, Kooperationspartner gewinnen

- Einkauf, Kochen, Bewirtung und Reinigung organisieren
- das Projekt bewerben
- ggf. eine regelmäßige Wiederholung planen

Materialfundgrube

Ein Beispiel für eine gelungene Durchführung bietet folgender Artikel: www.bo.de/lokales/offenburg/schueler-kochen-fuer-obdachlose