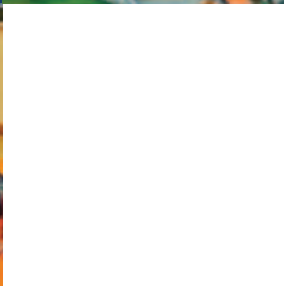


Verantwortung. Gemeinsam. Gestalten.

Ein Wegweiser für das gesellschaftliche Engagement von kleinen und mittelständischen Unternehmen



Verantwortung. Gemeinsam. Gestalten.

Ein Wegweiser für das gesellschaftliche Engagement
von kleinen und mittelständischen Unternehmen

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|----|
| Vorwort | 6 |
| Hintergrund | 7 |
| Einführung | 8 |
| Drei Stufen gesellschaftlichen Engagements | 11 |
| Erfolgsgeschichten – das Modell | 13 |
| Darstellung der Erfolgsgeschichten | 15 |
| balladins SUPERIOR Hotel Bremen: „MahlZeit“ | 16 |
| CIRET GmbH: Integration durch Arbeit | 20 |
| Die Deutsche Kammerphilharmonie Bremen gGmbH: Das „Zukunftslabor“ – Philharmonie macht Schule | 24 |
| Emsländische Stiftung Beruf und Familie: Tagesbetreuungsstützpunkt | 28 |
| IBF GmbH: Technik-Camps für Kinder | 32 |
| iq consult GmbH: Projekt „enterprise“ | 36 |
| SIK-Holzgestaltungs GmbH: Regenbogenprojekt | 40 |
| Turkish Round Table Club e. V.: Integration durch Bildung | 44 |
| Wall AG: rechenfix & wortgewandt | 48 |
| Übersicht über die Erfolgsgeschichten | 52 |
| Serviceteil | 54 |
| Impressum | 58 |

Vorwort



Wir leben in einer Zeit der Veränderung, die uns alle vor große Herausforderungen stellt. Besonders der soziale Zusammenhalt, die gesellschaftliche Teilhabe aller und die Investitionen in die Zukunft der nachkommenden Generationen liegen in unserer gemeinsamen Verantwortung. Gegenwärtig offenbart sich in der Diskussion um unsere gesellschaftliche Zukunft vor allem die veränderte Rolle der Unternehmen. Eine stabile Ordnung, die Vertrauen in die Märkte und ihre Akteure schafft, ist sowohl für den gesellschaftlichen Zusammenhalt als auch für den wirtschaftlichen Wohlstand unabdingbar. Das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen ist eine notwendige Investition, um den Wandel positiv zu gestalten.

Gerade weil vor allem kleine und mittelständische Unternehmen unter der fehlenden Integration, mangelnder Bildung und Beschäftigungsfähigkeit sowie der demographischen Entwicklung leiden, engagieren sie sich verstärkt in ihrer Region. Mittelständische und familiengeführte Unternehmen sind Beispiele dafür, wie unternehmerischer Erfolg mit Verantwortung für die Gesellschaft einhergeht. Als Vorbilder können diese Unternehmen dem oft vorherrschenden Bild einer verantwortungslosen Wirtschaft entgegenwirken und helfen, verlorenes Vertrauen in die Wirtschaft zurückzugewinnen.

Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen hat eine lange Tradition. Die Auswirkungen der Globalisierung und der demographische Wandel machen jedoch eine Positionsbestimmung von Unternehmen in der Gesellschaft notwendig. Wir benötigen eine neue Qualität der Zusammenarbeit zwischen Unternehmen, Staat und Zivilgesellschaft. Dazu bedarf es neuer Formen des Dialogs und der Kooperation, die die gemeinsamen Bemühungen bündeln. Nur so erreichen wir die notwendige Schlagkraft, um die drängenden Herausforderungen gemeinsam zu lösen.

Die herausragenden Erfolgsgeschichten der kleinen und mittelständischen Unternehmen und die enorme Resonanz auf unsere Initiative „Unternehmen für die Region“ zeigen, welches Potenzial in einer neuen Kultur der Zusammenarbeit steckt und wie sie erfolgreich gestaltet werden kann. Wir müssen neue Kooperationen schmieden, um die aktuellen Herausforderungen zu meistern. Dazu brauchen wir die Bereitschaft aller zur Zusammenarbeit und den gemeinsamen Willen, aus den aktuellen Entwicklungen zu lernen. Verantwortungsvoll den Wandel zu gestalten muss unser Ziel sein. Dazu lade ich alle herzlich ein.

Liz Mohn
Gütersloh, Januar 2009



Die Initiative „Unternehmen für die Region“

Viele Regionen in Deutschland stehen derzeit vor großen Herausforderungen. Seien es die Rückwirkungen der Globalisierung auf die lokale Wirtschaft oder der demographische Wandel – viele der damit einhergehenden Probleme sind nicht mehr mit altbewährten Instrumenten zu bewältigen. Benötigt werden vielmehr neue Formen der regionalen Zusammenarbeit, in denen sich Politik, Wirtschaft und zivilgesellschaftliche Akteure gemeinsam einbringen. Unternehmer sind in ihrem Engagement pragmatisch, d. h. sie kennen ihren Standort und wissen genau, worauf es ankommt und wie man etwas verändern kann. Themen wie Bildung, Integration, Beschäftigung bewegen Unternehmen in ihrer Region. Im Rahmen der Initiative „Unternehmen für die Region“ entwickeln Unternehmer innovative Ansätze für diese gesellschaftlichen Herausforderungen. Sie zeigen damit, wie Unternehmen sich gemeinsam mit Partnern für ihre Region engagieren können.

Die Initiative „Unternehmen für die Region“ wurde im März 2007 von Liz Mohn, der stellvertretenden Vorstandsvorsitzenden der Bertelsmann Stiftung, und einem renommierten Unternehmerkreis ins Leben gerufen. Sie soll zum einen das vielfältige Engagement von Unternehmen einer breiten Öffentlichkeit bekannt machen und dazu beitragen, ein positives Unternehmensbild in Deutschland zu verankern. Die guten Beispiele sollen zudem andere Unternehmen zur Nachahmung anregen. Zum anderen hat sich die Initiative zum Ziel gesetzt, Kooperationen zwischen Unternehmen und weiteren Akteuren zu fördern. Gesellschaftliche Herausforderungen in einer Region können erfolgreicher bewältigt werden, wenn unterschiedliche Akteure ihre Kompetenzen und Ressourcen bündeln.

Viele kleine und mittelständische Unternehmen engagieren sich bereits seit Jahrzehnten für ihr Umfeld. Diese Tatsache ist jedoch vielen nicht bekannt. Mittelständische Unternehmen waren daher aufgerufen, sich mit ihren Engagementprojekten auf der „Landkarte des Engagements“ einzutragen. In den letzten zwei Jahren sind so bereits rund 1.000 erfolgreiche Beispiele unternehmerischen Engagements des deutschen Mittelstandes ausgewertet und dargestellt worden. Aus diesen Beispielen haben wir exemplarisch Erfolgsgeschichten ausgewählt. Sie zeigen, wie Unternehmer und Unternehmen mit verschiedenen Partnern innovative Projekte umsetzen, die zum Ziel haben, Probleme und Herausforderungen in der Region zu bewältigen.

Erfolgreiches Engagement – das zeigen die Projekte auf der „Landkarte des Engagements“ – ist unabhängig von der Unternehmensgröße oder den investierten Ressourcen. Bemerkenswert ist vielmehr, wie viel Kreativität und Pragmatismus in die Projekte hineinfließen. Dabei werden oftmals völlig neue Lösungswege ausprobiert, die wirksam und nachhaltig sind. Sie zeichnen sich vor allem auch dadurch aus, dass sie von anderen leicht aufgegriffen und in andere Kontexte übertragen werden können. Gute Ideen sind es wert, weiterverbreitet zu werden.

Unser Dank gilt allen, die diese Initiative unterstützen und gemeinsam Verantwortung gestalten.

Birgit Riess
Program Director

Dr. René Schmidpeter
Project Manager

Es gibt Probleme, die niemand alleine löst. Die Zusammenarbeit aller gesellschaftlichen Kräfte ist gefragt, wenn es um Themen wie Bildung, Jugendarbeitslosigkeit oder Integration geht. Vor allem mittelständische Unternehmen sind es, die dazu beitragen, dass Bewegung in oftmals festgefahrene Situationen gerät. Für viele Unternehmer¹ sind meist nur die Begriffe wie Corporate Social Responsibility (CSR), Nachhaltigkeit oder Unternehmensverantwortung neu, nicht aber das Tun. Gesellschaftliche Verantwortung bedeutet im Mittelstand vor allem, einen Beitrag zur Lösung drängender Probleme im regionalen Umfeld zu leisten. Der Standort ist eng mit dem Verantwortungsbereich des Unternehmens verknüpft. Mehr noch: Die Netzwerke, Partnerschaften und das erworbene Vertrauen stellen eine eigene Art von Kapital dar, das „Sozialkapital“, das neben dem finanziellen Kapital und den Mitarbeitern (Humankapital) den gesamten Kapitalstock eines jeden Unternehmens bildet. Aber weniger Theorie und Konzept, als vielmehr das praktische, partnerschaftliche Tun in der eigenen Region sind letztlich ein wichtiger Teil der gesellschaftlichen Verantwortung im Mittelstand.

Unser Verständnis von gesellschaftlichem Engagement (CSR)

Gesellschaftliches Engagement hat in familiengeführten bzw. kleinen und mittelständischen Unternehmen eine lange Tradition und gilt dort häufig als Selbstverständlichkeit. Gesellschaftliche Verantwortung war und ist eine Frage der Haltung, der persönlich empfundenen Verantwortung und des Anstands – nur hatte es nichts mit dem Geschäft zu tun.

¹ Aus Gründen der Einfachheit und besseren Lesbarkeit verwendet die Publikation vorwiegend die männliche Sprachform. Es sind jedoch jeweils beide Geschlechter gemeint.

Diese Motivation wird es unter Unternehmern immer geben. Neu ist aber Folgendes: Neben das persönliche Engagement des Unternehmers und das Spenden- und Sponsoringwesen tritt ein neuer, unternehmerischer Ansatz: Professionelles Management von Verantwortung, das mit den Kernkompetenzen des Unternehmens zu tun hat. Hierzu gehört umwelt- und sozialverträgliches Wirtschaften ebenso wie die Gestaltung des gesellschaftlichen Umfeldes: gute Arbeitsbedingungen für die Mitarbeiter, der verantwortungsvolle Umgang mit natürlichen Ressourcen, der faire Umgang mit Kunden und Lieferanten, aber auch soziale und kulturelle Investitionen in das Gemeinwesen. Wichtig ist nicht mehr nur, was mit dem verdienten Geld gemacht, sondern wie der Gewinn erwirtschaftet wird. Strategie und Managementprinzipien treten an die Stelle oder ergänzen das klassische bürgerschaftliche Engagement oder Mäzenatentum. Aus dem Engagement des Unternehmers wird das Engagement des ganzen Unternehmens, einschließlich der Mitarbeiter und externen Partner.

Die Bedeutung des unternehmerischen Mittelstands

Mittelständische Unternehmen sind das Rückgrat der deutschen Wirtschaft und damit auch der Gesellschaft. Über 99 Prozent der Unternehmen in Deutschland gehören zum Mittelstand, der 71 Prozent der Arbeitnehmer und 83 Prozent aller Auszubildenden Arbeit gibt. Fast 50 Prozent der Nettowertschöpfung werden von ihm erwirtschaftet.

Der Mittelstand ist dynamisch, veränderungsbereit und innovativ. Aber die volkswirtschaftliche Bedeutung ist nur eine Seite der Medaille. Ohne den Mittelstand ist auch unsere Gesellschaft nicht vorstellbar. Die gesellschaftliche Mittelschicht und der unternehmerische

rische Mittelstand sind eng miteinander verknüpft. Beide sind Motor und Angelpunkt gesellschaftlicher Veränderungen. Beide sind Betroffene, haben aber auch die Verantwortung, Veränderungsprozesse zu steuern und zu gestalten. Eine Umfrage der Bertelsmann Stiftung unter mittelständischen Unternehmen hat ergeben, dass gesellschaftliches und ökologisches Engagement zum Selbstverständnis der Unternehmen gehören. Dabei übernehmen die Unternehmen verstärkt Verantwortung in Form von Initiativen und Projekten anstelle von Geld- oder Sachspenden.

Warum engagieren sich Unternehmen für die Region?

Häufig reagieren Unternehmer aus persönlicher Überzeugung auf drängende Probleme in ihrem regionalen Umfeld. Zum einen engagieren sich viele Unternehmer aus humanistischer oder religiöser Motivation heraus. Zum anderen gibt es auch Probleme, die das Unternehmen direkt beeinträchtigen und bei denen das Engagement einen klaren Vorteil für das Unternehmen bietet. Sie haben ein wirtschaftliches Interesse daran, Verantwortung gegenüber der Gesellschaft zu übernehmen. Regionen profitieren von diesem Ansatz mehr als von unsystematischem oder rein politisch motiviertem Spendenwesen. Dahinter steht die Erkenntnis, dass ein strategisches Engagement für die Region vor allem dann dauerhaft wird, wenn es einen handfesten Nutzen für das Unternehmen bietet. Die in diesem Sinne wahrgenommene gesellschaftliche Verantwortung bringt sowohl Vorteile für die Gesellschaft als auch für das Unternehmen.

Drängende Herausforderungen in der Region

Bildung, Integration und Beschäftigung gehören zu den zentralen Themen, die Unternehmen in Deutschland besonders bewegen. Die damit verbundenen Herausforderungen sind sowohl gesellschaftspolitisch als auch in den Unternehmen Tag für Tag präsent. Sind es doch der Mangel an Fachkräften, die schwache Integration von Menschen mit Migrationshintergrund und die schwindende Beschäftigungsfähigkeit von sozial Benachteiligten in der Region, die den Unternehmern im Alltag begegnen.

Wie engagieren sich Unternehmen für die Region?

Unternehmer sind in ihrem Engagement pragmatisch, sie kennen ihren Standort und wissen genau, worauf es ankommt und wie man etwas bewegen kann. An der Vielzahl der Unternehmensprojekte, die sich mit dem Übergang von der Schule in den Beruf befassen, wird deutlich, dass mittelständische Unternehmen ihr gesellschaftliches Engagement auch als Form der strategischen Unternehmensentwicklung begreifen. Gerade den kleinen und mittelständischen Unternehmen fällt es zunehmend schwer, geeignete Auszubildende zu finden. Durch ihr Engagement schaffen sie es, qualifizierte Schüler für ihr Unternehmen zu gewinnen.

Herausforderungen, die sich unter anderem aus den Rückwirkungen der Globalisierung auf die lokale Wirtschaft und dem demographischen Wandel ergeben, sind nicht mehr mit altbewährten Lösungsansätzen zu bewältigen. Benötigt werden vielmehr neue Formen der regionalen Zusammenarbeit, in denen sich Wirtschaft, Politik und zivilgesellschaftliche Akteure gemeinsam einbringen.

Die Engagementkultur hat sich verändert

In den letzten Jahren hat die Bertelsmann Stiftung das Engagement des Mittelstands intensiv erforscht. In detaillierten Fallstudien zeigte sich, dass gesellschaftliches Engagement der Unternehmen und wirtschaftliche Aktivitäten keine Gegensätze bilden müssen, sondern einander vielfältig bereichern. Gesellschaftliches Engagement hat sich also grundlegend modernisiert – sowohl bei den Bürgern als auch in den Unternehmen. Die Vorreiter zeichnen sich dadurch aus, dass sie gesellschaftliches Engagement intelligent mit ihrem Kerngeschäft bzw. ihren Unternehmenszielen verbinden. Ihnen gelingt es, unternehmerisches Know-how und Kreativität für gesellschaftliche Herausforderungen einzusetzen, zum Wohle der Gesellschaft und des Unternehmens.

Unternehmerische Gründe für Engagement

Es gibt viele gute Gründe für Unternehmen, sich in der Region zu engagieren. Mittelständische Unternehmen sind von den Problemen in ihrer Region direkt betroffen. Und zwar heute. Gibt es zu wenig qualifizierte Arbeitskräfte oder kaum Betreuungseinrichtungen für Kinder, macht sich das schon bald direkt im Umsatz bemerkbar. Politischer oder religiöser Extremismus, Gewalt oder fehlende Freizeitangebote machen Regionen für Arbeitnehmer, Anwohner und Besucher unattraktiv – und das schadet auch den Unternehmen. Erfolgreiche Unternehmer benötigen für ihr Handeln ein gesundes gesellschaftliches Umfeld. Ausbildung, medizinische Versorgung und eine gute Infrastruktur sind wichtig für die Mitarbeiter. Gleichzeitig braucht eine nachhaltige Gesellschaft wettbewerbsfähige Unternehmen, die in der Lage sind, Wohlstand und Arbeit zu schaffen. Mittelständische Unternehmen gestalten die Lebensqualität mit –

als Steuerzahler, als Arbeitgeber, als Entscheidungsträger und mit ihrem unternehmerischen Engagement für die Region. Aber es gibt auch klassisch betriebswirtschaftliche Gründe für Engagement: die zunehmende Attraktivität als Arbeitgeber, eine bessere Personalentwicklung, die Steigerung von Reputation, eine bessere Vernetzung mit Entscheidungsträgern im Markt und in der Politik bis hin zu Innovationen und Kostensenkung durch Kooperationen.

Fazit: Unternehmen und ihre Region sind gemeinsam erfolgreicher

Unternehmer haben eine Verantwortung für ihr Umfeld. Diese Verantwortung ist gewachsen, häufig über viele Jahre oder Jahrzehnte. Unternehmer sind eng mit ihrer Region verbunden. Sie wollen in einer stabilen Gesellschaft erfolgreich wirtschaften. Unternehmer wollen einen Staat, der die Dinge so ordnet, dass die Gesetze befolgt werden und der Markt funktioniert. Sie brauchen dazu ein Umfeld, das ihnen genau dieses erfolgreiche Wirtschaften ermöglicht. Das Verhältnis von Unternehmen zu ihrer Region ist also eine Symbiose, eine wechselseitige Abhängigkeit zum Vorteil beider.

Drei Stufen gesellschaftlichen Engagements



Die Erfolgsgeschichten in dieser Broschüre machen deutlich, dass sich die Art des gesellschaftlichen Engagements verändert. Die dargestellten Projekte sind auf Kontinuität angelegt, thematisch fokussiert und bedeuten einen Mehrwert für die Gesellschaft und das Unternehmen gleichermaßen. Problemlagen, die im unternehmerischen Umfeld das gesellschaftliche und unternehmerische Fortkommen behindern, werden mit kompetenten Partnern gelöst. In einem weiteren Schritt initiieren Unternehmen gemeinsam mit anderen Unternehmen in ihrer Region neue Projekte, um gesellschaftliche Probleme vor Ort anzupacken und regionale Strukturen aufzubauen. Als „Verantwortungspartner“ bündeln und vernetzen Unternehmer ihr Engagement. Gemeinsam mit weiteren Partnern – wie Kommunen, Landkreisen, Vereinen und gemeinnützigen Organisationen – entwickeln sie Lösungsansätze für drängende regionale Herausforderungen, beispielsweise für Fachkräftemangel, fehlenden sozialen Zusammenhalt, mangelnde Integration oder Bildungsdefizite. Durch diese Kooperationen entstehen besonders auf der lokalen und regionalen Ebene belastbare Netzwerke, die letztlich das soziale Kapital unseres Gemeinwesens ausmachen.

Engagement von Unternehmen kann in unterschiedlicher Intensität erfolgen. In der Praxis existieren drei Formen des regionalen Engagements.

Einfaches Engagement

Eine grundlegende Form des Engagements ist die Bereitstellung von Geld- und Sachspenden durch Unternehmen auf Anfrage von gemeinnützigen Organisationen. Diese Spenden werden häufig für ein spezielles Ereignis benötigt. Daraus entstehen jedoch selten feste Partnerschaften. Der Entscheidung der Unternehmen, ob sie

fördern oder nicht, liegt meist keine Strategie zugrunde; sie ist losgelöst vom Kerngeschäft. Diese Form des Engagements ist für kurzfristige Hilfe notwendig, aber nicht für die nachhaltige Lösung von gesellschaftlichen Problemen ausreichend.

Engagement mit Partnern

Die nächste Stufe ist zielgerichtetes Engagement – die Arbeit mit kompetenten Partnern. Unternehmen können viele Probleme nicht alleine lösen, sie können jedoch gemeinsam mit anderen Institutionen ihre Kompetenzen bündeln und so innovative, unternehmerische Lösungen anbieten. Kennzeichen für dieses Engagement sind

- ein klares Verständnis unter allen Beteiligten, welches Problem gelöst werden soll;
- die Kooperation auf Augenhöhe;
- die gemeinsame Entwicklung einer Strategie und
- die Messbarkeit des Erfolgs.

Diese Form des Engagements wird seit März 2007 auf der Landkarte des Engagements (www.unternehmen-fuer-die-region.de) gesammelt, mit rund 1.000 Projekten die größte Sammlung unternehmerischen Engagements in Europa. Bei der Analyse des Engagements zeichnet sich für alle Projekte ein wiederkehrendes Schema ab. Das daraus von der Bertelsmann Stiftung entwickelte Managementmodell erklärt, wie speziell kleine und mittlere Unternehmen ihr regionales Umfeld durch Partnerschaften mit anderen Akteuren vor Ort voranbringen können. Auch die Erfolgsgeschichten in dieser Broschüre folgen diesem Modell und zeigen innovative Ansätze, wie Unternehmen gemeinsam mit Partnern drängende Probleme lösen.

Verantwortungspartnerschaften

Engagement eines einzelnen Unternehmens ist nicht der Garant für die beste Lösung in der Region. Diese Einzelpartnerschaft ist außerdem in der Regel sehr aufwendig: Beide Partner müssen Dinge tun, die nicht zu ihren Kernkompetenzen gehören. Daher haben wir aus erfolgreichen Beispielen ein drittes Modell abgeleitet, das effizienter, langfristiger und breitenwirksamer ist: Verantwortungspartnerschaften. Die Vernetzung engagierter Unternehmen mit anderen Akteuren einer Region, um drängende Probleme zu lösen, ist die dritte Stufe des Engagements. Der Unternehmensbeitrag entfaltet vor allem dann sein ganzes Potenzial, wenn er mit dem Wissen und der Kompetenz gemeinnütziger oder staatlicher Organisationen verbunden wird. Der strategische Fokus, die Bündelung verschiedenster Kompetenzen in einer Region und die gemeinsame Entwicklung von Projektideen zeichnen diese Form des Engagements aus.

Für eine sektorenübergreifende Zusammenarbeit werden jedoch günstige Rahmenbedingungen benötigt. Diese liefert die Bertelsmann Stiftung seit Januar 2008 durch eine speziell entwickelte Prozessmoderation. In ausgewählten Regionen wird die Methode der Verantwortungspartnerschaften (www.verantwortungspartner.de) erstmals systematisch umgesetzt. Gemeinsam mit Partnern – Kommunen, Landkreisen, Vereinen und sozialen Einrichtungen – entstehen so neue und wirkungsvolle Lösungen für den Standort. Ein Leitfaden zur Methode wird derzeit entwickelt und anschließend interessierten Unternehmen und Regionen zur Verfügung gestellt.

Erfolgsgeschichten – das Modell



Erfolgreiche Unternehmen handeln nicht ohne Plan: Sie definieren Ziele und den Weg bis zur Zielerreichung, auch bei ihrem sozialen Engagement. Dafür wurde das folgende Management-Modell² entwickelt, das wir hier kurz vorstellen. Die Darstellung der Erfolgsgeschichten in diesem Wegweiser folgt dem Management-Modell, sodass Sie die einzelnen Phasen besser miteinander vergleichen können.

Habe eine Vision – das Problem finden

Unternehmen sind eng mit ihrer Region verbunden. Sie wollen in einer stabilen Region mit einer funktionierenden Gesellschaft erfolgreiche Geschäfte machen. Dazu gehören klare Rahmenbedingungen und funktionierende Märkte. Besonders der Arbeitsmarkt ist eine wichtige regionale Ressource für Ihren Unternehmenserfolg. Sind keine Arbeitskräfte mit guter Ausbildung zu finden oder passen sie nicht zu Ihrem Unternehmen, ist auch Ihr langfristiger Erfolg gefährdet. Je attraktiver jedoch die Region, desto höher die Anziehungskraft auf gut ausgebildete Arbeitskräfte. Oftmals aber häufen sich die Probleme in den Regionen, die Sie als Unternehmer direkt oder indirekt betreffen: Arbeitslosigkeit, mangelnde Integration von Menschen mit Migrationshintergrund oder Desinteresse der Jugendlichen an wichtigen Zukunftsbereichen wie Naturwissenschaft und Technik. Eigentlich müsste man dagegen etwas tun, und schon haben Sie viele Themen, aus denen Sie Ihr Problem auswählen können. Probleme scheinen meist endlose Ursachen, Konsequenzen und Teilprobleme zu umfassen; versuchen Sie dennoch, einen Schwerpunkt für Ihr Engagement zu finden.

Eine Vision hilft, das Große im Blick zu behalten und trotzdem unternehmerisch dem Ziel Schritt für Schritt näherzukommen. Die Formulierung der Vision hilft Ihnen, jedes Projekt und jede Maßnahme zu überprüfen und sie zum Erfolg zu führen. Formulieren Sie eine Vision!

Nutze deine Stärken – einen besseren Plan machen

Erfolgreiche Unternehmer handeln! Sie handeln auch dort, wo andere zunächst abraten, wo keine vollständige Sicherheit besteht und Hürden zu nehmen sind. Für Unternehmer gilt heute mehr denn je, dass zu den unternehmerischen Chancen und Risiken auch gesellschaftliche Chancen und Risiken mit ins Kalkül einfließen. Wo Unternehmer „mit Verantwortung handeln“, werden sie trotz aller Hürden erfolgreich sein, denn drei Dinge zeichnen sie aus: Mut, der Wille zum Erfolg und ein Plan.

Bevor Sie aber mit der Planung beginnen, benötigen Sie die Fakten: Die Zahl der Arbeitslosen oder deren Gründe, nicht arbeiten zu können, sind nur zwei Beispiele. Fakten bestehen aber nicht nur aus Zahlen, sondern aus verschiedenartigen Quellen, Trends und den Informationen, die Sie oder Ihre Mitarbeiter über Gespräche mit den Zielgruppen sammeln. Mit diesen Fakten können Sie dann einen soliden „Businessplan“ für Ihr Projekt erstellen.

Verbinden Sie Ihr Engagement mit Ihren Kernkompetenzen, um einen doppelten Nutzen für die Gesellschaft und für das Unternehmen zu verwirklichen. Soziales Engagement schließt einen Nutzen für Ihr Unternehmen dabei nicht aus: Das kann mindestens Reputation, im besten Falle auch strategische Partnerschaften und Neugeschäft sein.

2 Vgl. hierzu das CSR-Handbuch „Mit Verantwortung handeln“ (Riess, Welzel, Lüth 2008)

Wer die Kernkompetenzen seines Unternehmens bei der Planung berücksichtigt, kommt dem Ziel, gesellschaftlichen und unternehmerischen Nutzen gleichermaßen zu verwirklichen, am nächsten.

Arbeite mit Partnern – eine gemeinsame Erfolgswährung schaffen

Mit Partnerschaften vervielfachen Sie Ihre Kräfte. Man benötigt häufig die Ressourcen und Kompetenzen unterschiedlicher Partner, um seine Ziele zu erreichen. Vereine und Organisationen des sozialen Sektors haben wertvolle Kompetenzen, die oftmals für den Projekterfolg notwendig sind. Nutzen Sie die Kernkompetenz aller Partner, um gemeinsam das Projekt zu meistern.

Wie tritt man an den Partner heran und arbeitet mit ihm erfolgreich zusammen? Das Stichwort heißt Kommunikation. Nur wenn Sie sich mit Ihrem Partner auf Augenhöhe begegnen, er Ihnen vertraut und sich für das Projekt begeistert, haben Sie gute Chancen auf eine erfolgreiche Zusammenarbeit.

Je transparenter und direkter die Kenngrößen zur Messbarkeit des Projekterfolges sind und kommuniziert werden, desto besser für das Team. Entwickeln und teilen Sie eine gemeinsame Erfolgswährung, an der sich das Projekt messen lassen kann.

Machen Sie Ihr Projekt in Ihrem Umfeld bekannt. Wer Gutes tut, sollte darüber reden. Gute Öffentlichkeitsarbeit ist notwendig, um die erreichten Schritte nach außen zu kommunizieren. Hierbei ist es wichtig, Ihre Lösung des regionalen Problems mit Fakten zu schildern.

Denk' an Buzz – mit Verantwortung handeln

Nach dem erfolgreichen Abschluss des Projektes sollte es Ihnen wie Buzz Aldrin gehen, der als zweiter Mann den Mond betrat. Für ihn war nicht die Mondlandung die größte Herausforderung, sondern die Rückkehr zur Erde. Wenn Ihr Projekt ein Erfolg war, sollten Sie früh daran denken, wie es weitergeht. Viele haben eine tolle Erfolgsgeschichte, können diese aber nicht multiplizieren. Wie schafft man es nun, aus einem Pilotprojekt ein dauerhaftes oder breitenwirksames Engagement zu machen?

Zwei Modelle sind denkbar: die Ausweitung der Zielgruppe oder die Erweiterung des Themas. Beides kann auf unterschiedliche Weise geschehen: intern und extern. Die Fortführung der Erfolgsgeschichte könnte unternehmensintern so aussehen, dass Sie Ihre Kunden und Mitarbeiter stärker in die Aktivitäten einbinden.

Unternehmensextern gibt es eine Reihe von Möglichkeiten, Ihr Projekt fortzuführen: Sowohl das Übertragen des Projektes auf einen externen Partner als auch die Gründung einer Stiftung oder eines sozialen Unternehmens sind sinnvolle Alternativen. Die Gründung eines gemeinnützigen Vereins oder einer Stiftung ist der traditionelle Weg, soziales Engagement langfristig zu institutionalisieren. Nebeneffekte hierbei sind die erhöhte Glaubwürdigkeit des sozialen Engagements und steuerliche Vorteile. Prüfen Sie aber auch die Gründung eines sozialen Unternehmens. Ein soziales Unternehmen kann verschiedene Gesellschaftsformen annehmen, z.B. als gemeinnützige GmbH oder gemeinnützige Aktiengesellschaft. Dies sind weniger bekannte Formen der unternehmerischen Gemeinnützigkeit.

Darstellung der Erfolgsgeschichten

Im Folgenden stellen wir neun „Erfolgsgeschichten“ von Unternehmern vor, die sich in ihrer Region für die Lösung eines Problems einsetzen. Nach der Auswertung der „Landkarte des Engagements“ (www.unternehmen-fuer-die-region.de) haben wir festgestellt, dass Bildung, Integration und Beschäftigungsfähigkeit für Unternehmen zentrale Herausforderungen darstellen. Im Zuge des demographischen Wandels werden in einigen Jahren die Arbeitskräfte knapp. Die Unternehmerinnen und Unternehmer, die wir hier vorstellen, wollen sich damit nicht abfinden.

Ihre Erfolgsgeschichten zeigen, wie Jugendliche auf ihrem Weg in die Selbstständigkeit begleitet, Menschen mit Behinderung ins Berufsleben integriert und Integration sowie gesellschaftliche Teilhabe aller gefördert werden. Alle Beispiele zeichnen sich durch folgende Merkmale aus:

- Sie arbeiten mit Partnern.
- Sie haben eigene, innovative Lösungen für gesellschaftliche Probleme entwickelt.
- Sie sind übertragbar.
- Sie bringen ihre Kernkompetenzen ein.
- Sie haben damit langfristigen Erfolg.

Lassen Sie sich inspirieren!



balladins SUPERIOR Hotel Bremen: „MahlZeit“

Kurzbeschreibung des Projekts

Ein erfolgreiches Quartiersmanagement zeichnet das Projekt „MahlZeit“ des balladins SUPERIOR Hotel in Bremen aus. In einer beispielhaften Kooperation zwischen dem Hoteldirektor Marc Cantauw, Pastor Heinz-Martin Krauß und Quartiersmanager Dirk Stöver werden bedürftige Kinder und ihre Familien aus dem Bremer Stadtviertel Neue Vahr auf vielfältige Art und Weise unterstützt und gefördert. Seit Januar 2008 organisieren die Engagementpartner jeden Sonntag für 40 bis 80 Kinder und ihre Familien ein warmes Mittagessen, bieten eine Kleider- und Spielzeugkammer im Gemeindezentrum und unternehmen Ausflüge ans Meer und in die nähere Umgebung. Resultat: Das Quartier wächst zusammen – Kinder und Familien aus unterschiedlichen Kulturkreisen essen gemeinsam zu Mittag, treffen sich in ihrer Freizeit, leben mit- und lernen voneinander.

Das Problem

Kinderarmut in Deutschland

In Deutschland lebt jedes zehnte Kind in relativer Armut, so eine Studie der UNICEF. Das ergibt 1,5 Millionen Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren, deren Familien mit weniger als der Hälfte des Durchschnittseinkommens auskommen müssen. Vor allem Kinder mit Migrationshintergrund oder mit alleinerziehendem Elternteil sind überdurchschnittlich häufig von diesem Schicksal betroffen. Zusätzlich wächst die Kinderarmut schneller als die Armut unter Erwachsenen. So leiden vor allem die Kinder von Geringverdienern oder Arbeitslosen unter relativer Armut und eingeschränkten Entwicklungsperspektiven.

Das Unternehmen

balladins SUPERIOR Hotel Bremen

Das balladins SUPERIOR Hotel Bremen besteht mit wechselnden Namen bereits seit 1971. Es gehört heute der Dynamique Hotel Management (DHM) Gruppe an und liegt im Bremer Stadtteil Schwachhausen. Marc Cantauw leitet das Hotel mit 40 Mitarbeitern, 144 Zimmern, einem Restaurant sowie Tagungs- und Veranstaltungsräumlichkeiten seit Oktober 2007.

Motivation: Marc Cantauw, der neben seiner Tätigkeit als Hoteldirektor noch zwei Geschäfte in Cuxhaven führt, ging lange Zeit mit dem Gedanken um, nicht nur als erfolgreicher Unternehmer, sondern auch als aktiver Helfer die gesellschaftlichen Verhältnisse in seiner Umgebung zu verbessern. Eine Weihnachtssendung brachte ihn auf die Idee, einmal wöchentlich armen Kindern aus der Umgebung eine Mahlzeit anzubieten.



Marc Cantauw, Geschäftsführer des Balladins SUPERIOR Hotels Bremen, und Ulrike Eichner, stellvertretende Verkaufsleiterin des Hotels

1. Phase: Das Problem erkennen

Kinderarmut in Bremen – „Dass Kinder nichts zu essen bekommen, geht nicht!“

Kurz vor Weihnachten 2007 hört Marc Cantauw im Radio, wie Bremer Kinder erzählen, was sie sich zu Weihnachten wünschen: Eine funktionierende Heizung oder auch nur ein warmes Essen sind die schockierenden Antworten zahlreicher Kinder aus dem Bremer Stadtteil Neue Vahr. Für Marc Cantauw ist das der Anstoß, „nicht mehr nur zu reden, sondern endlich zu handeln“. Als Direktor eines Hotel- und Gastronomiebetriebes kommt ihm die Idee, eine Aktion ins Leben zu rufen, die bedürftigen Kindern jeden Sonntag eine warme „MahlZeit“ bereitstellt; etwas, das er selbst in seiner Kindheit selbstverständlich fand.

Nur 500 Meter vom Hotel entfernt beginnt das Stadtviertel Neue Vahr. Hier will er aktiv werden. In der Neuen Vahr, einer Großsiedlung aus den 60er Jahren mit 8.000 Einwohnern, liegt die Arbeitslosigkeit bei ca. 20 Prozent und damit weit über dem städtischen Durchschnitt von 12,7 Prozent. Als eine der Folgen leben hier 57 Prozent der Kinder unter 15 Jahren in Hartz-IV-Bedarfsgemeinschaften; 78 Prozent der Kinder haben einen Migrationshintergrund.



In der Kleiderkammer gibt es eine große Auswahl

2. Phase: Eine Strategie entwickeln

„MahlZeit“ für Kinder – Geballte Tatkraft aus Wirtschaft, Kirche und Stadt

Nach dem Entschluss, seine Idee in die Tat umzusetzen, tritt Marc Cantauw in Kontakt mit dem Pastor der Evangelischen Kirche in der Neuen Vahr, Heinz-Martin Krauß. Räumlichkeiten für die „MahlZeit“ müssen her, die für die bedürftigen Kinder und ihre Familien gut erreichbar sind. Gemeinsam fassen sie den Entschluss, die „MahlZeit“ im Gemeindezentrum des Stadtteils anzubieten. Das Team Cantauw und Krauß steht nun, nachdem das Essen und die Räumlichkeiten vorhanden sind, vor der nächsten Frage: Wie erreichen wir die Kinder am besten? Beide sind neu im Stadtteil, auch Pastor Krauß kam erst 2007 nach einem Auslandsaufenthalt in Bolivien in die Gemeinde. Benötigt wird ein Partner, der den Ort, die Familien und Kinder in der Neuen Vahr kennt. Der engagierte Quartiersmanager Dirk Stöver ist schnell überzeugt von der Idee. Auch er möchte seinen Beitrag zur Verbesserung der Situation von Kindern und ihren Familien im Stadtteil leisten. Zusammen mit der stellvertretenden Verkaufsleiterin des Hotels, Ulrike Eichner, steht innerhalb von vier Wochen das Vierergespann aus Wirtschaft, Kirche und Stadt, das zukünftig alle weiteren Schritte und Projekte gemeinsam plant.

In Vorgesprächen mit Pädagogen aus Kindergärten und Schulen informieren sich die Engagementpartner über ihre Zielgruppe. Ihre Vermutungen bewahrheiten sich: Eine große Zahl von Kindern ist montags sehr hungrig, sodass allgemein fast doppelt so viel gekocht werden muss wie an den restlichen Tagen der Woche. Wichtig ist also eine Mahlzeit am Sonntag. Auch der Projektname wird endgültig festgelegt: „MahlZeit“. Kinder treffen hier auf Menschen, die ihnen ein warmes Mahl bereiten und Zeit für sie haben.

3. Phase: Das Projekt auf den Weg bringen

„Nicht lange schnacken, einfach machen.“

Getreu dem Motto des Initiators Cantauw findet die erste „MahlZeit“ schon vier Wochen später statt, am 20. Januar 2008. Auch eine Kleider- und Spielzeugkammer, aus der sich die Kinder gespendete Sachen kostenlos aussuchen können, öffnet am selben Tag.

Sensibler Ansatz

Die größte Herausforderung für das Projekt besteht darin, dass die Kinder auch wirklich zur „MahlZeit“ kommen. Städtische und kirchliche Hilfsprojekte in verschiedenen Bereichen gibt es bereits in großer Zahl. Oft werden diese Projekte jedoch nicht angenommen. Für das Team ist oberstes Ziel, „dass die Leute kommen“. Von Beginn an wird daher ein offener Ansatz für das Projekt gewählt. „MahlZeit“ präsentiert sich als Angebot der Gemeinschaft und der Nachbarschaft. Kinder und ihre Familien werden hier nicht primär als Hilfsbedürftige gesehen, sondern vielmehr als Teil der Quartiersgemeinschaft. Die Flyer für das sonntägliche Essen werden zum Beispiel so gestaltet, dass sie einer Kindergeburtstageinladung ähneln. Jeder kann zur „MahlZeit“ kommen. „Selbst wenn mal jemand kommt, der es vielleicht nicht so nötig hat, ist das für uns okay, da sich daraus neue soziale Kontakte entwickeln können“, so Cantauw. Dieser Ansatz, der das Erreichen der Menschen in den Vordergrund rückt, führt dazu, dass das Konzept bald verändert wird: Nicht mehr nur die Kinder, sondern auch die Eltern werden eingeladen. Zum einen sollen die Familien am Sonntag nicht auseinandergerissen werden, zum anderen können nur auf diese Weise auch kleine Kinder erreicht werden. „Es ist schön, mitanzusehen, wie Kinder und Familien aus unterschiedlichen Kulturkreisen gemeinsam an einem Tisch sitzen“, berichtet der Hoteldirektor.

Gute Zusammenarbeit: „Das ist schon ein witziges Team, das wir hier haben.“

Die Partner ergänzen sich hervorragend: So spenden das Hotel und teilweise auch Lieferanten die frischen Zutaten, deren monatliche Kosten zwischen 600 und 700 Euro liegen. Vor allem Gemüse, Kartoffeln und Fisch werden in der Hotelküche für die Kinder gekocht. Die Kirchengemeinde stellt die öffentlichen Räume sowie Arbeitszeit der Mitarbeiter zur Verfügung, indem beispielsweise die Spendeinnahmen von ihr verwaltet werden. Die Stadt unterstützt die „MahlZeit“, indem sie das Engagement des Quartiersmanagers teilweise als Arbeitszeit anrechnet. So wird es möglich, dass bei Sommerausflügen des Projekts, an dem einige Kinder alleine teilnehmen, die Aufsichtspflicht bei ihm als städtischem Quartiersmanager liegen kann. Planungstreffen der vier, die sich auch persönlich sehr gut verstehen, finden unregelmäßig und bei Bedarf statt.



Ausgewogenes und gesundes Essen bietet das SUPERIOR Hotel den Kindern jeden Sonntag

Begeisterung für die Sache

Allen gemeinsam ist die große Bereitschaft, sich für ihr Ziel zu engagieren. Sonntags sind mindestens zwei, manchmal auch alle vier Gründer dabei. Sie essen gemeinsam mit den Familien, spielen mit den Kindern und unterhalten sich mit den Eltern. Diese Präsenz ist ihnen persönlich wichtig, zugleich ist sie aber auch bedeutsam für die Glaubwürdigkeit eines Nachbarschaftsprojekts, das alle an einen Tisch bringen möchte.

Das Projekt „MahlZeit“ ist ein Erfolg fürs ganze Quartier

Als Nachweis des Erfolgs lässt sich in erster Linie der große Zuspruch durch die Kinder und ihre Eltern nennen, von denen im Schnitt 50 bis 60 jeden Sonntag die „MahlZeit“ besuchen. Insgesamt wurden seit Beginn des Projekts ca. 250 Personen erreicht. Neben dem Primärziel, dass die Kinder sonntags eine warme Mahlzeit bekommen, lernen sie durch die gute Küche auch mehr über eine gesunde Ernährung. Sie können neue Gemüsesorten wie Rotkohl oder Zucchini, die sie teilweise vorher nicht kannten, kennenlernen und probieren. Inzwischen engagieren sich zusätzlich 18 ehrenamtliche Helfer, die in Notlagen gerne über die Essensausgabe hinaus hel-

fen: So wird auch mal der Umzug einer alleinerziehenden Mutter unterstützt. Die Kleider- und Spielzeugkammer ist so beliebt, dass sie sogar während der Woche öffnet.

Das Projekt prägt durch seine steigende Beliebtheit die gesamte Quartiersgestaltung, da es Familien mit ganz unterschiedlichen kulturellen Hintergründen zusammenbringt. Wie Dirk Stöver feststellt, treffen in den Räumen der evangelischen Gemeinde u. a. deutsche, afrikanische, afghanische und russische Familien zusammen – das ist gelebte Integration.

Durch das große Interesse der Medien wurden und werden Bremer Bürger und Unternehmen nicht nur auf das Projekt aufmerksam, sondern inzwischen auch aktiv. Sie spenden Kleider, Spielzeug und manchmal auch Lebensmittel. Diese Unterstützung ermöglicht ein weitergehendes Engagement: Unter dem Motto „MahlZeit on tour“ werden während der Sommerferien drei Ausflüge ins Bremer Umland angeboten. Ein Benefiz-Fußballturnier, das auf Anregung eines Hotelauszubildenden hin organisiert wird, kann dank der freundlichen Unterstützung anderer Unternehmer in größerem Umfang als geplant stattfinden.

Nicht zuletzt freuen sich alle Beteiligten darüber, dass ganz neue Kontakte entstehen. So ist Marc Cantauw nun in das Stadtviertel-Netzwerk eingebunden, in dem ansonsten die Kommunalpolitik vertreten ist, und Dirk Stöver als Quartiersmanager hat jetzt Zugang zum Bremer Unternehmer-Netzwerk. Dies erleichtert die eigene Arbeit, macht die Vorteile von Partnerschaften deutlich und weiteres Engagement möglich.



Einige Kinder essen fast jede Woche bei der „MahlZeit“

4. Phase: Den nächsten Schritt gehen

Weiterhin viele „MahlZeiten“ und noch mehr Hilfe für die Kinder

An erster Stelle stehen für die vier Projektpartner Kontinuität und langfristiger Erfolg. Diese Arbeit hat sich so bewährt, dass sie inzwischen auch anderen als Vorbild dient und sich die Besuche interessierter Gäste (wie z. B. der Bremer Sozialsenatorin) häufen.

Die Initiatoren sind davon überzeugt, dass eine starke Partnerschaft nachhaltiges Handeln ermöglicht, dass aber auch die stärksten Schultern nur begrenzt zu tragen vermögen. Aus diesem Grund wählen sie neues Engagement sehr sorgfältig aus. So wird im November 2008 der „MahlZeit-Chor“ unter Leitung einer Musiktherapeutin seine Arbeit aufnehmen. Im Rahmen dieses Chors sollen sich die Kinder durch Singen und Tanzen musikalisch neu entde-

cken und Selbstbewusstsein entwickeln. Auch die Einrichtung einer Jobbörse für das Stadtgebiet ist angedacht. Sie soll gezielt Arbeitskräfte des Stadtteils Neue Vahr fördern und vermitteln – eine Idee, die Marc Cantauw im Kleinen bereits realisiert hat, indem einer der jugendlichen Helfer der „MahlZeit“ eine Stelle in seiner Hotelküche gefunden hat.

Eine wichtige Rolle wird „MahlZeit“ voraussichtlich im Rahmen des Bundesprogramms EXWOST (Experimenteller Wohn- und Städtebau) spielen: Die Neue Vahr wurde als Modellprojekt ausgewählt, und ein Zusammenführen des Programms mit dem Projekt „MahlZeit“ und den aus ihm entstandenen Strukturen und Netzwerken ist geplant.

Beibehalten werden soll der offene und partnerschaftliche Umgang aller Beteiligten miteinander, aus welchem Bereich sie auch immer kommen mögen. Ein schöner Dank sind die „leuchtenden Augen“ der Kinder.

balladins SUPERIOR Hotel Bremen

| | |
|-------------------|--|
| Branche: | Gastronomie- und Hotelgewerbe |
| Kerngeschäft: | Hotelbetrieb mit Restaurant, Bar und Veranstaltungsmöglichkeit |
| Geschäftsführung: | Marc Cantauw |
| Mitarbeiterzahl: | 40 |
| Kontakt: | Marc Cantauw August-Bebel-Allee 4 28329 Bremen |
| Telefon: | 0421/23870 |
| E-Mail: | m.cantauw@hotelbremen.net |
| Internet: | www.hotelbremen.net |
| Weitere Infos: | www.mahlzeit-bremen.de |

CIRET GmbH: Integration durch Arbeit

Kurzbeschreibung des Projekts

Im Rahmen einer Kooperation zwischen der Werkstatt für Menschen mit Behinderung St. Gallus-Hilfe gGmbH und dem Malerwerkzeug-Hersteller CIRET GmbH wird es 72 Menschen mit Behinderungen ermöglicht, einem möglichst „normalen“ Berufsalltag nachzugehen. Die neu errichtete Werkstatt für Menschen mit Behinderungen befindet sich in direkter räumlicher Nähe der CIRET GmbH und ist vollständig in die Abläufe der Firma integriert.



Thomas Pfeiffer, Mitglied der Geschäftsführung der CIRET GmbH, und Stefan Fricker, Leiter des Bereiches Arbeit und Bildung der St. Gallus-Hilfe

Das Problem

Mangelnde Integration behinderter Menschen ins Berufsleben

Menschen mit Behinderung sind noch nicht vollkommen in unsere Gesellschaft integriert. Laut einer Studie der Hans-Böckler-Stiftung und des Sozialwissenschaftlichen Forschungszentrums Berlin-Brandenburg aus dem Jahr 2003 geben nur sechs Prozent der Menschen mit Behinderung an, dass sie sich im öffentlichen Leben gleichberechtigt behandelt fühlen. Menschen mit geistigen und/oder körperlichen Behinderungen müssen immer noch mit vielen gesellschaftlichen Einschränkungen leben, die fast alle Lebensbereiche betreffen: Berufsausübung, Zugang zu Gebäuden und zu öffentlichen Verkehrsmitteln sowie Teilnahme am sozialen Leben. Auf dem Arbeitsmarkt ist nach dem Schwerbehindertengesetz vor-

geschrieben, dass Unternehmen ab 20 Beschäftigten sechs Prozent der Arbeitsplätze mit Schwerbehinderten besetzen müssen. Jedoch erfüllt nur jeder achte Arbeitgeber diese Quote; alle übrigen gehen den Ausgleichsweg einer monatlichen Abgabe an den Staat. Folglich finden zu wenige Menschen mit Behinderungen eine passende Arbeitsstelle.

Das Unternehmen

CIRET GmbH

1957 wurde das Unternehmen in Wangen gegründet und im Jahre 1990 von der Unternehmerfamilie Sauer übernommen. 2001 wurde es zusammen mit anderen Unternehmen unter das Dach der CIRET HOLDINGS AG gestellt. Sie bietet ihren Kunden aus Europa und Asien ein Vollsortiment an Malerwerkzeug, sowohl für den professionellen Handwerks- als auch für den Baumarktsektor. Der Vorstandsvorsitz liegt bei Helmut Sauer. Produziert wird in Wangen im Allgäu sowie an Standorten in Tschechien und China. Die Konzernzentrale ist in Wangen angesiedelt. Insgesamt beschäftigt die CIRET HOLDINGS AG 800 Mitarbeiter, davon 180 am Wangener Standort. Die Geschäftsführung der CIRET GmbH in Wangen liegt bei Thomas Pfeiffer, Helmut Sauer und Frank Scharf.

Motivation: Die CIRET GmbH als traditionelles Familienunternehmen fühlt sich in ihrem Handeln Werten wie Verantwortung, Redlichkeit, Dynamik und Erfolgsstreben verpflichtet. Aufgrund der tiefen Verwurzelung des Unternehmens in der Region Wangen und der großen Erfahrung der Belegschaft in der Produktion von Malerwerkzeugen steht es für das Unternehmen außer Frage, die technisch anspruchsvollsten Teile der Produktion und die Verpackung in Deutschland zu belassen.

Genauigkeit ist hier gefragt



1. Phase: Das Problem erkennen

Menschen mit Behinderung und Unternehmen

Viele große Baumärkte bieten heutzutage ihre Produkte unter eigenen Handelsmarken an. Dazu benötigen sie von einem Hersteller wie CIRET jeweils eigene Verpackungen und Aufmachungen der Produkte. Gerade bei preissensitiven, hochautomatisiert hergestellten Produkten übersteigen die Kosten einer wechselnden und individuellen Verpackung den Herstellungspreis jedoch schnell um ein Vielfaches. Eine Verlagerung dieser Verpackungsschritte ins Ausland birgt wiederum die Gefahr in sich, dass auch weitere Produktionsschritte und damit Arbeitsplätze abwandern. Da das Unternehmen wichtige Teile der Produktion in Deutschland halten will, ist es auf eine Zusammenarbeit mit der St. Gallus-Hilfe, einer Tochtergesellschaft der Stiftung Liebenau, angewiesen und beauftragt sie seit vielen Jahren mit der arbeits- und kostenintensiven Verpackung ihres Malerwerkzeugs. Die St. Gallus-Hilfe hat es sich zur Aufgabe gemacht, speziell Menschen mit geistigen Behinderungen und Benachteiligungen die Teilhabe am Arbeitsleben zu ermöglichen.

In der Geschäftsbeziehung zwischen CIRET und der St. Gallus-Hilfe herrscht allerdings seit Jahren auf beiden Seiten eine grundsätzliche Unzufriedenheit. So stellen die logistischen und administrativen Barrieren zwischen den Betrieben beide vor das Problem, dass die Verpackungsschritte nur unzureichend in den Geschäftsprozess des Unternehmens integriert werden können – ein Problem, das die meisten Geschäftsbeziehungen zwischen Werkstätten für Menschen mit Behinderung und der Industrie belastet. Dies führt beiderseits zu Planungsunsicherheit und aufseiten der Werkstätten zu einer unbeständigen Auftragslage – mal kommt zu viel Arbeit, mal zu wenig, mal gar keine. Der Leiter des Bereiches Arbeit und Bildung der St.

Gallus-Hilfe, Stefan Fricker, bemängelt darüber hinaus, dass die Werkstätten für Menschen mit Behinderung statt als Geschäftspartner von den meisten Unternehmen eher als Bittsteller angesehen werden, denen alle Konditionen (und damit auch die Preise) diktiert werden können. Als Folge dieser Rahmenbedingungen wirtschaftet und lebt die Werkstatt „von der Hand in den Mund“. Stefan Fricker stellt sich die Frage, ob es nicht möglich wäre, mit einem Unternehmen verlässlicher zusammenzuarbeiten. Optimal wäre, wenn man direkt in einem Gewerbegebiet und damit nah an dem Partnerunternehmen eine professionelle Werkstatt errichtet. So wendet sich Stefan Fricker – aufgrund der potenziell großen Auftragsmengen von CIRET – im Oktober 2005 an Thomas Pfeiffer, um ihm seine Idee vorzuschlagen.

2. Phase: Eine Strategie entwickeln

Gemeinsame Wertschöpfung und gegenseitige Wertschätzung

Thomas Pfeiffer ist von dem „visionären Ansatz“ sofort angetan. Er erkennt, dass in einer „Neu-Definition der Partnerschaft zwischen einer Werkstatt für Menschen mit Behinderung und der Industrie“ viel wirtschaftliches Potenzial steckt. Folglich sieht er alle künftigen Bemühungen auch nicht als soziales Projekt der CIRET an, sondern vielmehr als ökonomische „Win-win-Situation“: Pfeiffer und Fricker setzen sich das Ziel, von nun an gemeinsam und partnerschaftlich die Wertschöpfungskette effizient zu gestalten.

Ein vierjähriger Kooperationsvertrag verpflichtet die Firma, alle Verpackungstätigkeiten, die an externe Dienstleister vergeben werden, an die St. Gallus-Hilfe zu geben. Um diese Tätigkeiten gut und zügig ausführen zu können, kauft die Stiftung Liebenau ein freies Gelände



Verpackungsarbeiten erfordern viel Fingerspitzengefühl



Die Arbeit in der Werkstatt für Behinderte ist vielfältig

direkt neben CIRET. Darauf will sie eine moderne Werkstatt und eine Großlagerhalle bauen. Die St. Gallus-Hilfe wird das Gebäude dann anmieten. Alle Arbeiten der St. Gallus-Hilfe in den neuen Räumlichkeiten sollen voll in die Abläufe von CIRET integriert werden. Dem wirtschaftlichen Risiko, das die St. Gallus-Hilfe mit den Ausgaben eingeht, steht die Rolle und Funktion der CIRET als „Steigbügelhalter“ gegenüber: Durch die zugesicherte konstante Zusammenarbeit ist es der St. Gallus-Hilfe möglich, sich neu auszurichten und ein hohes Niveau als Dienstleister zu erlangen. So soll sie auch für andere Unternehmen interessanter werden und sich langfristig als „normaler“ Anbieter von Dienstleistungen auf dem Markt halten können. Normalität bedeutet in diesem Zusammenhang, dass die Werkstatt nicht mehr nur ad hoc reagieren, sondern mit zeitlichem Vorlauf Arbeitsaufträge entgegennehmen kann, um dann intern die Bearbeitung dieser Aufträge effizient zu organisieren.

3. Phase: Das Projekt auf den Weg bringen

Eine geschäftliche Partnerschaft auf Augenhöhe eingehen

Noch 2005 beginnen die Planungen für die Arbeits- und Lagerhallen. Hier ist das Wissen der CIRET stark gefragt, um zu gewährleisten, dass die Hallen nach industriellem Standard errichtet werden. Denn für die St. Gallus-Hilfe ist klar: „Wenn wir neu bauen, dann bauen wir keine übliche Werkstatt für Menschen mit Behinderung, sondern so, wie die Industrie bauen würde.“

Die St. Gallus-Hilfe nimmt im Februar 2007 mit 72 behinderten Menschen den Betrieb auf. Sie ist nun ein voll integrierter Produktionsteil der CIRET und in alle logistischen Abläufe und alle EDV-Systeme eingebunden. Ein ehemaliger Gruppenleiter der St. Gallus-

Hilfe wird von CIRET trainiert und übernimmt die Funktion eines Arbeitsvorbereiters, der zentral alle Aufträge steuert und organisiert. Ohne die vorher bestehenden räumlichen, administrativen und logistischen Barrieren kann jetzt ein permanenter Materialaustausch stattfinden, der eine hohe Geschwindigkeit der Zusammenarbeit ermöglicht. Die Transaktionskosten dieser Kooperation, also alle Geschäftsabwicklungskosten – wie beispielsweise Transport und Rücktransport der Materialien – liegen fast bei null.

Besonders schätzt Stefan Fricker, dass die St. Gallus-Hilfe in dieser Kooperation als ebenbürtiger Partner ernst genommen wird. Es wird von ihm, wie von jedem anderen Dienstleister auch, erwartet, dass er gegen eine angemessene Bezahlung pünktlich gute Arbeit erbringt: „Das ist genau der Punkt, zu dem wir kommen möchten: Normalität in der Geschäftsbeziehung.“

St. Gallus-Hilfe: „Das hätten wir viel früher machen sollen!“

Diese Normalität spüren auch die Menschen mit Behinderungen in der neuen Werkstatt. Vor dem Umzug überkommen Stefan Fricker immer wieder Zweifel, wie die Menschen mit Behinderung diesen Wechsel aufnehmen werden. Statt in einer geschützten Atmosphäre, mit Wohnräumen, Arbeitsgruppen und Kantine unter einem Dach, sollen sie nun im abseits gelegenen Gewerbegebiet arbeiten. Er ist sich nicht sicher, ob beispielsweise die Herausforderung, jeden Morgen pünktlich den Bus zu nehmen, von allen gemeistert wird. Doch zu seiner Überraschung „ist jeden Tag die volle Mannschaft im Bus“. Er stellt fest, dass die Menschen mit Behinderung nicht nur an den Aufgaben wachsen und zuverlässig und eigenverantwortlich jeden Morgen bei der Arbeit erscheinen, sondern auch ein ganz neues Bewusstsein entwickeln. Die Tatsache, dass sie jetzt wie nicht behinderte Menschen zur Arbeit fahren und mit einem normalen Unternehmen



Für die GmbH und die St. Gallus-Hilfe ist die Kooperation eine Win-win-Situation

in einem Industriegebiet zusammenarbeiten, gibt den Menschen mit Behinderung zum ersten Mal das Gefühl, etwas zu leisten, das einen Wert hat. Sie fühlen sich hier ernst genommen.

Wie im normalen Geschäftsalltag gehören zu einer Partnerschaft auf Augenhöhe die Verhandlungen über die Preise. So gibt es auch in dieser Kooperation immer wieder Konfliktpotenzial und Verhandlungsbedarf. Entscheidend ist jedoch, dass sich Respekt und Vertrauen zwischen den Geschäftspartnern entwickeln. Ein Ausdruck dafür sind die sogenannten „Open-book-Gespräche“, in denen sowohl Thomas Pfeiffer als auch Stefan Fricker ihre Kalkulationen offenlegen und zusammen nach Einsparpotenzial oder weiteren Synergien suchen. Thomas Pfeiffer stellt dazu beeindruckt fest: „Noch wertvoller als die Idee ist die Art, wie wir als Partner miteinander umgehen. Das ist eigentlich das höchste Gut in dieser Zusammenarbeit.“

CIRET GmbH

| | |
|-------------------|---|
| Branche: | Bau- und Heimwerkerbedarf |
| Kerngeschäft: | Malerwerkzeuge |
| Geschäftsführung: | Thomas Pfeiffer |
| Mitarbeiterzahl: | 180 |
| Umsatz: | 30 Mio. Euro |
| Kontakt: | CIRET GmbH Thomas Pfeiffer Karl-Maybach-Str. 18 88239 Wangen |
| Telefon: | 07520/95670 |
| E-Mail: | info@ciret.biz |
| Internet: | www.ciret.biz |
| Weitere Infos: | www.st.gallus-hilfe.de |



Mit Engagement bei der Sache

4. Phase: Den nächsten Schritt gehen

Normalität im Umgang zwischen behinderten und nicht behinderten Menschen

Aufgrund dieser erfreulichen Fortschritte auf allen Ebenen können sowohl CIRET als auch die St. Gallus-Hilfe nach über 18 Monaten intensiver Zusammenarbeit eine positive Geschäftsentwicklung vorweisen. Die erhoffte „Win-win-Situation“ hat sich eingestellt.

Neben dem offenen geschäftlichen Umgang miteinander haben beide Partner das Ziel, einen positiven, alltäglichen Umgang zwischen Menschen mit Behinderung und nicht behinderten Menschen zu erreichen. So freut sich Thomas Pfeiffer, dass Menschen mit Behinderungen inzwischen zum normalen Arbeitsalltag des Industriegebiets gehören: Man wartet gemeinsam auf den Bus und geht zusammen zum Mittagessen in die Kantine der St. Gallus-Hilfe. Diese ist offen für alle Arbeiter und Angestellten des Gewerbegebiets. Pro Tag kommen zwischen 25 und 35 CIRET-Mitarbeiter und Mitarbeiter anderer Unternehmen des Gewerbegebietes zum Mittagessen in die Werkstätten für Menschen mit Behinderung und suchen das Gespräch mit ihren neuen Nachbarn.

Durch die Eigenständigkeit in der Planung und Steuerung der Aufträge kann die St. Gallus-Hilfe inzwischen sogar andere Werkstätten im Verbund als Subunternehmer beschäftigen: Noch einmal das gleiche Auftragsvolumen, das die St. Gallus-Hilfe bearbeitet, wird von anderen unabhängigen Behindertenwerkstätten im Umkreis erledigt. „Unsere Aufgabe, Menschen mit Behinderung die Teilhabe am Arbeitsleben zu ermöglichen, können wir jetzt erst voll und ganz erfüllen“, stellt Fricker hochzufrieden fest.

Die Deutsche Kammerphilharmonie Bremen gGmbH:

Das „Zukunftslabor“ – Philharmonie macht Schule

Kurzbeschreibung des Projekts

Integrationsarbeit durch Musik, das ist das Motto der Deutschen Kammerphilharmonie Bremen, die laut BBC zu den weltweit führenden Orchestern gehört, und der Gesamtschule Bremen-Ost. Durch die Verlagerung der Probe- und Veranstaltungsräume des Orchesters in die Schule werden nicht nur viele Menschen in den Osten der Stadt gelockt, sondern auch hochklassige Musikprojekte mit den Schülern im neu geschaffenen „Zukunftslabor“ ermöglicht.

Das Problem

Soziale Grenzen innerhalb der Stadt

Innerhalb einer Stadt entstehen meist ganz verschiedene Stadtviertel, die sich bezüglich der sozialen Struktur ihrer Bewohner unterscheiden. Problematisch wird diese Entwicklung, wenn die Unterschiede zwischen den Vierteln zu groß werden und kein Austausch stattfindet. Wenn beispielsweise alle, die es sich leisten können, aus Platten- und Hochhaussiedlungen ausziehen, haben die restlichen Bewohner nicht nur das Gefühl „zurückzubleiben“, sondern auch tatsächlich das Problem, selber wegziehen zu wollen und dies nicht zu können. Die Folge kann eine gefühlte Kluft zwischen den unterschiedlichen Stadtteilen sein. Das trifft vor allem Kinder und Jugendliche, denen sich hier keine Perspektiven bieten. Sie wachsen innerhalb des eigenen, abgeschotteten Stadtviertels auf, das ihnen weder das Rüstzeug noch die Motivation vermittelt, dass sie ihr Leben und ihre Zukunft selbst in der Hand haben.

Das Unternehmen

Die Deutsche Kammerphilharmonie Bremen gGmbH

Die Deutsche Kammerphilharmonie Bremen gGmbH ist ein Kulturunternehmen: Es vereint Kultur und Unternehmertum äußerst erfolgreich unter einem Dach. Im Jahr 1980 von 20 jungen Musikern – zumeist Preisträgern von „Jugend musiziert“ – als privates Orchester gegründet, sticht es von Anfang an aus der deutschen Orchesterlandschaft heraus, die sich vorwiegend über staatliche Förderung finanziert. Die jungen Gründer wollen eigenverantwortlich und vor allem mit viel künstlerischer Freiheit ihre Begeisterung und Leidenschaft für die Musik ausleben. In den vergangenen Jahren haben sie sich den Ruf als eines der weltweit besten Orchester erarbeitet.



Albert Schmitt, Geschäftsführer der Deutschen Kammerphilharmonie Bremen, und Schulleiter Franz Jentschke von der Gesamtschule Ost sind stolz auf ihre Kooperation

Trotz kontinuierlicher musikalischer Erfolge treten jedoch immer wieder finanzielle Schwierigkeiten auf. Ein neues Geschäftsmodell ist 1998 die Konsequenz: Das Orchester wird zu einer gGmbH mit dem früheren Kontrabassisten Albert Schmitt als Geschäftsführer. 35 Musiker, die gemeinsam eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts bilden, sind nun alleinige Gesellschafter der gGmbH und haften damit vollständig für deren Ergebnisse. Die Finanzierung liegt mit 60 Prozent zum größten Teil bei der Kammerphilharmonie selbst, nur 40 Prozent der Mittel kommen von der öffentlichen Hand. Das Konzept geht auf: Das Orchester ist schuldenfrei. Angesichts leerer staatlicher Kassen sind dies die Gründe, weshalb immer mehr traditionelle Orchester Interesse am Bremer Modell zeigen. Somit hat die Deutsche Kammerphilharmonie Bremen gGmbH nicht nur musikalisch bewiesen, dass sie neue Wege erfolgreich beschreiten kann; auch eine positive wirtschaftliche Entwicklung ist zu verzeichnen.

Motivation: Das Credo der absoluten Freiheit wird von den Musikern bereits von Beginn an in Verbindung mit sozialem Engagement verstanden. So nutzen sie seit mehr als 25 Jahren ihre Erfahrungen im Bereich der Musikvermittlung und haben einige beispielhafte Projekte zur musikalischen Förderung von Kindern und Jugend-

DIE DEUTSCHE KAMMERPHILHARMO BREMEN



Matthias Cordes, Musiker des Orchesters,
spielt auf seiner Geige

lichen entwickelt. Für Erwachsene bieten die Musiker beispielsweise Konzerteinführungen an oder veranstalten musikalische Projektwochen mit Schulklassen kooperierender Schulen.

1. Phase: Das Problem erkennen

Klassische Musik im sozialen Brennpunkt – geht das?

Als die Kammerphilharmonie 2006 neue Probe- und Veranstaltungsräume benötigt, stößt sie zufällig auf die Aula der Gesamtschule Bremen-Ost im Stadtteil Osterholz-Tenever. Aufgrund von Sparmaßnahmen sucht die Schule nach einem Mieter für ihre Aula. Die Kammermusiker stehen einem Umzug skeptisch gegenüber: Äußerungen wie: „Was sollen wir hier?“, sind erste Reaktionen auf diesen Vorschlag. Eine genaue Untersuchung der Aula erweist jedoch eine erstklassige Akustik. Das gibt den Ausschlag für den Umzug. An zweiter Stelle steht die Frage, wie das Orchester mit seinem neuen Umfeld umgehen soll. „Die Frage war: Sehen wir es als Problem oder als Chance?“, berichtet Albert Schmitt. Trotz anfänglicher Bedenken kommen die Musiker rasch zu dem Ergebnis, dass sie ihre neue Umgebung als Herausforderung annehmen wollen, in der sie kreativ neue Wege beschreiten können.

Die Autobahnbrücke als „Amazonas“

Die integrierte Gesamtschule Ost mit Ganztagesbetrieb für 1.000 Schüler liegt im Stadtteil Osterholz-Tenever, dessen Bewohner aus 88 verschiedenen Nationen stammen. Mehr als 60 Prozent der Einwohner des Stadtteils leben von staatlichen Zuwendungen. In direkter Nachbarschaft befindet sich das Viertel Oberneuland, das sich seit jeher mit seinen historischen Parkanlagen und der ansprechenden Bebauung unter gut situierten Bremern großer Beliebtheit erfreut. Die Zufahrtsstraße, die beide Stadtteile verbindet, führt

unter einer Autobahnbrücke hindurch, die von den Bewohnern beider Viertel als mentale „Grenze“ wahrgenommen wird. Sie scheint als Symbol der Trennung beider Stadtteile in den Köpfen so präsent, dass sie von Schulleiter Franz Jentschke sogar als „Amazonas“ zwischen Osterholz-Tenever und Oberneuland bezeichnet wird.

2. Phase: Eine Strategie entwickeln

Kultur als „Entwicklungsmotor“ – für den Stadtteil und den Einzelnen

Professionalität zeichnet die Musiker in allen Projekten aus, die sie angehen. Dazu gehört in diesem Fall ein bewusster Umzugs- und Einzugsprozess, der sensibel die Reaktionen und Erwartungen der Schule und ihrer Umgebung aufnimmt. Anstatt überhöhte Hoffnungen zu wecken, dass beispielsweise mit dem Zuzug des renommierten Orchesters sich das Stadtviertel von heute auf morgen wandelt, versuchen die Musiker, die Erwartungen der Menschen in einem realistischen Rahmen zu halten. Ihr Bestreben sind umsetzbare und nachhaltige Projekte und Ergebnisse. Schulleiter Franz Jentschke und die Lehrer der Schule empfangen das Orchester mit offenen Armen. Auch sie wollen die Chancen dieser „Wohngemeinschaft“ nutzen und sind von einer engen Kooperation zwischen Schule und Orchester sofort begeistert.

Ziel der Zusammenarbeit ist es, die Grenzen vor allem in den Köpfen zu überwinden – zwischen den Stadtteilen und zwischen dem Orchester und den Schülern. Diese Grenzenlosigkeit soll von allen neu erfahren und gelebt werden: Die zentrale Lage der Probe- und Veranstaltungsräume mitten in der Schule ist dafür ideal. Einerseits wird der Saal für die öffentlichen Kammerkonzerte des Orchesters genutzt und führt so Menschen in den Stadtteil, die ihn sonst nie be-



Der „Dirigent“, Musiklehrer Henning Grossmann, gibt gezielt Anweisungen



Den Schülerinnen wird genau erklärt, worauf es ankommt

treten hätten. Andererseits ermöglicht er einen alltäglichen und intensiven Austausch zwischen Schülern und Musikern über musikalische und kulturelle Grenzen hinweg.

3. Phase: Das Projekt auf den Weg bringen

Das Zukunftslabor: „Hier entsteht ein Stück Zukunft!“

Das „Zukunftslabor“ mitten in der Schule besteht aus dem lichtdurchfluteten Veranstaltungssaal, modernen Proberäumen und einem hochklassigen Tonstudio. Es soll und kann den Rahmen für Begegnungen von Menschen aus den unterschiedlichsten gesellschaftlichen Bereichen bieten. Alle Räumlichkeiten wurden im Zuge der Komplettrenovierung der Schule 2007 nach den Bedürfnissen der Kammerphilharmonie gestaltet. So kann sich seitdem nicht nur das „Zukunftslabor“, sondern auch die gesamte Schule sehen lassen, deren Umbau Schulleiter Jentschke mit den Prinzipien „viel Luft, Licht und Sonne“ beschreibt.

Den Amazonas überwinden

Das Zusammenführen unterschiedlicher Menschen und Stadtteile wird durch die regelmäßig stattfindenden Kammerkonzerte verwirklicht. Zu diesen pilgert die Bremer Musikgemeinde nun in den Osten der Stadt, auch das Publikum aus Osterneuland. Darüber hinaus wird bei allen Konzerten ein gewisses Kontingent an Karten zum Sondertarif von unter 10 Euro angeboten, um auch allen Bürgern aus Osterholz-Tenever den Besuch zu ermöglichen. Für interessierte Familien, die sich selbst das nicht leisten können, erhält der Quartiersmanager von Osterholz-Tenever, Joachim Barloschky, Freikarten, die er gezielt verteilen kann. Auch die gemeinsame Nutzung der Mensa dient dem Ziel der gelebten Grenzenlosigkeit: So essen die Musiker und die (zum Teil weltberühmten) Gast-Dirigenten und

-Solisten mittags mit den Schülern in der von der Arbeiterwohlfahrt betriebenen Schulmensa. Auch Seminare zu einem von den Kammerphilharmonikern entwickelten Managementmodell für Top-Führungskräfte zum Thema Hochleistung finden hier statt („5-Sekunden-Modell“).

Jugendlichen Perspektiven aufzeigen

Neue Perspektiven für die Schüler ergeben sich aus der fruchtbaren Zusammenarbeit zwischen der Schule und den Musikern. Anfängliche Berührungängste werden abgebaut, indem die Orchestermusiker in den Musikunterricht gehen, ihre Instrumente vorstellen und die Schüler an den Proben des Orchesters teilnehmen. Als großes und langfristiges Teilprojekt wurde die „Melodie des Lebens“ initiiert. Hier können die Schüler ihre Gedanken und Gefühle zu ihrem zum Teil sehr schwierigen Lebenshintergrund in Form von Texten und Melodien selbst ausdrücken. Gemeinsam mit dem Komponisten und Entertainer Mark Scheibe werden diese lebensnahen Texte mal klassisch, mal rockig oder poppig, jedenfalls ganz nach den Wünschen der Schüler vertont und während eines Konzertes zusammen mit den Philharmonikern aufgeführt. Diese halbjährlichen Konzerte bereiten die Schüler mit Begeisterung vor. Sie erfreuen sich bei Eltern, Schülerschaft und den Lehrern überaus großer Beliebtheit. So stellt beispielsweise Musiklehrerin Imke Howie fest, dass die Musik die Schüler nicht nur motiviert und auf neue Ideen bringt, sondern sie auch von manchen Sorgen, die viele zu Hause haben, ablenkt. Im Zukunftslabor und in der Arbeit mit den Musikern fühlen sich die Schüler ernst genommen. Was das Aufheben von Grenzen zwischen verschiedensten Menschen für einen Stadtteil und dessen Bewohner bedeuten kann, spiegelt sich in einem der Lieder aus „Melodie des Lebens“ wider: „Tenever ist nicht so, wie ihr gedacht habt, so oft, wie ihr darüber gelacht habt: Tenever ist einfach geil – denn es ist unser Style!“



Integration durch musikalische Förderung ist das Ziel der Zusammenarbeit

4. Phase: Den nächsten Schritt gehen

„Das Orchester hat hier sein Zuhause gefunden.“

Aufgrund der produktiven Zusammenarbeit sowohl mit der Schulleitung als auch mit den Schülern steht das nächste Projekt bereits in den Startlöchern. Im nächsten Jahr wird „Faust II“ aufgeführt. Hier werden sich die Schüler musikalisch mit Goethes Originaltext auseinandersetzen. Für 2009 ist ebenfalls ein Rahmenprogramm mit Nationenschwerpunkt für die Projekte „Melodie des Lebens“ und „Faust II“ geplant. In Anlehnung an die Herkunftsländer der Schüler soll jährlich ein Land ausgewählt werden (ab Sommer 2009 wird es Russland sein), das als Interpretationsrahmen für alle musikalischen Arbeiten mit den Schülern dienen soll. Das Ziel ist hierbei, die integrative Wirkung auch durch Gäste aus dem Ausland zu vergrößern. Um diese Arbeit für andere Orchester, Kulturinstitutionen

und Schulen nutzbar und übertragbar zu machen, werden bei allen Projekten mit Nationenschwerpunkt die Erfahrungen festgehalten und beschrieben. Sowohl die Ausweitung des Projekts „Melodie des Lebens“ auf weitere Schulen als auch auf eine Behinderteneinrichtung sind in Planung. Bei allen geplanten Projekten befindet sich die Kammerphilharmonie momentan noch auf Sponsorsuche. Für den Fall, dass diese erfolglos sein sollte, steht für die Musiker fest, dass sie die Projekte notfalls in reduzierten Versionen aus eigener Tasche zahlen.

Wegen der Anerkennung, die dieser besonderen Wohngemeinschaft entgegengebracht wird, ist eine weitere positive Entwicklung zu verzeichnen: In einem für die Bremer Bildungspolitik ungewöhnlichen Schritt wurde der Gesamtschule aufgrund der hervorragenden Förderung der Schüler inzwischen eine Oberstufe angegliedert. Auch die Politik konnte die erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Orchester und Schule nicht von der Hand weisen, wie Bremens Kultursenator Jörg Kastendiek bestätigte: „Die Gesamtschule wird durch diese Kooperation zu einer Kulturschule – mitten im Problemstadtteil.“

Die Deutsche Kammerphilharmonie Bremen gGmbH

| | |
|-------------------|-------------------------------------|
| Branche: | Kulturwirtschaft |
| Kerngeschäft: | Konzerte, Tourneen, CD-Produktionen |
| Geschäftsführung: | Albert Schmitt |
| Mitarbeiterzahl: | 48 |
| Umsatz: | ca. 5 Mio. Euro |
| Kontakt: | Nicole Centmayer |
| | Kulturhaus Stadtwaage |
| | Langenstr. 13 |
| | 28195 Bremen |
| Telefon: | 0421/958850 |
| E-Mail: | sekretariat@kammerphilharmonie.com |
| Internet: | www.kammerphilharmonie.com |
| Weitere Infos: | www.unsereshow.de |

Emsländische Stiftung Beruf und Familie: Tagesbetreuungsstützpunkt

Kurzbeschreibung des Projekts

Seit Herbst 2008 bietet die Emsländische Stiftung Beruf und Familie den Tagesbetreuungsstützpunkt in Papenburg an. Ziel des Projektes ist, den Mitarbeitern der beteiligten Unternehmen aus dem Emsland kurzfristig erfahrene Tagesmütter zur Verfügung zu stellen, falls die Betreuung ihres Kindes anders nicht organisiert werden kann. Die Unternehmen zahlen dafür einen jährlichen Beitrag an die Stiftung und entlasten ihre Mitarbeiter so nachhaltig bei der Betreuung ihrer Kinder.

Das Problem

Fehlende Betreuungseinrichtungen für Kleinkinder

Familie und Beruf zu vereinbaren ist besonders in den ersten drei Lebensjahren der Kinder, aber auch darüber hinaus ein Balanceakt. Unternehmen können jedoch auf Eltern als Arbeitskräfte nicht verzichten. Gleichzeitig gibt es immer noch zu wenig Betreuungsangebote vor allem für Kinder unter drei Jahren, die eine Berufstätigkeit der Eltern ermöglichen. In Niedersachsen z. B. gibt es nur für 6,9 Prozent der Kleinkinder Plätze in Betreuungseinrichtungen. Bundesweit liegt Niedersachsen damit auf dem vorletzten Platz. Eltern müssen daher die Betreuung ihrer Kinder häufig privat organisieren. Unternehmen bemühen sich verstärkt, die Betreuungssituation für ihre Mitarbeiter zu verbessern, aber gerade kleinen und mittleren Unternehmen fehlen oft die Ressourcen, oder der Bedarf ist für eigene institutionalisierte Lösungen (wie einen Betriebskindergarten) zu gering. Auf dem Bildungsgipfel im Oktober 2008 haben Bund, Länder und Kommunen beschlossen, schrittweise eine Betreuung für 35 Prozent der unter Dreijährigen aufzubauen. Das stellt eine signifikante Steigerung dar, lässt aber immer noch ungefähr zwei Drittel der Kinder unversorgt. Hier sind flexible Lösungen gefragt, die Eltern gerade im ländlichen Raum die Berufstätigkeit ermöglichen. Ansonsten fehlen in Zukunft Fachkräfte für die Wirtschaft in der Region, weil diese dort arbeiten werden, wo es Betreuungseinrichtungen für ihre Kinder gibt.

Das Unternehmen

Emsländische Stiftung Beruf und Familie

Auf der Jahreshauptversammlung des Wirtschaftsverbandes gründen der Landkreis und Wirtschaftsverband Emsland die „Emslän-



Ursula Günster-Schöning ist Unternehmenscoach bei der Emsländischen Stiftung Beruf und Familie

dische Stiftung Beruf und Familie“ mit dem Zweck, die Vereinbarkeit von Familie und Beruf in der Region zu fördern. 41 Unternehmen aus der Region sind Gründungstifter und stellen ein Startkapital von einer Million Euro zur Verfügung. Im Emsland sind vor allem kleine und mittelständische Unternehmen ansässig, die, anders als Großbetriebe, nur schwer eigene Maßnahmen zur Förderung von Familie und Beruf umsetzen können. Die Stiftung gibt allen Unternehmen im Emsland die Möglichkeit, gemeinsam an Lösungen zu arbeiten. Sie hat das Ziel, Maßnahmen der Unternehmen zu fördern, aber auch selbst Projekte zu initiieren, die die Unternehmen unterstützen. Der Stiftungsvorstand besteht aus fünf Personen, u.a. dem Landrat Herrmann Bröring und dem Vorsitzenden des Wirtschaftsverbands Emsland, Dieter Barlage, sowie weiteren Vertretern der örtlichen Wirtschaft. Der Stiftungsrat mit acht Mitgliedern berät über die Förderanträge und gibt entsprechende Empfehlungen an den Vorstand. Die Stifter werden regelmäßig im Rahmen von Stammtischen, Internetmeldungen und mit dem Magazin der Stiftung über die Entwicklung der Projekte informiert. Seit ihrer Gründung 2006 ist die Stiftung auf über 50 Mitgliedsunternehmen angewachsen. Das Stiftungskapital beträgt heute zwei Millionen Euro.



Die Tagesmütter betreuen die Kinder im Familienzentrum, im Unternehmen oder auch zu Hause

Motivation: Die Stiftung hat das Ziel, Familienfreundlichkeit als Standortfaktor im Emsland zu etablieren. Dafür unterstützt sie die Unternehmen im Emsland bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf. So will die Region auch in Zukunft für Fachkräfte attraktiv bleiben.

1. Phase: Das Problem erkennen

Notfälle sind nicht planbar

Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist eine logistische Meisterleistung. Damit eine ausreichende Betreuung der Kinder sichergestellt werden kann, müssen die Arbeitszeiten der Eltern, Öffnungszeiten von Kindergärten, Stundenpläne und vieles mehr aufeinander abgestimmt sein. Gerade kleine und mittelständische Unternehmen nehmen viel Rücksicht auf ihre Mitarbeiter, doch in Notfällen sind auch sie machtlos. Im Rahmen einer Umfrage berichten Unternehmer der Stiftung, dass immer wieder Mitarbeiter aufgrund von Not-situationen mit den Kindern zu Hause bleiben müssen, weil die Oma krank ist oder die Tagesmutter kurzfristig ausfällt. Oder es ergibt sich eine zeitliche Verschiebung im Betrieb: Termine dauern länger, aber die Betreuung ist nicht flexibel. Den Eltern bleibt dann nichts anderes übrig, als die Betreuung selbst zu übernehmen. Abgabeterminen oder Treffen im Unternehmen müssen verschoben werden. Darunter leidet der gesamte Betriebsablauf.

In der Emsländischen Familienstiftung soll für dieses spezielle Problem eine Lösung erarbeitet werden, die nachhaltig und kostengünstig die Situation für Eltern, Kinder und Betriebe im Emsland verbessert.



Basteln ist eine beliebte Beschäftigung

2. Phase: Eine Strategie entwickeln

Projekte fördern und eigene Ideen umsetzen

Schnell wird dem Stiftungsvorstand klar, dass es nicht ausreicht, nur bestehende Konzepte von Unternehmen zu fördern, sondern dass auch Kapazitäten in der Stiftung geschaffen werden müssen, die es erlauben, neue, innovative Projektideen zu verwirklichen. Um die nötige Expertise in die Stiftung zu holen, schafft der Stiftungsvorstand die Stelle eines Unternehmenscoachs und stellt im Herbst 2007 Ursula Günster-Schöning ein. Sie ist eine Expertin auf dem Gebiet „Vereinbarkeit von Beruf und Familie“. Über 20 Jahre arbeitete sie in der Elementarpädagogik, auch als Leiterin einer Kindertagesstätte. Darüber hinaus ließ sie sich im Rahmen mehrerer Weiterbildungen zur Sozialfachwirtin ausbilden. Ihre Hauptaufgaben sind die Beratung von Unternehmen bei der Umsetzung eigener Projekte und die Entwicklung von Verbundprojekten für die Stiftung.

Ein dringendes Anliegen der Unternehmen ist eine schnelle Lösung für akute Betreuungsprobleme, d.h. wenn kurzfristig die reguläre Betreuung von Kindern ausfällt. Ursula Günster-Schöning überlegt, wer in diesem Fall als Kooperationspartner infrage kommt und wendet sich an Anna Vosskuhl, Leiterin eines der Familienzentren im Emsland. Die Familienzentren Emsland sind seit 2005 an mehreren Standorten in der Region an bestehende Betreuungseinrichtungen für Kinder angedockt worden. Zentrales Element ist jeweils die Kindertagesstätte, an die jedoch weitere Organisationen angegliedert sind, wie Beratungsstellen oder eine Ganztagsbetreuung für ältere Kinder. Ein Baustein der Familienzentren ist die Ausbildung und Vermittlung von Tagesmüttern und -vätern. Ursula Günster-Schöning sieht das Potenzial, das in einer Zusammenarbeit mit den Familienzentren liegt: Dort werden schon Betreuungsdienstleis-



Die Kinder sind auch sportlich aktiv

tungen angeboten, die auf berufstätige Eltern abzielen – ein guter Ansatzpunkt für den weiteren Ausbau des Angebots.

Flexible Tagesmütter als Feuerwehr

Der Unternehmenscoach erarbeitet ein Konzept, das die beiden Organisationen miteinander verbindet, und kann Frau Vosskuhl schnell als Kooperationspartner gewinnen. Die Familienzentren verfügen über einen Pool an ausgebildeten Tagesmüttern, die sie momentan direkt an Eltern vermitteln. Sie haben die organisatorischen Ressourcen für die Koordination weiterer Dienstleistungen und verfügen über Räume, in denen die Kinder von Tagesmüttern betreut werden können. Die Stiftung verfügt über den Kontakt zu Unternehmen, die Bedarf an flexiblen Betreuungspersonen haben. Darüber hinaus kann sie Mittel für die Finanzierung des Projekts bereitstellen. Das Konzept von Ursula Günster-Schöning sieht Folgendes vor: Das Familienzentrum wird Standort des Tagesbetreuungsstützpunkts und stellt Tagesmütter fest ein, die bei Bedarf spätestens nach zwei Stunden vor Ort sein können, um die Betreuung des Kindes zu übernehmen. Ein ambitionierter Plan!

Finanziert wird dieser Service durch Unternehmen, die dafür eine jährliche Pauschale in Höhe von 15 Euro pro Mitarbeiter (aber max. 8.000 Euro jährlich) zahlen. Ist das Unternehmen Mitglied der Stiftung, beläuft sich der Betrag auf zehn Euro (max. 6.000 Euro jährlich). Die Stiftung finanziert daraus die Tagesmütter und die Koordination des Familienzentrums bzw. des Stützpunktes. Den Mitarbeitern, die dieses Angebot nutzen, entstehen keine weiteren Kosten. Falls Mitarbeiter mehr als acht Stunden pro Notfall eine Tagesmutter benötigen, müssen sie für jede weitere Stunde acht Euro bezahlen.

Das Konzept von Ursula Günster-Schöning überzeugt Stiftungsvorstand und Stiftungsrat. Mit dieser Idee kann auch für kleinere und mittlere Unternehmen die Notfallversorgung sichergestellt werden.

3. Phase: Das Projekt auf den Weg bringen

Unternehmen für die Idee begeistern

Im Oktober 2008 stellt die Stiftung den emsländischen Unternehmen ihr Konzept vor. Landrat Bröring wirbt für das Projekt und stellt besonders den Nutzen für kleine und mittlere Unternehmen heraus. „So wird die Attraktivität des Standorts gerade für Familien mit kleinen Kindern weiter erhöht. Das ist vergleichbar mit Investitionen in die Infrastruktur, wie zum Beispiel den Ausbau der A 31“, führt er aus. Noch während der Informationsveranstaltung signalisieren Unternehmen ihr Interesse an dem Projekt und unterzeichnen wenig später den Kooperationsvertrag mit der Stiftung.

Tagesmütter für den Noteinsatz

Das Familienzentrum St. Michael in Papenburg stellt daraufhin im Auftrag der Stiftung fünf Tagesmütter für die Notfallversorgung ein. Sie erhalten ein monatliches Grundgehalt von 400 Euro, unabhängig davon, ob sie einen Einsatz haben oder nicht. Zusätzlich werden die Fahrtkosten übernommen. Voraussetzung für die Tätigkeit als Tagesmutter ist eine entsprechende Ausbildung zur zertifizierten Tagesmutter, ein polizeiliches Führungszeugnis, ein Gesundheitscheck und ein Erste-Hilfe-Kurs sowie Teamfähigkeit und Erfahrung im Umgang mit Kindern. Die fünf Tagesmütter sind in verschiedenen Familienzentren der Region stationiert. Edeltraud Neeland, Leiterin des Familienzentrums St. Michael in Papenburg, koordiniert die Frauen bei ihren Einsätzen. Die Notruf-Bereitschaft ist montags bis freitags von sieben Uhr morgens bis 19 Uhr abends besetzt, so-

Lesen ist bedeutsam für die frühkindliche Förderung



dass jederzeit Aufträge entgegengenommen werden können. Je nach Auftrag informiert Edeltraud Neeland die Tagesmutter, die am nächsten am Einsatzort ist, und stellt sicher, dass diese innerhalb von zwei Stunden die Betreuung des Kindes übernimmt.

Kontakt zwischen Eltern, Kind und Tagesmüttern

Haben die Unternehmen eine Kooperationsvereinbarung unterzeichnet, müssen auch die Eltern eine Betreuungsvereinbarung mit dem Tagesbetreuungsstützpunkt abschließen. Ohne diesen Vertrag ist die Betreuung der Kinder im Notfall nicht möglich. Die Hauptaufgabe der Unternehmen ist es deshalb, ihre Mitarbeiter über dieses neue Angebot zu informieren. Die Personalabteilung unterrichtet die Mitarbeiter mit Kindern. Sie stellt die Betreuungsvereinbarungen zur Verfügung und erklärt den Mitarbeitern die Funktionsweise des Projekts. Die Eltern können sich auch jetzt schon ein Bild von den Tagesmüttern machen: In jedem Unternehmen hängt ein Foto der zuständigen Tagesmutter. Die Betreuungsvereinbarung regelt im Wesentlichen, wo das Kind betreut werden soll: im Unternehmen, im Familienzentrum oder auch zu Hause, falls das Kind krank ist.

Angaben zu Allergien, besondere Vorlieben oder Gewohnheiten werden zusätzlich erfragt, damit sich die Tagesmütter schnell ein umfassendes Bild von den Kindern machen können. Die Verträge berücksichtigen alle rechtlichen Gesichtspunkte, die bei der Betreuung von Kindern durch Tagesmütter beachtet werden müssen.

Bevor die Eltern die Tagesmütter das erste Mal in Anspruch nehmen, besteht die Möglichkeit, dass sich Eltern, Kinder und Tagesmütter im Familienzentrum in einem persönlichen Gespräch kennenlernen. Gerade für die Kinder ist dieser erste Kontakt wichtig, damit sie Vertrauen zu der Tagesmutter aufbauen können.

4. Phase: Den nächsten Schritt gehen

„Wenn wir das Projekt hier gut auf die Beine stellen, geht es weiter!“

Bislang wird das Projekt nur im nördlichen Emsland zwischen Papenburg, Dörpen, Lathen, Sögel bis Haselünne umgesetzt. Doch die Stiftung plant, dieses Pilotprojekt auch auf das mittlere und südliche Emsland auszuweiten. Je nach Bedarf werden dann im kommenden Jahr weitere Tagesmütter eingestellt, die als Nothelfer einspringen können.

Stiftung und Unternehmen sind von der Wirksamkeit des Projekts überzeugt. Der Tagesbetreuungsstützpunkt füllt eine Lücke, die den Eltern einen besseren (Wieder-)Einstieg in das Berufsleben ermöglicht – durch das Engagement der Unternehmen. Denn Familienfreundlichkeit ist ein Standortsicherungsfaktor.

Emsländische Stiftung Beruf und Familie

| | |
|------------------|---|
| Vorsitzender: | Landrat Hermann Bröring |
| Mitarbeiterzahl: | 1 |
| Kapital: | 2 Mio. Euro |
| Kontakt: | Ursula Günster-Schöning Am Kabelkran 7 49716 Meppen |
| Telefon: | 05931/8484366 |
| E-Mail: | info@familienstiftung-emsland.de |
| Internet: | www.familienstiftung-emsland.de |

IBF GmbH: Technik-Camps für Kinder

Kurzbeschreibung des Projekts

Seit 2007 veranstaltet die IBF GmbH in Zusammenarbeit mit dem Fachbereich Techniklehre der Universität Koblenz-Landau in den Schulferien Technik-Camps für Kinder im Alter von acht bis 14 Jahren. Das Projekt hat zum Ziel, Kinder für Technik zu begeistern und spielerisch Grundlagen der Technik zu vermitteln. Die Koordinierung der Camps erfolgt durch den Verein Freudenberger Kids (Frids) e. V.



Jens und Jörg Bitterlich, Inhaber der Firma IBF – Auftrieb durch Automation

Das Problem

Mangelndes Interesse an Naturwissenschaft und Technik bei Kindern und Jugendlichen

Im Vergleich zu anderen Ländern schneidet das deutsche Bildungssystem bei der Förderung von Naturwissenschaften und Technik mehr schlecht als recht ab – das belegen internationale Vergleichsstudien wie PISA. Den Schulen gelingt es nur bedingt, Interesse oder gar Begeisterung für die Naturwissenschaften zu wecken und dadurch gute Leistungen bei den Schülern hervorzurufen. Auch die Zahl der Studienanfänger in den sogenannten MINT-Fächern (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik) wächst nicht mit dem steigenden Bedarf der Wirtschaft. Die Konsequenzen dieser Entwicklungen sind gefährlich für Deutschland, das sich in Jahrzehnten den Ruf einer Ingenieur- und Industrienation erarbeitet hat. Laut einer Studie des Elektrotechnik-Verbandes aus dem Jahr 2006 rechnet ein Drittel aller betroffenen Unternehmen damit, dass zukünftig ihre Nachfrage nach qualifizierten Elektroingenieuren nicht mehr gedeckt werden kann.

Das Unternehmen

IBF GmbH

Das Familienunternehmen „Ingenieur-Büro Freudenberg“ (IBF) wurde im Jahr 1964 von Gottfried Bitterlich gegründet. Seit den 80er Jahren ist IBF das Vertriebsbüro der Firma FESTO Pneumatik aus Esslingen. Auf der Grundlage dieser Kooperation sowie eigener 40-jähriger Erfahrung mit pneumatischen und mechanischen Bauteilen produziert IBF für seine Kunden Bauteile und passgenaue Sondermaschinen für die Bereiche Lager, Logistik und Steuerungen. Im Jahr 1990 steigen die Söhne Jens und Jörg Bitterlich in die Geschäftsführung ein. Seit 2000 führen sie den Betrieb mit 40 Mitarbeitern und setzen die erfolgreiche Arbeit des Vaters fort.

Motivation: Für den Firmengründer Gottfried Bitterlich galt: „Modernität und Menschlichkeit sind kein Widerspruch, sondern die ideale Kombination, um in einer sich ständig weiterentwickelnden Welt erfolgreich bestehen zu können.“ Dieser Geist des inzwischen verstorbenen Firmengründers ist in der Arbeit des Familienunternehmens immer noch spürbar. So ist die IBF GmbH nicht nur tief in der Stadt Freudenberg verwurzelt, sondern lebt auch aktiv ihre Verantwortung in der Region.

1. Phase: Das Problem erkennen

„Kinder haben eigentlich richtig Spaß an Technik“ – wenn man sie ihnen nur erklärt!

Die Projektidee der Technik-Camps kommt den Brüdern Bitterlich 2006 auf der „Nacht der Technik“ der Handwerkskammer Koblenz. Sie bietet Kindern und Erwachsenen Technik zum Anfassen, Staunen und Mitmachen. In einem Stockwerk entdecken Jens und Jörg



Durch Gruppenarbeit lernen die Jugendlichen Teamfähigkeit

Bitterlich eine Technikecke für Kinder, in der Erwachsene den faszinierten Kindern spielerisch Wissen über Technik näherbringen. Die Freude und Begeisterung der Kinder motiviert die Brüder, selbst in diesem Bereich tätig zu werden. „Kinder sind neugierig und haben viele Fragen, die ihnen im Alltag oft nicht beantwortet werden. Antworten auch auf technische Fragen sollten sie am besten eigenständig erforschen und entdecken“, lautet die Überzeugung der Brüder Bitterlich.

Obwohl sie selbst keinen Mangel an qualifizierten Mitarbeitern haben und auch in den Kindern noch keine „Arbeitnehmer der Zukunft“ sehen, möchten sie genau hier aktiv werden. Ihr Ziel ist es, den Kindern aus ihrer Region Spaß am Lernen und am Verstehen von Technik zu vermitteln. Noch am selben Abend sprechen die Bitterlichs mit Dr. Martin Fislake, der das Konzept der Technik-Camps für Kinder am Fachbereich Techniklehre der Universität Koblenz-Landau entwickelt hat, und fragen nach den Möglichkeiten einer Zusammenarbeit.

2. Phase: Eine Strategie entwickeln

Begeisterung für Technik lässt sich leicht wecken – mit dem richtigen Konzept am richtigen Ort

Gemeinsam mit Martin Fislake überlegen die Brüder, wie sie vielen Kindern das Erlebnis „Technik-Camp“ ermöglichen und ihre Ressourcen und Kompetenzen bündeln können. Fislake hat den wissenschaftlichen Hintergrund, um ein fundiertes und pädagogisch sinnvolles Konzept zu entwerfen und weiterzuentwickeln. Für die Umsetzung des Konzepts fehlen ihm jedoch vor allem die Räumlichkeiten und die nötigen finanziellen Ressourcen. IBF hat zum einen die Räume, um solche Technik-Camps durchzuführen, zum anderen

Mitarbeiter mit einem breiten und praktischen Wissensschatz und auch viele helfende Hände, die bei der Umsetzung der Camps behilflich sind. Besprechungs- und Konferenzzimmer sowie Ausstellungs- und Lagerräume der IBF wurden gerade frisch renoviert und sind ideal für die Durchführung der Technik-Camps in den Schulferien.

Eine offene Frage bleibt: „Wer kümmert sich um die Anmeldungen für die Camps? Das ist doch parallel zum Tagesgeschäft gar nicht möglich!“ Man kommt auf die Idee, Ulrike Monreal anzusprechen, die dem Freudenberger Kinderverein Frids e.V. vorsitzt. Sie ist gerne bereit, das Projekt Technik-Camps für Kinder zu unterstützen, die Anmeldungen entgegenzunehmen und zu organisieren. Bei bis zu sieben Technik-Camps mit je 16 teilnehmenden Kindern und Jugendlichen kommen pro Jahr zahlreiche Telefonate mit anfragenden Eltern zusammen.

3. Phase: Das Projekt auf den Weg bringen

Löten und Seifenkisten bauen – Angebote in allen Schulferien

Im Jahr 2007 starten die Technik-Camps zu verschiedenen Themen wie „Löten leicht gemacht“, „Trainingscamp für Robonauten“ oder „Seifenkisten im Rennlabor“.

Während die Kinder im Löt-Camp den richtigen Umgang mit Elektronikbauteilen lernen und eigenständig kleine Elektronikschaltungen aufbauen, werden im „Trainingscamp für Robonauten“ mithilfe einer Programmier- und Steuerungssoftware LEGO-Roboter gebaut, die ihre Fähigkeiten auf einer Teststrecke beweisen müssen. Im abschließenden Robonauten-Cup zeigt sich, welche Roboter die Aufgaben, wie beispielsweise an einer weißen Linie anzuhalten



Spielerisch werden in den Camps die Grundlagen der Technik vermittelt

und zu wenden, bestehen. Während des „Fahrer-Camps Schrauben und Fahren“ können die Kinder echte Seifenkisten bauen und diese durch anschließende Experimente und Tests nicht nur fahrtauglich, sondern auch sicher machen. Am letzten Tag dieses Camps steht das Seifenkistenrennen auf dem Programm, bei dem die Eltern und ein begeisterter Freudenberger Bürgermeister die selbstgebauten Seifenkisten und die Fahrkünste der Kinder bewundern. Die Moderation der Abschlussveranstaltungen übernehmen die Brüder Bitterlich.

Alle Camps finden eine Woche lang täglich von neun bis 15 Uhr statt. Bis zu 16 Kinder zwischen acht und 14 Jahren können teilnehmen. Für Getränke während des Tages sorgt das Ingenieurbüro; Mittags-

brote bringen die Kinder selbst mit. Unterrichtet werden die Kinder hauptsächlich von zwei Studenten des Fachbereichs Techniklehre der Universität Koblenz-Landau, die hier Praxiserfahrungen sammeln können. Die Mitarbeiter und die beiden Geschäftsführer der IBF sind ebenfalls in die Vorbereitung und Durchführung der Camps eingebunden. Alle Camps werden zwar von der Universität entwickelt; die Entscheidung, welches Themencamp durchgeführt wird, treffen jedoch die Bitterlichs. Die ausgewählten Camps werden vorher von den beiden Geschäftsführern und ihren Mitarbeitern selbst getestet. Die Bereitstellung der Räume und der Infrastruktur fällt ebenso in ihren Aufgabenbereich – was bei einem Seifenkisten-Camp z.B. das Organisieren der Rennstrecke bedeutet. Grundsätzlich gilt hier: Wo Arbeit anfällt, wird mit angepackt. So hilft ein Mitarbeiter auch mal beim Löten aus, wenn die Studenten überfragt sind.

Die IBF und Frids e.V. machen vorwiegend durch Mitteilungen an die regionale Presse auf ihre Camps aufmerksam. Die Anmeldungen übersteigen oft die Zahl der vorhandenen Plätze. Manche Kinder kommen sogar mehrmals wieder.

Als Teilnahmegebühr für die Camps werden 55 Euro pro Kind erhoben, von denen 5 Euro an Frids e.V. für Sachkosten und 50 Euro an die Universität Koblenz-Landau gehen. Der Fachbereich Techniklehre finanziert davon die Materialien sowie die Anreise der Studenten. Die restlichen Kosten (pro Camp ca. 300 Euro) trägt die Firma IBF. Für den Fall, dass manche Eltern die Gebühr nicht aufbringen können, bieten die Bitterlichs eine Übernahme an.



Kinder für Technik zu begeistern ist ein Ziel des Projektes

4. Phase: Den nächsten Schritt gehen

Zusätzliches Engagement im Schul- und Ausbildungsbereich

Die Bitterlichs werden die Technik-Camps so lange anbieten, wie es eine Nachfrage dafür gibt. Die gute Zusammenarbeit zwischen der IBF, dem Fachbereich Techniklehre der Universität Koblenz-Landau und Frids e. V. bietet dafür die beste Grundlage.

Als aktiver und verantwortlicher „Unternehmensbürger“ der Region möchte sich die IBF auch im Schul- und Ausbildungsbereich engagieren. Neben der Tatsache, dass IBF seit Langem ausbildet, Diplomarbeiten betreut und Praktika anbietet, ist ein weiteres Vorhaben in Planung. Der Realschule in direkter Nachbarschaft soll es ermöglicht werden, ihre Schüler in kaufmännischen Prozessen zu schu-

len. Dazu ist vorgesehen, im Rahmen des Neukaufs einer Unternehmenssoftware kostenfreie Lizenzen für die Schule zu erwerben, an denen dann von der IBF ausgebildete Lehrer den Schülern Vorgänge aus der Unternehmenspraxis näherbringen können. Daran anschließend haben die Schülerinnen und Schüler die Gelegenheit, ein zweitägiges Schnupperpraktikum im Unternehmen der Bitterlichs zu absolvieren und ihre neu erworbenen Kenntnisse anzuwenden.

Auch dieses Engagement sehen die Brüder Bitterlich nicht als Investition in potenzielle Mitarbeiter, sondern als Beitrag für die Gesellschaft. Denn, wie Jens Bitterlich feststellt: „Deutschland kann es sich nicht leisten, Jugendliche nach der 9. oder 10. Klasse in Hartz IV übergehen zu lassen. Die Gesellschaft ist gefordert, das zu verhindern.“ Ihren Teil dazu tragen Jens und Jörg Bitterlich mit ihrem Unternehmen bei.

IBF GmbH

| | |
|-------------------|--|
| Branche: | Maschinenbau |
| Kerngeschäft: | Automationstechnik |
| Geschäftsführung: | Jens und Jörg Bitterlich |
| Mitarbeiterzahl: | 40 |
| Umsatz: | 10 Mio. Euro |
| Kontakt: | IBF GmbH Bruchstr. 22-24 57258 Freudenberg |
| Telefon: | 02734/276923 |
| E-Mail: | jens.bitterlich@ibf-automation.de |
| Internet: | www.ibf-automation.de |
| Weitere Infos: | www.technikcamp.de; www.frids.info |

iq consult GmbH: Projekt „enterprise“

Kurzbeschreibung des Projekts

„enterprise“ richtet sich an jugendliche Arbeitslose zwischen 18 und 27 Jahren, die ein eigenes Unternehmen gründen möchten. iq consult bietet Unterstützung bei der Entwicklung der Idee und der Erstellung des Konzepts sowie bei der Finanzierung und den ersten Schritten der Umsetzung. Seit 1999 hat das Projekt alleine in Brandenburg über 300 Gründungen, in ganz Ostdeutschland seit 2002 über 1.400 Gründungen realisiert. Mehr als 70 Prozent der Existenzgründer sind heute noch am Markt.



Geschäftsführer Norbert Kunz und Thorsten Jahnke haben viel auf die Beine gestellt

Das Problem

Fehlende Berufsperspektiven für Jugendliche in den ost-deutschen Bundesländern

Für eine lebendige Region sind Unternehmen elementar – sie schaffen Arbeitsplätze und erwirtschaften Wertschöpfung. In den ost-deutschen Bundesländern ist die Unternehmensdichte im Vergleich zu den westdeutschen Bundesländern deutlich geringer. Die Folge ist die Abwanderung vor allem junger Menschen in andere Regionen Deutschlands. Für das Jahr 2009 wird eine Abwanderung von 50.000 Erwerbstätigen prognostiziert. Wegen mangelnder Ausbildungs- und Arbeitsplätze ist die Arbeitslosenquote deutlich höher als in Westdeutschland. Vor allem Jugendliche haben schlechte Perspektiven: Ca. 111.000 junge Menschen unter 25 Jahren (Stand Oktober 2008) sind ohne Arbeit.

Das Unternehmen

iq consult GmbH

Im Jahr 1994 gründet Norbert Kunz gemeinsam mit fünf weiteren Partnern die iq consult GmbH in Berlin. Mit dem Unternehmen wol-

len sie neue Wege in der Kompetenzentwicklung gehen. Hauptsächlich bieten sie ihre Leistungen für gemeinnützige Organisationen an. Hier besteht ein hoher Beratungsbedarf – viele Organisationen haben jedoch nicht die finanziellen Mittel, um für diese zu bezahlen. Damit die Ideen der iq consult trotzdem realisiert werden können, gründet sie 1995 den Verein iq consult e. V. Seitdem entwickelt und setzt der Verein eigene Projekte im sozialen Bereich um. Diese Hybridstruktur macht es möglich, zum einen Beratungsleistungen für Unternehmen, Ministerien und weitere private Kunden anzubieten, zum anderen eigene Projektideen zu verwirklichen. Dabei profitieren beide: der Verein von den Erfahrungen im Unternehmen und das Unternehmen vom Know-how des Vereins. Heute sind bei iq consult ca. 30 Personen beschäftigt.

Motivation: Existenzgründungen von arbeitslosen Jugendlichen zu fördern ist gelebte Sozialpolitik. Der „Social Return on Investment“ ist um ein Vielfaches höher als die erforderliche Investition. Junge Existenzgründer, die sonst von Transferleistungen leben würden, sind nicht mehr von staatlichen Zuwendungen abhängig. Im Gegenteil, sie zahlen Steuern und Sozialabgaben, schaffen weitere Arbeitsplätze und tragen zum Wachstum der Region bei. Das ist die Philosophie von Norbert Kunz und seinen Kollegen für die Entwicklung der Projekte.

1. Phase: Das Problem erkennen

Ein Abschluss garantiert noch keinen Arbeitsplatz

Die Idee, Menschen aus der Arbeitslosigkeit in die Selbstständigkeit zu begleiten, entsteht 1995. In diesem Jahr bekommt iq consult den Auftrag, für Jugendliche ohne Ausbildungsplatz ein modulares Weiterbildungssystem zu entwickeln. Parallel zu den Beschäftigungs-



Eine innovative Idee: das Hundehotel „Vier Pfötchen“

programmen der Agentur für Arbeit sollen die Jugendlichen durch gezielte Weiterbildungen einen anerkannten Ausbildungsabschluss erlangen. Doch viele Teilnehmer des Programms finden trotz ihres Abschlusses anschließend keinen regulären Arbeitsplatz. Norbert Kunz fragt sich, welche Alternative es noch für diese Jugendlichen gibt. Ist Selbstständigkeit eine nachhaltige Lösung?

Seit 1976 begleitet der Prince's Trust in England Jugendliche erfolgreich in die Selbstständigkeit. Norbert Kunz ist von diesem Konzept begeistert. Auf Basis des Prince's-Trust-Projektes entwickelt er sein eigenes Projekt. Bestandteile sind Gründungsberatung, Mentoren für die Gründungswilligen und Mikrokredite für die Startfinanzierung. In Deutschland wird das Konzept kritisch beurteilt. „Jugendliche können und wollen das nicht. Das kann gar nicht funktionieren“, lauten die Reaktionen auf das neue Konzept. Kunz bleibt hartnäckig. Er sucht junge Gründer, die er auf Fachtagungen als gute Beispiele für die Möglichkeiten des Konzepts vorstellt, und spricht das Thema immer wieder in Bildungsnetzwerken an. 1998 hat er Erfolg – das Jugendministerium Brandenburg stellt Norbert Kunz 60.000 DM für ein Pilotprojekt in der Stadt Brandenburg zur Verfügung.

2. Phase: Eine Strategie entwickeln

Unternehmen in die Region bringen

Norbert Kunz und seine Kollegen müssen nun im Pilotprojekt Brandenburg beweisen, dass ihr Konzept in der Praxis wirksam ist. Sie richten ein Büro in der Stadt Brandenburg ein, in dem Gründungswillige eine erste kostenlose Beratung erhalten. Die Nachfrage übertrifft die Erwartungen deutlich: Zahlreiche Jugendliche mit guten Ideen und echtem Interesse am Unternehmertum nehmen das Angebot an. Jeder wird mit seiner Idee ernst genommen – das ist die

oberste Priorität der Gründungsberater. Es geht darum, den Jugendlichen dabei zu helfen, ihre Vorstellungen umzusetzen. Skeptiker, die den Jugendlichen die Umsetzung nicht zutrauen, gibt es schon genug. Die Geschäftsideen der Jugendlichen sind vielfältig: Einige wollen ihr Hobby zum Beruf machen, andere möchten nach einer Ausbildung ihr eigenes Unternehmen gründen, zum Teil deshalb, weil es keine Jobs für sie gibt. Der Unterstützungsbedarf der Jugendlichen bei der Konkretisierung ihrer Ideen und der Prüfung, ob eine Selbstständigkeit überhaupt möglich und sinnvoll ist, ist sehr groß.

Die jungen Existenzgründer haben häufig negative Erfahrungen hinter sich, bevor sie zu „enterprise“ kommen: Kammern und Verbände erwarten fertig ausgestaltete Businesspläne, und Kreditanfragen bei Banken sind oft erfolglos. „enterprise“ setzt genau hier an: Gemeinsam mit ihrem Berater entwickeln die Jugendlichen ihre Ideen weiter, machen Marktanalysen und stellen einen genauen Businessplan auf.

Startfinanzierung für Existenzgründer ist die größte Hürde

Nicht alle machen sich selbstständig: Rund 20 Prozent der Interessierten entwickeln ein tragfähiges Konzept für ihre Gründung. Die wesentliche Frage dabei ist, woher das Geld für die nötigen Anfangsinvestitionen kommen soll. Trotz solider Businesspläne und der Unterstützung von iq consult sind die Banken nicht bereit, den jungen Existenzgründern Kredite zu gewähren. Norbert Kunz und seine Mitstreiter lassen sich davon nicht beirren und suchen für die Startfinanzierung weitere Partner. Gemeinsam mit der GLS Bank wird ein erster revolving Fonds für die jungen Gründer entwickelt. Die GLS Bank selbst und das Land Brandenburg stellen das Startkapital für den Fonds. Die Kredite werden durch einen regionalen Vergabebeirat nach festen Kriterien von „enterprise“ vergeben.



Lukas Szybowski gibt Yogaunterricht in Schulen und auch privat



Franziska Tölcke und Tanja Hofmann eröffnen ihr Schokoladencafé „Lekkersnoepjes“ in Potsdam

ben. Die Erfolge der Pilotphase begeistern nicht nur Norbert Kunz und Kollegen, sondern auch das Land Brandenburg, das die Weiterführung des Projekts „enterprise Brandenburg“ beschließt.

3. Phase: Das Projekt auf den Weg bringen

Standards entwickeln, um mehr Jugendliche zu erreichen

iq consult beginnt, Standards für das Existenzgründungskonzept festzulegen, die den speziellen Anforderungen der Jugendlichen gerecht werden. Kernstück des Projektes „enterprise Brandenburg“ ist das von iq consult konzipierte vierstufige Modell für die Beratung und Unterstützung von Existenzgründern: Profiling und Orientierung – Planung und Qualifizierung – Start – Konsolidierung und Wachstum. So erhalten die Jugendlichen die Kompetenzen, die sie als Unternehmer benötigen.

Profiling und Orientierung

Diese Phase ist für alle Existenzgründer entscheidend. Gibt es einen Markt für meine Idee? Habe ich die Fähigkeiten und das Wissen, um Unternehmer zu sein? Jede Person und Idee werden eingehend geprüft: Stellen der Gründungswilligen und sein Berater dabei fest, dass das Konzept nicht umsetzbar ist, werden die Schwachpunkte des Vorhabens identifiziert. Ungefähr ein Viertel der Gründungswilligen gibt in dieser Phase auf. Doch das ist nicht immer das Ende: Einige arbeiten nun sogar als Angestellte bei potenziellen Konkurrenten, die sie bei ihrer eigenen Marktanalyse befragt haben.

Planung und Qualifizierung

Erweist sich eine Idee als tragfähig, vermittelt iq consult dem Gründer wichtige Kompetenzen: Buchhaltung, Nutzung von Kommunikationsmedien, aber auch Umgangsformen oder sicheres Auftreten – je nach den Bedürfnissen des Einzelnen. Parallel dazu erstellen Berater und Gründer einen Businessplan für die Selbstständigkeit. Neben der Planung und Schulung geht es um die konkrete Finanzierung der Gründung. Die Zuschüsse der GLS Bank, die dem Projekt in der Anfangsphase zur Verfügung stehen, sind keine dauerhafte Lösung. Langfristig sollen die Gründer Kredite auf dem freien Markt erhalten. Mikrokredite für Existenzgründer, bekannt aus Entwicklungsländern, müssten sich doch auch in Deutschland umsetzen lassen, meint das Beratungsteam. So gründet es mit der Hilfe der Deutschen Bank Stiftung einen eigenen Mikrofinanzfonds mit einem Kapital von 100.000 Euro. Junge Gründer erhalten aus diesem Fonds nun bei Bedarf eine Startfinanzierung von bis zu 5.000 Euro in Form eines bedingt rückzuzahlenden Darlehens. Wenn ein Gründer trotz eines guten Konzepts und der Einhaltung aller Auflagen mit seiner Geschäftsidee scheitert, wird ihm der Kredit erlassen. Der Gründer kann so im Zweifel schuldenfrei sein Leben neu ordnen. Die Ausfallquote liegt derzeit bei ca. 20 Prozent, sodass noch über 75.000 Euro für weitere Kredite verfügbar sind.

Start

Wenn Businessplan und Finanzierung stehen, ist der Tag der Geschäftseröffnung nicht mehr weit. Diesen Punkt erreichen rund 20 Prozent derjenigen, die sich für eine Beratung anmelden. Die Arbeit von „enterprise“ ist damit nicht zu Ende. Den Gründern werden regelmäßige Stammtische angeboten, bei denen aktuelle Informationen ausgetauscht, wichtige rechtliche Neuerungen vorgestellt oder auch Aufträge vergeben werden – von einem Gründer an den anderen oder auch von iq consult. Die neuen Unternehmer können sich so gegenseitig unterstützen und neue Verbindungen knüpfen.

Konsolidierung und Wachstum

Haben sich die Unternehmer etabliert, stellt sich die Frage, wie das Unternehmen gesund wachsen kann. Auch hier bietet „enterprise“ Unterstützung. Die Gründerstammtische sind ein Element, aber auch das regelmäßige Monitoring und ein individuelles Coachingangebot sind integraler Bestandteil des Projekts.

Das Erfolgsmodell aus Brandenburg wird schnell bekannt, und weitere Bundesländer haben Interesse daran, „enterprise“ ebenfalls einzuführen.

Expansion in weitere Bundesländer

Wie kann das Projekt erfolgreich übertragen werden? Das Team erarbeitet ein Konzept. Ohne lokalen Partner ist eine erfolgreiche Übertragung des Projekts nicht möglich, da sind sich alle einig. Es muss jemanden geben, der die Gegebenheiten kennt, die Beratung vor Ort sicherstellt und die regionale Expertise in das Projekt einbringen kann. Die Schulung der lokalen Partner übernehmen die Mitarbeiter von „enterprise Brandenburg“. Die in Brandenburg entwickelten Qualitätsstandards werden mithilfe von Materialien und Checklisten so aufbereitet, dass sie auch an anderen Standorten eingesetzt werden können. Heute ist „enterprise“ in vier ostdeutschen Bundesländern fest etabliert. Die Finanzierung in den Ländern erfolgt durch Mittel aus dem europäischen Sozialfonds (ESF), die durch Spenden zahlreicher Stiftungen ergänzt werden.

„enterprise“-Verbund – gemeinsam für mehr Existenzgründungen

„enterprise“ ist mittlerweile eine Marke, die für die Existenzgründungsberatung von 18–27-Jährigen mit einheitlichen Standards steht. Damit diese Qualitätsgarantie erhalten bleibt, haben die verantwortlichen Träger aus den einzelnen Ländern den „enterprise“-Verbund gegründet. Die Projektleiter treffen sich regelmäßig und tauschen sich über neue Entwicklungen und nötige Anpassungen aus. iq consult stellt sicher, dass die Marke „enterprise“ nicht verwässert oder zweckentfremdet wird. Sind Förderrichtlinien nicht mit der Arbeitsweise des Beratungsunternehmens vereinbar, wird auf

die Durchführung des Projekts verzichtet. Dies hat beispielsweise zur Beendigung des Engagements in Sachsen geführt, da seit einer Gesetzesänderung die Förderung von „enterprise“ in der ursprünglichen Form nicht mehr möglich ist.

4. Phase: Den nächsten Schritt gehen

Förderung von Existenzgründung ist aktive Sozialpolitik

Die Ergebnisse von „enterprise“ können sich sehen lassen: Bisher wurden über 1.400 Gründungen in den ostdeutschen Bundesländern realisiert. Statistisch betrachtet, schafft jeder zweite Gründer noch einen weiteren Arbeitsplatz; 70 Prozent der Gründer betreiben ihr Unternehmen noch heute. Doch für Norbert Kunz und Kollegen ist das kein Grund, sich auf dem Erreichten auszuruhen, vielmehr entwickeln sie ständig neue Projekte.

Ein Beispiel dafür ist das Projekt „stattkapital“, ein Mentorennetzwerk für junge Unternehmer. Bislang sind 70 Unternehmer beteiligt: junge Gründer, die Unterstützung suchen, und erfahrene Unternehmer, die ihr Wissen weitergeben möchten. „stattkapital“ übernimmt das Matching passender Paare und organisiert Netzwerkveranstaltungen. In Zukunft soll es auch einen Fonds geben, der die Umsetzung gemeinsam entwickelter Geschäftsideen finanziell unterstützt.

Seit 2004 engagieren sich die Berliner mit dem Projekt „enterability“ auch in der Existenzgründungsberatung für Menschen mit Behinderung, eine bis dahin noch nicht systematisch erschlossene Zielgruppe für Existenzgründungen. Der Erfolg von „enterability“ spricht für sich: Es wurden bisher 400 Gründungswillige beraten, von denen über 120 ihre Gründungsidee umsetzen konnten.

Das Thema Finanzierung bleibt ein Knackpunkt – zum einen für die vielen Existenzgründer und zum anderen für die Durchführung von „enterprise“ und den weiteren Projekten der iq consult. Ziel der Berater ist es, weiterhin ihre Projekte als Beitrag zur Arbeitsmarktpolitik umzusetzen und einen „Social Return on Investment“ zu generieren – für jeden Einzelnen und für die Gesellschaft.

iq consult GmbH

| | |
|-------------------|---|
| Branche: | Beratung |
| Kerngeschäft: | Existenzgründung, Kultur und Regionalentwicklung |
| Geschäftsführung: | Norbert Kunz, Thorsten Jahnke |
| Mitarbeiterzahl: | 30 |
| Umsatz: | 1,4 Mio. Euro p.a. |
| Kontakt: | Norbert Kunz, Thorsten Jahnke Muskauer Str. 24 10997 Berlin |
| Telefon: | 030/6113429 |
| E-Mail: | kunz@iq-consult.com; jahnke@iq-consult.com |
| Internet: | www.iq-consult.com |
| Weitere Infos: | www.iq-enterprise.de |

SIK-Holzgestaltungs GmbH: Regenbogenprojekt

Kurzbeschreibung des Projekts

Gemeinsam mit Jugendlichen aus Ost- und Westdeutschland sowie den jeweiligen Gastländern baut die SIK-Holzgestaltungs GmbH seit 1998 an symbolträchtigen Orten Regenbögen für Demokratie und Völkerverständigung. Regenbögen stehen beispielsweise in Soweto, Südafrika, und auf dem ehemaligen Mauerstreifen in Berlin. Die Jugendlichen lernen beim Bauen fremde Kulturen kennen und werden sich ihrer Verantwortung in der globalisierten Welt bewusst.



Klaus-Peter Gust, Inhaber der Firma SIK-Holz® und Initiator des Regenbogenprojektes

Das Problem

Vorurteile zwischen Ländern und Kulturen

Auslöser für das Entstehen von Vorurteilen können die ethnische Herkunft, die Hautfarbe, die religiöse Zugehörigkeit, das Befürworten unterschiedlicher politischer Systeme und vieles mehr sein. Vorurteile behindern die Verständigung zwischen Gruppen, Ländern und Kulturen und führen in der Konsequenz zu langanhaltenden Konflikten zwischen und innerhalb von Staaten. Auch 20 Jahre nach der Wiedervereinigung Deutschlands gibt es noch immer eine Mauer in den Köpfen vieler Deutscher. Umfragen ergeben, dass es in beiden Landesteilen starke Vorurteile gegen die jeweils anderen Mitbürger gibt: Die Ostdeutschen gelten demnach als undankbar; die Westdeutschen dagegen als unsozial. Dieses Denken prägt noch immer das Zusammenleben in Deutschland.

Das Unternehmen

SIK-Holzgestaltungs GmbH

Noch zu DDR-Zeiten gründet Klaus-Peter Gust gemeinsam mit seiner Frau Claudia am 1. Mai 1988 die Firma SIK-Holz® in Langenlipsdorf, Brandenburg, als Gewerbebetrieb für Holzgestaltungen. Seit 1991 konzentriert sich das Unternehmen auf die Herstellung, Planung und Gestaltung von individuellen Kinderspielplatzgeräten aus besonders widerstandsfähigem Robinienholz, das ohne chemische Imprägnierung eingesetzt werden kann. Der Meisterbetrieb des Holzbildhauerhandwerks beschäftigt heute über 170 Mitarbeiter und bildet nicht nur Zimmerleute, sondern auch Holzbildhauer aus. Als erster deutscher Spielgerätehersteller bezieht das Unternehmen ausschließlich FSC-zertifiziertes Holz (aus nachhaltigem Anbau), um seiner Verantwortung gegenüber der Umwelt gerecht zu werden.

Motivation: Kinder und Jugendliche liegen den Eheleuten Gust am Herzen. Ihre Spielplätze sind Gesamtkonzepte, die den Kindern die Möglichkeit geben, spielerisch die Welt zu entdecken. Mit Jugendlichen einen sinnvollen Beitrag zur Völkerverständigung zu leisten, macht das Engagement für das Ehepaar nicht nur zur Freude, sondern zur Berufung.

1. Phase: Das Problem erkennen

Sichtbare Zeichen der Völkerverständigung sind nötig

Pfarrer Heinz-Joachim Lohmann aus Brandenburg und sein Studienkollege Pastor Rolf Martin aus Lübeck planen im Frühjahr 1998 mit einer Gruppe Jugendlicher im Alter von 17–21 Jahren aus ihren Gemeinden eine dreiwöchige Reise nach Soweto in Südafrika. Sie möchten dort gemeinsam mit Jugendlichen aus Soweto das Gemeindezentrum von Youth Life Ministries renovieren. Der Leiter der Einrichtung, Abe Madlou, ist ein guter Freund von Rolf Martin, der im Rahmen seines Referendariats 1986 einige Monate in Soweto verbracht hat. Alle drei möchten mit dieser Reise Vorurteile abbauen, zum einen zwischen West- und Ostdeutschen und zum anderen zwischen Farbigen und Weißen. Vier Jahre nach den ersten freien Wahlen in Südafrika sind Begriffe wie Demokratie und Toleranz noch nicht selbstverständlich, und gegenüber Weißen gibt es viele Vorurteile. Die Pfarrer möchten zeigen, dass sich Weiße für Farbige einsetzen können, und die Jugendlichen sollen gemeinsam Begriffe wie Toleranz, Demokratie und Völkerverständigung mit Leben füllen. Der Aufenthalt soll durch Seminare zur Geschichte Südafrikas vorbereitet werden. Vor Ort sind dann weitere Workshops gemeinsam mit den Jugendlichen aus Südafrika geplant.



Handwerkliches Geschick im Einsatz

Da die Pfarrer kein handwerkliches Geschick besitzen, überlegen sie, wer die Jugendlichen vor Ort bei der Renovierung anleiten kann. Heinz-Joachim Lohmann spricht den Kirchenältesten seiner Gemeinde, Holzbildhauermeister Klaus-Peter Gust, als geeigneten Kandidaten an. Gust und seine Frau Claudia stimmen nach kurzer Überlegung zu und erklären sich bereit, die Gruppe nicht nur nach Südafrika, sondern auch schon während der Vorbereitung auf den Auslandsaufenthalt zu begleiten. So treffen sich alle im April 1998 zur Vorbereitung: Sie lernen etwas über die Apartheid, Armut und Reichtum und die Probleme des Landes mit HIV/AIDS. Den Organisatoren ist es wichtig, dass die Jugendlichen ihre Tätigkeit in Soweto auch in einen größeren Rahmen einordnen können. Es geht ihnen darum, ein Zeichen für Völkerverständigung und gegen Vorurteile zu setzen.

Doch ist die Renovierung eines Kirchengeländes dafür die richtige Strategie? Klaus-Peter Gust möchte mehr. Während des Workshops hat er die Idee, ein sichtbares Zeichen zu errichten, das auch in einigen Jahren die Menschen vor Ort noch an den Besuch der Jugendlichen aus Deutschland und ihr Anliegen erinnert. Nelson Mandelas Worte: „We enter into a covenant that we shall build a society in which all South Africans, both black and white, will be able to walk tall, without fear in their hearts, assured of their inalienable right to human dignity – a rainbow nation at peace with itself and the world“, inspirierten Gust. Er entwickelt eine Regenbogenkonstruktion, die als Spielgerät genutzt werden kann und als universal verständliches Zeichen der Hoffnung gilt. Der Regenbogen kann von den Jugendlichen gemeinsam aufgebaut werden, und die geplanten Workshops können sich thematisch damit befassen.

2. Phase: Eine Strategie entwickeln

Ein Regenbogen als Zeichen der Hoffnung

Als erstes wird der ursprünglich geplante Ablauf für das Workcamp umgestellt. Im zweiten Vorbereitungsworkshop bauen die Jugendlichen nun ein Modell für den Regenbogen und befassen sich tiefergehend mit seiner Bedeutung. Anhand dieser Vorbereitung entwickelt das Leitungsteam weitere Workshops, die dann in Soweto mit allen Jugendlichen aus Deutschland und Südafrika und den Anwohnern durchgeführt werden sollen. Dabei geht es um Themen wie Völkerverständigung, Toleranz und Demokratie, aber auch um die persönlichen Lebensziele der Jugendlichen und ihre Verantwortung für das Zusammenleben verschiedener Kulturen.

Die Dauer des Workcamps wird auf drei Wochen festgelegt: Das reicht, um den Regenbogen aufzubauen und etwas tiefer in die Kultur des Landes einzutauchen. Öffentlichkeitsarbeit ist von vornherein ein zentraler Bestandteil des Konzepts. Zum einen wird ein eigener Internetauftritt erstellt, in dem die Gruppe über die Vorbereitung und Fortschritte des Projekts berichtet. Zum anderen sollen die Bewohner in Soweto aktiv in das Geschehen einbezogen werden, indem sie beispielsweise bei Festen und Workshops gemeinsam mit den Jugendlichen die begleitenden Themen diskutieren.

Zusätzlich hat sich das Leitungsteam eine besondere Arbeitsaufteilung überlegt. Insgesamt soll es fünf Gruppen geben, die aus Jugendlichen aus Ost- und Westdeutschland und Soweto bestehen, die täglich wechselnde Aufgaben wahrnehmen. Jeweils zwei Gruppen bauen am Regenbogen, eine Gruppe ist für die Verpflegung zuständig, eine organisiert die Öffentlichkeitsarbeit, und die letzte Gruppe setzt sich künstlerisch mit dem Thema Regenbogen auseinander. Dabei entstehen Gedichte und Lieder, aber auch weitere Skulpturen. Am Regenbogen soll nur an den Wochentagen gebaut werden, die Wochenenden dienen dazu, die Jugendlichen aus Soweto in ihren Familien zu besuchen, um so mehr über das tägliche Leben der Menschen zu lernen.

Die Gusts erklären sich bereit, die nötigen Materialien kostenlos zur Verfügung zu stellen, den Transport nach Soweto zu übernehmen und die Jugendlichen handwerklich anzuleiten. Die inhaltliche Gestaltung der Workshops wird von den Pfarrern in Deutschland wahrgenommen. Abe Madlou kümmert sich um die Vorbereitung in



Gemeinsam Hoffnung schaffen

Soweto und organisiert die Unterkunft für die Gruppe. Mit diesem Konzept geht es dann im Juli 1998 nach Südafrika, mitten in den afrikanischen Winter.

3. Phase: Das Projekt auf den Weg bringen

Einmal Soweto und zurück

Die gute Vorbereitung zahlt sich in Soweto aus. Die Mitarbeiter von Gust verschicken das erste Mal einen Container nach Übersee. Sie lernen vieles über Zollerklärungen und welche Schwierigkeiten es beim internationalen Versand geben kann. So kommt der Regenbogencontainer drei Tage zu spät in Soweto an. Dadurch entstehen zusätzliche Kosten für die Firma. „Das war eine wichtige Erfahrung für zukünftige Projekte“, berichtet Claudia Gust. Schließlich kann der Regenbogen dann doch auf dem Gelände einer Schule errichtet werden. Die Gruppe schläft im Gemeindezentrum und arbeitet von morgens bis abends hart, damit der Regenbogen nach drei Wochen steht. Die gemeinsame körperliche Arbeit hat auch für die Betreuer einen überraschenden Effekt. Dass Weiße körperlich arbeiten, ist für viele Jugendliche aus Soweto unvorstellbar, doch als sie sehen, dass selbst die Mädchen bei jeder Arbeit mitanpacken, sind sie sprachlos. Das ist der Einstieg für Diskussionen über Vorurteile und ihre Entstehung. Das Konzept der Öffentlichkeitsarbeit geht ebenfalls auf. Die Anwohner lassen sich auf das Experiment ein und kommen gerne zu den Veranstaltungen der Gruppe. Nach den drei Wochen steht für alle fest, dass sich die Reise gelohnt hat – für sie persönlich und für ihr Anliegen, Vorurteile abzubauen und die Völkerverständigung zu fördern.

Regenbögen für die ganze Welt

In Soweto steht der erste Regenbogen, aber noch lange nicht der letzte. Im Folgejahr – wie auch in den nächsten Jahren – geht es nur um die Frage, wo der nächste Regenbogen gebaut werden soll. Auch als die beiden Gemeindepfarrer versetzt und befördert werden, bleibt die Kooperation bestehen. Die Auswahl der nächsten Standorte orientiert sich an folgenden Kriterien: Der Ort muss eine besondere Bedeutung für die Themen Konflikt, Demokratie und Völkerverständigung haben, und es muss einen Partner vor Ort geben, der den Besuch der Gruppe koordinieren kann. Für die Partnersuche sind die persönlichen Kontakte des Organisationsteams ausschlaggebend. Stimmen die anderen Kriterien ebenfalls, beschäftigt sich die Gruppe mit den Besonderheiten des Standorts, damit vor Ort die thematischen Workshops durchgeführt werden können.



Mit Präzision am Werk

1999 entsteht der zweite Regenbogen in Berlin: Auf dem ehemaligen Mauerstreifen ist er ein sichtbares Zeichen für die Verbindung von Ost- und Westdeutschland. Albany in den USA ist 2001 die nächste Station: Auf dem Gelände eines Jugendzentrums innerhalb eines schwarzen Wohnviertels steht seitdem ein Regenbogen. Im Jahr 2002 geht es weiter in Lübeck und 2004 in Schwedt/Oder, gemeinsam mit einer polnischen Jugendgruppe. 2005 wieder Südafrika – diesmal baut die Gruppe in einer weißen Gemeinde einen halben Regenbogen als Verbindungsstück zum ersten Regenbogen in Soweto, der anschließend von der Gruppe renoviert wird. 2007 wird ein weiterer Regenbogen in Deutschland aufgestellt, und im Sommer 2008 geht es erstmals nach Südamerika: Asunción, Paraguay.

Die internationale Regenbogen-Gemeinschaft

Langsam bildet sich ein internationales Regenbogen-Netzwerk, denn egal, wo ein neuer Regenbogen aufgestellt wird, die Jugendlichen aus den Vorjahren sind wieder eingeladen. So bauen mittlerweile Jugendliche aus Südafrika, den USA, Paraguay, Polen und Deutschland die Regenbögen auf der ganzen Welt. Sie sind Botschafter ihres Landes und der Idee des Regenbogens. Nach zehn Jahren ist die Faszination des Regenbogens ungebrochen, und als Zeichen für Toleranz und Völkerverständigung soll er noch an vielen Orten der Welt aufgebaut werden. Aber auch aktuelle Fragen, wie der globale Klimawandel, stehen auf der Agenda.

Finanzierung – Spenden und Fördermittel

Die einmalige Durchführung des Projekts kostet ungefähr 60.000 Euro, die aus verschiedenen Quellen stammen: Material und Werkzeug werden von Klaus-Peter Gust bereitgestellt; 10.000 Euro werden beim Bundeswirtschaftsministerium beantragt. Bedingung für diese Förderung ist, dass es zu regelmäßigen Rückbegegnungen

kommt. Meistens verbindet die Gruppe das direkt mit dem Bau eines neuen Regenbogens. Die restliche Summe wird durch die Teilnehmer und weitere Spender aufgebracht. So tragen die Jugendlichen im Regelfall ihre Flugkosten selbst. Wenn sich die Familien die Reisekosten für eine Teilnahme nicht leisten können, organisiert das Leitungsteam die Übernahme der Reisekosten durch Spenden.

Wertvolle Erfahrungen für das Unternehmen

Mit den Jahren wird die Organisation immer professioneller. Gust und seine Mitarbeiter wissen mittlerweile, was nötig ist, um die Materialien für den Bau rechtzeitig in die jeweiligen Länder zu transportieren. Doch das hilft nicht immer: In Paraguay verspätet sich der Container so sehr, dass die Jugendlichen nur vier Tage Zeit haben, um den Regenbogen aufzubauen – aber sie schaffen es. Claudia Gust absolviert eine Ausbildung zur Moderatorin beim Kinderhilfswerk, damit sie die thematischen Workshops während der Workcamps und in der Vorbereitung gemeinsam mit den Pfarrern leiten kann. Auch Mitarbeiter von Gust sind mit von der Partie: Sascha Glowik, Verkaufsleiter von SIK-Holz, hat die Projektkommunikation übernommen und fährt gerne mit in die Workcamps.

Regenbögen als Produkt?

Schon im Jahr 2000 kommt die erste Anfrage einer Schule bei Nürnberg, ob ein Regenbogen auf ihrem Schulgelände errichtet werden könnte. Klaus-Peter Gust steht vor einer grundsätzlichen Entscheidung: Ist der Regenbogen nur ein käufliches Spielgerät, oder geht es ihm um das Gesamtkonzept? Die Entscheidung der Gusts ist ein-

deutig – das Gesamtkonzept aus Workshops und der gemeinsamen Arbeit zählt. Die Schule geht auf die Bedingungen ein: Dort wird gemeinsam mit der örtlichen Sportjugend innerhalb einer Woche ein Regenbogen aufgestellt. Von den Einnahmen spendet Gust 5.000 DM für die Durchführung des nächsten Regenbogenprojekts. In Berlin-Spandau wird später noch ein weiterer Regenbogen gemeinsam mit einer Schule realisiert. Ähnliche Anfragen sind bislang daran gescheitert, dass die Auftraggeber lediglich Interesse am Spielgerät hatten und nicht an den Workshops.

Damit der Regenbogen nicht durch Nachahmer kommerzialisiert werden kann, hat Gust den Regenbogen rechtlich als Geschmacksmuster, das ihm die ausschließliche Befugnis zur Nutzung der ästhetischen Gestaltungsform sichert, schützen lassen. So kann das Projektteam darüber bestimmen, wo der Regenbogen gebaut wird. Dies ist für Gust ein klarer Bestandteil des Qualitätsmanagements: Der Regenbogen ist ein Symbol für Völkerverständigung und Toleranz und „darf nicht für kommerzielle Zwecke missbraucht werden“.

4. Phase: Den nächsten Schritt gehen

Institutionalisierung der Organisation

Das Regenbogenprojekt geht auch in den nächsten Jahren weiter und wird sogar größer: Für Anfang 2009 ist die Gründung einer Stiftung geplant, die in Zukunft Träger des Projekts sein soll. Die Stiftung soll die Spenden verwalten und die Koordination der nächsten Projekte übernehmen. Die Nordelbische Landeskirche, langjähriger Partner bei der Umsetzung der Regenbögen, hat sich bereit erklärt, die Verwaltungskosten der Stiftung zu übernehmen. Gust plant, 20.000 Euro als Startkapital in die Stiftung einzubringen. Neben der Durchführung weiterer Regenbogenprojekte, zum Beispiel 2009 in Polen, will die Stiftung auch die Organisation Youth Life Ministries in Soweto weiter unterstützen. Eine konkrete Idee ist die Übernahme von Bildungspatenschaften für begabte Jugendliche. Abe Madlou, Leiter des Jugendzentrums in Soweto, soll die jeweiligen Kandidaten aussuchen, die dann 2.500 Euro jährlich für ihr Studium erhalten.

Klaus-Peter Gust ist von seiner Idee überzeugt: Mit den Regenbögen gelingt es, Brücken zwischen den Kulturen zu schlagen, Menschen zusammenzubringen, die sonst keinen Kontakt zueinander hätten und Jugendliche für das Geschehen in der Welt zu interessieren.

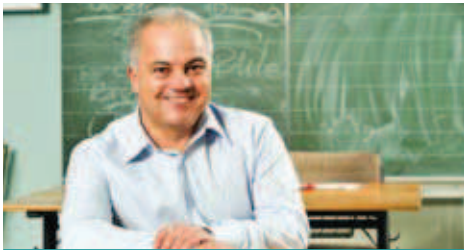
SIK-Holzgestaltungs GmbH

| | |
|-------------------|--|
| Branche: | Spielgeräte |
| Kerngeschäft: | Bau von individuellen Spielplatzgeräten |
| Geschäftsführung: | Klaus-Peter Gust |
| Mitarbeiterzahl: | 175 |
| Umsatz: | 11,5 Mio. Euro |
| Kontakt: | Klaus-Peter Gust Dorfstraße 54a 14913 Langenlipsdorf |
| Telefon: | 033742/799-0 |
| E-Mail: | info@sik-holz.de |
| Internet: | www.sik-holz.de |
| Weitere Infos: | http://rainbowproject.de |

Turkish Round Table Club e. V.: Integration durch Bildung

Kurzbeschreibung des Projekts

Integration durch Bildung. Das ist das erklärte Ziel des Turkish Round Table Club (TRTC) in Heilbronn. Hierfür setzt der Club bereits in der Grundschule an und bietet Förderunterricht für Kinder mit türkischem Migrationshintergrund. Begleitet wird der Unterricht durch die gezielte Aufklärung der Eltern, welchen Beitrag sie als Unterstützer und Förderer der Kinder für den Bildungserfolg leisten können. Zusätzlich fungieren die Mitglieder des Vereins, allesamt türkischstämmige Unternehmer und Akademiker, für türkische Schüler als Vorbilder in Haupt- und Realschulen.



Dr. Bora Tuncer ist der 2. Vorsitzende des Turkish Round Table Club

Das Problem

Schlechtere Bildungschancen für türkischstämmige Kinder

In kaum einem anderen Industrieland hängt der Bildungserfolg so stark von der sozialen Herkunft ab wie in Deutschland. Das trifft vor allem auf Kinder mit Migrationshintergrund zu. Im Vergleich erreichen Kinder und Jugendliche nicht-deutscher Herkunft ein deutlich geringeres Bildungsniveau. Sie sind in allen Schularten unterrepräsentiert, die zu weiterführenden Abschlüssen führen. In Hauptschulen hingegen sind Kinder mit Migrationshintergrund überrepräsentiert. Über 25 Prozent der Hauptschüler haben einen Migrationshintergrund, doch nur acht Prozent der Realschüler und weniger als fünf Prozent der Gymnasiasten. In Heilbronn liegt der Anteil der Grundschüler mit ausländischem Pass bei fast 32 Prozent. Damit ist Heilbronn die Stadt mit dem höchsten Ausländeranteil in Baden-Württemberg. Betrachtet man alle Kinder bis 18 Jahre, haben 62 Prozent eine Zuwanderungsgeschichte (inklusive derjenigen, die eingebürgert wurden). Die größte Gruppe stellen hierbei türkischstämmige Kinder dar. Auch in Heilbronn erhalten überdurchschnittlich viele Schüler mit Migrationshintergrund eine Hauptschulempfehlung. Nur wenige haben die Chance, eine Realschule oder ein Gymnasium zu besuchen. Dieser negative Trend setzt sich dann bei den Bildungs- und Berufsabschlüssen fort, sodass letztlich Kinder mit Migrationshintergrund einen schlechteren Start ins Berufsleben haben.

Die Unternehmer

Turkish Round Table Club e. V.

Im Herbst 2006 gründen elf türkischstämmige Freunde den Turkish Round Table Club in Heilbronn mit dem Ziel, Erfahrungen aus-

zutauschen und gemeinsame Freizeitaktivitäten zu starten. Die elf Freunde sind erfolgreiche Unternehmer oder Akademiker, die vor Jahren in der Region Heilbronn heimisch geworden sind. Schnell erkennen die elf, dass ihnen der Erfahrungsaustausch nicht ausreicht und sie sich gemeinsam engagieren möchten. Sie beschließen, die Türken in Heilbronn bei der Integration in Deutschland zu unterstützen. Nach dem Vorbild von Serviceclubs (wie den Rotariern oder dem Lions Club) möchten sie in ihrer Region aktiv werden. Anfang 2007 etablieren sie offiziell den Turkish Round Table Club. Vier weitere Mitglieder treten dem Verein 2007 bei. Dem Vorstand gehören Dr. Bora Tuncer und Caner Sentürk an.

Motivation: „Verändere, was du ändern musst. Nehme an, was du nicht ändern kannst.“ Dieses Motto nimmt der Turkish Round Table Club als Richtlinie für sein Engagement.

1. Phase: Das Problem erkennen

Schwerer Einstieg ins Berufsleben für Migranten

Alle Mitglieder des Clubs kennen in ihrem Umfeld Jugendliche, die nur schwer einen Ausbildungs- oder Arbeitsplatz finden. Die meisten Jugendlichen können lediglich einen Hauptschulabschluss vorweisen. Die Mitglieder des Clubs hingegen sind erfolgreiche Geschäftsleute mit akademischer Ausbildung – obwohl sie die gleichen Ausgangsvoraussetzungen hatten. Sie wissen, dass gerade im Raum Heilbronn-Franken ein großer Bedarf an Facharbeitern besteht und genügend Arbeitsplätze in der Region vorhanden sind. Des Weiteren verfügen Migranten über eine Kompetenz, die im Berufsleben zunehmend wichtiger wird: interkulturelles Verständnis. Sie wachsen in zwei Kulturen oftmals bilingual auf und lernen in der Schule noch mindestens eine weitere Fremdsprache. Die Mitglieder des



Die Lernbereitschaft der Kinder ist groß

TRTC stellen sich die Frage, warum ihre türkischstämmigen Mitbürger ihr Potenzial nicht ausschöpfen und wo sie ansetzen können, um das zu ändern. Ein Schlüsselfaktor für die erfolgreiche Integration der Türken in Deutschland ist für sie Bildung, und in diesem Bereich werden sie aktiv.

2. Phase: Eine Strategie entwickeln

Die Weichen müssen schon in der Grundschule gestellt werden

Die Mitglieder des TRTC beginnen sich über das Thema Bildung zu informieren. Ihr erklärtes Ziel ist es, die Zahl derjenigen Türken zu erhöhen, die überhaupt einen Schulabschluss erreichen, und zweitens mehr Kinder mit türkischem Migrationshintergrund zum Real-schulabschluss oder Abitur zu führen. Doch wo ist der richtige Ansatzpunkt? Alle Studien weisen in eine Richtung: Je früher mit der Förderung begonnen wird, desto nachhaltiger und wirksamer ist der Effekt. Im deutschen Bildungssystem werden die Weichen für die Bildungskarriere schon früh gestellt. Die Entscheidung, welche weiterführende Schule das Kind besucht, ist grundlegend und wird bereits nach vier Schuljahren getroffen. Damit steht für die Gruppe fest, dass sie in der Grundschule ansetzen müssen.

Ein wichtiges Element für den schulischen Erfolg der Kinder ist die Unterstützung der Eltern. Deshalb konzipieren sie Informationsabende für türkische Eltern, die über das deutsche Bildungssystem informieren und die Wichtigkeit der Schulbildung für den weiteren Lebensweg herausstellen. Für die Kinder selbst erscheint Förderunterricht in der zweiten und dritten Klasse sinnvoll, da die Ergebnisse dieser Schuljahre die Grundlage für die Empfehlung an die

weiterführenden Schulen darstellen. Die tragende Säule des TRTC-Konzepts ist es, die Informationen und Angebote von Personen aus dem eigenen Kulturkreis an die Eltern zu übermitteln. Das reduziert Berührungsängste und erhöht die Bereitschaft, Vorschläge und Tipps auch anzunehmen. Mit dieser Idee sucht der Club im Frühjahr 2007 den Kontakt zur Stadt Heilbronn und den zuständigen Ämtern. Nach mehreren Gesprächen sichert die Stadt ihre Unterstützung zu, und der TRTC kann die ersten Kindergärten und Grundschulen ansprechen.

3. Phase: Das Projekt auf den Weg bringen

Überzeugungsarbeit bei Eltern und Lehrern

Um Kontakt zu den Grundschulen zu bekommen, gehen die Mitglieder des Clubs an die Öffentlichkeit. Sie stellen ihr Konzept, bestehend aus Elterneinbindung und Förderung der Kinder, in der „Heilbronner Stimme“ vor, der dominierenden Tageszeitung in der Region. Daraufhin meldet sich die Schulsozialarbeiterin Jutta Krüger der Gerhart-Hauptmann-Schule bei TRTC. Sie ist von diesem Club begeistert und an einer Zusammenarbeit interessiert. Schnell findet sich ein Gesprächstermin, bei dem der TRTC den Lehrern sein Konzept näher erläutert. Er ist überzeugt: Der Schlüssel für das Projekt liegt bei der Unterstützung der Lehrer. Diese sind zu Beginn skeptisch, lassen sich aber auf das Experiment ein. Der nächste Schritt ist ein Elternabend für die türkischen Eltern der Jahrgangsstufen 2 und 3. Der Abend wird ein überwältigender Erfolg. Mitglieder des TRTC übersetzen nicht nur, sondern machen den Eltern eindringlich klar, dass die Kinder auch zu Hause ihre Unterstützung und Ermutigung benötigen, wenn sie zuerst in der Schule und später im Beruf erfolgreich sein sollen. Der Gesprächsbedarf der Eltern ist enorm – insgesamt dauert der Abend doppelt so lange wie ursprünglich geplant. Und die Elternabende ziehen weite Kreise: Die Anwesenden geben die erhaltenen Informationen auch an Nachbarn und Bekannte weiter, sodass sich das Wissen schnell verbreitet.

„Ich will Weltraumforscher werden!“

Für den Förderunterricht schlagen die Klassenlehrer geeignete Schüler vor. Wichtigstes Kriterium ist, dass die Schüler das Potenzial haben, mit einer Förderung die Empfehlung für die Realschule oder das Gymnasium erreichen zu können. Die Kinder erhalten wöchentlich bis zu zwei Schulstunden Förderunterricht, vor allem in den Fächern Mathematik und Deutsch, den der TRTC finanziert. Lehrkräfte hierfür werden von der Schule ausgewählt. In Kleingruppen



Wissbegierig stellen die Grundschüler viele Fragen

pen von maximal fünf Kindern findet der Unterricht statt. Er wird so in den Stundenplan der Kinder integriert, dass sie nicht zusätzlich am Nachmittag in die Schule kommen müssen. Die Schüler verstehen, auch wegen der gezielten Ermunterung durch ihre Eltern, wie wichtig der Schritt auf das Gymnasium für sie ist: Wie sollen sie sonst ihren Berufswunsch Weltraumforscher oder Ärztin verwirklichen? Der zusätzliche Unterricht wird von den Kindern nicht als Belastung, sondern als Bereicherung empfunden, gerade wenn sie im Unterricht ihr vertieftes Wissen nutzen können und Erfolgserlebnisse erzielen. Fehlt ein Schüler öfter beim Förderunterricht, spricht der Club die Eltern an und fragt nach den Gründen. Wenn sich herausstellt, dass die Eltern das Kind nicht unterstützen, wird es aus der Gruppe genommen. Förderunterricht alleine reicht nicht aus, denn nur im Zusammenspiel zwischen Schule und Eltern ist ein Erfolg für die Kinder möglich.

Evaluation des Projekts ist Voraussetzung für den Erfolg

Der Club will sich an seinen Ergebnissen messen lassen. Erstes Ziel ist, dass mehr türkische Kinder in der Grundschule eine Empfehlung für die Realschule oder das Gymnasium erreichen. Dafür werden alle drei Monate Evaluationsgespräche zwischen den Klassenlehrern, den Eltern, den Förderlehrern und dem Turkish Round Table Club geführt. Fortschritte der einzelnen Kinder werden besprochen und evtl. Anpassungen bei der Förderung vorgenommen. Für die Bewertung werden die Noten in den Klassenarbeiten und die allgemeine Entwicklung der Kinder betrachtet. Da das Projekt erst seit einem Schuljahr läuft, können die ersten Erfolge beim Übergang erst im kommenden Frühjahr konkret gemessen werden, wenn die Empfehlungen für die weiterführenden Schulen feststehen. Aber ein Ergebnis gibt es schon: An der Gerhart-Hauptmann-Schule treffen sich Mütter und Lehrer nun regelmäßig zu einem Teeabend, um sich über aktuelle Themen auszutauschen.



Durch Individualförderung sollen die Bildungs- und Berufschancen erhöht werden

4. Phase: Den nächsten Schritt gehen

Übertragung des Konzepts

Dem Turkish Round Table Club war es von Anfang an wichtig, ein übertragbares Konzept zu entwickeln. Damit das Projekt Nachahmer findet, wurden alle Projektunterlagen auf der Internetseite des Clubs veröffentlicht. Die Maßnahmen und Ziele sollen für jedermann transparent und nachvollziehbar sein. So können mehr Menschen von der Idee begeistert werden. Mittlerweile wird der Förderunterricht für 25 Schüler an vier der 19 Grundschulen in Heilbronn angeboten. Der TRTC übernimmt die Kosten von 25 Euro pro Stunde, und die Schulen stellen die Räume zur Verfügung. Das Geld dafür bringt der Club über die Mitgliedsbeiträge und Spenden auf. Dieses hohe finanzielle Engagement ist für alle Mitglieder selbstverständlich, doch müssen für den Ausbau der Förderung noch weitere Geldgeber gefunden werden. 100 Kinder, das ist die Zielmarke für 2009! Dafür wären ca. 1.000 Euro pro Woche nötig. Der TRTC prüft momentan, welche Stiftungen für dieses Projekt Mittel zur Verfügung stellen können oder ob eine Beantragung von Fördermitteln von Land, Bund oder EU sinnvoll sein könnte.

Selbst Vorbild sein

Der Erfolg des Förderunterrichts wird auf dem Arbeitsmarkt erst in einigen Jahren sichtbar sein – doch was ist mit den türkischen Jugendlichen, die sich jetzt für einen Beruf entscheiden müssen? Auch hier hat der TRTC ein Konzept entwickelt. An weiterführenden Schulen in Heilbronn treten die Mitglieder des Vereins als Vorbilder für die Jugendlichen auf. Sie berichten über ihre eigenen Erfahrungen in Schule und Wirtschaft, beschreiben ihren beruflichen Werdegang und zeigen ihnen, dass ihr Migrationshintergrund kein Hindernis ist, sondern im Gegenteil sogar ein Vorteil sein kann. Der „Aha-Effekt“ bei vielen Schülern ist enorm – da steht jemand mit



Die türkischen Grundschüler sind im Förderunterricht mit großem Eifer dabei



Geduldig beantwortet die Lehrerin alle Fragen der Schüler

der gleichen Geschichte wie ich, und er ist erfolgreich. Also kann ich das auch! Diese positive Rückmeldung ist ein weiterer Ansporn für den Club. Um auch weibliche Vorbilder für türkische Mädchen zu schaffen, gibt es eine Kooperation mit einem türkischen Frauenverein aus der Region.

Berührungängste zwischen den Kulturen abbauen

Doch der TRTC beschränkt sich nicht nur auf die eigenen Landsleute. Er möchte auch Spaß an Integration vermitteln und hat deshalb im Oktober 2008 die „1. Türkischen Kulturtage“ in Heilbronn organisiert. Theater und Musik gehören genauso dazu wie Lesungen und Comedy. Türkische Künstler stellen ihre Werke in türkischer und deutscher Sprache vor. Ziel der Veranstaltung ist, dass Türken die Veranstaltungsorte kennenlernen und umgekehrt die anderen Bewohner Heilbronn die Vielfalt der türkischen Kulturszene schätzen lernen. Ganz nebenbei werden Spendengelder eingesammelt, die es dem Verein ermöglichen, für fünf weitere Kinder den Förderunterricht anzubieten. Im nächsten Jahr soll es die Kulturtage auf

jeden Fall wieder geben. Sie sind ein Zeichen für den Integrationswillen des TRTC und fördern die Verständigung zwischen den Kulturen in Heilbronn.

„Wir wachsen – planvoll und gezielt“

Der Turkish Round Table Club hat momentan 15 Mitglieder, doch im nächsten Jahr ist ein weiterer Ausbau geplant. Ein umsichtiges und gezieltes Wachstum ist das Ziel des TRTC. Die neuen Mitglieder müssen die Ideen der Gründer teilen. Darüber hinaus spielen das zeitliche und finanzielle Engagement eine bedeutende Rolle; die Projekte müssen für alle eine Herzensangelegenheit sein. Zur Freude aller nimmt die Unterstützung aus der Bevölkerung für das Projekt immer mehr zu, und viele Bürger spenden dem Verein Geld, damit er seine guten Ideen weiter umsetzen kann.

Der Turkish Round Table Club ist ein gutes Beispiel dafür, wie erfolgreiche Integration gestaltet werden kann – von Türken für Türken.

Turkish Round Table Club e. V.

| | |
|---------------|---|
| Branche: | Serviceclub |
| Kerngeschäft: | Förderung der Integration von Türken in Deutschland |
| Vorstand: | Dr. Bora Tuncer |
| Mitglieder: | 15 |
| Kontakt: | Dr. Bora Tuncer Heilbronn |
| Telefon: | 0171/2026428 |
| E-Mail: | tuncer@zahnarzt-tuncer.de |
| Internet: | www.trtc.eu |

Wall AG: rechenfix & wortgewandt

Kurzbeschreibung des Projekts

Das Förderprojekt der Wall AG „rechenfix & wortgewandt“ richtet sich an Schüler mit Migrationshintergrund, die ein hohes Leistungspotenzial haben. Durch den Förderunterricht werden besonders die Lese-, Rechen- und Rechtschreibfähigkeiten der Schüler an der Jens-Nydahl-Grundschule in Berlin-Kreuzberg verbessert. Die „rechenfix-Kinder“ werden zu Vorbildern für ihre Mitschüler, an die sie die Botschaft übermitteln: Lernen ist cool. Zusätzlich erhalten die Kinder durch Besuche bei der Wall AG einen Einblick in das Berufsleben und lernen bei gemeinsamen Ausflügen die Welt außerhalb ihres Kiezes kennen.



Beate Stoffers ist die Sprecherin der Wall AG

Das Problem

Geringe Bildungschancen für Kinder mit Migrationshintergrund

Nicht zuletzt seit der Veröffentlichung internationaler Vergleichsstudien wie PISA steht das deutsche Bildungssystem in der Kritik. Die Studien belegen das schlechte Abschneiden deutscher Schüler in der Mathematik, den Naturwissenschaften und im Bereich Lesen. Darüber hinaus weisen sie einen starken Zusammenhang zwischen Bildung und sozialer Herkunft in Deutschland nach. Vor allem Kinder mit Migrationshintergrund weisen geringere Leistungen auf. In Berlin-Kreuzberg haben fast ein Drittel der rund 160.000 Bewohner einen Migrationshintergrund. Die Kinder gehen hier zwar zur Schule, doch das deutsche Bildungssystem ist für die Eltern oftmals unverständlich. So können viele Eltern ihre Kinder nicht unterstützen oder unterschätzen vielfach die Bedeutung von Bildung für ein

erfolgreiches (Berufs-)Leben in Deutschland. Den Kindern fehlt es an erfolgreichen Vorbildern in ihrem Umfeld, an denen sie sich orientieren können, um zu lernen, wie wichtig Bildung und Ausbildung für ihre Zukunft sind.

Das Unternehmen

Wall AG

Im Jahr 1976 gründet Hans Wall die Wall Verkehrsanlagen GmbH in Ettlingen, doch bereits 1984 verlegt der Stadtmöblierer seinen Firmensitz nach Berlin. 1999 wird dort die Wall AG gegründet. Im Januar 2007 übernimmt Daniel Wall den Vorstandsvorsitz von Hans Wall, der die Wall AG als Aufsichtsratsvorsitzender weiter begleitet. Heute gehört das Unternehmen zu den international tätigen Firmen für Stadtmöblierung und Außenwerbung. Alle Werbeträger werden im eigenen Produktionswerk für Stadtmöblierungsprodukte in Velten (Brandenburg) produziert. Das Unternehmen vermarktet weltweit sogenannte City Light Posters (CLP), unter anderem in Sofia, Istanbul, Boston und Berlin. Von Beginn an ist Hans Wall sozial engagiert, besonders in Berlin und Umgebung. So sponsert die Wall AG seit einigen Jahren den Betrieb von 79 Brunnenanlagen in Berlin und entwirft und finanziert die Weihnachtsbeleuchtung am Kurfürstendamm. Zusätzlich werden zahlreiche kulturelle Einrichtungen unterstützt und Plakat-Freiflächen für Stiftungen, Theater oder kulturelle Veranstaltungen zur Verfügung gestellt.

Motivation: Als familiengeführtes Unternehmen ist es für die Wall AG selbstverständlich, sich für die Menschen in ihrer Umgebung einzusetzen. Für die Familie Wall ist es vor allem wichtig, sich im Bildungsbereich zu engagieren.



Spielerisch erlernen die Kinder den Umgang mit Zahlen

1. Phase: Das Problem erkennen

Kinder mit Migrationshintergrund scheitern im deutschen Bildungssystem

Im Jahr 2005 fallen Hans Wall die vielen Berichte über die Perspektivlosigkeit von Kindern und Jugendlichen mit Migrationshintergrund in Deutschland auf. Ausgelöst durch die Krawalle von arbeitslosen Jugendlichen in den Pariser Vorstädten, stellt er sich die Frage, ob Berlin ein ähnliches Szenario drohen könnte. Gleichzeitig erreicht ihn aus der Personalabteilung die Meldung, dass die Qualität der Bewerbungen stark nachgelassen habe. Viele Bewerber verfügen nicht über ausreichende Deutschkenntnisse oder sind mit den Grundrechenarten nicht vertraut. Für Wall besteht hier ein klarer Zusammenhang: Geringe Bildung erzeugt Perspektivlosigkeit, die die Gewaltbereitschaft ansteigen lässt! Er entschließt sich, etwas dagegen zu unternehmen. Als Mitglied der Wissensfabrik e. V. setzt sich die Wall AG intensiv mit der Bildungsverantwortung von Unternehmen auseinander. Ein Instrument für die Mitglieder der Wissensfabrik e. V. ist eine Schulpatenschaft, die auch Hans Wall als Grundlage für sein Engagement wählt.

2. Phase: Eine Strategie entwickeln

Kinder für Bildung begeistern

Auf der Suche nach einer passenden Patenschule wendet sich die Wall AG im Frühjahr 2005 an das Referat Soziale Stadt der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung in Berlin. Die Mitarbeiter dort haben einen guten Überblick über die Situation in den einzelnen Stadtvierteln und nennen dem Unternehmen fünf Berliner Grundschulen, die für die Idee des Vorstandsvorsitzenden infrage kommen. Für Hans Wall ist wichtig, dass möglichst viele Kinder mit Migrationshinter-

grund die Schule besuchen und dass die Schulleitung Interesse an einer engen Zusammenarbeit mit seinem Unternehmen hat.

Nach einigen Vorgesprächen steht die Jens-Nydahl-Schule als Partner fest. Die damalige Rektorin Frau Seidel ist in der Stadt für ihr Engagement bekannt und steht einer Kooperation mit der Wall AG aufgeschlossen gegenüber.

Elitenförderung oder Förderung schwacher Schüler?

Zuerst klären die Schule und Hans Wall eine grundsätzliche Frage: Welche Schüler sollen gefördert werden? Die Jens-Nydahl-Schule liegt in einem sozialen Brennpunkt in Berlin-Kreuzberg. Ungefähr 98 Prozent der Kinder haben einen Migrationshintergrund. Mehr als 80 Prozent der Familien sind von staatlichen Transferleistungen abhängig. Viele Bewohner des Stadtteils haben noch nie den Kiez verlassen: Sie kennen weder das Brandenburger Tor, noch wissen sie, dass es sich um ein Wahrzeichen Berlins handelt. Vielen Schülern fehlt die Unterstützung der Eltern, die sich nicht für die Ausbildung ihrer Kinder interessieren. Teilweise gehen die Kinder als Einzige morgens aus dem Haus.

In diesem Umfeld entschließen sich die Projektpartner, starke Schüler zu fördern, um Vorbilder für Bildung zu schaffen. Denn oftmals erhalten leistungsstarke Kinder aus ihrer Umgebung kaum Anreize zum Lernen. Damit sie ein echtes Interesse an Bildung entwickeln, ist ihre Förderung wichtig und sinnvoll. Sie sollen ihre Fähigkeiten weiter ausbauen und gute Beispiele für ihre Klassenkameraden und Geschwister sein. Mathematik und Deutsch werden als Schwerpunkte gewählt: Mathematik fördert das logische Denken, und bessere Deutschkenntnisse sind für die Schulkarriere und den weiteren Lebensweg unerlässlich. Ein Ziel des Projekts ist es, den Kindern den Weg zu weiterführenden Schulen zu eröffnen.



Eifrig lösen die Schüler alle Aufgaben



Eine Lehrerin erklärt den Kindern die Rechenaufgaben

Ein Kooperationsvertrag verpflichtet beide Projektpartner

Grundlage der Zusammenarbeit ist der Kooperationsvertrag zwischen der Schule und der Wall AG, der für das Schuljahr 2005/2006 erstmals unterschrieben wird. Wall stellt der Schule seitdem jährlich 18.000 Euro für die Umsetzung des Förderunterrichts zur Verfügung. Das Geld wird für die Bezahlung der eigens eingestellten Projektlehrer, für Materialien und Ausflüge verwendet. Die Schule verpflichtet sich im Gegenzug, regelmäßige Evaluationen zum Erfolg des Projekts durchzuführen. Die Kooperationsvereinbarung sieht darüber hinaus vor, dass Mitarbeiter der Wall AG die Kinder im Unterricht besuchen und die Kinder mindestens einmal jährlich das Unternehmen erkunden.

3. Phase: Das Projekt auf den Weg bringen

Vorbilder schaffen

Für die pädagogische Ausarbeitung des Förderunterrichts wird eine angehende Grundschullehrerin eingestellt. Sie entwickelt Unterrichtsmaterialien, das Auswahlverfahren für die Kinder, und sie übernimmt die Betreuung der ersten Fördergruppen. Diese Aufgabe hat sie mittlerweile an drei neue Projektlehrer übergeben. Eine Projektkoordinatorin stimmt das Vorgehen zwischen den Klassen- und Projektlehrern ab und beobachtet die Entwicklung der Kinder. Der Förderunterricht wird für jeweils 10 Schüler mit hohem Leistungspotenzial aus den Jahrgangsstufen 3–6 angeboten. Diese 40 Kinder werden zu Beginn des Schuljahres von den jeweiligen Klassenlehrern an die Projektkoordinatorin gemeldet. Weil der Andrang so groß ist, werden im Schuljahr 2008/2009 erstmals zwei weitere, also insgesamt sechs Förderklassen eingerichtet. Eine Förderklasse für

jede Jahrgangsstufe und zwei Klassen, in denen jeweils Schüler aus zwei Jahrgangsstufen zusammengefasst sind. So können dieses Jahr erstmals insgesamt 60 Kinder intensiv gefördert werden.

Die Eltern sind Teil des Projekts

Die Eltern werden von Anfang an in das Projekt eingebunden. Bei einem Informationsabend werden ihnen der Zweck des Förderunterrichts und das Vorgehen erklärt. Für das Projekt ist es wichtig, dass sich auch die Eltern verpflichten. Stimmen die Eltern zu, machen die Kinder einen Einstufungstest. Dieser Test erfüllt mehrere Zwecke: Zum einen wird der Leistungsstand der Kinder kontrolliert, zum anderen erhöht er die Verbindlichkeit des Förderunterrichts. Nach dem Test erhalten die Eltern einen Vertrag von der Schule, der den Besuch des Förderunterrichts regelt. Die Eltern sollen sich bewusst dafür entscheiden und wissen, welche Vorteile das Projekt für ihr Kind hat. Wichtiger Bestandteil des Vertrags ist die Verpflichtung, die Kinder regelmäßig zum Förderunterricht zu schicken. Fehlen die Kinder häufiger als zweimal unentschuldig, verlieren sie ihren Platz in der Gruppe. Das wollen die Kinder unbedingt vermeiden, denn: Ein „rechenfix-Kind“ zu sein ist „cool“.

Zu Beginn eines jeden Schuljahres wird überprüft, ob die Kinder auch im nächsten Jahr in der Fördergruppe bleiben können. Werden Plätze frei – wegen eines Umzugs oder weil Familien die weitere Teilnahme ablehnen –, können neue Kinder aus den jeweiligen Jahrgängen in die Fördergruppe aufgenommen werden. Idealerweise startet ein Kind jedoch mit der Förderung in der dritten Klasse und bleibt vier Jahre konsequent im Projekt. Damit kann ein nachhaltiger Leistungsaufbau sichergestellt werden.

Mathe und mehr

Der Förderunterricht findet in einem Raum statt, der eigens für die Fördergruppe eingerichtet wurde. Für die Kinder ist es eine Auszeichnung, ein rechenfix-Kind zu sein, und sie sind mit Feuereifer dabei. Im regulären Unterricht können sie ihren Klassenkameraden helfen, wenn sie Themen bereits in der Fördergruppe behandelt haben. So lernen sie direkt, ihre Klassenkameraden zu unterstützen und als Vorbild zu agieren. Das Projekt ermöglicht den Kindern auch ein neues Selbstbewusstsein: Sie können anderen etwas beibringen und bekommen Bestätigung für ihr eigenes Wissen. So wird die Einstellung zu ihrer schulischen Karriere und zu Bildung nachhaltig verändert. Neben dem Förderunterricht werden viele Ausflüge unternommen, die Anreize zum Lernen für die Kinder schaffen sollen. Gemeinsame Museumsbesuche, Theateraufführungen oder Rundfahrten durch Berlin stehen auf dem Programm. Für die Kinder sind dies besondere Erlebnisse, da sie mit ihren Eltern selten den eigenen Kiez verlassen.

Schnuppertage in der Wirtschaft

Durch die Kooperation mit der Wall AG haben die Kinder die Möglichkeit, sich auch das Unternehmen genauer anzusehen. Neben regelmäßigen Besuchen in der Firmenzentrale in Berlin bietet die Wall AG Ausflüge in das Produktionswerk in Brandenburg an. Hierauf bereiten sich die Azubis der Wall AG akribisch vor, denn schließlich ist es ihre Aufgabe, den Kindern einen Tag lang zu zeigen, was sie im Unternehmen alles lernen. Die größte Begeisterung löst regelmäßig das Plakatekleben an der Litfaßsäule aus, aber auch andere Tätig-



Durch Gruppenarbeiten erlangen die Kinder soziale Kompetenzen wie Teamfähigkeit

keiten in der Werkstatt sind gefragt. Nach dem gemeinsamen Tag sind zwar sowohl die Azubis als auch die Schüler erschöpft, doch beide Gruppen haben etwas Neues gelernt. Ein weiterer Höhepunkt ist das Gespräch mit Daniel Wall, dem Vorstandsvorsitzenden der Wall AG. Auf die Frage, was sie denn später mal werden wollen, ist die klare Antwort: Chef. Und um dafür gerüstet zu sein, fragen die Schüler Wall „Löcher in den Bauch“.

4. Phase: Den nächsten Schritt gehen

Das Projekt läuft seit 2005 sehr erfolgreich, und die Nachfrage nach den Plätzen übersteigt das Angebot bei Weitem. Kinder und Lehrer sind gleichermaßen von dem Projekt angetan. Die Kinder merken, dass es sinnvoll ist, sich für etwas zu interessieren. Sie befassen sich mit ihrer Zukunft und lernen, welche Möglichkeiten es für sie gibt. Sie erfahren, dass sie ihre Zukunft selbst gestalten können.

Die Kooperation mit der Wall AG ermöglicht es der Schule, mehr Aktivitäten anzubieten und Schüler gezielt zu fördern. Zusätzlich zum Förderunterricht hat die Schule 2008 einen Mathematikraum eingerichtet, der von der Wall AG finanziell unterstützt wird.

Die Kooperation soll noch viele Jahre erfolgreich weitergeführt werden. „Das Projekt wirkt, und es wird weiter gefördert“, so Daniel Wall bei der Budgetbesprechung für das kommende Jahr. Eine Übertragung des Konzepts auf weitere Schulen ist in Zukunft ebenso denkbar wie die Ausdehnung des Engagements auf weiterführende Schulen.

Wall AG

| | |
|-------------------|---|
| Branche: | Außenwerbung |
| Kerngeschäft: | Stadtmöblierung |
| Geschäftsführung: | Daniel Wall |
| Mitarbeiterzahl: | 720 |
| Umsatz: | 152,4 Mio. Euro (2007) |
| Kontakt: | Beate Stoffers Friedrichstraße 118 10117 Berlin |
| Telefon: | 030/33899-0 |
| E-Mail: | stoffers@wall.de |
| Internet: | www.wall.de |
| Weitere Infos: | www.jng.cidsnet.de |

Übersicht über die Erfolgsgeschichten

Seit März 2007 haben wir im Rahmen der Initiative „Unternehmen für die Region“ rund 1.000 Projekte auf der „Landkarte des Engagements“ gesammelt und ausgewertet. Insgesamt haben wir folgende 19 Erfolgsgeschichten in zwei Publikationen aufbereitet.

Erfolgsgeschichten 2008

| | |
|-------------------------|---|
| Unternehmen | balladins SUPERIOR Hotel Bremen |
| Projektname | „MahlZeit“ |
| Kurzbeschreibung | Ein Hotelier unterstützt Kinder und deren Familien auf vielfältige Art und Weise. |

| | |
|-------------------------|---|
| Unternehmen | CIRET GmbH |
| Projektname | Integration durch Arbeit |
| Kurzbeschreibung | Menschen mit Behinderungen erhalten die Möglichkeit, einem möglichst „normalen“ Berufsalltag nachzugehen. |

| | |
|-------------------------|---|
| Unternehmen | Die Deutsche Kammerphilharmonie Bremen gGmbH |
| Projektname | Das „Zukunftslabor“ – Philharmonie macht Schule |
| Kurzbeschreibung | Das Orchester und eine Gesamtschule bringen Menschen in einem sozialen Brennpunkt zusammen. |

| | |
|-------------------------|--|
| Unternehmen | Emsländische Stiftung Beruf und Familie |
| Projektname | Tagesbetreuungsstützpunkt |
| Kurzbeschreibung | Unternehmen stellen ihren Mitarbeitern kostenlos kurzfristige Kinderbetreuung durch erfahrene Tagesmütter zur Verfügung. |

| | |
|-------------------------|---|
| Unternehmen | IBF GmbH |
| Projektname | Technik-Camps für Kinder |
| Kurzbeschreibung | Kinder zwischen 8 und 14 Jahren erlernen in den Schulferien spielerisch Grundlagen der Technik. |

| | |
|-------------------------|--|
| Unternehmen | iq consult GmbH |
| Projektname | Projekt „enterprise“ |
| Kurzbeschreibung | Das Projekt unterstützt jugendliche Arbeitslose bei der Gründung eines eigenen Unternehmens. |

| | |
|-------------------------|---|
| Unternehmen | SIK-Holzgestaltungs GmbH |
| Projektname | Regenbogenprojekt |
| Kurzbeschreibung | Jugendliche unterschiedlicher Herkunft bauen als Zeichen der Völkerverständigung gemeinsam Regenbögen aus Holz. |

| | |
|-------------------------|---|
| Unternehmen | Turkish Round Table Club e. V. |
| Projektname | Integration durch Bildung |
| Kurzbeschreibung | Türkische Unternehmer agieren als Vorbilder für türkische Schüler in Deutschland. |

| | |
|-------------------------|---|
| Unternehmen | Wall AG |
| Projektname | rechenfix & wortgewandt |
| Kurzbeschreibung | Grundschüler mit Migrationshintergrund und hohem Leistungspotenzial werden in Mathematik und Deutsch gefördert. |

Erfolgsgeschichten 2007

| | |
|-------------------------|--|
| Unternehmen | Beluga Shipping GmbH |
| Projektname | Die Beluga Group Sea Academy |
| Kurzbeschreibung | Auf eigens ausgerüsteten Schiffen bildet Beluga dringend benötigten seemännischen Nachwuchs aus. |

| | |
|-------------------------|---|
| Unternehmen | Eduard Stumpe Bau- und Stuckgeschäft GmbH |
| Projektname | Erhalt des Osterräderlaufs |
| Kurzbeschreibung | Ein uralter, einzigartiger Osterbrauch wird erhalten und als Identifikationsfaktor der Region neu entdeckt. |

| | |
|-------------------------|---|
| Unternehmen | EDV-Service GmbH Garz |
| Projektname | Wiederbelebung des fürstlichen Pädagogiums als IT-College |
| Kurzbeschreibung | Einer traditionsreichen Lehranstalt wird neues Leben eingehaucht – mit neuesten Informationstechnologien. |

| | |
|-------------------------|---|
| Unternehmen | GAG Immobilien AG |
| Projektname | „Nascha Kwartihra“ (Unsere Wohnung) |
| Kurzbeschreibung | Ältere demenzkranke Menschen mit russischsprachigem Hintergrund werden in einer Wohngemeinschaft betreut. |

| | |
|-------------------------|--|
| Unternehmen | Neumarkter Lammsbräu |
| Projektname | „Fair zum Bauern“ |
| Kurzbeschreibung | Bio-Bier auf Basis regionaler Wertschöpfungsketten zur Förderung der Region. |

| | |
|-------------------------|---|
| Unternehmen | PeB Personalberatung Sylvia Tambor |
| Projektname | Tagesmüttervermittlung und -qualifizierung |
| Kurzbeschreibung | Eltern wird durch die Vermittlung qualifizierter Tagesmütter die Berufstätigkeit erleichtert. |

| | |
|-------------------------|---|
| Unternehmen | Rilling A.R.T, Ziehm Imaging GmbH, ForschungsWerk GmbH |
| Projektname | „Zielpunkt – Die Bewegung für Dich!“ |
| Kurzbeschreibung | Hauptschülern werden über das Tanzen Tugenden wie Disziplin und Respekt vermittelt. |

| | |
|-------------------------|---|
| Unternehmen | Sport- und Bildungszentrum Bartholomä |
| Projektname | Die Europa-Miniköche |
| Kurzbeschreibung | Die „Miniköche“ im Alter von zehn bis zwölf Jahren lernen in zwei Jahren die Grundlagen gastronomischer Berufe. |

| | |
|-------------------------|--|
| Unternehmen | VNG Verbundnetz Gas AG |
| Projektname | Das Verbundnetz für Demokratie und Toleranz |
| Kurzbeschreibung | Extremistischen Gruppen wird durch ein aktives Bekenntnis zu Toleranz und Demokratie der Nährboden entzogen. |

| | |
|-------------------------|--|
| Unternehmen | Voss AG |
| Projektname | Die Work and Box Company |
| Kurzbeschreibung | Straffällig gewordene junge Männer werden mithilfe von Boxtraining in den Arbeitsmarkt integriert. |

Service teil

Links zu Engagement und Mittelstand

Aktive Bürgerschaft
www.aktive-buergerschaft.de

Bertelsmann Stiftung: Programm „Corporate Social Responsibility“
www.bertelsmann-stiftung.de/csr

Bertelsmann Stiftung „Unternehmen für die Region“
www.unternehmen-fuer-die-region.de

Bertelsmann Stiftung „Gute Geschäfte – Marktplatz für Unternehmen und Gemeinnützige“
www.gute-geschaefte.org

Bertelsmann Stiftung „Datenbank Mittlerorganisationen“
www.gute-geschaefte-macher.org

Bertelsmann Stiftung „CSR WeltWeit – Deutsche Unternehmen Global Engagiert“
www.csr-weltweit.de

Bundesministerium für Arbeit und Soziales
www.csr-in-deutschland.de

Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE)
www.b-b-e.de

CSR Germany
www.csrgermany.de

CSR – Online Plattform für gesellschaftliche Fairantwortung von Unternehmen
www.fairantwortung.at

Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik e. V. (DNWE)
www.dnwe.de

Econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft
www.econsense.de

Global Compact in Deutschland
www.unglobalcompact.de

Initiative Freiheit und Verantwortung
www.freiheit-und-verantwortung.de

Initiative für Beschäftigung
www.initiative-fuer-beschaeftigung.de

Kampagne „Engagiertes Unternehmen – Impulse für Hessen“
www.engagiertes-unternehmen.de

Lokale Bündnisse für Familie
www.lokale-buendnisse-fuer-familie.de

Portal „Mittelstand und Familie“
www.mittelstand-und-familie.de

Portal für bürgerschaftliches und unternehmerisches Engagement in Nordrhein-Westfalen
www.engagiert.in.nrw.de

Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE)
www.nachhaltigkeitsrat.de

startsocial e. V.
www.startsocial.de

Unternehmen – Partner der Jugend e. V. (UPJ)
www.upj-online.de

Unternehmensprogramm „Erfolgsfaktor Familie.
Unternehmen gewinnen“
www.erfolgsfaktor-familie.de

Zukunft Mittelstand – Erfolgsfaktor gesellschaftliches Engagement
www.csr-mittelstand.de

Publikationen der Bertelsmann Stiftung zum gesellschaftlichen Engagement von Unternehmen

Bertelsmann Stiftung (Hrsg.). Grenzgänger, Pfadfinder, Arrangeure. Mittlerorganisationen zwischen Unternehmen und Gemeinwohlorganisationen. Verlag Bertelsmann Stiftung. 1. Auflage 2008.

Bertelsmann Stiftung (Hrsg.). Wertemanagement und Wertschöpfung in Unternehmen. Fallstudien international erfolgreicher Unternehmen. Verlag Bertelsmann Stiftung. 1. Auflage 2008.

Reinhard Mohn. Die gesellschaftliche Verantwortung des Unternehmers. C. Bertelsmann. 1. Auflage 2003.

Reinhard Mohn. Von der Welt lernen. Erfolg durch Menschlichkeit und Freiheit. C. Bertelsmann. 1. Auflage 2008.

Birgit Riess (Hrsg.). Verantwortung für die Gesellschaft – verantwortlich für das Geschäft. Ein Management-Handbuch. Verlag Bertelsmann Stiftung. 1. Auflage 2006.

Birgit Riess, Carolin Welzel, Arved Lüth. Mit Verantwortung handeln. Ein CSR-Handbuch für Unternehmer. Gabler Verlag. 1. Auflage 2008.

Online-Publikationen

Bertelsmann Stiftung. Gute Geschäfte. Marktplatz für Unternehmen und Gemeinnützige. Leitfaden. 2007.
www.bertelsmann-stiftung.de/bst/de/media/xcms_bst_dms_20627_21327_2.pdf

Bertelsmann Stiftung. The CSR Navigator. Public Policies in Africa, the Americas, Asia, and Europe. 2007.
www.bertelsmann-stiftung.de/bst/de/media/xcms_bst_dms_22981_22982_2.pdf

Bertelsmann Stiftung. Das gesellschaftliche Engagement von Familienunternehmen. Dokumentation der Ergebnisse einer Unternehmensbefragung. 2007.
www.bertelsmann-stiftung.de/cps/rde/xbcr/SID-0A000F0A-16874B27/bst/Studie%20Familienunternehmen.pdf

Bertelsmann Stiftung. Partner Staat? CSR-Politik in Europa. 2006.
www.bertelsmann-stiftung.de/bst/de/media/xcms_bst_dms_17243_17244_2.pdf

Impressum

© 2009 Bertelsmann Stiftung

Carl-Bertelsmann-Straße 256
33311 Gütersloh
www.bertelsmann-stiftung.de

Project Manager

Dr. René Schmidpeter
Telefon +49 5241 81-81337
rene.schmidpeter@bertelsmann.de

Program Director

Birgit Riess
Telefon +49 5241 81-81351
birgit.riess@bertelsmann.de

Autorenteam

Birgit Riess, Dr. René Schmidpeter, Daniela Röss,
Regina Bürkle (Bertelsmann Stiftung)
Arved Lüth, Katrin Girlich, Jenny Knappe,
Miriam Ströbel, Petra Sievers (:response)

Lektorat

Dr. Arno Kappler, Soest

Gestaltung

Nicole Meyerholz, Bielefeld

Fotonachweis

Christoph Gödan, Osnabrück

Produktion

Druckerei Festge, Oelde

Für die Richtigkeit und Vollständigkeit der angebotenen Informationen sowie externe Inhalte, auf die mittels Hyperlink verwiesen wird, wird keine Haftung übernommen.

Alle Rechte vorbehalten.

Kein Teil des Werks darf in irgendeiner Form ohne schriftliche Genehmigung der Herausgeberin reproduziert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Adresse | Kontakt

Bertelsmann Stiftung
Carl-Bertelsmann-Straße 256
33311 Gütersloh

Dr. René Schmidpeter
Telefon 05241 81-81337
E-Mail rene.schmidpeter@bertelsmann.de

www.bertelsmann-stiftung.de