

Max Schmidt (Hrsg.)

Erfolgreiche Schulleitung

Know-how für eine bessere Schule

Ausgabe: 08

Thema: Aktives Schulleben

Titel: Schülerfirma ComRage - stressfreie Computerkurse (16 S.)

Produkthinweis

Der vorliegende Beitrag ist Teil einer Printausgabe des Standardwerkes „**Erfolgreiche Schulleitung**“. Dieses Handbuch liefert erprobte Konzepte, Maßnahmen und Problemlösungen, die die Schulqualität deutlich verbessern. Das Werk berät in allen Fragen der Schulleitung und Qualitätsentwicklung und bietet mit Beispielen, Checklisten, Schritt-für-Schritt-Anleitungen, Tests und Erfahrungsberichten eine konkrete Hilfestellung für die Schulpraxis.

▶ Alle Beiträge dieser Ausgabe finden Sie [hier](#).

Nutzungsbedingungen

Die Materialien dürfen nur persönlich für Ihre eigenen Zwecke genutzt und nicht an Dritte weitergegeben bzw. Dritten zugänglich gemacht werden. Sie sind berechtigt, für Ihren eigenen Bedarf Fotokopien zu ziehen, bzw. Ausdrucke zu erstellen. Jede gewerbliche Weitergabe oder Veröffentlichung der Materialien – auch auszugsweise – ist unzulässig.

▶ Die vollständigen Nutzungsbedingungen finden Sie [hier](#).

Haben Sie noch Fragen? Gerne hilft Ihnen unser Kundenservice weiter:

[Kontaktformular](#) | ✉ Mail: service@olzog.de
✉ Post: OLZOG Verlag | c/o Rhenus Medien Logistik GmbH & Co. KG
Justus-von-Liebig-Str. 1 | 86899 Landsberg
☎ Tel.: +49 (0)8191/97 000 220 | 📠 Fax: +49 (0)8191/97 000 198
www.olzog.de | www.edidact.de

Bundesweit gibt es ein gut organisiertes Unterstützungssystem für Schülerfirmen. Alle, die bei „JUNIOR“ mitmachen, müssen sich allerdings deren Auflagen fügen. Auch für Schulen, die solches nicht planen, macht es Sinn, das Beispiel dieser für ein Schuljahr tätigen Schülergruppe zu prüfen, die Service-Leistungen anbot. Der Bericht zeigt einen Weg, angereichert mit einer Fülle an Ideen, auch außerhalb des Rahmens von JUNIOR in ähnlicher Weise aktiv zu werden.

Bericht aus der Praxis

1 Kurzbeschreibung:

ComRage war im Schuljahr 2006/2007 ein Projekt von JUNIOR: eine Schülerfirma, die Computerkurse für Schüler, Eltern, Lehrer und Senioren durchführte. Alle Mitarbeiter von ComRage waren Schüler der Dr.-Gustav-Schickedanz Hauptschule in Fürth.

Die Kurse bezogen sich auf Macromedia Dreamweaver (Homepagegestaltung), Microsoft Word, Microsoft PowerPoint und Microsoft Excel. Außerdem wurden noch Anfängerkurse, Kurse für Internet- und Computergrundkenntnisse angeboten. Mit diesem Projekt gingen die Beteiligten in den Landeswettbewerb, den sie als beste Hauptschule bestanden (absolut vierter Platz).

Dieses Projekt wird in Umrissen dargestellt, um die Bedingungen eines dauerhaften Projektkonzepts daraus zu ermitteln.



2 Ziele:

Ziele des Unternehmens Schülerfirma:

- Kunden gewinnen und geschäftlich erfolgreich sein
- Kunden durch qualitätvollen PC-Unterricht zufriedenstellen
- als Mitarbeiter gute Arbeit leisten

Ziele der Schule:

- Schüler in berufsnahe Situationen führen zur beruflichen Orientierung und Erleichterung eines Übergangs in das Berufsleben
- Schüler fördern durch Übertragung von Verantwortung, Arbeit im Team und Erfolgserlebnisse bei der Wahrnehmung ihrer Fähigkeiten
- mit „Schüler lehren Schüler“ Kommunikation und soziale Kompetenz innerhalb der Schule stärken

3 Vorgehensweise:

Schritt 1:

September 2006: Entwicklung der Geschäftsidee (Computerkurse innerhalb der Schule und für schulnahe Erwachsene), Namensgebung und Genehmigung durch Rektor und Schulverwaltungsamt, Errichtung der Firmenstruktur

Schritt 2:

Oktober 2006: Einreichung der Gründungsunterlagen im Institut der deutschen Wirtschaft in Köln, Ausbau der Firma durch Vervollständigung der Mitarbeiter, Umfragen zur Markterkundung, Arbeiten an Unterrichtsmaterialien

Schritt 3:

November 2006: Planung der Kurse für die 5./6. und 9./10. Klassen, Werbemaßnahmen (Flyer, Plakate, Medienkontakt), erste Kurse für die 5./6. Klassen

Schritt 4:

Dezember 2006: Überarbeitung und Erweiterung des Unterrichtskonzepts, Erweiterung des Angebots um Homepagekurse und Anfängerkurse zum Internet, Überarbeitung der Firmenstruktur, weitere Informationsveranstaltungen, Excel-Kurs für 10. Klassen im Auftrag der Schule, Ausweitung auf die Zielgruppe der Senioren, Kontakt mit dem Wirtschaftspaten

Schritt 5:

Januar 2007: Vorbereitung des E-Learning-Angebots, Erarbeitung von Materialheften für die Kurse, Intensivierung der Marketingbemühungen (Vorbereitung der Teilnahme an der JUNIOR-Messe, Visitenkarten Info-Broschüre)

Schritt 6:

Februar 2007: Organisation weiterer Kurse und des E-Learning-Angebots, Öffentlichkeitsarbeit (Kontakt zu Medien und Medienwerkstatt Franken e.V., Messe-Präsentation, inner- und außerschulische Werbe- und Informationsaktivitäten (z.B. Informationsabend für M-Zweig, Werbeflyer für Senioren)

4 Gestaltung:

Verflechtung mit dem Unterricht

Mit drei Übungsfirmen werden die Abschlussklassen (10. Klassen) der Gustav-Schickedanz-Schule, also der M-Zweig, der zur Mittleren Reife führt, auf Anforderungen des Berufslebens vorbereitet. Zum Verfahren gehört auch, dass sich die Schüler für eine der Firmen in aller Form bewerben müssen. Der Nachteil dieser Verpflichtung besteht darin, dass auch einige mit geringer Motivation in Schülerfirmen gezwungen werden und deren Erfolg darunter leidet. Die Tätigkeit im Zusammenhang mit den Firmenprojekten geht zudem zu Lasten technischer und formaler Kompetenzen, die der reguläre Unterricht im kaufmännisch-technischen Bereich vermittelt. Die in der Arbeit mit Schülerfirmen bewiesenen Fähigkeiten und die Einsatzbereitschaft werden im Zeugnis ausgewiesen (→ **M2**). Im Zu-

sammenhang mit der Firmentätigkeit werden Brücken geschlagen zum wirtschaftlichen Umfeld. Im vorliegenden Fall kam der Wirtschaftspate, ein Absolvent der Schule, heute Inhaber einer Marketingfirma, in die Klasse und ermutigte die Schüler mit seiner Erfolgsgeschichte (→ **M3**). Über die Voraussetzungen für die Mitarbeit an Schülerfirmen im Lehrplan bayerischer Schulen → **M5**.

Die Schülerfirma ComRage

Im Rahmen des KtB-Unterrichts kamen die Schüler auf die Idee, eine Schülerfirma zur Dienstleistung Computerkurse zu gründen. Die Geschäftsidee zielte auf die Vermittlung von Grundlagenkenntnissen, also auf Erstanwender. Der Name ComRage verweist auf die Besonderheit, stressfreie Vermittlung zu propagieren („Com“ für Computer und „Rage“ – engl. für Wut – als Hinweis auf Zornfälle frustrierter PC-Nutzer).



Die Schülerfirma bestand aus elf Schülern einer 10. Klasse. Sie wurde von der bundesweiten Organisation JUNIOR gefördert und koordiniert. Nach den Regeln von JUNIOR wurde mit echtem Geld gearbeitet. Da keine Schulden gemacht werden dürfen, bietet JUNIOR jeder Schülerfirma ein Startkapital und Aktien an. Eine Schülerfirma muss mit diesem Geld auskommen und es gewinnbringend nutzen.



Die Firmenstruktur ist geordnet nach Abteilungen

- Marketing mit den Arbeitsbereichen Marktforschung, Ausarbeitung der Strategien, Vertretung auf Messen, Koordinierung des Dienstleistungsbedarfs und der Preisgestaltung,
- Technik mit der Aufgabe, die Kurse vorzubereiten und zu betreuen, einschließlich der Erarbeitung des Kursmaterials,
- Finanzen, die für die Buchführung, Bilanz, Kalkulation und Abwicklung der Geschäftsvorgänge zuständig ist,
- Verwaltung mit den Aufgaben der Gestaltung der Arbeitsbesprechungen einschließlich einer Hauptversammlung (→ **M4**), der Ausfertigung und Verteilung der Unterlagen und Materialien, der Kommunikation und der finanziellen Abwicklung (Eingänge, Ausgänge).

Den Vorsitz führt ein gewählter Vorsitzender. Wichtige Entscheidungen werden gemeinsam durch Abstimmung getroffen.

Über die Bedingungen der von JUNIOR geförderten Projekte → **M6**.

Zielgruppe

Für die Schüler der eigenen Schule sollten nachmittags auf freiwilliger Basis und im Zusammenhang mit dem Unterricht im Auftrag der Schulleitung interessante Einführungskurse mit der Bestätigung der Ausbildung durch ein Zertifikat angeboten werden. Für die Eltern wurde die Vermittlung von Grundkenntnissen im Umgang mit dem PC und dem Internet vorgesehen, besonders im Hinblick auf ihre Kontrollpflichten gegenüber ihren Kindern. Eine weitere, durch Umfragen erhärtete Annahme eines Bedarfs zielte auf Senioren,