



Wettbewerbsbeitrag

Unternehmen:

The Boston Consulting Group GmbH, Düsseldorf

www.bcg.de; www.business-at-school.de

Partner:

Aachen: Privates St. Ursula-Gymnasium; Bad Honnef: Städt. Siebengebirgsgymnasium; Bonn: Kardinal-Frings-Gymnasium; Ernst-Kalkuhl-Gymnasium; Brühl: Karl-Schiller-Schule; Duisburg: St. Hildegardis-Gymnasium; Essen: Städt. Mädchengymnasium Essen-Borbeck; Grashof-Gymnasium; Frechen: Gymnasium der Stadt Frechen; Köln: Erzb. Liebfrauenschule, Erzb. Ursulinenschule, Erzb. Irmgardis-Gymnasium, Friedrich-Wilhelm-Gymnasium und Gymnasium Rodenkirchen; Krefeld: Marienschule (Gymnasium der Ursulinen); Mönchengladbach: Bischöfliche Marienschule, Gymnasium Odenkirchen; Ratingen: Adam-Josef-Cüppers-Berufskolleg

1. Titel / Kurzbezeichnung des Engagements

business@school - eine Initiative von The Boston Consulting Group (BCG)

2. Ziele

Der Global Entrepreneurship Monitor (GEM), der in 42 Ländern die Bedingungen für Existenzgründungen analysiert, sieht in Deutschland unter anderem bei der schulischen Ausbildung noch Defizite. Im GEM-Vergleich erreicht Deutschland bei der Integration von gründungsbezogenem Wissen in die Lehrpläne nur Rang 31. In Zusammenarbeit mit mehr als 70 Schulen und mehr als 20 Partnerunternehmen will business@school, eine Initiative von The Boston Consulting Group (BCG), Unternehmergeist bei Jugendlichen wecken, über Existenzgründungen informieren, zur Berufsorientierung beitragen und neue Unterrichtsformen an Schulen fördern.

business@school baut eine Brücke zwischen Schule und Wirtschaft. Dank dem ehrenamtlichen Engagement von 400 Wirtschaftsvertretern aus mehr als 20 Unternehmen erleben 1.900 Schülerinnen und Schüler Wirtschaft praxisnah und erwerben Schlüsselqualifikationen. Durch den engen Kontakt zu Unternehmen und Unternehmensvertretern trägt das Projekt zur Berufsorientierung bei Jugendlichen bei. Die Unternehmen, die ihre Mitarbeiter für das Engagement freistellen, sehen das Projekt als Beitrag zur Personalentwicklung und -motivation. Die ehrenamtlich engagierten Wirtschaftsvertreter erhalten Einblick in den Schulalltag und die Lebenswelt von Jugendlichen und können im Rahmen des Engagements ihre sozialen und organisatorischen Kompetenzen ausbauen.

3. Charakter

business@school findet seit der Gründung im Jahr 1998 als zehnmonatiges Wirtschaftsprojekt an Schulen statt - als Teil des regulären Unterrichts oder in Form von freiwilligen Arbeitsgruppen am Nachmittag. Die Schüler analysieren - unterstützt von Lehrern und ehrenamtlich engagierten Wirtschaftsvertretern - Groß- und Kleinunternehmen und entwickeln zum Abschluss eine eigene Geschäftsidee. Die Ergebnisse jeder Projektphase werden vor einer Jury und vor Publikum vorgestellt, um Rhetorik- und Präsentationskenntnisse bei den Jugendlichen zu schulen. Im zehnten Projektjahr beteiligen sich 1.900 Teilnehmerinnen und Teilnehmer an mehr als 70 Schulen. Das Projekt findet schwerpunktmäßig in Deutschland statt, darüber hinaus beteiligen sich Schulen aus Österreich, der Schweiz, Italien und Singapur.

4. Ressourcen

Bereitstellung von Ressourcen beim Initiator The Boston Consulting Group:

Jeder vierte BCG-Berater bzw. jede vierte Beraterin engagiert sich in seiner Freizeit mit seinen Kompetenzen über ein Jahr hinweg als ehrenamtlicher Schulbetreuer. Zudem unterhält die Unternehmensberatung ein eigenes Projektbüro, in dem sich vier Mitarbeiterinnen um die Projektorganisation und -weiterentwicklung, die Betreuung der Schulen und Kooperationspartner kümmern, Informationsmaterialien konzipieren und Veranstaltungen organisieren. BCG führt darüber hinaus in jedem Projektjahr 12 Multiplikatorenfortbildungen für mehr als 400 Teilnehmer durch, in denen Lehrern beispielsweise Projektmanagement- und BWL-Kenntnisse vermittelt werden. Außerdem trägt BCG die Kosten für elf Wettbewerbsveranstaltungen mit insgesamt mehr als 2.000 Gästen aus Schule, Politik und Öffentlichkeit. Auf einer Inter- und Intranet-Plattform erwerben die 1.900 Jugendlichen Medienkompetenz, können Lehrmaterialien herunterladen, online in geschlossenen Diskussionsgruppen über ihre Projektarbeit diskutieren und Informationen austauschen.

5. Partner

Auf Seiten der mehr als 70 Teilnehmerschulen: Zwei und mehr Lehrerinnen und Lehrer pro Schule arbeiten als Projektleiter an business@school mit, betreuen die Schüler über zehn Monate hinweg bei bis zu zweistündigen wöchentlichen Arbeitstreffen. Sie vermitteln ihnen Wirtschaftswissen sowie Schlüsselqualifikationen in den Bereich Teamarbeit, Recherche- und Präsentationstechniken.

Bei den engagierten Unternehmen: Die engagierten Unternehmen - dazu zählen in Nordrhein-Westfalen die AachenMünchener, die AXA Konzern AG, Deutsche Post World Net, die Ford-Werke GmbH, die HOCHTIEF Aktiengesellschaft, die REWE Group und Ströer Out-of-Home Media AG - stellen bis zu 30 Mitarbeiter pro Firma für das Engagement frei. Die Unternehmensvertreter übernehmen eine Patenschaft für "ihr" Schülerteam, begleiten die Jugendlichen durch alle business@school-Projektphasen bei bis zu sieben Besuchen vor Ort im Schulunterricht sowie darüber hinaus durch Coaching per E-Mail und Telefon.

6. Beteiligte aus dem Unternehmen

Das Engagement steht bei den beteiligten Unternehmen allen Mitarbeitern offen, die sich aufgrund ihrer Kernkompetenzen in diesem Bereich engagieren können. Das Engagement erstreckt sich bei BCG auf Mitarbeiter aller Büros und Senioritätsstufen - vom jungen Berater bis zur Geschäftsführerin.

7. Bedeutung des Engagements für das Unternehmen

Als Unternehmensberatung, die 1963 in den USA (Boston) gegründet wurde, gehört Corporate Citizenship für BCG zur Unternehmenskultur und ist ein integraler Bestandteil des Unternehmensverständnisses. Die BCG-Partnergruppe stellt bis zu drei Prozent der Personalressourcen honorarfrei für Projekte mit sozialen Organisationen und Institutionen im Rahmen des gesellschaftlichen Engagements zur Verfügung.

8. Motivation

Leistungsfähigkeit und gesellschaftliche Verantwortung gehören aus Sicht von BCG zusammen. Deshalb sind "Sustainable Business" und "Corporate Citizenship" wesentliche Elemente des BCG-Unternehmens- und -Beratungsverständnisses. BCG glaubt, dass eine verantwortungsvolle Unternehmenspolitik Werte schafft. Eine interne Kultur, die geprägt wird durch den Respekt vor dem Einzelnen, der Gesellschaft und der Umwelt, bewirkt auch nach außen konkrete Ergebnisse: Mitarbeiter sind engagierter, Kunden haben größeres Vertrauen in die Produkte, das Unternehmen wird wertvoller.

Ein Beispiel dafür, wie BCG versucht, die eigene Verantwortung in die gute Tat umzusetzen, ist die Bildungsinitiative business@school. Allein 2006 hat BCG weltweit 175 Pro-bono-Projekte durchgeführt. Im Mittelpunkt steht dabei das Corporate Volunteering, das unentgeltliche Engagement von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in konkreten Projekten.

9. Wirkung

Die Erfolge des Projekts lassen sich sowohl quantitativ als auch qualitativ darstellen:

Qualifizierung von Jugendlichen: In neun Projektjahren haben mehr als 8.000 Jugendliche an 200 Schulen bei business@school Wirtschaftswissen erworben. Viele Schüler berichten, dass sich der Nachweis dieser zusätzlichen Qualifikation positiv auf Bewerbungsprozesse für Ausbildungs- und Studienplätze auswirkte.

Lernerfolge und veränderte Einstellungen bei den Teilnehmern: Wir haben im Jahr 2006 ca. 400 ehemalige Teilnehmer gefragt, was sie bei business@school gelernt haben. 88 Prozent sind der Meinung, sie könnten ihre Ideen jetzt überzeugender präsentieren. Das ist sicher ein Plus, wenn sich die Schüler später um einen Ausbildungsplatz bewerben oder in einer mündlichen Prüfung überzeugen sollen. Drei Viertel der Jugendlichen kennen sich dank business@school mit Geschäftsberichten und Bilanzen deutlich besser aus. Knapp 90 Prozent der befragten Lehrer schätzen besonders den Kontakt zu den Wirtschaftsvertretern, die Schulpatenschaften übernehmen. Die Nähe zur Praxis motiviert die Schüler, Unternehmergeist zu entwickeln. Knapp 70 Prozent der Schüler denken darüber nach, später einmal ein Unternehmen zu gründen, fünf Prozent haben schon konkrete Pläne.

Fortbildung von Multiplikatoren: business@school organisiert Lehrerseminare zu Grundlagen der Betriebswirtschaft und zu Fragen des Projektmanagements.

(Lokale) Vernetzung: Bei business@school entstehen Kooperationen zwischen regional verankerten Wirtschaftsunternehmen und Schulen, von denen die Schüler beispielsweise bei der Suche nach einem Ausbildungsplatz profitieren.

Engagement im Unternehmensnetzwerk: Aus einer BCG-Initiative entstand ein Engagement im Netzwerk, an dem sich mittlerweile mehr als 20 Unternehmen mit 400 ehrenamtlich

engagierten Mitarbeitern beteiligen.

Nachhaltigkeit: Verschiedene Bundesländer haben business@school in das Fach „Wirtschaft“ an Gymnasien integriert. Einige Schülergruppen können zudem Noten, die sie bei business@school erzielen, in das Abitur einbringen.

Auszeichnungen: Die Bildungsinitiative erhielt verschiedene Auszeichnungen – darunter den Corporate-Citizenship-Preis der deutschen Wirtschaft „Freiheit und Verantwortung“ im Jahr 2002. Überdies hat die Bildungsinitiative weitere Auszeichnungen erhalten – darunter auch den Preis „Die Zukunftsbrücke 2002“ des nordrhein-westfälischen Arbeitsministeriums.

10. Dauerhaftigkeit

Das Engagement ist

längerfristig bzw. unbefristet angelegt.

11. Verhältnis zum Kerngeschäft und der Kernkompetenz

BCG ist der Überzeugung, dass gesellschaftliches Engagement ausgehend von den Kernkompetenzen des Unternehmens den meisten Wert schafft. Deshalb engagiert sich BCG mit ihrem Wirtschafts- und Strategie-Know-how sowie den Kompetenzen ihrer Mitarbeiter in konkreten Projekten und setzt dabei weniger auf Geldspenden, sondern auf Mit- und Projektarbeit in Form von "Zeitspenden".

12. Veröffentlichte Informationen zum Engagement

<http://www.business-at-school.de>