

Unternehmen Deutsch

Schulen und Firmen in Italien bilden Lernpartnerschaften

KLAUS DORWARTH

Beauftragter für Bildungskooperation Deutsch
beim Goethe-Institut Rom, Italien

Vor dem Hintergrund der hohen Jugendarbeitslosigkeit in Südwesteuropa hat das Goethe-Institut 2012 die Initiative »Mit Deutsch in den Beruf« auf den Weg gebracht. Ziel der Initiative ist es, durch nationale Maßnahmen, die den Bedingungen und Bedürfnissen des jeweiligen Gastlandes Rechnung tragen, jungen Europäerinnen und Europäern Einblick in die Arbeitswelt zu ermöglichen und sie beim Übergang von der Schule zur Ausbildung zu unterstützen. Im Beitrag wird das Projekt *Unternehmen Deutsch* vorgestellt, das in diesem Sinne Lernpartnerschaften zwischen Schulen und Unternehmen initiiert.

Hintergrund und Entstehung des Projekts

Vor vier Jahren hat das Goethe-Institut Italien damit begonnen, Expertinnen und Experten italienischer Bildungseinrichtungen mit dem dualen Ausbildungssystem in Deutschland bekannt zu machen. Die Vernetzung von Akteuren beider Länder durch Informationsreisen, Konferenzen und Seminare bildete den Arbeitsschwerpunkt auf institutioneller Ebene. Gleichzeitig entwickelte das Goethe-Institut mit dem Ideenwettbewerb *Unternehmen Deutsch* ein italienweites Projekt, das auf der Ebene des konkreten Schulalltags ansetzt und Brücken zwischen Schule und Arbeitswelt baut.

Mit dem Gesetz 107 vom Juli 2015 wurde unter dem Titel »La Buona Scuola« eine umfassende Schulreform eingeleitet, mit der genau diese Schnittstelle verbindlich geregelt und frühere Lücken geschlossen wurden: Für die letzten drei Jahrgangsstufen sind betriebsnahe Praxisanteile zur Pflicht geworden, mindestens 400 Stunden für Schüler/-innen berufsbildender Schulen und wenigstens 200 Stunden für Gymnasiastinnen und Gymnasiasten. Für dieses neue Konzept steht der Begriff »*Alternanza scuola lavoro*«, der Wechsel des Lernorts zwischen Schule und Betrieb. *Unternehmen Deutsch* entspricht aufgrund seines praxisorientierten Ansatzes den ministeriellen Vorgaben und fügt sich so in das Spektrum der anerkanntsfähigen »*Alternanza*«-Aktivitäten ein.

Was ist Unternehmen Deutsch?

Im Kern geht es um die Bildung von Lernpartnerschaften zwischen Schulen und selbst gewählten »Partnerunternehmen«. Die von den Schülerinnen und Schülern identifizierte Firma soll ein in der Region ansässiges deutsches oder italienisches Unternehmen sein, sofern es Geschäftsbeziehungen nach Deutschland unterhält. Der Akzent liegt dabei auf dem lokalen Umfeld der Schule. Denn zu diesem haben Jugendliche eine tiefere emotionale Bindung als zu dem Land, dessen Sprache sie im Unterricht erlernen. Motivationsfördernd ist weiterhin der zu erledigende Arbeitsauftrag: für das eigene Partnerunternehmen ein neues Produkt oder eine neue Dienstleistung zu entwickeln. Damit die Projektstunden als »*Alternanza-Stunden*« angerechnet werden können, muss die Schulleitung mit der projektwilligen Partnerfirma eine entsprechende Vereinbarung treffen. Das Projekt teilt sich über einen Zeitraum von sieben Monaten in drei Phasen.

1. Analyse des Wirtschaftsraums

Die Suche nach einer Firma ist in der ersten von drei Projektphasen angesiedelt: der Analyse des heimischen Wirtschaftsraums und seiner Präsentation in deutscher Sprache. Lehrer/-innen wie Schüler/-innen erachten diesen Einstieg als stimulierend, da die Klassen auf diese Weise ihr heimisches Umfeld aus einer neuen Perspektive kennenlernen. Das Partnerunternehmen, das aus dieser ersten Recherchearbeit hervorgeht und für das die Klasse eine neue Geschäftsidee entwickeln möchte, erhält ein flankierendes Akquiseschreiben des Goethe-Instituts. Darin wird u. a. auf die Medienresonanz und die erhöhte Sichtbarkeit in der Region hingewiesen.

2. Besuch des Partnerunternehmens

Im zweiten Schritt bereitet sich die Klasse auf den halbtägigen Besuch bei »ihrem« Unternehmen vor. Die Schüler/-innen analysieren in einem Trainingsmodul »Berufsorientierung« Arbeitsbereiche, Berufsbilder und eigene berufliche Vorstellungen. Im Unternehmen lernen sie die jeweiligen Abteilungen, Berufsbilder und Arbeitsabläufe in

Grundlagen der Evaluation

Auswertung der quantitativen und qualitativen Daten einer schriftlichen Befragung etwa der Hälfte aller am Projekt beteiligten Schüler/-innen (n=120), Lehrer/-innen (n=7) und Vertreter/-innen der Unternehmen (n=3) nach der Abschlussveranstaltung im Mai 2015 sowie Analyse und Auswertung von Leitfaden-Interviews mit am Projekt beteiligten Schüler/-innen, Lehrkräften und Vertreter/-innen der Unternehmen.

Die Konzeption der Fragebögen wurde unterstützt von Dr. CLAUDIA SCHREIER, BIBB/GOVET, und Prof. Dr. SIMONE KNAB am Lehrstuhl für Fachdidaktik der Arbeitslehre an der TU Berlin.

Kleingruppen aus nächster Nähe kennen. Je nach Unternehmensart können dies Forschung und Entwicklung, Fertigung und Vertrieb, Öffentlichkeitsarbeit und Marketing sein. In der Begegnung mit der Realsituation können die Schüler/-innen ihre persönlichen Neigungen und beruflichen Vorstellungen überprüfen.

3. Entwicklung einer Geschäftsidee

Auf den Wissensinput von Phase 1 und 2 folgt die kreative Herausforderung: Auf der Grundlage der gewonnenen Informationen und Erkenntnisse entwickeln die Schüler/-innen für ihr Partnerunternehmen eine innovative und marktaugliche Geschäftsidee, die das Unternehmensangebot sinnvoll erweitert und an potenzielle deutschsprachige Kunden gerichtet ist. Hier kommen Marketingfragen und interkulturelles Wissen ins Spiel. Aus Publicity-Gründen, strategischer Neugier oder Sensibilität für gesellschaftliche Verantwortung zeigen zahlreiche Firmen Interesse an einer aktiven Zusammenarbeit. Folgetreffen werden vereinbart – in der Firma oder in der Schule.

Die unzensurierte Fantasie der jungen Erfinder/-innen birgt für Unternehmen eine gewisse Faszination, denn in den Ideen steckt Potenzial für den Markt von morgen. Nicht selten unterzieht das Unternehmen die Geschäftsidee einer internen Prüfung. So der italienische Hersteller von Edelschokolade, Majani 1796 S.p.A. aus Bologna. Die Deutschklasse hatte den Einfall, eine Pralinschachtel mit dem Titel »Geschmacksreise: In 20 Pralinen durch Italien« zu kreieren. Die 20 Schokoladenteilchen bilden die 20 Regionen Italiens ab, jedes stellvertretend für den charakteristischen Geschmack der Region. Die Schüler/-innen aus Bologna haben ihre Produktidee in einem deutschsprachigen Werbespot visuell umgesetzt. Ein Mitschüler, den jungen Italienreisenden Johann Wolfgang von Goethe darstellend, empfiehlt die Köstlichkeit vor dem Hintergrund einer südlichen Stadtkulisse. Die Szene ist weichgezeichnet, die Stimmung erinnert an vergangene Zeiten. Ein Werbeclip, dem kein deutscher Käufer mit romantischer Italiensehnsucht widerstehen dürfte.

Evaluation der Zielvorgaben und Ausblick

Unternehmen Deutsch wurde im Schuljahr 2014/15 von der Freien Universität Berlin evaluiert (vgl. Infokasten). Die Untersuchung bescheinigt dem Projekt eine hohe Effizienz bei der Entwicklung von Kooperationsfähigkeit und Teamgeist der Schüler/-innen (87%). 79 Prozent der befragten Schüler/-innen schätzen die Lernpartnerschaft mit dem Unternehmen für sich als »gewinnbringend« ein. Als Grund dafür wird vor allem das Kennenlernen von neuen Berufsbildern und von bislang unbekanntem Arbeits- und Produktionsabläufen genannt. Das Ziel, Einblicke in die Arbeitswelt und in berufliche Zusammenhänge zu vermitteln, erfüllt *Unternehmen Deutsch* damit laut Gutachten »in hohem Maße«. 58 Prozent der Schüler/-innen geben weiter an, dass sie konkretere Vorstellungen haben, in welchem Berufsfeld sie später arbeiten möchten und wie ihr Weg in die Berufstätigkeit aussehen könnte. 86 der 120 befragten Jugendlichen sehen nach Projektabschluss deutlicher als zuvor den Mehrwert von Deutsch für ihre berufliche Laufbahn, 109 von 120 sprechen von einem positiven Einfluss auf den Deutschunterricht.

Unternehmen Deutsch ist mit Blick auf einen breiten Adressatenkreis konzipiert. Das Projekt kann in der Modalität »Wettbewerb« durchgeführt werden, eignet sich aber auch für den autonomen und wettbewerbsunabhängigen Einsatz im Unterricht. Das Goethe-Institut Italien hat dazu spezielle Unterrichtsmodule entwickelt und als zweisprachigen Handlungsleitfaden herausgebracht*. Sofern an der Schule eine Lehrkraft für Wirtschaft tätig ist, empfiehlt sich eine fächerübergreifende Zusammenarbeit zwischen dieser und dem/der Deutschlehrer/-in. Daraus ergeben sich interessante Aspekte für ein projektorientiertes Content and Language Integrated Learning (sogenannter CLIL-Unterricht). Zudem bietet *Unternehmen Deutsch* die Möglichkeit, losgelöst aus der fremdsprachlichen Optik und mit entsprechenden Anpassungen im muttersprachlichen Wirtschaftsunterricht eingesetzt zu werden. Perspektivisch ist angedacht, dass auf diesem Weg ein Goethe-Produkt in das nationale Bildungssystem Italiens Eingang findet und sich dort als »Alternanza«-Maßnahme zur schulischen Berufsorientierung etabliert. Nachfragen aus Deutschland zeigen schließlich, dass das Projekt auch Potenzial für Berufskollegs und Integrationskurse in Deutschland bietet. Zur weiteren Verbreitung von *Unternehmen Deutsch* hat das Goethe-Institut Italien einen Demofilm produziert und ein Trainernetzwerk aus geschulten Deutschlehrkräften gebildet. Im Oktober 2016 geht *Unternehmen Deutsch* in Italien zum 5. Mal an den Start. ◀

* Handlungsleitfaden und Evaluation wurden durch Mittel des BMBF/GOVET gefördert.