



# PARTNERSCHAFTEN JENSEITS DES SCHULAREALS

## Warum (Volks-)Schulen sich auf eine Partnerschaft einlassen sollten

Als Schule eine Partnerschaft jenseits des Schulareals einzugehen, verlangt nach einem langen Atem und dem Bewusstsein der eigenen Stärken und Alleinstellungsmerkmale. Doch wozu soll eine Schule – und erst recht eine Volksschule – die eben erst gewonnenen Freiheiten aufgeben und sich mit neuen Partnerschaften und damit erhöhter Verbindlichkeit auseinandersetzen? Kann aus den zeitlich und organisatorisch anspruchsvollen Kooperationen ein genügend grosser Gewinn für die Schule generiert werden? Die Antwort lautet: Ja!

Ein gefestigtes Profil und eine klare Haltung aller an der Schule Beteiligten sind die Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Kooperation mit einem Verein, einem Verband, einer Privatperson oder einer Partnerin aus Gewerbe oder Industrie. Die Erarbeitung eines eigenen Schulportfolios prägt dabei während mehrerer Jahre die Schulentwicklungsarbeit. So lassen sich gleich zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen: Wir betreiben sinnvolle und nachhaltige Schulentwicklung. Gleichzeitig generieren wir einen Mehrwert, indem wir die Vorarbeit für eine Partnerschaft jenseits des Schulareals leisten.

Ich habe die Erfahrung gemacht, dass wir als Schule mit geschärftem Profil als sehr attraktiv und gelegentlich auch lukrativ gelten. Wir können auf diese Weise viele Türen öffnen und an Ressourcen gelangen, von denen ich zuvor nicht zu träumen

wagte. Dabei sind weniger die monetären Möglichkeiten als viel mehr Know-how und Arbeitszeit gemeint. Dadurch grenzt sich eine Partnerschaft ein erstes Mal von einem Sponsoring ab. Ein weiterer Unterschied besteht darin, dass in einer Partnerschaft nicht ein einzelnes Projekt, sondern eine langfristige Kooperation im Fokus steht. Aus meiner eigenen Tätigkeit möchte ich vier Beispiele nennen: Tennisunterricht als Teil des Sportunterrichts durch zukünftige Verbandstrainer; durch Lernende der Partnerfirma betreute Arbeitsplätze im technischen Gestalten; Projektmanagementwissen in der Frage der Schulreorganisation durch Entwicklungsingenieure am Ort ansässiger Firmen oder auch Unterstützung in der Kommunikationsstrategie durch Lokaljournalistinnen.

Wie in jeder funktionierenden Zusammenarbeit basiert auch eine Partnerschaft jenseits des Schulareals auf einem ausgewogenen Geben und Nehmen. Auf der Suche nach den von Partnerinnen und Partnern wünschbaren Ressourcen seitens der Schule bin ich zu Beginn immer wieder über den erleichterten Zugang zu Schülerinnen und Schülern und deren Familien gestolpert, wodurch oft der fahle

MARC KELLER



- PARTNERSCHAFTEN SCHONEN RESSOURCEN
- PARTNERSCHAFTEN SCHAFFEN KNOW-HOW
- PARTNERSCHAFTEN BRAUCHEN PFLEGE
- PARTNERSCHAFTEN BEDINGEN AUSDAUER
- PARTNERSCHAFTEN GRÜNDEN AUF GLEICHWERTIGKEIT



«Eine Partnerschaft ist keine Projektarbeit, sondern ein langfristiges Engagement.»

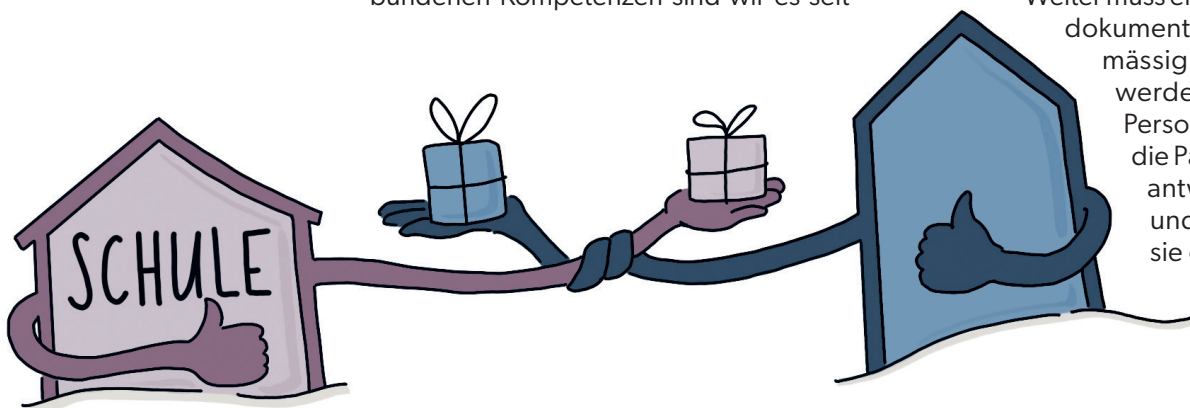
Geschmack des Verkaufs der Schule entstand und ich mich nicht als vollwertiger Partner verstanden fühlte. Ich wollte ja mit der angestrebten Partnerschaft mehr als bloss eine kleine Zuwendung generieren. Erst im Laufe des Prozesses sind unsere fachlichen Kompetenzen aus den Bereichen Methodik und Didaktik, die sozialen Kernkompetenzen der Schule und unser Wissen im Bereich Gruppendynamik, Teambuilding und dem Führen von herausfordernden Gesprächen von unseren potentiellen Partnerinnen und Partnern erkannt worden.

Genau diese Skills waren es, die zu mehreren erfolgreichen Partnerschaften führten. Lehrpersonen und Schulleitungen verfügen über einzigartige Fähigkeiten, die auch ausserhalb der Schule wichtig sind oder es zunehmend werden. Wir müssen uns nicht verstecken. Neben dem eigentlichen Kerngeschäft und den damit verbundenen Kompetenzen sind wir es seit

einiger Zeit gewohnt, in eher flach strukturierten Hierarchien zu arbeiten und rasch auf veränderte Settings zu reagieren. Der Return on Investment in vertrauensvollen Partnerschaften liegt dabei nicht unbedingt im gleichen Schuljahr. Es braucht gelegentlich die Bereitschaft zu einer Vorleistung, was in der Kommunikation in unseren Kollegien nicht immer einfach ist. Noch schwieriger erlebte ich die Tatsache, dass sich die Lehrpersonen kaum zutrauten, der Managementebene von privaten Firmen Tipps zu geben oder diese in Schulungen anzuleiten.

Um dem möglichen Verlust an Know-how in der Partnerschaft durch Abgänge entgegenzutreten, ist es meiner Meinung nach unabdingbar, dass auch die Partnerschaften in den Qualitätsmanagementprozess eingebunden werden; dies sowohl im Rahmen einer Evaluation innerhalb der Partnerschaft (beispielsweise zur Zielerreichung) als auch in der Gesamtschau.

Weiter muss eine Partnerschaft dokumentiert und regelmässig kommuniziert werden. Es braucht Personen, die sich für die Partnerschaft verantwortlich fühlen und öffentlich für sie eintreten, Strukturen aufbauen und die Arbeit begleiten.





Besonders in der Kommunikation haben KMU und noch mehr überregional tätige Firmen meist viel Erfahrung und bestehende Kanäle, welche zu nutzen sind.

Eine Partnerschaft jenseits des Schulareals muss von allen Stakeholdern der Schule mitgetragen werden. Es lohnt sich daher, diese früh an Bord zu holen und sie für die Bemühungen um eine Partnerschaft zu gewinnen. Im frühen Stadium des Prozesses sind es oft die Eltern, welche niederschwellige Kontakte zu Unternehmungen im Umfeld der Schule ermöglichen können. Wenn während der Aufbauphase nicht grundlegende Diskussionen um die Ausgestaltung geführt werden müssen, verankert das die Partnerschaft und schon die eigenen Ressourcen.

Der für mich entscheidende Gewinn aus einer Partnerschaft liegt darin, dass sich Know-how gewinnen und in der Schule halten lässt, welches ansonsten teuer eingekauft werden müsste. Aber auch das Erkennen der eigenen Fähigkeiten und Fertigkeiten und deren Wert für ein breiteres Publikum als unsere Schülerschaft

empfinde ich als erstrebenswert. Zudem wird es möglich, ausserschulische Lernerfahrungen zu generieren, die den Schülerinnen und Schülern zugutekommen und den Unterricht individualisieren helfen und nachhaltiger machen können.

Wie umfassend der Einbezug der Umwelt der Schülerschaft dabei sein soll – von einer einzelnen Zusammenarbeit bis zu einer sozialraumorientierten Bildungslandschaft – muss situativ vor Ort geprüft werden. Auch die Zahl der Partnerschaften, die eine Schule unterhalten kann, muss sehr genau bedacht sein: Grosse Schulen können sich nicht unbedingt mehr Partnerschaften als kleinere Schulen «leisten». Denn jede Partnerschaft ist individuell gestaltet und benötigt angepasste Ressourcen und Pflege. Heute sind auch Partnerschaften einzelner Schulhäuser oder Stufen für mich denkbar.

Es muss nicht immer DIE Partnerschaft der Schule sein, solange die unterschiedlichen Partnerschaften mit dem Profil der Schule zusammenpassen und sich nicht gegenseitig konkurrenzieren.

«Schulen müssen sich ihres Wertes bewusst werden und erkennen, dass sie als Partner interessant sind.»