

Katharina Gawronski, Christina Gericke, Andrea Liesner

Hamburger Bildungspartnerschaften. Forschungsbericht über eine empirische Erhebung von Kooperationen zwischen allgemein bildenden Schulen in Hamburg und externen Partnern.

Hamburg, Dezember 2012

Inhaltsverzeichnis

<i>Einleitung</i>	<i>1</i>
<i>1 Häufigkeiten</i>	<i>3</i>
<i>2 Schulformprofile</i>	<i>8</i>
2.1 Bereich der Partner und Mehrzahl der Partner	8
2.2 Art der Unterstützung	9
2.3 Gründe für die Kooperation	11
<i>3 Zusammenhänge</i>	<i>11</i>
3.1 Dauer der Kooperation	12
3.2 Anzahl der Sponsoren	12
3.3 Art der Unterstützung	13
3.4 Bereich der Sponsoren/Mehrzahl der Sponsoren	14
3.5 Weitere Kooperationspartner	16
3.6 Sozialindex	16
<i>4 Zusammenfassung und Ausblick</i>	<i>17</i>
<i>5 Literatur</i>	<i>20</i>

Einleitung

Das staatliche Schulwesen befindet sich seit den späten 1990er Jahren in einem fundamentalen Gestaltwandel: Im Rahmen eines neuen Steuerungsmodells lassen sich eine Reihe von Reformbemühungen zusammenfassen, z.B. die Umstellung von einer Input- zu einer Output-Steuerung, die Einführung von Markt- und Wettbewerbselementen, die stärkere Vernetzung mit dem regionalen Umfeld sowie schulische Selbstverantwortung in den Bereichen Finanzen, Haushalt, Rechnungslegung und Mittelbewirtschaftung.

Mit der Öffnung der Schulen nach außen, insbesondere auch zu privaten Wirtschaftsunternehmen, sind Kooperationen bzw. öffentlich-private Partnerschaften entstanden, die bislang nur sehr vereinzelt wissenschaftlich untersucht wurden, obwohl diese eine zunehmende Einflussgröße darstellen. Zu diesem Befund kommen sowohl Böhm-Kaspar/ Weishaupt/ Weiß (2007) im Vorfeld ihrer bundesweiten Stichprobenuntersuchung als auch Schneider/ Berger/ Pilz (2010) in einer empirischen Untersuchung an Realschulen in Baden-Württemberg. In beiden Ergebnisdokumentationen werden Kommerzialisierungen, wie sie im angelsächsischen Raum zu beobachten sind, zwar negiert, jedoch ungleiche Ressourcenverteilungen entlang der Schulformen sowie sozialräumlich bedingte Diskrepanzen, die Chancengerechtigkeit gefährden können, konstatiert. Es zeigen sich Merkmale einer schleichenden Privatisierung (vgl. Cleuvers 2010).

Gegenstand der hier vorgelegten Untersuchung sind Kooperationen von allgemein bildenden Schulen in Hamburg mit externen Partnern aus unterschiedlichen Bereichen. Mit dem Fragebogen sollte zunächst eine Bestandsaufnahme über Art und Umfang der aktuellen Kooperationen von allgemein bildenden Schulen in Hamburg mit externen Partnern (Schulvereinen, andere gemeinnützige Organisationen, private Unternehmen etc.) vorgenommen werden. Die Zusammenarbeit mit privaten Unterstützern vergrößert an vielen Standorten den Handlungsspielraum staatlicher Schulen deutlich. Gleichzeitig bergen solche Kooperationen auch Risiken und verursachen möglicherweise nicht-intendierte Nebeneffekte. Negative Nebenfolgen öffentlich-privater Partnerschaften könnten eine ungleiche Verteilung von externen Ressourcen in Abhängigkeit sozialräumlicher Merkmale (vgl. Liesner/Lohmann 2010) sowie eine zunehmende Abhängigkeit von externen Ressourcen sein. Diese könnte den Charakter von öffentlicher Bildung nachhaltig verändern (Liesner 2006, Schmerr 2002). Insbesondere auch von Eltern geht die Befürchtung aus, ihre Kinder könnten in der Schule

nun verstärkt als Konsumenten angesprochen und hinsichtlich ihrer Bedürfnisse beeinflusst werden (vgl. Achtnich 2011).

Unser Forschungsprojekt zielte entsprechend darauf, Schulen ein erziehungswissenschaftlich fundiertes Unterstützungsangebot zur Gestaltung und Entwicklung ihrer Kooperationen machen zu können, welches den öffentlichen Charakter von Bildung stärkt und dabei Formen einer gemeinsamen gesellschaftlichen Verantwortung für Bildung entwickelt. Forschungsleitend waren dabei auch Fragen danach, welchen Unterstützungs- und Förderbedarf die Schulen durch die Art und Weise der Beantwortung der Fragen artikulieren und welche Angebote Kooperationspartner machen.

Die Untersuchung wurde von Prof. Dr. Andrea Liesner verantwortet und geleitet. An der Konzeption, Durchführung und Auswertung des Projektes waren Katharina Gawronski, Christina Gericke und Pamela von Rymon-Lipinski beteiligt. Die Untersuchung wurde als externe wissenschaftliche Schulabfrage geplant und richtete sich an die Schulleitungen der allgemein bildenden Schulen in Hamburg. Es wurden 385 Umschläge verschickt. 148 Grund-, Stadtteilschulen und Gymnasien nahmen mit ihren Antworten an der Befragung teil. Damit fiel der Rücklauf mit 38,5 % erfreulich hoch aus.

1 Häufigkeiten

Insgesamt gaben 138 Schulen an, momentan mit externen Sponsoren zusammenzuarbeiten. Unter diesen Schulen befinden sich 89 Grundschulen, 19 Stadtteilschulen, 26 Gymnasien und 4 „Sonstige“ Schulen. Zugleich wurde der Sozialindex der Schulen abgefragt. Dieser ist in seinen ganzzahligen Ausprägungen annähernd normalverteilt, wobei die Ausprägungen 3 und 4 mit jeweils 26,0% und 19,2% der gültigen Antworten¹ am häufigsten vertreten sind.

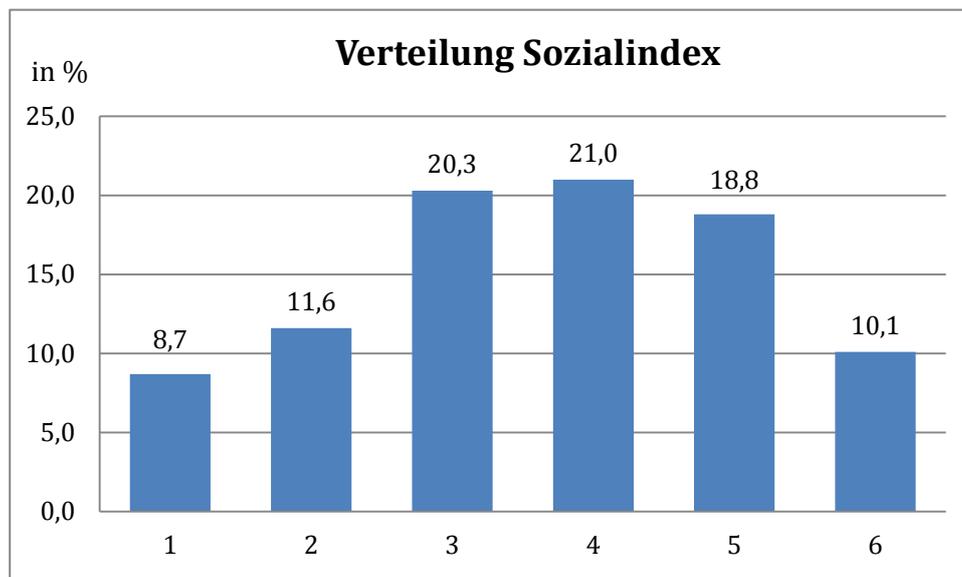


Abbildung 1: Häufigkeitsverteilung des Merkmals „Sozialindex“ (je nach Schultyp wird der Index Kess-4 oder Kess-7 berichtet)

Die Frage, ob die Anzahl der Sponsoren zugenommen hat, seit die Schule selbstverantwortet ist, beantworteten etwa zwei Drittel (68,9%) positiv während der Rest (31,1%) eine Zunahme der Kooperationen verneinte.

Befragt nach der Dauer der Kooperation zeigt sich, dass etwa die Hälfte aller sich in einer Kooperation befindenden Schulen seit mindestens einem und höchstens zehn Jahren mit externen Partnern zusammenarbeitet (49,3%); etwa ein Drittel kooperiert zwischen 11 und 20

¹ Wenn im Folgenden Prozentwerte berichtet werden, handelt es sich immer um die Anteile an den gültigen Antworten, d.h. Befragte, die bei dieser Frage keine Antwort gegeben haben, werden hinsichtlich der Anteile an allen Befragten nicht berücksichtigt.

Jahren (31,2%). 13,8% der kooperierenden Schulen arbeiten allerdings auch schon länger als 20 Jahre mit externen Partnern.

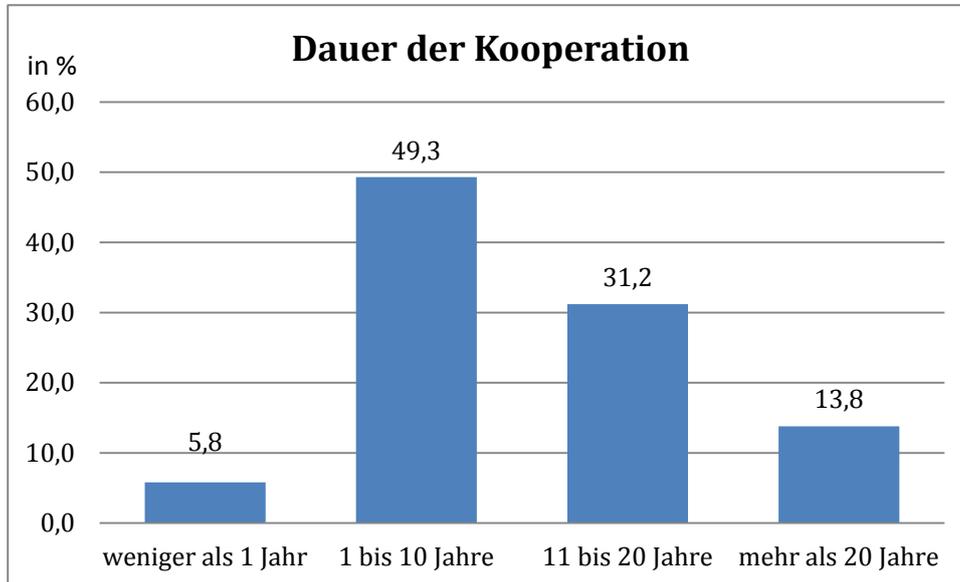


Abbildung 2: Häufigkeitsverteilung des Merkmals „Dauer der Kooperation“

Die Anzahl der Partner (137 gültige Antworten) liegt bei den meisten Schulen unter 5 (46,0%) und zwischen 6 und 10 Partnern (35,8%). Nur sehr wenige Schulen haben mehr als 20 externe Partner (5,1%).

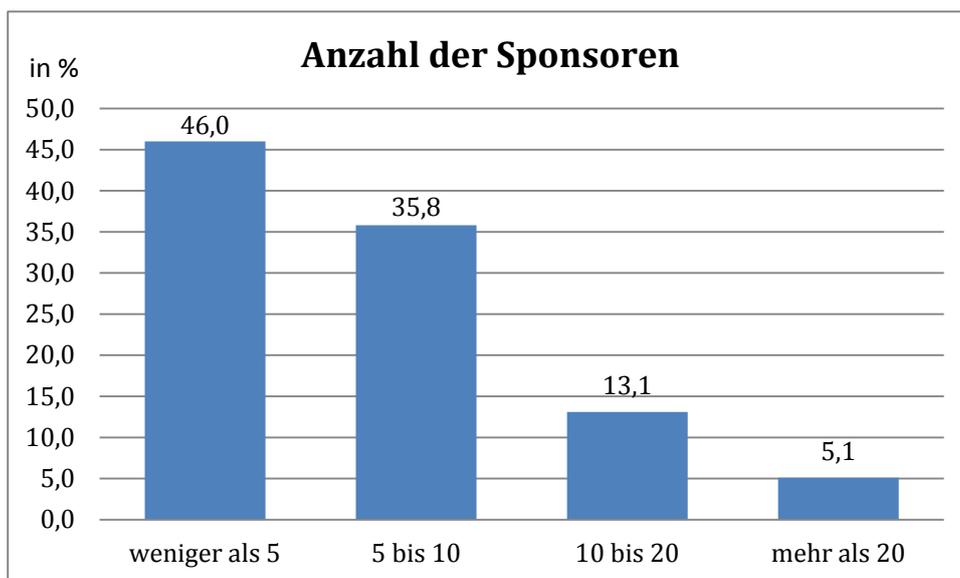


Abbildung 3: Häufigkeitsverteilung des Merkmals „Anzahl der Sponsoren“

Bei der Frage, in welchem Bereich die externen Partner zu verorten sind, gaben fast alle kooperierenden Schulen den öffentlich rechtlichen Bereich an (95,6%). Zudem kooperieren 54,7% der Schulen mit privaten Einzelpersonen sowie 45,3% mit Partnern aus der Privatwirtschaft. 21,7% der kooperierenden Schulen pflegen Partnerschaften mit Sponsoren aus allen drei Bereichen.

Bereich der Partner	Prozent der Schulen
Öffentlich-rechtlich	95,6 %
Privat	54,7 %
Privatwirtschaft	45,3 %

Tabelle 1: Häufigkeitsverteilung des Merkmals „Bereich der Partner“

Bei der Frage, aus welchem Bereich die Mehrzahl der Sponsoren stammt, gaben 72,8% an, dass die Mehrzahl ihrer Kooperationspartner aus dem öffentlich-rechtlichen Bereich stammt. Bei 19,9% der Schulen stammen die Kooperationspartner mehrheitlich aus der Privatwirtschaft oder sind Privatpersonen².

Mehrzahl der Partner	Prozent der Schulen
Öffentlich-rechtlich	72,8 %
Privat	19,9 %
Privatwirtschaft	19,9 %

Tabelle 2: Häufigkeitsverteilung des Merkmals „Bereich: Mehrzahl der Partner“ mit Mehrfachnennungen

Nach der Art der Unterstützung gefragt, gaben 28,8% der kooperierenden Schulen an, dass diese aus Sachmitteln bestehen würde. 33,3% beziehen Geldleistungen und fast alle Schulen (90,9%) nehmen Dienstleistungen in Anspruch.

²Mehrfachnennungen wurden in die Analyse einbezogen, da möglicherweise einige Schulen genau gleich viele Sponsoren aus zwei oder drei Bereichen aufweisen, und durch Ausschluss dieser Schulen evtl. Informationen verloren gehen, ist hier ebenfalls die Häufigkeitsverteilung dieses Merkmals unter Berücksichtigung der Mehrfachnennungen dargestellt. Wenn im Folgenden das Merkmal „Mehrzahl der Partner“ betrachtet wird, sind die Mehrfachantworten jedoch ausgeschlossen.

Art der Unterstützung	Prozent der Schulen
Sachmittel	28,8 %
Geldmittel	33,3 %
Dienstleistungen	90,9 %

Tabelle 3: Häufigkeitsverteilung des Merkmals „Art der Unterstützung“

An zusätzlichen Kooperationen mit externen Partnern haben 88,1% der aller Schulen, die diese Frage beantwortet haben, Interesse (inklusive der Schulen, die momentan noch nicht mit externen Partnern kooperieren. Sponsoring im Sinne von Sachmitteln wünschen sich 61,0% der Schulen, die Interesse an weiteren Kooperationen haben, Geldmittel 72,4% und Sponsoring im Sinne von Dienstleistungen 88,6% aller Schulen, die ein Interesse an weiteren Kooperationen haben.

Bereich der gewünschten Kooperationspartner	Prozent der Schulen
Sachmittel	61,0 %
Geldmittel	72,4 %
Dienstleistungen	88,6 %

Tabelle 4: Häufigkeitsverteilung der Merkmalsausprägung „(weitere) Kooperationspartner: Bereich“ (alle befragten Schulen)

Zudem wünschen sich 40,1% aller Schulen Fortbildungen der Lehrkräfte zum Thema Schul sponsoring/Bildungspartnerschaften.

Gefragt nach dem Anteil des Gesamtbudgets, der durch Kooperationen aufgebracht wird, gaben nur 89 der Befragten eine Antwort. Die hohe Non-Response-Quote kann einerseits auf die Sensibilität der Frage hindeuten, andererseits aber auch darin begründet sein, dass viele Schulen besonders im Sinne von Sachmitteln oder Dienstleistungen gesponsert werden, die sich nicht als monetäre Anteile am Budget ausdrücken lassen. Der angegebene Anteil des Sponsorings am Gesamtbudget fällt dementsprechend eher gering aus: 65,2% der gültigen Antworten entfallen auf die Kategorie „weniger als 1%“, während 31,5% der gültigen Antworten auf die Kategorie „1 bis unter 10%“ entfallen.

Auf die Frage, ob die Unterstützung der externen Partner die tägliche pädagogische Arbeit erleichtert, gaben fast alle Befragten (96,9% der gültigen Antworten) an, dass dies oft oder zumindest gelegentlich der Fall sei.

Als Gründe für die Zusammenarbeit mit externen Sponsoren nannten 27,7% der Befragten ein unzureichendes Angebot, 75,9% die Erweiterung des schulischen Angebots bei unzureichendem Budget, 33,6% sachliche Notwendigkeit, 37,2% die Ergänzung der Ausstattung und 38,0% andere Gründe.

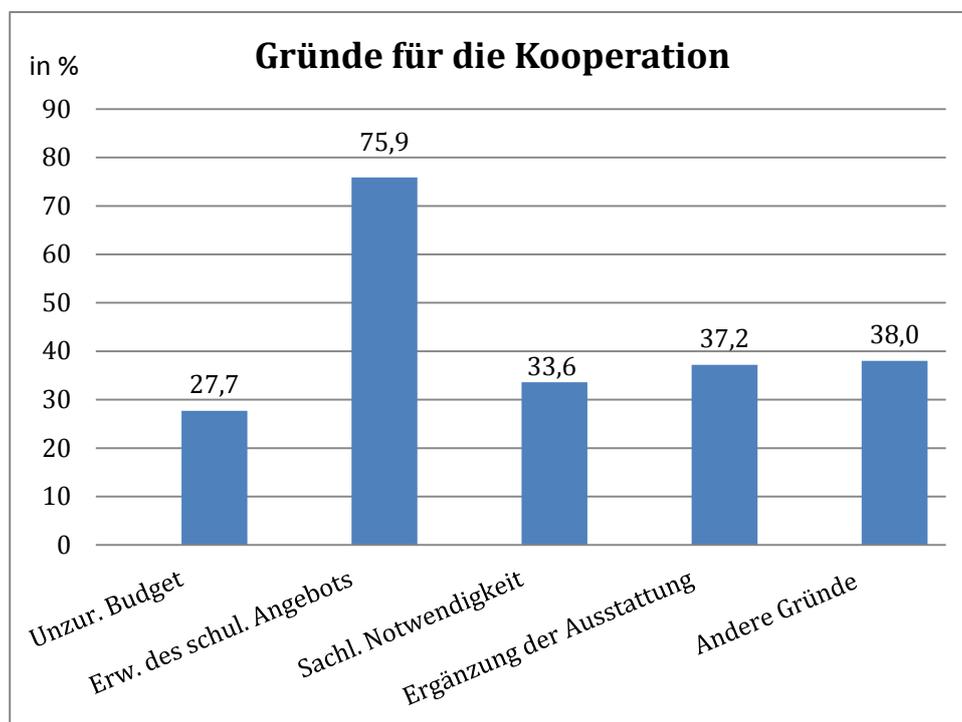


Abbildung 4: Häufigkeitsverteilung der Merkmalsausprägung „Gründe für die Kooperation“

2 Schulformprofile

Um für ausgewählte Variablen noch einmal die Unterschiede zwischen den Schulformen anschaulich darzustellen, wurden Schulformprofile erstellt. Mit ihrer Hilfe werden die Abweichungen der Mittelwerte der einzelnen Schulformen vom Mittelwert aller Schulformen dargestellt. Dabei muss aber darauf hingewiesen werden, dass die Mittelwerte über alle Schulformen eine leichte Verzerrung hin zu den Mittelwerten der Grundschulen aufweisen, weil sich im Datensatz erheblich mehr Grundschulen als übrige Schulen befinden. Da die Verteilung der Schulformen im Datensatz aber nicht stark von der Verteilung der Schulformen in der Grundgesamtheit abweicht, wurde darauf verzichtet, hier eine Gewichtung vorzunehmen³.

Zwar kann von den Mittelwertabweichungen nicht direkt auf einen signifikanten Zusammenhang zwischen einer Schulform und einer Variable geschlossen werden (dies geschieht später, wenn die Korrelationen betrachtet werden), jedoch kann sich hier ein erster Überblick über bestimmte schulartspezifische Besonderheiten hinsichtlich der verschiedenen Merkmale, die in der Untersuchung erhoben wurden, verschafft werden.

2.1 Bereich der Partner und Mehrzahl der Partner

Betrachtet man die einzelnen Schulformen hinsichtlich der Abweichung ihres Mittelwerts vom allgemeinen Mittelwert für die Variablen „Bereich der Partner“ und „Mehrzahl der Partner“ wird deutlich, dass Gymnasien im Vergleich zu den anderen Schulen deutlich seltener Partner aus dem Bereich privater Einzelpersonen aufweisen. Anders zeigt sich die Lage, wenn der Bereich „Privatwirtschaft“ betrachtet wird. Hier weisen die Gymnasien und insbesondere die Stadtteilschulen deutlich häufiger Sponsoren auf als die Grundschulen. Wird nun die Mehrzahl der Partner betrachtet (inkl. Mehrfachnennungen), so zeigt sich, dass besonders wenige Stadtteilschulen eine Mehrzahl der Partner aus dem öffentlich-rechtlichen Bereich aufweisen. Die Grundschulen verfügen seltener über die Mehrzahl der Partner im privatwirtschaftlichen Bereich als dies Stadtteilschulen und Gymnasien tun. Insgesamt sind die Unterschiede zwischen den Schulformen besonders hinsichtlich der Merkmale „Mehrzahl

³ Betrachtet man alle Grund-, Stadtteilschulen und Gymnasien in Hamburg, so ergibt sich hier ein Anteil von 63% der Grundschulen, 18% der Stadtteilschulen und 19% Gymnasien. Im Datensatz sind die Schulformen folgendermaßen verteilt („sonstige“ nicht eingeschlossen): 66% Grundschulen, 14% Stadtteilschulen und 20% Gymnasien. Der Anteil der Grundschulen in den Daten weicht also kaum vom Anteil der Grundschulen in der Grundgesamtheit ab (vgl. Hamburger Schulstatistik „Anzahl der staatlichen und nicht staatlichen Schulen, Schülerinnen und Schüler im Schuljahr 2011/12“).

der Partner: Privatwirtschaft“, „Mehrzahl der Partner: Öffentlich-Rechtlich“ und „Bereich der Partner: Privatwirtschaft“ besonders ausgeprägt.

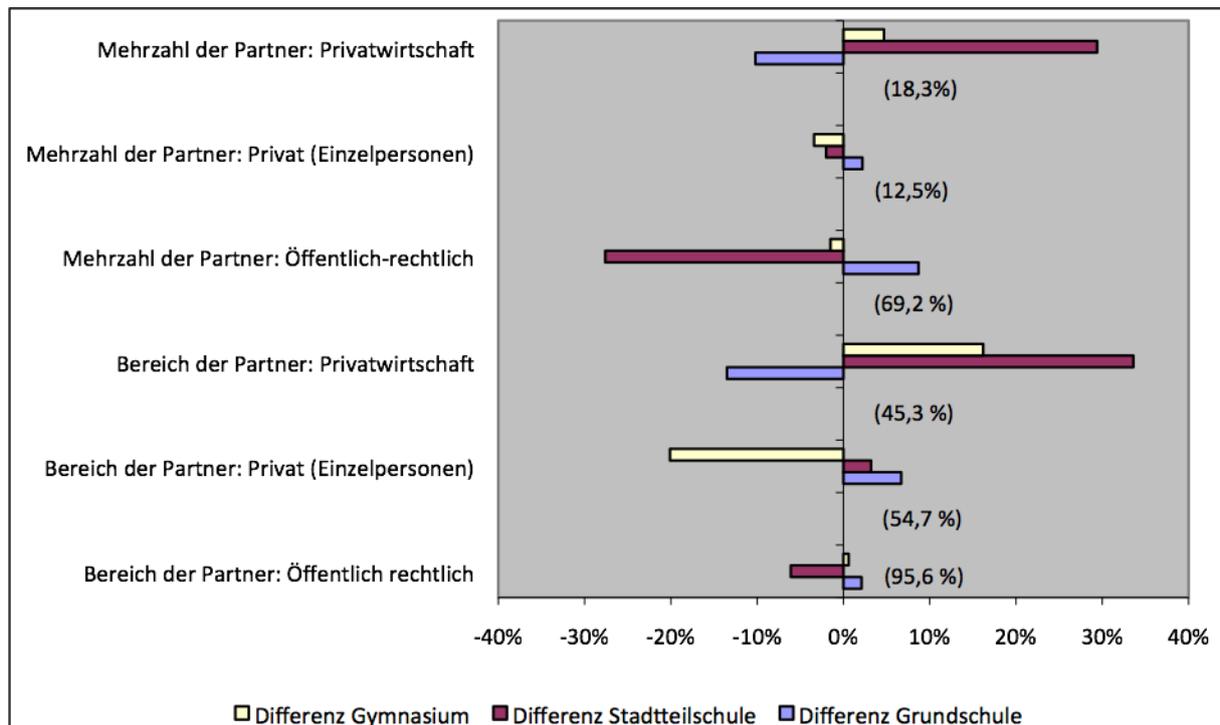


Abbildung 5: Mittelwertabweichungen der Schulformen für die Merkmale „Bereich der Partner“ und „Bereich: Mehrzahl der Partner“ (Anteile in %) (ohne Mehrfachnennungen)⁴

2.2 Art der Unterstützung

Werden nun die Mittelwertabweichungen der Art der Unterstützung in Abhängigkeit von der Schulform betrachtet, so zeigt sich auch hier ein relativ klares Bild: Gymnasien erhalten seltener als Grund- oder Stadtteilschulen Sponsoring im Bereich Dienstleistungen. Stadtteilschulen hingegen werden besonders selten mit Geldmitteln gesponsert. Bei Grundschulen trifft dies auf Sponsoring im Bereich Sachmittel zu. In diesem Bereich werden Gymnasien und Stadtteilschulen wesentlich häufiger extern unterstützt.

⁴ Die Anteile errechnen sich aus der Differenz der Mittelwerte der einzelnen Schulformen vom globalen Mittelwert (in der Abbildung in Klammern angegeben).

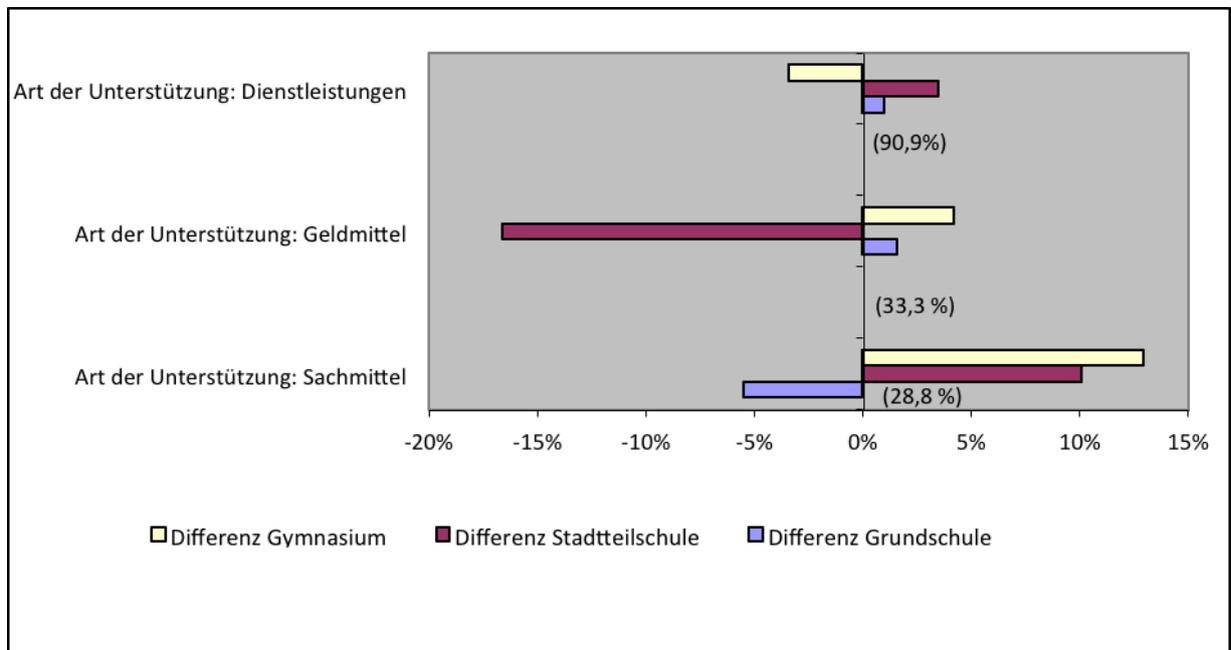


Abbildung 6: Mittelwertabweichungen der Schulformen für das Merkmal „Art der Unterstützung“

2.3 Gründe für die Kooperation

Werden nun die Gründe für die Zusammenarbeit betrachtet, so kann festgestellt werden, dass Stadtteilschulen im Vergleich zu den anderen Schulformen seltener „Erweiterung des schulischen Angebots“ und „Unzureichendes Angebot“ angeben. Besonders häufig kooperieren sie jedoch, weil eine „sachliche Notwendigkeit“ besteht. Dies gilt auch für Gymnasien. Grundschulen hingegen kooperieren sehr viel seltener aus dem Grund der „sachlichen Notwendigkeit“ als die anderen Schulformen. Dafür kooperieren sie leicht häufiger aus dem Grund der „Erweiterung des Angebots bei unzureichendem Budget“.

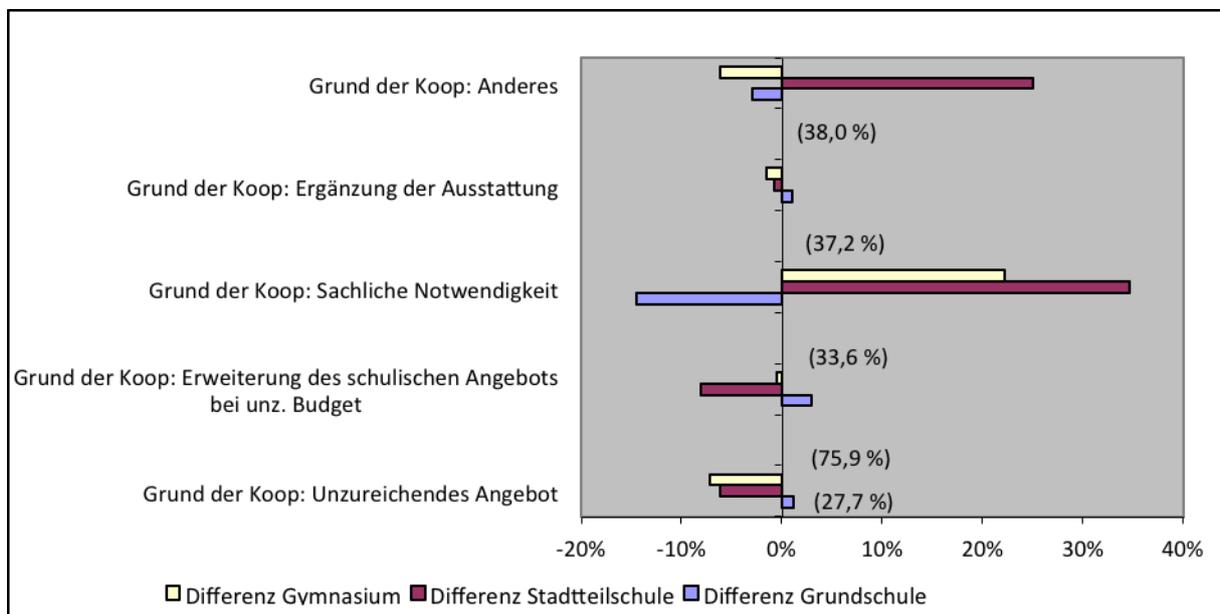


Abbildung 7: Mittelwertabweichungen der Schulformen für das Merkmal „Gründe für die Kooperation“ (Anteile in %)

3. Zusammenhänge

Um Zusammenhänge zwischen den Merkmalen, die im Fragebogen erhoben wurden, festzustellen, wurden Korrelationen nach Spearman berechnet⁵. Im Folgenden werden nur die signifikanten Zusammenhänge berichtet. Die Berechnungen beziehen sich auf bereits oben

⁵ Zur Interpretation von Korrelationskoeffizienten siehe z.B. Bühl, Achim/Zöfel, Peter (2005): SPSS 12. Einführung in die moderne Datenanalyse unter Windows. München: Pearson Studium oder spätere Auflagen.

erläuterten Gründen nur jene Schulen ein, die angegeben haben, sich bereits in einer Kooperation mit externen Partnern zu befinden.

3.1 Dauer der Kooperation

Die Dauer der Kooperation hängt positiv mit der Anzahl der Kooperationspartner zusammen, d.h. je länger eine Schule bereits mit externen Partnern kooperiert, desto höher ist die Anzahl ihrer Partner. Zusätzlich zeigt sich, dass Schulen, die Partner aus dem Bereich der Privatwirtschaft aufweisen, tendenziell schon länger kooperieren als Schulen, die keine solchen Partner aufweisen. Dies trifft ebenso auf Schulen zu, die mit Sachmitteln gesponsert werden, wobei dies vermutlich darin begründet liegt, dass Schulen mit privatwirtschaftlichen Sponsoren besonders häufig mit Sachmitteln unterstützt werden. Ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Dauer der Kooperation und öffentlich-rechtlichen oder privaten Sponsoren lässt sich jedoch nicht feststellen.

Zusätzlich finden sich signifikante leicht positive Zusammenhänge zwischen der Dauer der Kooperation und dem „Bereich der Partner: Privatwirtschaft“ und zwischen der Dauer der Kooperation und der Art der Unterstützung im Sinne von Sachmitteln. Der letztere Zusammenhang mag aber darin begründet sein, dass die Merkmale „Bereich der Partner: Privatwirtschaft“ und „Art der Unterstützung: Sachmittel“ ebenfalls einen signifikanten positiven Zusammenhang aufweisen.

3.2 Anzahl der Sponsoren

Die Anzahl der Sponsoren hängt leicht negativ mit einer Mehrzahl der Sponsoren aus dem öffentlich-rechtlichen Bereich zusammen. Das heißt, Schulen, deren Mehrzahl der Sponsoren aus dem öffentlich-rechtlichen Bereich kommt, tendenziell weniger Kooperationspartner haben als Schulen, deren Mehrzahl der Sponsoren nicht aus diesem Bereich stammt. Ebenfalls einen positiven Zusammenhang gibt es zwischen der Anzahl der Sponsoren und der Aussage der Befragten, dass seit der Selbstverantwortung der Schule die Zahl der Kooperationen zugenommen hat. Nicht überraschend existieren ebenfalls positive Zusammenhänge zwischen der Anzahl der Sponsoren und den verschiedenen Arten der

Unterstützung, allerdings mit Ausnahme von Dienstleistungen. Zudem bestehen positive Zusammenhänge zwischen der Anzahl der Sponsoren und den Ausprägungen „Grund der Kooperation: sachliche Notwendigkeit“ und „Grund der Kooperation: Ergänzung der Ausstattung“. Schulen, die Gründe angegeben haben, verfügen also tendenziell über mehr Sponsoren als Schulen, die andere Gründe der Zusammenarbeit angegeben haben.

Betrachtet man die Anzahl der Sponsoren in Verbindung mit den Schulformen, so zeigt sich, dass hier ein negativer Zusammenhang zwischen der Schulform Grundschule und der Anzahl der Sponsoren besteht. Grundschulen haben also tendenziell weniger Sponsoren als die übrigen Schulformen. Bezüglich der Stadtteilschulen und der Gymnasien lässt sich kein signifikanter Zusammenhang erkennen.

3.3 Art der Unterstützung

Betrachtet man die verschiedenen Arten der Unterstützung in Verbindung mit den übrigen erhobenen Merkmalen, so lässt sich zunächst sagen, dass ein positiver Zusammenhang zwischen der „Art der Unterstützung: Geldmittel“ und der Ausprägung „Zunahme der Kooperation: ja“ besteht. Es kann also davon ausgegangen werden, dass die Schulen, die angegeben haben, dass sie seit sie selbstverantwortet sind mehr Sponsoren haben, häufiger im Sinne von Geldmitteln gesponsert werden als Schulen, die diese Aussage verneint haben. Hinsichtlich der anderen Unterstützungsarten lässt sich hier jedoch kein Zusammenhang feststellen.

Zudem hängt die Ausprägung „Art der Unterstützung: Dienstleistungen“ positiv mit (einer Mehrzahl der) Sponsoren im öffentlich-rechtlichen Bereich zusammen. Es besteht sonst allerdings kein signifikanter Zusammenhang zwischen der Art der Unterstützung und dem Bereich, aus dem die Mehrzahl der Sponsoren stammt.

Die Ausprägungen „Art der Unterstützung: Sachmittel“ und „Art der Unterstützung: Geldmittel“ weisen zudem eine positive Abhängigkeit untereinander auf. Das heißt, dass Schulen, die Geldmittel von Sponsoren beziehen, auch gleichzeitig eine erhöhte Wahrscheinlichkeit aufweisen, im Sinne von Sachmitteln gesponsert zu werden. Ein negativer Zusammenhang besteht hingegen zwischen den Merkmalen „Art der Unterstützung: Dienstleistungen“ und „Art der Unterstützung: Geldmittel“/„Art der Unterstützung: Sachmittel“. Es scheint also, dass Schulen, die im Bereich Dienstleistungen gesponsert

werden, seltener in den Bereichen Geldmittel und Sachmittel gesponsert werden, als Schulen, die nicht im Dienstleistungsbereich unterstützt werden.

Wird nun der Zusammenhang zwischen der Art der Unterstützung und dem Grund der Kooperation betrachtet, so lässt sich erkennen, dass auch hier signifikante Zusammenhänge bestehen. So korreliert sie hoch signifikant positiv mit den Gründen „sachliche Notwendigkeit“ und „Ergänzung der Ausstattung“, d.h., dass Schulen, die mit Sachmitteln gesponsert werden, kooperieren häufig, weil eine sachliche Notwendigkeit vorhanden ist oder sie ihre Ausstattung ergänzen möchten. Die Ausprägung „Art der Unterstützung: Geldmittel“ korreliert ebenfalls hoch signifikant mit dem der Ausprägung „Ergänzung der Ausstattung“. Die Ausprägung „Art der Unterstützung: Dienstleistungen“ weist keinen Zusammenhang mit dem Grund der Kooperation auf.

Zuletzt kann konstatiert werden, dass ein signifikanter positiver Zusammenhang zwischen der Ausprägung „Art der Unterstützung: Geldmittel“ und der Höhe des Anteils des Sponsoring am Gesamtbudget der Schule festzustellen ist. Das heißt, Schulen, die durch Geldmittel gefördert werden, finanzieren tendenziell einen höheren Anteil ihres Budgets durch Sponsoring als Schulen, die nicht durch Geldmittel gefördert werden. Dies lässt sich vermutlich dadurch erklären, dass, wie schon oben beschrieben, Dienstleistungen und Sachmittel von den Befragten nicht ohne weiteres in monetäre Beträge umgerechnet werden können und für die Befragten, deren Schulen ausschließlich durch Sach- oder Dienstleistungen gesponsert werden diese Frage schwer oder gar nicht zu beantworten ist.

3.4 Bereich der Sponsoren/Mehrzahl der Sponsoren

Es bestehen signifikante Zusammenhänge zwischen der Ausprägung „Zunahme der Zahl der Kooperationspartner seit Selbstverantwortung: ja“ und dem Bereich, aus dem die (Mehrzahl der) Sponsoren stammen/stammt. Zum einen zeigt sich hier ein positiver Zusammenhang zwischen den Ausprägungen Mehrzahl/Bereich der Sponsoren: Öffentlich-rechtlich. Das heißt Schulen, die (die Mehrzahl der) Sponsoren aus dem öffentlich-rechtlichen haben, weisen tendenziell eine stärkere Zunahme der Kooperationen seit der Selbstverantwortung der Schule auf als Schulen, die keine oder nicht die Mehrzahl der Sponsoren aus dem öffentlich-

rechtlichen Bereich aufweisen. Das Gegenteil trifft zu, wenn die Schule mehrheitlich mit Partnern aus der Privatwirtschaft kooperiert: Hier besteht ein negativer Zusammenhang, so dass diese Schulen seit der Selbstverantwortung nicht häufiger mit externen Partnern kooperieren. Dies unterstreicht den Befund unter 3.1, dass Schulen, die mit Partnern aus der Privatwirtschaft kooperieren, tendenziell eine längere Kooperationsdauer aufweisen als Schulen, die nicht mit privatwirtschaftlichen Partnern kooperieren, so dass hier evtl. schon Kooperationen vor der Reform zur Selbstverantwortung bestanden und sich deswegen die Kooperationen seit der Reform nicht signifikant erhöht haben. Es lässt sich jedoch nichts darüber aussagen, ob bei diesen Schulen schon immer nur privatwirtschaftliche Kooperationen vorlagen oder ob sich hier seit der Selbstverantwortungsreform der Bereich der Partner geändert hat.

Zudem bestehen Zusammenhänge zwischen den Bereichen, aus denen die Sponsoren stammen, untereinander: So korreliert die Merkmalsausprägung „Mehrzahl der Partner: öffentlich-rechtlich“ negativ mit der Ausprägung „Bereich der Partner: Privat“ und „Bereich der Partner: Privatwirtschaft“. Ebenso korreliert die Ausprägung „Mehrzahl der Partner: Privat“ negativ mit der Ausprägung „Bereich der Partner: öffentlich-rechtlich“. Dies kann ein Hinweis darauf sein, dass Schulen, deren Mehrzahl der Partner aus den Bereichen öffentlicher Dienst oder dem privaten Bereich stammt, eine geringere Wahrscheinlichkeit aufweisen, auch Partner aus dem jeweils anderen Bereich zu haben. Stammt die Mehrzahl der Sponsoren allerdings aus dem Bereich Privatwirtschaft, so lässt sich keine signifikante verminderte oder erhöhte Wahrscheinlichkeit erkennen, dass die Schule ebenfalls mit Sponsoren aus den beiden anderen Bereichen kooperiert.

Neben dem oben erwähnten positiven Zusammenhang zwischen der Mehrzahl der Sponsoren aus dem öffentlich-rechtlichen Bereich und dem Sponsoring im Rahmen von Dienstleistungen besteht zudem ein positiver Zusammenhang zwischen den Ausprägungen „Bereich der Partner: Privatwirtschaft“ und „Art der Unterstützung: Sachmittel“. Es scheint also, dass Schulen, die mindestens eine Partnerschaft mit Sponsoren aus der Privatwirtschaft aufweisen, häufiger mit Sachmitteln unterstützt werden als Schulen, die keine Partner aus der Privatwirtschaft haben. Zudem zeigt sich ein negativer Zusammenhang zwischen der Ausprägung „Mehrzahl der Partner: Privatwirtschaft“ und „Art der Unterstützung: Geldmittel“. Schulen, deren Mehrzahl der Sponsoren aus dem privatwirtschaftlichen Bereich stammt, werden also tendenziell seltener durch Geldmittel unterstützt als Schulen, deren Mehrzahl der Sponsoren nicht aus diesem Bereich stammt.

Wird nun der Zusammenhang zwischen dem Bereich (der Mehrzahl) der Sponsoren und dem Grund der Kooperation betrachtet, so stellt sich heraus, dass Schulen, deren Mehrzahl der Sponsoren aus dem privaten Bereich stammt, häufiger den Grund „Unzureichendes Angebot“ angegeben haben als Schulen, bei denen dies nicht der Fall ist. Zudem geben Schulen, die mindestens einen Sponsor aus dem privaten Bereich (Einzelpersonen) haben, besonders häufig die „Ergänzung der Ausstattung“ als Grund für die Kooperation mit externen Partnern an. Schulen, deren Mehrzahl der Partner aus der Privatwirtschaft kommt, geben als Grund für die Kooperation besonders häufig „Sachliche Notwendigkeit“ an.

3.5 Weitere Kooperationspartner

Wird nun der Wunsch nach weiteren Kooperationspartnern in Zusammenhang mit anderen erhobenen Merkmalen betrachtet, so zeigt sich, dass Schulen, die angegeben haben, dass die Zusammenarbeit mit Sponsoren zugenommen hat, seit die Schule selbstverantwortet ist, häufiger Interesse an weiteren Sponsoren bekunden als Schulen, die angegeben haben, dass die Zusammenarbeit nicht zugenommen hat. Dies trifft ebenso zu, wenn der Wunsch nach weiteren Sponsoren im Bereich Dienstleistungen bekundet wurde. Insgesamt sind die Schulen, die momentan kooperieren und angegeben haben, dass sie an weiteren Kooperationen interessiert sind, häufiger an Sachmitteln und Dienstleistungen interessiert als an weiteren Sponsoren, die Geldmittel spenden.

Schulen, deren Mehrzahl der Partner aus der Privatwirtschaft stammt, wünschen sich seltener weitere Sponsoren im Bereich Geldmittel als Schulen, deren Mehrzahl der Sponsoren nicht aus dem Bereich der Privatwirtschaft stammt. Schulen, die angegeben haben, dass sie momentan durch Dienstleistungen gesponsert werden, sind signifikant stärker an weiteren Sponsoren, die Geldmittel spenden, interessiert, als Schulen, die dies nicht angegeben haben.

3.6 Sozialindex

Entgegen unserer Vorannahmen scheint ein eher niedriger Sozialindex einer Schule sich nicht nachteilig auf Kooperationen auszuwirken. Es zeigen sich kaum negative Zusammenhänge zwischen beispielsweise der Anzahl der Kooperationspartner oder der Art der Unterstützung und einem (niedrigen) Sozialindex der Schule.

Wird der Sozialindex nun in Verbindung mit der Art der Unterstützung und dem Bereich, aus dem die Mehrzahl der Sponsoren stammt, betrachtet, so besteht hier ein leicht positiver

Zusammenhang zwischen dem Sozialindex und „Art der Unterstützung: Dienstleistungen“, der allerdings nicht signifikant ist. Das heißt, dass Schulen, die durch Dienstleistungen unterstützt werden, einen höheren Sozialindex aufweisen und einen niedrigen Anteil an benachteiligten Schülern aufweisen, als Schulen, bei denen dies nicht der Fall ist.

Lediglich zeigt sich, dass Gymnasien einen signifikant höheren Sozialindex aufweisen als die restlichen Schulformen und dass Stadtteilschulen besonders häufig einen niedrigen Sozialindex aufweisen.

4 Zusammenfassung und Ausblick

Kooperationen von Schulen mit externen Partnern haben mit dem Programm der selbstverantworteten Schule sichtbar zugenommen. Daraus kann insbesondere für Kooperationen mit privatwirtschaftlichen Unternehmen abgeleitet werden, dass Schulen ihre Autonomie auch dahingehend nutzen, alternative Finanzierungs- und Organisationsformen mit dem schulischen Umfeld entwickeln, die es ihnen ermöglichen, ihr pädagogisches Programm zu erweitern und ihr Schulprofil zu stärken. Bei den Schulen, die eine hohe Anzahl von Kooperationen angegeben haben, liegt der Grund der Kooperation gehäuft in einer sachlichen Notwendigkeit bzw. in der Ergänzung der Ausstattung, die stark zusammenhängen mit Geld- und Sachmittelunterstützungen. Welche weiteren Gründe für den Einstieg in Kooperationsbeziehungen relevant sind, ist weiterhin zu ergründen.

Ob sich hieraus möglicherweise Abhängigkeiten gegenüber externen Partnern ergeben und welche Formen von Gegenleistungen sich in diesen Vertragsbeziehungen etablieren, wäre weiterhin zu prüfen. Auch Fragen der Nachhaltigkeit pädagogischer Projekte, die in Zusammenarbeit mit privaten Kooperationspartnern entstanden sind, wären nachzugehen.

Die Art der Unterstützung innerhalb der Partnerschaft ist stark vom Bereich der Partner abhängig: d.h. öffentlich-rechtliche Partner bringen häufig Dienstleistungen in die Partnerschaften ein, private Kooperationspartner eher Sachmittel und selten Geldmittel.

Was zukünftige Kooperationen angeht, so scheinen hier die Schulen Partnerschaften des jeweils anderen Bereiches, also mit dem sie derzeit noch nicht kooperieren, anzustreben. Das mag darauf hindeuten, dass der Unterstützungsbedarf durchaus umfassend ist und tatsächlich alle Formen, die hier abgefragt wurden, durchaus einschließt. Ein großer Teil (ca. 40%) wünscht sich zu dem Thema Sponsoring und PPP Fortbildungen. Hierin drückt sich nach

unserer Auffassung ein Professionalisierungsbedürfnis aus, in dem sich möglicherweise auch ein Bedürfnis nach mehr Handlungssicherheit in Vertragskooperationen zeigt.

Der Bereich, aus dem die Partner stammen, hängt -rein quantitativ betrachtet- entgegen unserer Annahmen offenbar stärker von der Schulform und der Art der Unterstützung ab als vom Sozialindex. Grundschulen kooperieren bislang häufig mit öffentlich-rechtlichen Partnern und besonders selten mit Partnern aus der Privatwirtschaft. Bei Stadtteilschulen ist es offenbar genau andersherum.

Über ein Drittel der Schulen hat bereits 6-10 verschiedene Kooperationspartner. Da das Interesse an weiteren Partnern positiv ist, ist von einer steigenden Zahl an Partnern auszugehen. Es ist zu vermuten, dass vielerorts die Schulleitungen diese Kooperationen managen. Hieraus folgend kann angenommen werden, dass diese Vertragsbeziehungen und die damit verbundenen Tätigkeiten Transaktionskosten⁶ darstellen, die selten als solche wahrgenommen werden. Denkbar wäre außerdem, dass diese zudem die Kernaufgaben von Schulleitungen tangieren sowie deren Ressourcen belasten.

Insbesondere Dienstleistungen spielen laut unserer Befragung gegenwärtig- und folgt man den Bedürfnisäußerungen- auch zukünftig eine wichtige Rolle im Kontext schulischer Kooperationspartnerschaften. Hier wären genauere Befragungen aufschlussreich, was unter Dienstleistungen im Einzelnen verstanden wird. Bislang, darauf weisen die Korrelationsanalysen (Kapitel 3) hin, stehen Dienstleistungen bei den Befragten in einem Zusammenhang mit dem öffentlich-rechtlichen Bereich, womit wahrscheinlich Sportvereine und soziale Einrichtungen aus dem Stadtteil gemeint sind. Angesichts einer steigenden und mittlerweile unüberschaubaren Anzahl an beispielsweise kostenfreien Angeboten von Unterrichtsmaterialien und ganzen Unterrichtseinheiten von privatwirtschaftlichen Unternehmen ist zu vermuten, dass zukünftig Dienstleistungen verschiedenste Aktivitäten umfassen könnten, die die Vorbereitung und Durchführung von Unterrichtseinheiten, sowie explizit den Unterricht am Nachmittag betreffen. Unserer Auffassung nach könnten zukünftig pädagogische Angebote durch externes pädagogisches (Hilfs-) Personal ebenso darunter verstanden werden wie Unterrichtsmaterialien oder Unternehmensvertreter der jeweiligen Kooperationspartner im Unterricht. Auch diese Entwicklungen wären auf nicht-gewollte Effekte und Nebenfolgen hin zu überprüfen.

⁶ Transaktionskosten sind Informations-, Verhandlungs- und Vertragskosten, also Vertrags- Anbahnungs- und – Vereinbarungskosten, die mit jedem ‚Betreten‘ eines Marktes verbunden sind. Darüber hinaus gibt es ‚nachträgliche‘ Transaktionskosten: sie bestehen aus den Kosten der Überwachung, Durchsetzung und nachträglichen Anpassung der Vertragskonditionen, also aus Kontroll- und Anpassungskosten (vgl. Picot 1991, S.147).

Mithilfe dieser Erhebung konnten qualitative und quantitative Daten generiert werden, die Aufschluss darüber geben, welche Strukturen sich im Bereich Bildungssponsoring/ PPP in den letzten Jahren in Hamburg herausgebildet haben. Die empirischen Hinweise auf unterschiedliche Verteilungen der Sponsoring-Aktivitäten auf verschiedene Schulformen und hinsichtlich der Sozialindizes sind für erziehungswissenschaftliche Schulforschung ebenso relevant wie für bildungspolitische Fragestellungen. Nicht erfasst werden konnte in unserer Untersuchung jedoch – dazu bedarf es weiterer Studien – wie sich Partnerschaften zwischen öffentlichen Schulen und privatwirtschaftlichen Unternehmen charakterisieren lassen: Unter welchen Prämissen kommen diese Partnerschaften zustande, wie werden möglicherweise unterschiedliche Interessen in diesen Partnerschaften verhandelt, welche Inhalte werden hierin auf welche Art und Weise thematisiert, welchen nachhaltigen Einfluss haben diese Kooperationen auf die Schulentwicklung, und sind sie geeignet, den öffentlichen Charakter von Bildung zu stärken und sozialen Disparitäten ausgleichend zu begegnen?

Betrachtet man die Entstehung von Bildungspartnerschaften als eine Erweiterung des Feldes und in diesem Sinne als ein sich umstrukturierendes soziales Teilsystem, so könnte z.B. eine spezifische Feldanalyse ertragreich sein, die die Relationen zwischen den Positionen verschiedener Akteure in den Blick nehmen kann und in denen Akteure wechselseitig aufeinander einwirken oder dies versuchen (vgl. Diaz-Bone 2012).

5 Literatur:

- Achtnich, Leonie (2011): Mit freundlicher Unterstützung der Keksfirma. Die Grenzen zwischen Sponsoring und Werbung an der Schule sind unscharf. Vieles ist Ermessenssache der Lehrer. In: Die Zeit vom 14.07.2011 Nr.29. <http://www.zeit.de/2011/29/C-Werbung-an-Schulen/komplettansicht>. Letzter Zugriff am 12.12.12.
- Brückner, Yvonne, Böhm-Kaspar, Claudia (2010): Finanzierung des allgemeinbildenden Schulwesens. S. In: Barz, Heiner (Hrsg.): Handbuch Bildungsfinanzierung. Wiesbaden, S. 201- 213.
- Cleuvers, Birgitt A. (2010): Bildungsfundraising- private Mittelbeschaffung als Zukunftskonzept? In: Barz, Heiner (Hrsg.): Handbuch Bildungsfinanzierung. Wiesbaden, S. 467- 478.
- Diaz-Bone, Rainer (2012): Ökonomische Felder und Konventionen. Perspektiven für die transdisziplinäre Analyse der Wirtschaft. In: Bernhard, Stefan/ Schmidt-Wellenburg, Christian (Hg): Feldanalyse als Forschungsprogramm 1. Der programmatische Kern. Springer VS: Wiesbaden, S. 99-122.
- Liesner, Andrea (2006): Schulsponsoring und staatliche Bildungsautonomie- die Sicht der Pädagogik. In: Werbung und Sponsoring in der Schule. Schriftenreihe der Bundesverbraucherzentrale. Berlin S. 63-70.
- Liesner, Andrea/ Lohmann, Ingrid (2008): Bildung im 21.Jahrhundert- für alle?. In: Bethge, Horst, Große, Gerrit et al (Hrsg.): PISA-Schock. Was sagt Die Linke? S. 30-45.
- Lohmann, Ingrid (2010): Schule im Prozess der Ökonomisierung. In: Liesner, Andrea, Lohmann, Ingrid (Hg.): Gesellschaftliche Bedingungen von Bildung und Erziehung. Eine Einführung. Stuttgart, S. 231-244.
- Schmerr, Martina (2002): Sponsoring an allgemeinbildenden Schulen- Erfahrungen, Probleme, Handlungsmöglichkeiten. In: Lohmann, Ingrid/ Rilling, Rainer (Hg.): Die verkaufte Bildung. Kritik und Kontroversen zur Kommerzialisierung von Schule, Weiterbildung, Erziehung und Wissenschaft. Opladen, , S. 189- 206.
- Picot, Arnold (1991): Ökonomische Theorien der Organisation – Ein Überblick über neuere Ansätze und deren betriebswirtschaftliches Anwendungspotential. In: Ordelt, D., Rudolph, B., Büsselmann, E. (Hg.): Betriebswirtschaftslehre und Ökonomische Theorie. Stuttgart, S.143-170.