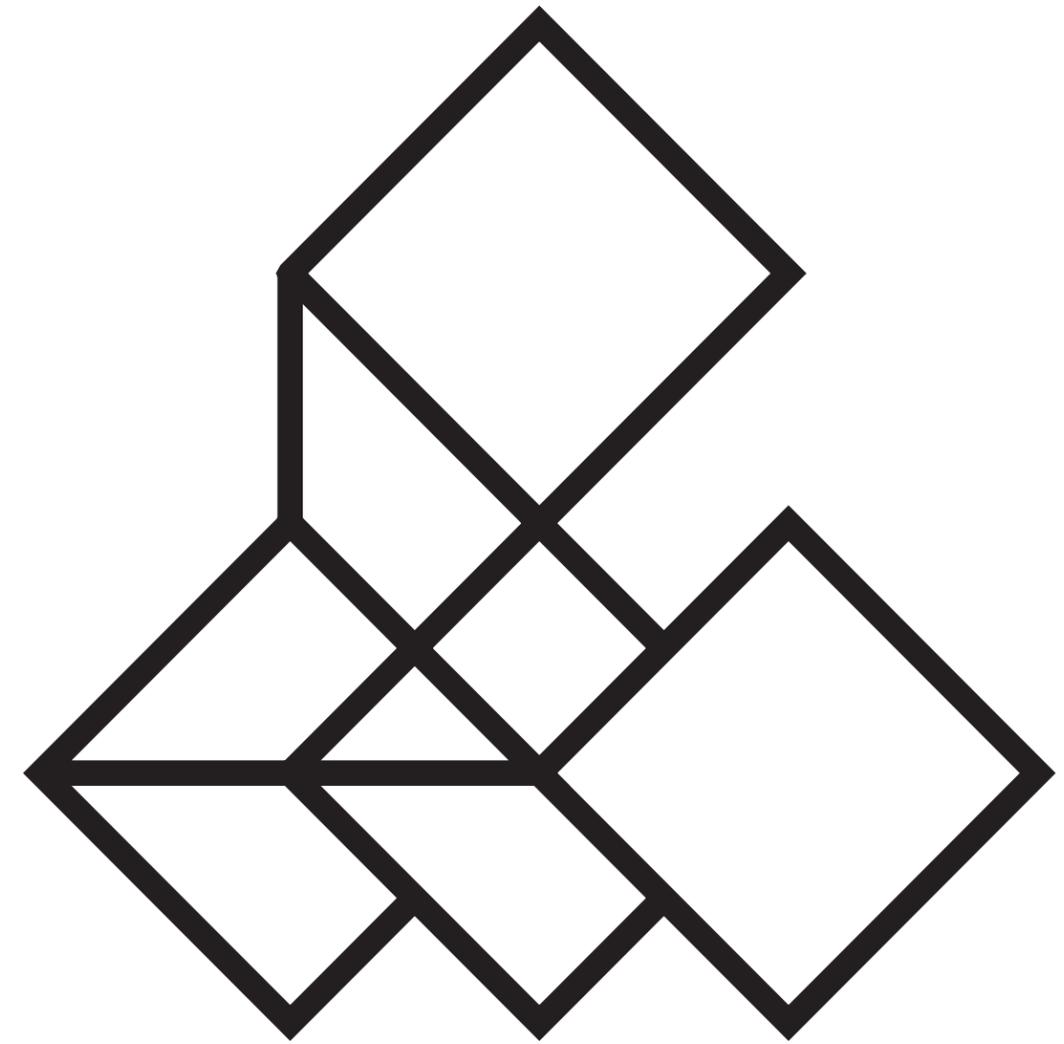


RECONICE



RECONICE

**Gründung einer nachhaltigen Schüler:innenfirma
im digitalen Zeitalter**

INHALT



RECONICE

Statements	2
Einleitung	3
Das ist Reconice	11
1 Sustainability	16
2 Slow fashion	16
3 Business Plan	21
4 Corporate Identity	23
5 Teambuilding	24
6 Prototyping	25
7 Social Media	28
8 Crowdfunding	29
9 Production	30
10 Impact	32

Hinter den Kulissen

Danksagung

IMPRESSUM

Herausgeberin: Schutzgemeinschaft Deutscher Wald (SDW) Landesverband Hamburg e.V., Am Inselepark 19, 21109 Hamburg

In Kooperation mit: Nelson-Mandela-Schule, Neuenfelder Straße 106, 21109 Hamburg

Autor: Marvin Gutdeutsch

Fotos: Michael Rademann & Jendrik Hauschildt

Gestaltung: Simon Badt

1. Auflage, Juni 2021

Die Gründung der Schüler:innenfirma RECONICE erfolgte im Rahmen des Projekts „SDGs digital“, gefördert durch den Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE) und die Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU).

STATEMENTS

„RECONICE ist ein Musterbeispiel für die Umsetzung von Bildung im Bereich nachhaltige Entwicklung.

Was diese Schüler:innen geschafft haben, ist mehr als die Gründung eines Modelabels. Es ist ihr Zugang zu Themen wie Chancengleichheit und nachhaltige Produktion.“

Fabian Gacon, German UN Youth Delegate on Sustainable Development

„Durch RECONICE konnten Schüler:innen einen Teil ihres persönlichen Potenzials entdecken und erfahren, dass man gemeinsam viel bewegen und verändern kann. Das Projekt ist eine großartige Möglichkeit jungen Menschen Perspektiven aufzuzeigen, denn sie konnten sich in neue Aufgaben einarbeiten, dadurch ihre Stärken ausbauen und sogar neue entdecken.“

Antonia Seifert, Vorstandsvorsitzende ROCK YOUR LIFE! Hamburg e.V.

„Die jungen Menschen haben eine nachhaltige Zukunftsperspektive erschaffen, indem sie RECONICE ausbauen und weitere tolle Produkte herstellen. Gemeinschaft, soziale Gerechtigkeit, Bildung und nachhaltiger Umweltschutz wurden mit dieser innovativen Idee verwirklicht.“

Tatjana Bonnet, Mitglied im youpaN

- Jugendpanel für Bildung für nachhaltige Entwicklung

EINLEITUNG



**Liebe Schüler:innen,
liebe Lehrkräfte,**

wir alle sind uns einig: Schule soll auf das Berufsleben vorbereiten – aber wie sieht das Berufsleben heute und zukünftig eigentlich aus? Welche Kompetenzen sind wirklich gefragt? Veränderungen wirken nur bedrohlich, wenn wir an Denkmustern der Vergangenheit klammern. Wenn wir uns davon befreien, rücken die Chancen in den Mittelpunkt der Wahrnehmung.

Mit der Gründung von RECONICE haben wir einen kleinen Beitrag für eine lebenswerte Zukunft geleistet. Der Weg von der ersten Idee bis zum fertigen Produkt wird in diesem Guide in zehn Etappen nachgezeichnet. Das Konzept von RECONICE ist nämlich kein Betriebsgeheimnis. Wir möchten andere Schulen zur Nachahmung inspirieren. Dabei sind die vorgestellten Etappen nicht als strikter Leitfaden zu verstehen, der eins-zu-eins übernommen werden kann. Jedes Start-up ist anders. Jede Schulklasse ist anders. Wichtiger als eine perfekt durchgeplante To-Do-Liste sind Kreativität, Mut und Optimismus.

**Viel Freude und Inspiration beim Lesen!
Euer Team von der SDW Hamburg**

DAS IST RECONICE

RECONICE entspricht nicht dem klassischen Bild von Schüler:innenfirmen. Um das verständlich zu machen, lohnt sich ein Blick auf das, was **RECONICE** nicht ist: Es ist kein Planspiel, in dem fiktiv gewirtschaftet wird. Es ist kein Wirtschaftskurs, in dem Themen wie Buchhaltung oder Rechtsformen im Fokus stehen. Es ist ebenso keine Vorbereitung auf ein Arbeitsleben mit strikten Hierarchien und starren Rollenbildern.

Die 19 beteiligten Schüler:innen fühlen sich als Gründer:innen eines Start-ups. Und das sind sie auch. Wir sprechen hier nicht von einem Start-up à la „**Höhle der Löwen**“.

Es geht nicht darum, noch mehr Schnick-Schnack zu erfinden, den niemand braucht. Daher haben wir uns bei **RECONICE** von Beginn an mit der Frage beschäftigt: Was sind die eigentlichen Herausforderungen unserer Zeit? Diese waren schnell erkannt (engl. to recognize):

Armut, Klimawandel, Diskriminierung, Ausbeutung – um nur wenige Beispiele zu nennen. Nun galt es ein Geschäftsmodell zu finden, das die echten Probleme unserer Zeit angeht. Schnell wurde klar, dass es dafür keine neuen Produkte, sondern andere Produkte braucht. Produkte, die achtsam mit unseren Ressourcen umgehen („**RE-used**“), die unsere Lebensgrundlage erhalten („**ECO-friendly**“) und die ein menschenwürdiges Miteinander fördern („**be NICE to each other**“).



1 SUSTAINABILITY



Was ist Nachhaltigkeit?

Um auf diese vermeintlich simple Frage eine treffende Antwort zu finden, kann man sehr weit ausholen. Während der Begriff im 18. Jahrhundert noch exklusiv in der Forstwirtschaft genutzt wurde, hat sich das Verständnis in den letzten Jahrzehnten stark erweitert. Heute unterscheiden wir ökologische, ökonomische, soziale und manchmal auch kulturelle Nachhaltigkeit. Vielen greift aber auch diese Einteilung zu kurz. Der neue Goldstandard für ein umfassendes Verständnis von Nachhaltigkeit wurde 2015 von den Vereinten Nationen formuliert: Die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, kurz SDGs).

Doch Vorsicht:

Das Klassenzimmer ist kein Hörsaal. Ein wissenschaftliches sinnieren über die Definition von Nachhaltigkeit ist hier Fehl am Platz. Es geht darum, einen Bezug zur eigenen Lebenswirklichkeit herzustellen. Unsere Erfahrung zeigt: Jeder junge Mensch brennt für mindestens ein Thema, das einen Bezug zu den 17 Nachhaltigkeitszielen hat. Die Kunst ist es, den Zusammenhang zu erkennen.

TIPP:

Eine umfangreiche Materialsammlung zu den SDGs bietet das RENN-Netzwerk unter: www.renn-netzwerk.de/materialien

Gerade bei Schüler:innen mit schlechten Bildungschancen kann es ein regelrechtes Aha-Erlebnis sein, dass Nachhaltigkeit nicht nur Klimaschutz beinhaltet. Dass die „**Black live matters**“-Bewegung sich ebenso für eine nachhaltigere Welt einsetzt wie „**Fridays for Future**“ erleichtert vielen den Einstieg in die komplexen Zusammenhänge der 17 Nachhaltigkeitsziele.



2 SLOW FASHION



Gründer:innen von erfolgreichen Start-ups brennen für ihre Idee und identifizieren sich mit ihrer Branche. Es wird zwar häufig pauschal vom „**Nachhaltigkeits-Sektor**“ gesprochen, doch dieser Begriff ist schwammig und verleitet zum Schwarz-Weiß-Denken. Anstatt bestimmte Branchen voreilig auszuschließen, sollte man überlegen, wo in Sachen Nachhaltigkeit noch besonders viel Luft nach oben ist.

Unsere Schüler:innen interessieren sich für einen Wirtschaftszweig, der es tatsächlich eher als Negativbeispiel in die Lehrbücher geschafft hat: die Modebranche. Schnell wird klar, dass sie ein Modelabel gründen wollen, dass ohne Ausbeutung und Umweltzerstörung produziert.

Bei der konkreten Wahl des Produkts machen sich die Jugendlichen ganz pragmatische Gedanken: Was braucht man wirklich? Was kommt sowohl bei Gleichaltrigen als auch bei älteren Menschen gut an? Was ist im gegebenen Zeitrahmen realisierbar?

Nach einem digitalen Brainstorming gibt es aufgrund der aktuellen Umständen eine erste Tendenz: Mund- und Nasenmasken.

Nach einer Diskussion wird diese Idee rasch wieder verworfen. Wir suchen ein Produkt, dass wir gerne tragen und mit dem wir positive Assoziationen verknüpfen. Die Wahl fällt auf eine Tasche. Sie soll praktisch sein und trotzdem stylisch, bezahlbar und trotzdem hochwertig. Jede:r soll sie mit stolz tragen. Diese Vision ist die Geburtsstunde vom **RECONICE** Bag.

TIPP:

Die Dokumentation **BACK2GREEN** über das nachhaltige Modelabel des Rappers Marteria hat es unseren Schüler:innen angetan. Sie ist kostenlos bei YouTube verfügbar.



3 BUSINESS PLAN



Über den Sinn und Unsinn von Businessplänen wird in der Start-up-Szene eifrig gestritten. Braucht es wirklich einen fiktiven Drei-Jahres-Plan, aus dem mathematisch elegant die erwartete Gewinnschwelle (Break Even Point) berechnet wird? Eher nicht. Erst recht nicht für eine Schüler:innenfirma. An dieser Stelle müssen wir aus der lähmenden Zahlenwelt der Betriebswirtschaftslehre ausbrechen und die Lust am Unternehmer:innentum wecken.

Das ist kein Aufruf zur Planlosigkeit. Moderne Tools sind allerdings schlank und fordern keinen Blick in die Glaskugel. Bei **RECONICE** entscheiden wir uns dafür, unsere Geschäftsidee im (Social) Business Model Canvas zu strukturieren.

Das Ergebnis ist eine kompakte Übersicht, die bei Bedarf immer wieder angepasst werden kann. Vertiefend machen sich die Schüler:innen Gedanken über die Zielgruppe. Dafür analysieren sie in Kleingruppen die Werte und Einstellungen der potenziellen Kundschaft. Und wie steht es um die ganz schwere Kost – also Rechtsformen, Buchhaltung und Steuern? Natürlich sind diese Themen wichtig. In der Regel fördern sie aber nicht gerade die Motivation von Schüler:innen. Wir entscheiden uns bewusst, sie vorerst auszuklammern. Selbst von erfolgreichen Gründer:innen hört man manchmal den Satz: **„Hätte ich am Anfang gewusst, was da alles auf mich zukommt, hätte ich nicht gegründet.“** Dem haben wir nichts hinzuzufügen, außer: Uns geht es ähnlich und wir bereuen nichts!



TIPP:

Das PLAYBOOK von SEEd beinhaltet viele tolle Vorlagen und ist auf die Ansprüche von Schüler:innen zugeschnitten. Weitere Infos zu dem gesamten Program unter: <https://seed.schule>

4 CORPORATE IDENTITY



RECONICE

An welche Formen musst du denken, wenn du unseren Firmennamen hörst? Eckig oder rund? Wie sind die Farben? Warm oder kühl? Was fast schon esoterisch anmutet, weckt Kreativität und regt die Sinne an. Obwohl sich unsere Schüler:innen schnell darauf einigen, dass **RECONICE** eher kantig und clean klingt, ist es ein langer Weg vom ersten Logo-Entwurf bis zum letzten Feinschliff. Gut so! Wie der Name schon sagt, geht es schließlich um nichts weniger als die Identität der Firma – die Corporate Identity.

Mit Zettel und Stift wird skizziert. Ein professioneller Illustrator und Grafikdesigner gibt Hilfestellung, lässt aber jeder Idee freien Raum. In der anschließenden Diskussion kann es ruhig emotional zugehen, solange es konstruktiv bleibt. Aus dem Konglomerat unterschiedlichster Ideen entsteht so ein Logo, in dem sich alle wiederfinden. Frei von Öko-Klischees beinhaltet es mehrere Rauten, mit denen die vier Buchstaben **RECO** nachgezeichnet werden. Wer ganz genau hinsieht, erkennt darin mit etwas Fantasie sogar die typische Formgebung der 17 Nachhaltigkeitsziele (SDGs).

Aufbauend auf dem Design erarbeiten die Schüler:innen die Struktur ihrer Website. Zunächst wieder ganz analog. Mit Hilfe eines Webdesigners sind die Ideen bald online umgesetzt. Die Schüler:innen sind begeistert, dass es für eine ansprechende Website heute keine Programmierkenntnisse mehr braucht. Softwarelösungen wie WordPress machen es möglich.

TIPP:

Papier und Stifte in allen Formen und Farben fördern die Kreativität. Digitale Hilfsmittel können die Ideenfindung bremsen, wenn man sie nicht perfekt beherrscht.



5 TEAMBUILDING



In Ratgebern zur Gründung von Schüler:innenfirmen sind bis heute die klassischen Organigramme zu finden, die eine strikte Trennung von Aufgaben in einer Hierarchie abbilden. Warum aber sollten Schüler:innen Organisationsformen kennenlernen, die bereits heute als Auslaufmodell gelten?

Bei **RECONICE** entscheiden wir uns von Anfang an für eine flexible Rollenverteilung. Die Schüler:innen suchen sich ihr Team je nach ihren Stärken und Interessen. Nach einer gewissen Findungsphase bewährt sich die Einteilung in fünf gleichberechtigte Teams: Product Management, Social Media, Public Relations, Market Research und Sponsoring. Ein:e Schüler:in will die Gruppe wechseln? Kein Problem! Vermutlich wird sich diese Struktur zukünftig ohnehin noch mehrfach ändern. Gut so!

Am wichtigsten ist es, dass ein gemeinsames Gruppengefühl des gesamten Teams erhalten bleibt. Dafür funktionieren wir den Unterrichtsraum zeitweise zum Co-Working-Space um. Jedes Team hat einen eigenen Arbeitsplatz, aber der regelmäßige Austausch mit anderen Teams ist ausdrücklich gewünscht. Als Lehrkraft gilt es hier, die Nerven zu bewahren. Wichtig ist es, konkrete Ziele vorzugeben und das vermeintliche Chaos auszuhalten. Ergänzend vernetzt sich die gesamte Gruppe digital. Dafür haben wir u. a. die Lernplattform Moodle genutzt. So war auch Home-Schooling kein Problem.



TIPP:

Unsere Schüler:innen haben sich vor der ersten Gruppeneinteilung bei uns digital **„beworben“**. Dies ist eine gute Übung für den späteren Berufseinstieg und hilft, die eigenen Stärken und Schwächen zu reflektieren.

6 *PROTOTYPING*



Um welches Produkt es auch geht – der Prototyp ist wohl für fast jedes Start-up von elementarer Bedeutung.

Im Falle von **RECONICE** haben wir das große Glück, dass es im selben Stadtteil einen Produktionsbetrieb für Upcycling-Produkte gibt, der fair und umweltbewusst arbeitet. Schnell einigen wir uns auf eine Kooperation.

In kompakten Workshops erarbeiten die Schüler:innen das Design und fertigen unter Anleitung eine erste Tasche. Uns ist zu dem Zeitpunkt bereits klar, dass die Serienproduktion nicht von Schüler:innen zu leisten ist. Trotzdem sollen sie ein Gefühl dafür bekommen, wie viel Arbeit in ihrem Produkt steckt.



Außerdem bekommen sie ein Verständnis dafür, was alles umsetzbar ist – und was nicht.

Das Ergebnis ist eine 2-in-1 Tasche im Stil eines hochwertigen Jutebeutels. Die Außentasche besteht aus einem schlichten Bio-Canvas-Stoff, den man gut bedrucken kann. Die Innentasche legt in puncto Nachhaltigkeit noch eine Schippe drauf: Sie wird aus Planen gefertigt,

für die es keine andere Verwendung mehr gibt. Mehr Ressourcenschonung geht kaum.

Wichtig sind den Jugendlichen auch praktische Details für die Nutzung im Alltag:

Ein Karabinerhaken für den Schlüssel und ein Smartphone-Fach mit Reißverschluss dürfen nicht fehlen.

TIPP:

Das Netz ist voll mit tollen Ideen und Anleitungen unter dem Schlagwort „**Do it yourself**“ (kurz: DIY). Abgucken ist erlaubt! Eine tolle Quelle für Inspirationen ist die Bilderplattform Pinterest.

7 SOCIAL MEDIA



Digitale Medien spielen bei der Gründung von **RECONICE** von Anfang an eine zentrale Rolle. Dabei ist es kaum möglich, alle etablierten Plattformen gleichermaßen mit Inhalten zu bespielen. Wir entscheiden uns für Instagram als unser Hauptmedium. Warum? Weil unsere Zielgruppe dort besonders aktiv ist und wir viel gutes Bildmaterial haben. Facebook und YouTube spielen ebenfalls eine Rolle. Twitter und TikTok klammern wir vorerst aus. Letzteres ist zwar die aktuelle Nummer Eins bei Jugendlichen – in Sachen Datenschutz allerdings das Schlusslicht im Vergleich zur ohnehin schon zweifelhaften Konkurrenz.

Das Thema Datenschutz ist in vielerlei Hinsicht ein Knackpunkt. Der vertrauensvolle Umgang mit personenbezogenen Daten erfordert mehr als ein Stück Papier, das von den Erziehungsberechtigten unterschrieben wird. Die Schüler:innen sollten in jedem Einzelfall selbst entscheiden dürfen, was sie veröffentlichen möchten und was nicht.

TIPP:

Einwilligungserklärungen sind aufgrund der juristischen Formulierungen nicht für alle Schüler:innen und Erziehungsberechtigte verständlich. Wir empfehlen einen ergänzenden Elternbrief in einfacher Sprache und bei Bedarf ein klärendes Gespräch.

So entstehen im Laufe der Zeit viele lustige Videos und Fotos, die nie veröffentlicht werden. Trotzdem haben diese Werke einen großen Mehrwert: Im Schutzraum der vertrauten Gruppe darf darüber herzlich gelacht werden – solange niemand ausgelacht wird. So trauen sich auch schüchterne Schüler:innen vor die Kamera und wachsen über sich hinaus.



8 CROWDFUNDING



Unsere Crowdfunding-Kampagne ist das Herzstück der gesamten Gründungsgeschichte von **RECONICE**. Hier fließen die Ergebnisse aller bisherigen Etappen zusammen. Das Revolutionäre an diesem Finanzierungsprinzip ist die Unabhängigkeit von Banken und anderen Geldgeber:innen. Die Finanzierung einer Idee erfolgt direkt durch zukünftige Kund:innen und andere private Unterstützer:innen über eine digitale Plattform. Wir haben uns mit startnext für die größte Crowdfunding-Community im deutschsprachigen Raum entschieden, die für ihren Schwerpunkt auf ökologisch-soziale und kreative Gründungen bekannt ist.

In einem Workshop mit einer erfolgreichen Start-up-Gründerin lernen die Schüler:innen das Konzept kennen. Sie erstellen einen Aufgabenplan, überlegen sich ansprechende Dankeschöns für zukünftige Unterstützer:innen und produzieren mit Unterstützung eines Filmemachers ihr Pitch-Video. Voilà, fertig ist eine professionelle und zugleich sehr authentische Kampagne.

Es gilt das Alles-oder-Nichts-Prinzip. Sollten wir es nicht schaffen, unser Ziel von 2.500 € in sechs Wochen zu erreichen, gehen wir leer aus. Am Ende knacken wir stolze 7.000 €. Was für ein Erfolg! Es dauert eine Weile bis der Dopamin-Rausch abklingt und uns klar wird: Das bedeutet Arbeit. Die Idee hat überzeugt, jetzt müssen wir liefern!



TIPP:

Einen guten Einstieg in das Thema – gerade für gemeinnützige Projekte – bietet **„Das Crowdfunding-Handbuch“** von Ulrike Sterblich, Tino Kreßner, Anna Theil und Denis Bartelt.

9 PRODUCTION



Mindestens 100 Taschen sollen es in der ersten Charge werden. Dafür müssen die Schüler:innen ausreichend Material besorgen. Leichter gesagt als getan, denn die Innentasche wird schließlich aus wiederverwerteten Planen gefertigt. Die gibt es logischerweise nicht von der Stange. Nach einigen Telefonaten ist ein Unternehmen gefunden, dass uns eine tolle Auswahl an ausreichend großen Schnittresten spendet. Durch die vielen Farben wird jede **RECONICE** Bag zu einem echten Unikat.

In kürzester Zeit näht das Produktionsunternehmen die Taschen. Den letzten Arbeitsschritt lassen sich die Schüler:innen aber nicht nehmen: den Aufdruck des Logos. Mit der neu angeschafften Siebdruckmaschine drucken sie auf jedes Exemplar mit stolz das selbst kreierte Logo. Was für ein erhabener Moment! Spätestens jetzt wird allen Beteiligten klar, dass aus einer Idee ein echtes Produkt geworden ist.

Eine regelmäßige Produktion wird es bei **RECONICE** übrigens nicht geben, es gilt das Prinzip: first come, first serve. Dies ist einer der wenigen Unterschiede zwischen der Schülerinnen:firma und anderen Unternehmen. Zukünftige Kohorten dürfen selbst entscheiden, ob sie die Taschen nachproduzieren, ein neues Produkt entwerfen oder die Mission von **RECONICE** auf andere Weise verwirklichen.

TIPP:

- Wer nach wie vor meint, dass Beteiligte an einer Schüler:innenfirma möglichst alles selbst machen sollten, dem empfehlen wir die Lektüre des erfrischenden Buchs „**Kopf schlägt Kapital**“ von Günter Faltn.



10 IMPACT



RECONICE

„Ich weiß natürlich, dass wir es mit diesen Taschen nicht zwei Grad kälter machen auf der Welt – aber ich weiß, dass uns Menschen sehen und uns vielleicht als Vorbild nehmen.“

Mit diesem Statement bringt Gründungsmitglied Abas den gesellschaftlichen Mehrwert des Projekts auf den Punkt. Pro Tasche wird etwa ein halber Quadratmeter Plane vor der Müllverbrennung bewahrt. Das ist kleiner Schritt in Richtung Kreislaufwirtschaft, aber für eine nachhaltige Zukunft wird es viele dieser Schritte brauchen. Hier gilt es, andere zum Mitmachen anzuregen.

Um dem Motto **„leave no one behind“** gerecht zu werden, gibt es bei **RECONICE** ein flexibles Preismodell: Wer kann, bezahlt für das Produkt freiwillig einen etwas höheren Preis. Jugendliche mit wenigen finanziellen Mitteln wird die Tasche günstiger angeboten. Nachhaltige Mode darf kein Luxusgegenstand sein! Sollte am Ende des Tages tatsächlich ein Gewinn übrig bleiben, werden damit Mahlzeiten für Obdachlose gekocht oder Bäume gepflanzt.



Tipp:

Unter dem Stichwort **„Social Entrepreneurship“** findet man zahlreiche Beispiele für nachhaltiges Unternehmertum. Eine empfehlenswerte Plattform ist **www.social-startups.de**, die zu unserer Freude auch einen Artikel über **RECONICE** veröffentlicht haben.

HINTER DEN KULISSEN

Die Gründung der Schüler:innenfirma **RECONICE** ist für alle Beteiligten ein Vorhaben außerhalb der Komfortzone. Wie der Vereinsname bereits vermuten lässt, gehören derartige Projekte nicht zum Standard-Repertoire der Schutzgemeinschaft Deutscher Wald (SDW). Entstanden ist die Idee im Rahmen des Projekts **„SDGs digital – Jugendliche helfen Jugendlichen Nachhaltigkeit zu verstehen“**, gefördert durch den Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE) und die Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU).

Als Naturschutzverband mit Verantwortung für zukünftige Generationen hat sich die SDW auch Tätigkeitsfeldern außerhalb der klassischen Naturschutzarbeit angenommen. Die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung bilden den gemeinsamen Nenner aller Projekte. Zum Projektteam der SDW Hamburg gehören Bettina Bartlick-Kustak (Bild oben links), Michael Rademann (Bild oben rechts) und Marvin Gutdeutsch (Bild unten links). Das Leitbild der Nelson-Mandela-Schule fußt auf einem Zitat des namensgebenden Friedensnobelpreisträgers:



„Education is the most powerful weapon which you can use to change the world“.

DANKSAGUNG



Gemeinsam mit der SDW Hamburg wird die Schule ihr nachhaltiges Profil auch zukünftig weiter ausbauen. Die verantwortliche Lehrkraft hinter **RECONICE** ist Elisabeth Hintze (Bild unten rechts).

Für ihr außergewöhnliches Engagement und ihren Mut danken wir den Schüler:innen:

Aalyiha Justine Bila, Abas Ameti, Aleksandar Bogicevic, Azra Gizem Erinci, Doukpe Okokossissi, Ege Zeybek, Eray Akdogan, Erkan Karahan, Jaskarn Kaur, Katrin Marie Wullenweber, Maximilian Bulut, Melek Babacan, Meryem Zülal Subasi, Minoo Lioba Cecilia Faszl, Mohammad Taha Issa, Nusaybah Salami, Osamuyimen Odeh Anderson, Peer Johannes Niehuis & Sara Abazi

Für ihre Offenheit und ihren Tatendrang danken wir den Pädagog:innen und Workshopleiter:innen:

Asiye Yalcinkaya, Constanze Klotz, Elisa Bodenstab, Elisabeth Hintze, Hanna Charlotte Erhorn, Jendrik Hauschildt, Jessica König, Laura Rupenow, Linda-Maraike Plath & Simon Badt

Für das große Vertrauen in unser Projekt und die finanzielle Unterstützung danken wir dem Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE), der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) und allen Unterstützer:innen unserer Crowdfunding-Kampagne.

RECONICE

Für die Fragen der Zukunft braucht es keine Antworten von gestern. Ganz im Sinne der Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) möchten wir Jugendliche befähigen, eigene Antworten zu finden. Das ist die optimale Vorbereitung auf das zukünftige Arbeitsleben. Moderne Unternehmen suchen schließlich kreative Köpfe, die eigenverantwortlich handeln und nicht auf „Dienst nach Vorschrift“ programmiert sind – ein Anspruch, der bereits während der Schulzeit selbstverständlich sein sollte.

Dieser Guide zeigt anhand der Geschichte von RECONICE, wie die Idee des nachhaltigen Unternehmertums Einzug in unser Bildungssystem erhält. Die Zeit ist reif für neue Bildungsformate und eine neue Generation von Schüler:innenfirmen.

