

Bildung für besseres Leben

Eine Initiative von Deloitte unterstützt Projekte, die Menschen den Zugang zu hochwertiger Bildung ermöglichen

Von Marius Trapp



Die Fakten sind ernüchternd: Weltweit gehen 260 Millionen Kinder nicht zur Schule, 750 Millionen Erwachsene können weder lesen noch schreiben, 200 Millionen Menschen haben keine Arbeit. Und das in einer Zeit, in der Digitalisierung und Automatisierung unsere Welt weiter verändern werden. Mit anderen Worten: Wir alle stehen vor großen gesellschaftlichen Herausforderungen.

Diese Herkulesaufgaben können nur gemeinsam angepackt werden können. Globale Unternehmen stehen in der Pflicht, ihren Beitrag für ein gelingendes Morgen zu leisten, in dem möglichst viele Menschen ihre Potentiale für ein selbstbestimmtes Leben ausschöpfen können.

Die WorldClass-Initiative

Mit der globalen Initiative WorldClass will Deloitte bis 2030 rund 50 Millionen Menschen erreichen, denen derzeit der Zugang zu Bildung und die Möglichkeiten zum Erlernen von zukunftsrelevanten Fähigkeiten fehlen.

Das Know-how des Unternehmens soll ihnen helfen, jene Kompetenzen zu entwickeln, die sie in einer zunehmend digitalen Zukunft benötigen werden. Dies ist ein Beitrag für ein erfolgreiches individuelles Leben, für mehr Chancengleichheit und für nachhaltiges Wachstum insgesamt. Mit Blick auf die Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen fokussiert die Initiative auf die Ziele „Hochwertige Bildung“, „Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum“ sowie „Partnerschaften zur Erreichung der Ziele“.

Das wird auch in Deutschland in die Tat umgesetzt: Die WorldClass-Initiative geht passgenau auf die länderspezifischen Anforderungen und Bedürfnisse ein und kooperiert daher mit zwei Sozialunternehmen – dies sind Serlo in München und die ReDI School in Berlin. Deloitte-Mitarbeitende unterstützen die beiden Organisationen dabei, ihre jeweiligen Ziele noch besser zu erreichen – und damit mehr insbesondere junge Menschen fit für die vierte industrielle Revolution zu machen.

Digitale Integration

Die ReDI School of Digital Integration hat einen besonderen Ansatz gewählt. Alles begann im August 2015 mit einem Besuch der Co-Gründerin Anne Riechert in einem Flüchtlingsheim. Ihr fiel ein Umstand auf, der sie zur Initiative inspirierte: „Dort gab es unglaublich lernbegierige IT-Talente“, stellte sie fest. „Und auf der anderen Seite gibt es derzeit 124.000 offene IT-Stellen in Deutschland.“ Ihre Schlussfolgerung lag auf der Hand. Heute bietet das gemeinnützige Sozialunternehmen

drei- bis viermonatige IT-Programme, Workshops und Corporate-Trainings-Projekte insbesondere für geflüchtete Menschen in Berlin, München und Kopenhagen an. Pro Semester besuchen rund 550 Schüler aus 49 Ländern die Kurse, die meisten kommen aus Syrien, dem Irak, Afghanistan und Eritrea.

Dabei setzt die ReDI School auf externes Fachwissen und ein breites Netzwerk. Deloitte hilft seit 2018 dabei, die komplexe und bürokratisch anspruchsvolle Zertifizierung gemäß Akkreditierungs- und Zulassungsverordnung Arbeitsförderung zu meistern – die Voraussetzung, um als Bildungsträger für Bildungsgutscheine des Jobcenters anerkannt zu sein. „Ein Meilenstein“, sagt Anne Riechert.

Außerdem engagieren sich Deloitte-Mitarbeitende ehrenamtlich an der Schule: Hadeer Nabil Mohammed, Software-Ingenieurin und Data Scientist im Bereich Risk Advisory, unterrichtet zum Beispiel die Programmiersprache Java. Andere Mitarbeitende haben Studierenden auf den HR-Summits der Schule beim Bewerber-Speeddating Fragen zum Jobeinstieg beantwortet. Und am Standort Düsseldorf kümmern sich zwei Mitarbeitende darum, die Matchmaking-Plattform „ReDI Connect“ an den Start zu bringen.

Die Plattform dient dazu, die Studierenden mit IT-Experten in Kontakt zu bringen. Damit das professionell gelingt, gibt es Anna Stühmeier und Paula Schwabe bei Deloitte Digital in Düsseldorf. Die Expertinnen haben die Grundversion der Plattform in gemeinsamen Meetings und nach Gesprächen mit Mentees und Mentoren in Berlin immer weiter entwickelt, sodass im Dezember des vergangenen Jahres ein erster Prototyp an ReDI übergeben werden konnte. Anna Stühmeier, zuständig für Experience Design and Mobile, konnte dafür drei Monate fulltime für das Projekt arbeiten, ihre Kollegin Paula Schwabe an festen Tagen. Stühmeier nahm das Projekt zum Anlass, über das Thema Digitalisierung und gesellschaftliche Herausforderungen intensiv nachzudenken, und sie recherchierte, ob es vergleichbare Organisationen auch in der NRW-Landeshauptstadt gibt. „Ich werde sicher in Zukunft mit offeneren Augen durch die Gegend laufen“, resümiert sie. So trägt das Unternehmen nicht nur dazu bei, lösungsori-





entierten Projekten zu helfen und den dahinterliegenden Impact zu ermöglichen, sondern auch, die Awareness seiner Mitarbeitenden und ihre Sicht auf die Welt zu verändern.

Ein Wikipedia fürs Lernen

Dies gelingt auch durch eine weitere Kooperation, mit dem Serlo Education e.V. in München. Auf der kostenlosen und werbefreien Plattform serlo.org finden Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufe einfache Erklärungen, Kurse, Lernvideos, Übungen und Lösungen zu diversen Schulfächern wie zum Beispiel Mathematik und den MINT-Fächern – also jene Fächer, die vor allem mit Nachhilfeunterricht, insbesondere in Mathematik, bedient werden. Doch nicht nur: Auch das Thema Nachhaltigkeit hat seinen Platz und mit Serlo ABC zudem ein Modul, das sich speziell an junge Geflüchtete wendet, um die deutsche Sprache zu erlernen. Die Vision: Eine hochwertige Bildung für alle, in der jeder

selbstständig und im individuellen Tempo lernen kann – eine Art Wikipedia fürs Lernen.

Die Relevanz dieses Engagements ist evident: Laut OECD-Studie können 20,5 Prozent der deutschen Schüler bestenfalls einfache Probleme lösen, ein Drittel fühlt sich „weniger gut“ oder gar „schlecht“ auf das Arbeitsleben vorbereitet und 45 Prozent der Schüler können nachvollziehen, wenn Unternehmen sie für nicht „ausbildungsreif“ halten. Kein Wunder also, dass Eltern in Deutschland laut Bertelsmann-Stiftung rund 880 Millionen Euro für Nachhilfeunterricht ausgeben.

Da greift Serlo: Die Inhalte werden von ehrenamtlichen Helfern – zumeist Lehramtsstudierenden – im Rahmen eines Kriterienkatalogs generiert und nach einer Qualitätsprüfung eingestellt. Der Content kommt nicht nur Schülern zugute, sondern wird immer öfter auch von Lehrerinnen und Lehrern für den Unterricht genutzt. Mittlerweile finden

sich seit der Gründung 2009 und dem Online-Start 2011 rund 15.000 Inhalte auf der Seite, jeden Monat greifen über eine Million Unique User auf sie zu – das sind zehn Prozent aller Schüler in Deutschland. Tendenz: stark steigend.

„Wir wollen ein Bildungssystem schaffen, das Schülerinnen und Schülern mehr Freiraum bietet und sie gleichzeitig gut auf die Anforderungen der Zukunft vorbereitet“, sagt Co-Gründer Simon Köhl. Sein Team umfasst heute 74 Mitglieder, davon sind acht hauptamtlich tätig, der Großteil arbeitet ehrenamtlich in ganz Deutschland verteilt, darunter 40 Autoren. Langfristig will Serlo neue didaktische Ansätze in die Lehrpläne und in die Ausbildung neuer Lehrerinnen und Lehrer integrieren.

Die neuen Pläne sind nicht auf Deutschland beschränkt: Derzeit arbeitet das Team daran, Kriterien für eine Internationalisierung zu entwickeln und herauszufinden, wo global eine hohe Bildungsgerechtigkeit herrscht. Auch auf diesem Weg wollen wir uns als internationales Unternehmen mit unserer Expertise und technologischer Kompetenz in Zukunft einbringen.

Neben diesen Vorhaben engagiert sich Deloitte auch finanziell bei beiden Initiativen. Wenn es nach Simon Köhl geht, könnte es in Zukunft aber auch möglich sein, sich wie Wikipedia über Kleinstbeiträge zu refinanzieren. „Eine Bezahlschranke wird es niemals geben“, verspricht er. „Das würde unserem ganzen Anspruch widersprechen.“ Schließlich geht es darum, Menschen einen einfachen und besseren Zugang zu hochwertiger Bildung zu ermöglichen.

Marius Trapp ist Head of Corporate Responsibility bei Deloitte Deutschland.