



Fotos: Helmut Ankenbrand



Zum 25-jährigen Schuljubiläum 1991 besuchte der in London lebende Sohn des Namensgebers, Prof. Gustav Born (rechts im Bild), das Gymnasium – hier mit Schulleiterin Barbara Loos.

Gymnasium – Netzwerke stärken

Menschen verbinden, Projekte ermöglichen, Bildung fördern. Diese Leitsätze liegen der Idee des Netzwerkes am Max-Born-Gymnasium zugrunde.

Mehr Selbstständigkeit Das im Jahre 1966 gegründete naturwissenschaftlich-technologische und sprachliche Max-Born-Gymnasium in Germering bei München besuchen derzeit circa 1050 Schüler. Im Schuljahr 2002/03 schloss sich die Schule dem Modellprojekt Modus 21 des Bayerischen Staatsministeriums für Unterricht und Kultus in Zusammenarbeit mit der Stiftung Bildungspakt Bayern an. Ziel dieses Modellversuches ist es, zu erfahren, in welchem Maße es zentraler Vorgaben bedarf, um die Vergleichbarkeit von Schulen zu gewährleisten und inwieweit eigenverantwortliches Handeln an Schulen die qualitative Entwicklung der Schule fördert. Neben den Arbeitsfeldern „Qualität von Unterricht und Erziehung“, „Personalmanagement und Personalführung“ und dem Bereich der „Sachmittelverantwortung“, findet das Konzept auch in der Einbeziehung von „inner- und außerschulischen Partnerschaften“ Anwendung. „So entstand, nachdem wir uns dann mit dem Elternbeirat und dem Förderverein beraten haben, wie wir Sponsoren gewinnen und die Öffentlichkeit ansprechen können“, so Oberstudiendirektorin Barbara Loos, „daraus das Max-Born-Netzwerk.“ Dies liegt in etwa fünf bis sechs Jahre zurück.

Das Max-Born-Netzwerk Als Organisation bietet das Netzwerk des Max-Born-Gymnasiums all denjenigen eine Plattform, die mit der Schule in Verbindung kommen und bleiben wollen. In einem schuleigenen Online-Portal können sich Schüler, ehemalige Schüler und (ehemalige) Lehrer austauschen und in Kontakt treten und bleiben. Das Netzwerk informiert seine Mitglieder über schulische Aktivitäten und kann beispielsweise dazu genutzt werden, Ehemaligen-Treffen zu organisieren. Durch freiwillige Mitgliedsbeiträge und das persönliche Engagement seiner Mitglieder unterstützt das Netzwerk schulische Projekte und bietet der Schule einen Fundus an Expertenwissen, auf das diese im Rahmen von Vorträgen oder Projekten zurückgreifen kann. Das Max-Born-Netzwerk ist somit mehr als nur ein Förderverein. So ist die Schule im Zuge der Entwicklung weg von Leistungskur-

sen, hin zu Oberstufenprojekten, zunehmend auf die Beziehung zu Unternehmen angewiesen. Ab dem Schuljahr 2009/10 soll die Studien- und Berufsorientierung in den Oberstufen verstärkt werden. Neben einer allgemeinen Studien- und Berufsorientierung im Rahmen eines wöchentlichen Seminars, soll eine Projektarbeit mit außerschulischen Partnern den Schülern die Arbeitswelt näher bringen. So kann über ein Adressverzeichnis im „Alumni-Portal“ der Homepage gezielt nach bestimmten Berufen ehemaliger Schüler gesucht werden. Diese können dann mit Hilfe der Kontaktdaten nach Informationen zu ihrem jeweiligen Arbeitsgebiet befragt werden und dem ein oder anderen sogar eine Stelle oder einen Ausbildungsplatz vermitteln.

Erscheinungsbild nach außen Obgleich das Netzwerk nach innen wirke und keine Marketingstrategie sei, wie Oberstudiendirektorin Barbara Loos erklärt, trägt das Netzwerk dennoch dazu bei, das öffentliche Erscheinungsbild des Max-Born-Gymnasiums entscheidend zu prägen. Das Netzwerk stiftet der Schule ein Corporate Design, das somit nach außen neben einem einheitlichen Erscheinungsbild auch ein professionelles Auftreten signalisiert. Insbesondere, wenn es um darum geht, Sponsoren zu gewinnen, spielen solche Strategien eine entscheidende Rolle.

Berichte aus der Praxis Alle zwei Jahre initiiert das Max-Born-Netzwerk Berufsinformationsabende. Hier stellen ehemalige Max-Born-Schüler ihre Berufe vor und die Schüler der zehnten bis zur zwölften Klasse können sich zwei Berufssparten aussuchen, über die sie gerne mehr erfahren möchten. „Das sieht dann so aus“, erläutert Oberstudiendirektorin Barbara Loos, „dass der Ehemalige maximal zehn Minuten einen Vortrag hält und die Schüler dann vor allem die Gelegenheit haben, Fragen zu stellen.“ Das Geheimnis des Erfolges dieser Informationsabende, die stets sehr gut besucht sind, obwohl der Einstieg ins Berufsleben oft noch in ferner Zukunft liegt, sieht Oberstudiendirektorin Barbara Loos darin, „dass ehemalige Schüler noch näher an den Schülern dran sind.“ >