



Arbeitskammer des Saarlandes  
beraten.bilden.forschen.



# Gute Schülerfirmen:

Demokratisch, sozial und ökologisch

Ein Leitfaden für Lehrkräfte, Eltern und  
betriebliche Interessenvertretungen



Initiative | Schule  Arbeitswelt

## Impressum

Herausgeber:	Arbeitskammer des Saarlandes, <a href="http://www.arbeitskammer.de">www.arbeitskammer.de</a> GEW Hauptvorstand, <a href="http://www.gew.de">www.gew.de</a> IG Metall Vorstand, <a href="http://www.igmetall.de">www.igmetall.de</a> Im Rahmen der gemeinsamen DGB-Initiative Schule und Arbeitswelt
Verantwortlich:	Jörg Caspar, Vorstandsvorsitzender der Arbeitskammer des Saarlandes Dr. Ilka Hoffmann, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied der GEW Dr. Hans-Jürgen Urban, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied der IG Metall
Autor(en):	Dr. Moritz Peter Haarmann, Universität Hannover Kapitel 2: Matthias Holland-Letz, Wirtschaftsjournalist
Redaktionsgruppe:	Daniel Erbes (Arbeitskammer des Saarlandes), Barbara Galla (IG Metall), Bernd Kaßbaum (IG Metall), Martina Schmerr (GEW) Walter Vogt (IG Metall, FB Betriebspolitik) gab viele wichtige Hinweise.
Wissenschaftliche Zitation der Broschüre:	Haarmann, Moritz Peter: Gute Schülerfirmen - Demokratisch, sozial und ökologisch. Ein Leitfaden für Lehrkräfte, Eltern und betriebliche Interessenver- tretungen. Hg.: Arbeitskammer des Saarlandes, GEW Hauptvorstand und IG Metall Vorstand. Frankfurt am Main / Saarbrücken 2018.
Gestaltung:	Bettina Hackenspiel
Fotos:	Titelbild: Jacob Ammentorp Lund/Thinkstock; Seite 22: Alexander Paul Englert; Seite 38: Dominik Buschardt
Druck:	voice-design, Offenbach am Main

Die Broschüre kann zum Preis von 2 EUR unter folgenden Adressen bestellt werden:

GEW: [www.gew-shop.de](http://www.gew-shop.de) (Mindestabnahme 10 Expl., zzgl. Versandkosten,  
Artikelnr. 2114) oder [broschueren@gew.de](mailto:broschueren@gew.de) (Einzelexemplare, zzgl. Versandkosten)

IG Metall: [www.igmetall.de](http://www.igmetall.de) (siehe „Servicebereich“ / „Shop“ am Fuß der Hauptseite,  
Produktnummer 39749-73804)

DGB: [www.dgb-bestellservice.de](http://www.dgb-bestellservice.de)

Frankfurt am Main / Saarbrücken, Januar 2018

ISBN: 978-3-944763-55-2

# Gute Schülerfirmen:

## Demokratisch, sozial und ökologisch

Ein Leitfaden für Lehrkräfte, Eltern und betriebliche Interessenvertretungen

### Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b>	<b>2</b>
<b>1. Schülerfirmen weiterdenken – warum?</b>	<b>6</b>
1.1 Schülerfirmen – mehr als Entrepreneurship-Education	6
1.2 Arbeits- und Wirtschaftspatenschaften als Schlüssel zu einer guten Schülerfirma	7
<b>2. Arbeitgeberpropaganda im Klassenzimmer</b>	<b>9</b>
<b>3. Pädagogische Bezugspunkte einer guten Schülerfirma</b>	<b>12</b>
3.1 Die Schülerfirma als Anwendungsfeld sozioökonomischer Bildung	14
3.2 Die Schülerfirma als Spiegelbild unterschiedlicher Interessen im Arbeits- und Wirtschaftsleben	17
3.3 Die Schülerfirma als Ort des Demokratie-Lernens	18
3.4 Kriterien der guten Schülerfirma – Checkliste	20
<b>4. Schritt für Schritt zur guten Schülerfirma</b>	<b>21</b>
4.1 Die Schülerfirma zu einem Projekt der ganzen Schule machen	21
- Eine Initiativgruppe bilden	
- Für den Bildungsbeitrag der guten Schülerfirma begeistern	
- Eine pädagogische Zielvereinbarung formulieren	
4.2 Das Pat(inn)enmodell nutzen	28
- Gewerkschafter/innen als Patinnen und Paten der Schülerfirma	
4.3 Die Gründung der Schülerfirma in die Wege leiten	31
- Eine Geschäftsidee finden	
- Die Schülerfirma auf faires und ökologisches Wirtschaften verpflichten	
- Den organisatorischen Rahmen der Schülerfirma abstecken	
<b>5. Die genossenschaftlich orientierte Schülerfirma</b>	<b>38</b>
5.1 Die Genossenschaftsidee	38
5.2 Die Gründung einer an der Genossenschaft orientierten Schülerfirma	40
- Die Gründungsversammlung vorbereiten	
5.3 Die Schülerfirma nimmt ihre Arbeit auf	47
<b>6. Ausblick der Redaktionsgruppe</b>	<b>48</b>
Angebote der Arbeitskammer des Saarlandes	50
Initiative Schule und Arbeitswelt des DGB	51
Kontakte und Links	52



An vielen allgemeinbildenden Schulen gehören Schülerfirmen zum Schulalltag. Sie sollen Schülerinnen und Schüler befähigen, sich auf die spätere Berufs- und Arbeitswelt vorzubereiten. Sie werden in aller Regel in der Sekundarstufe I durchgeführt. Mit Schülerfirmen können sehr unterschiedliche pädagogische Zielsetzungen verbunden werden, auch die durch Schülerfirmen nachempfundenen unternehmerischen Rechtsformen sind vielfältig. Die Schülerfirmen werden kurzfristig z.B. zur Lösung eines akuten Problems wie der Beschaffung von Mitteln für eine Klassenfahrt oder die Unterstützung eines sozialen Projektes gegründet, oder sie sind langfristig etabliert wie z.B. bei einem Schüler- oder Internetcafé.

Die Bandbreite der Geschäftsfelder und angewandten didaktischen Konzepte ist groß. Es können Schülerinnen und Schüler einzelner Klassen ebenso wie die ganze Jahrgangsstufen oder sogar aller Jahrgänge aktiv beteiligt sein. Die Einbettung in das Curriculum erfolgt in den einschlägigen Schulfächern im Rahmen der Arbeitswelt- und Berufsorientierung.

Durch ihre Aktivitäten und Materialien haben Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände mittlerweile einen großen Einfluss auf Konzepte und die Ausrichtung von Schülerfirmen. Es macht jedoch einen großen Unterschied, ob Schülerinnen und Schüler auf unternehmerische Rollen vorbereitet werden oder auf eine künftige Rolle als Arbeitnehmerin oder Arbeitnehmer einschließlich der damit verbundenen Abhängigkeiten und Rechte. Auch macht es einen Unterschied, ob Schülerfirmen ausschließlich an betriebswirtschaftlichen Zielen orientiert werden oder auch Bezüge zu Umwelt, Politik und Gesellschaft herstellen. Deswegen ist es aus Arbeitnehmerperspektive nicht gleichgültig, welche Konzepte der Schülerfirma angewandt werden. Unsere Befürchtung ist, dass die Arbeitgeber und ihre Verbände in diesem Feld einseitige Ziele verfolgen, die nicht unwidersprochen bleiben dürfen und die nach Alternativen verlangen.

Die Einrichtung von Schülerfirmen steht in engem Zusammenhang damit, wie die Schule junge Menschen auf die Arbeitswelt vorbereitet. Zu viele Schüler/innen verlassen die Schule ohne Abschluss, der Anteil der Jugendlichen ohne Berufsausbildung ist weiterhin viel zu hoch und viele Jugendliche, die ein Studium beginnen, brechen dieses in der Folge ab. Um dieser Entwicklung entgegen zu wirken, gewinnt das Thema „Arbeitswelt- und Berufsorientierung“ stetig an Bedeutung. Der beschleunigte Wandel der Arbeitswelt

# Vorwort

---

erfordert zudem eine Weiterentwicklung der schulischen Konzepte. Dazu gehört die kritische Auseinandersetzung mit einer zunehmend von Digitalisierung, Globalisierung und unsicheren Beschäftigungsverhältnissen geprägten Arbeitswelt.

Arbeitswelt- und Berufsorientierung bedeutet aus gewerkschaftlicher Sicht deshalb mehr als eine Anpassung an die Erfordernisse der Arbeitswelt und auch mehr als Berufswahlorientierung. Sie sollte – ebenso wie das Gründen und Betreiben einer Schülerfirma – als Teil der sozioökonomischen Bildung schülerorientiert und multiperspektivisch angelegt sein. Junge Menschen sollen die Gelegenheit erhalten, sich nicht nur mit interessanten Geschäftsprozessen und der Gewinnerzielung, sondern auch mit den gesellschaftlichen, wirtschaftlichen, technischen, organisatorischen und sozialen Rahmenbedingungen ihrer Schülerfirma und der realen Arbeitswelt auseinanderzusetzen. Somit können zum Beispiel soziale Aspekte der Erwerbsarbeit, die individuellen und kollektiven Mitwirkungsrechte und die Bedeutung der Interessenvertretung, die Aufgaben von Gewerkschaften in Wirtschaft und Gesellschaft sowie Fragen von Ökologie, Nachhaltigkeit und fairem Handel zum Thema werden. Ebenso sollten Schülerfirmen offen sein für alternative Wirtschaftsformen, wie sie z.B. in den Genossenschaften bzw. in den daraus abgeleiteten Schülergenossenschaften angelegt sind.

Die Schülerfirmen nehmen in allen Bundesländern eine herausragende Rolle in der Arbeitswelt- und Berufsorientierung ein. Bildungspolitisch ist aus Arbeitnehmersicht nicht vertretbar, dass der Wirtschaft und ihren Verbänden dieses wichtige Feld überlassen bleibt. Die Rahmenbedingungen, unter denen Schülerfirmen zum Einsatz kommen, sind zu überprüfen und zu gestalten.

Die Schulen sind gefordert, die von den Verbänden angebotenen Konzepte kritisch zu hinterfragen und gegebenenfalls Korrekturen vorzunehmen. Dabei steht die Ausrichtung an den Interessen und Bedürfnissen der Schülerinnen und Schüler obenan. Schülerfirmen sollen in eine Arbeitswelt einführen, die nach sozialen und ökologischen Kriterien gestaltbar ist und in der Mitwirkungs- und Mitbestimmungsrechte kein Fremdwort sind.

Dabei sollten unter anderem folgende Maßnahmen und Eckpunkte berücksichtigt werden:

Junge Menschen sollen die Gelegenheit erhalten, sich nicht nur mit interessanten Geschäftsprozessen und der Gewinnerzielung, sondern auch mit den gesellschaftlichen, wirtschaftlichen, technischen, organisatorischen und sozialen Rahmenbedingungen ihrer Schülerfirma und der realen Arbeitswelt auseinanderzusetzen.

- Die Schülerfirmen sind in ein umfassendes, sozioökonomisches Konzept der Arbeitswelt- und Berufsorientierung an allen allgemeinbildenden Schulen zu integrieren.
- Wenn Bund und Länder die Einrichtung von Schülerfirmen finanziell fördern, dann haben sie dafür Sorge zu tragen, dass die Schulen nicht privatwirtschaftlichen Einflüssen unterliegen. Die Vergabe öffentlicher Fördergelder sollte entsprechend ausgewogen vorgenommen werden, damit die Wirtschaft nicht länger die Mittelvergabe dominiert.
- Die Bundesländer müssen für die Kooperation zwischen Schulen und Arbeitswelt mehr Verantwortung übernehmen. Für den Einsatz von Schülerfirmen an allgemeinbildenden Schulen heißt dies, Schulen besser auszustatten und Lehrpersonal in Aus- und Weiterbildung auf die pädagogische Arbeit mit Schülerfirmen besser vorzubereiten. Die zum Einsatz kommenden Konzepte für Schülerfirmen müssen den Prinzipien von Multiperspektivität und Schülerorientierung entsprechen. Schülerfirmen sollten regelmäßig durch öffentlich beauftragte und finanzierte Institutionen evaluiert werden. Die Ergebnisse dieser Evaluierung müssen veröffentlicht werden.
- Die Schulen sind durch die Länder beim Einsatz von Schülerfirmen ganz praktisch zu unterstützen, insbesondere durch Kriterien und Regularien zu Lernpartnerschaften und Schul sponsoring, durch die Bereitstellung von Materialien sowie die Unterstützung der Schulen in rechtlichen Fragen. Hier sollten die Länder eine Monitoringfunktion übernehmen, Orientierung für die Lehrkräfte und Schulen bieten, Transparenz herstellen und Qualitätsstandards für die Kooperation von Schule und Arbeitswelt entwickeln.

Diese Handreichung ist Teil des Angebotes der Initiative Schule und Arbeitswelt und der Arbeitskammer des Saarlandes. Seit vielen Jahren setzen sich GEW, IG BAU, IG BCE, IG Metall und ver.di - koordiniert durch den DGB - für „Eine gute Schule für alle“, für eine gute Arbeitswelt- und Berufsorientierung und eine bessere Präsenz von Gewerkschaften und Arbeitnehmerperspektiven an den Schulen ein.

Mit der vorliegenden Broschüre möchten wir Lehrkräfte, Eltern und die Öffentlichkeit auf ein bildungspolitisches Thema aufmerksam machen, dem aus unserer Sicht nicht

# Vorwort

genügend Aufmerksamkeit zukommt. Wir sehen Schülerfirmen kritisch, wenn sie einseitig auf die Interessen der Wirtschaft zugeschnitten sind; wir sehen sie als sinnvollen Ansatz einer qualifizierten Arbeitswelt- und Berufsorientierung, wenn dafür die notwendigen Rahmenbedingungen geschaffen werden. Die Schulen möchten wir ermutigen, Schülerfirmen zu realisieren, die sich an den Prinzipien der Mitbestimmung, Solidarität und Nachhaltigkeit orientieren.

Wir möchten insbesondere gewerkschaftlich organisierte Eltern und Kolleg/innen im Betrieb motivieren, sich als Paten bei der Begleitung von Schülerfirmen zu engagieren. Lehrkräfte möchten wir ermuntern, Eltern, Gewerkschaften und Betriebsräte sowie Jugendvertreter/innen als Partner bei der Gestaltung der Arbeitswelt- und Berufsorientierung zu begreifen, um gemeinsam dafür Sorge zu tragen, dass eine Schülerfirma für mehr steht als Billigware zu Billigkonditionen bei maximalem Gewinn und minimaler gesellschaftlicher Verantwortung.



**Jörg Caspar**  
Vorstandsvorsitzender  
der Arbeitskammer des  
Saarlandes



**Dr. Ilka Hoffmann**  
Geschäftsführendes  
Vorstandsmitglied  
der GEW



**Dr. Hans-Jürgen Urban**  
Geschäftsführendes  
Vorstandsmitglied  
der IG Metall



## 1.1 Schülerfirmen – mehr als Entrepreneurship-Education

Von Schülerfirmen hat wohl jede Lehrkraft schon einmal gehört. Seit den 1990er Jahren wirbt ein stetig wachsendes Angebot von Lehr- und Lernmaterialien darum, dass Lehrer/innen an ihrer Schule die Gründung einer Schülerfirma anstoßen.

Als pädagogisch begleitetes Übungsunternehmen eröffnet eine Schülerfirma vielfältige Möglichkeiten, wirtschaftliches und soziales Handeln in und durch Unternehmen praxisnah zu erproben, dieses Handeln zu reflektieren und wichtige Anteile einer an demokratischer Praxis ausgerichteten arbeitsweltorientierten Bildung zu vermitteln. Eine Schülerfirma kann also ein Ort des erfahrungsbasierten handlungsorientierten Lernens im Sinne John Deweys (→ Infokasten) sein und Bildungsanlässe bieten, über die der normale Fachunterricht nicht verfügt.

Die meisten Leitfäden und Praxisanregungen zum Aufbau von Schülerfirmen erschöpfen sich allerdings in einer Entrepreneurship-Education. Die entsprechenden Materialien von Wirtschaftsverbänden und Wirtschaftsdidaktiker/innen sind darauf ausgerichtet, dass Lernende eine unternehmerische Perspektive einnehmen und ein entsprechendes Denken und Handeln einüben (→ Kap. 2).

Um die Selbst- und Mitbestimmungsfähigkeit zu fördern und damit dem Kern des schulischen Bildungsauftrags zu entsprechen, müssen sich Schülerfirmen aber auch typischen Arbeitnehmerinteressen sowie außerbetrieblichen sozialen und ökologischen Interessen zuwenden.

Schließlich sind es diese Interessen in und an einem Unternehmen, die für die Mehrzahl der Lernenden im späteren Leben maßgeblich sein werden (→ 3.2).

Die Schülerfirma sollte Teil des Arbeitswelt- und Berufsorientierungskonzepts der Schule sein. Eine Schülerfirma eröffnet durch ihre verschiedenen Arbeits- und Tätigkeitsfelder vielfältige Möglichkeiten, arbeitsweltrelevante Fähigkeiten und Fertigkeiten zu erproben (z. B. handwerkliches Geschick bei der Produktion, kommunikative Fähigkeiten in der Teamarbeit, EDV-Kenntnisse bei der Buchführung, visuelle Gestaltung beim Marketing). Wenn sie - wie in der vorliegenden Praxishilfe vorgeschlagen – Patinnen und Paten aus der Arbeitswelt gewinnt, können die Lernenden an deren Praxiserfahrungen unmittelbar teilhaben (→ 1.2, 3.2, 4.2). Nicht zuletzt kann die Schülerfirma durch institutionelle Partnerschaften mit Unternehmen zum Ausgangspunkt werden, um regelmäßig Projektangebote wie Berufsorientierungstage anzubieten: So kann das Team der Schülerfirma z.B. gemeinsam mit Angehörigen des Patenunternehmens Angebote zur Berufsorientierung entwickeln oder zusätzlich Unternehmen aus anderen Branchen einladen.

# 1. Schülerfirmen weiterdenken – warum?

## 1.2. Arbeits- und Wirtschaftspatenschaften als Schlüssel zu einer guten Schülerfirma

Die vorliegende Praxishilfe vollzieht die Vielfältigkeit der Interessen in und an einem Unternehmen nach und macht die Schülerfirma so zu einem Ort der sozioökonomischen Bildung. Statt Lernende einseitig in die Perspektive von Unternehmer/innen hineinzusetzen, vollziehen

Schüler/innen gleichermaßen die Perspektiven von Arbeitnehmer/innen und deren Interessenvertreter/innen nach und erleben das Unternehmen als Teil der Gesellschaft. Eine entsprechende Vielfalt der Zugänge zu Unternehmen fordert die Lernenden dazu heraus, eigene Ansprüche an das wirtschaftliche, soziale und ökologische Handeln von Unternehmen zu entwickeln. Mit dem Pat(inn)enmodell wird dabei ein Instrument vorgestellt, das es z. B. ermöglicht, enga-



### [ Schülerfirma ]

Eine Schülerfirma ist ein Schulprojekt, bei dem Lernende gemeinsam ein Übungsunternehmen gründen und führen. Abhängig von den jeweiligen Rahmenbedingungen der Schule können Schülerfirmen im Unterricht, als Arbeitsgemeinschaft, als Ganztagsangebot oder in der Freizeit realisiert werden. Auch Mischformen zwischen den verschiedenen Realisierungsformen sind möglich.

### [ John Dewey ]

Weil Demokratie eine Aufgabe der gesamten Gesellschaft ist, muss sie von den Menschen gelernt werden - bereits vor über 100 Jahren trat der US-amerikanische Pädagoge und Philosoph John Dewey (1859 – 1952) deshalb für eine umfassende Demokratiebildung ein. Ein besonderes Anliegen war ihm dabei die Demokratisierung der Arbeitswelt. In seinem Werk „Demokratie und Erziehung“ (1916) brach Dewey den abstrakten Begriff der Demokratie auf das tägliche Miteinander herunter und forderte eine an sozialer Praxis orientierte Demokratiebildung.

Statt Jugendliche in reaktive Lernformen einzupassen bietet eine an Dewey orientierte schulische Allgemeinbildung Jugendlichen praxisnahe Lernwelten, innerhalb derer sie zur Selbst- und Mitbestimmung herausgefordert werden. Eine demokratisch und sozial ausgerichtete Schülerfirma eröffnet zahlreiche Möglichkeiten eines erfahrungsbasierten und handlungsorientierten Demokratie-Lernens im Sinne von John Dewey.

Um das vorgestellte Modell einer Schülergenossenschaft umzusetzen, wird auch das bei Böckler Schule erschienene Schülerarbeitsheft empfohlen:

#### **Arbeitsheft Schülerfirma**

Die mitbestimmte Schülerfirma – demokratisch und nachhaltig wirtschaften

Moritz Peter Haarmann  
Hg. von der Hans-Böckler-Stiftung, bestellbar unter:  
[www.boeckler.de/39581.htm](http://www.boeckler.de/39581.htm)



© contrastwerkstatt

gierte Eltern in die pädagogische Begleitung der Schülerfirma einzubinden. Schließlich schlummert in der Elternschaft im Hinblick auf Arbeit, Beruf und Wirtschaft eine riesige Expertise. Gewerkschafter/innen, Mitglieder der betrieblichen Interessenvertretung (Betriebsrat, Jugend- und Auszubildendenvertretung, Schwerbehindertenvertretung), Fachkräfte aus Industrie, Handwerk und Dienstleistung können den Lernenden ebenso mit Rat und Tat zur Seite stehen wie Un-

ternehmer/innen, wenn es darum geht, eine Schülerfirma zu verwirklichen.

Nicht zuletzt können Pat(inn)en aus dem Arbeits- und Wirtschaftsleben den Lernenden wichtige Einblicke in die täglichen Herausforderungen und Konflikte im Betriebsalltag geben – und z. B. mit den Jugendlichen diskutieren, wie Konflikte in der Schülerfirma ausgetragen werden können.

# 2. Arbeitgeberpropaganda im Klassenzimmer

von Matthias Holland-Letz

Eine „neue Haltung beim Arbeitnehmer“ wird gefordert. „Und zwar eine unternehmerische.“ Schließlich spielen „Eigenverantwortung“ eine immer größere Rolle. Eigenverantwortung auch dafür, „wie viel man für die geleistete Arbeit verdienen will.“<sup>1</sup> Von Tarifverhandlungen, Gewerkschaften und Betriebsräten ist hingegen nicht die Rede in der Broschüre, die sich an angehende Lehrkräfte in Baden-Württemberg richtet. Das kostenlose 75-Seiten-Heft heißt: „Entrepreneurship Education. Begeisterung wecken, Talente entdecken“. Herausgeber ist das RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft e.V. in Eschborn bei Frankfurt/Main. Beworben wurde das Heft noch im Spätsommer 2017 von einer Webseite des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi).<sup>2</sup>

Zielgruppe der Broschüre sind Lehramtsstudierende, die an der Fortbildung „Unternehmergeist in Schulen“ teilnehmen. Sie sollen dort lernen, wie sich Mädchen und Jungen für die berufliche Selbstständigkeit begeistern lassen. Wichtiges Werkzeug dabei: Die Schülerfirma. Junge Menschen könnten in Schülerfirmen etwa lernen, „wie man ein innovatives unternehmerisches Konzept ausarbeitet“, heißt es im Heft.<sup>3</sup>

Geht es um Schülerfirmen, so ist das Bundeswirtschaftsministerium einer der wichtigsten Förderer. So gründete das BMWi 2007 den Initiativkreis „Unternehmergeist in die Schulen“. Gut dreißig Organisationen und Projekte sind hier vertreten.<sup>4</sup>

„Kooperationspartner“ des Initiativkreises sind bekannte Adressen des Arbeitgeberlagers: Der Deutsche Industrie- und Handelskammertag, der Zentralverband des Deutschen Handwerks Bun-

desverband sowie der Bundesverband der Freien Berufe. Zum Initiativkreis gehören zudem Vertreter von Projekten, hinter denen weitere Akteure aus dem Unternehmer-Lager gehören. Akteure, die auf vielfache Weise versuchen, Einfluss auf das öffentliche Schulwesen auszuüben. Etwa durch die kostenlose Bereitstellung von Unterrichtsmaterialien mit arbeitgeberfreundlichen Inhalten.<sup>5</sup> Durch die Forderung nach einem eigenen Fach Wirtschaft.<sup>6</sup> Oder indem sie Manager und Banker in den Unterricht schicken, um dort ihre Weltsicht zu vermitteln.<sup>7</sup> Schauen wir uns einige Organisationen genauer an:

- **Institut der deutschen Wirtschaft Köln JUNIOR gGmbH, Köln**

Das arbeitgeberfinanzierte Institut der deutschen Wirtschaft Köln (IW) gründete 1994 das Schülerfirmenprogramm JUNIOR. Bislang nahmen nach eigenen Angaben rund 100.000 Mädchen und Jungen teil.



„Bei JUNIOR gründen Schüler ihre eigene Schülerfirma, vertreiben ihre Produkte an Kunden und verdienen damit echtes Geld“, heißt es auf der Homepage.<sup>8</sup>

JUNIOR bietet auch kostenlose Lehrmaterialien, organisiert Workshops für Lehrkräfte und stellt Messen für Schülerfirmen auf die Beine. JUNIOR wiederum nennt als Partner folgende Einrichtungen und Projekte: „Wirtschaft und Schule“ (verreibt Unterrichtsmaterialien des IW), „Schule-Wirtschaft“ (arbeitgebernahes Netzwerk von Schulen und Unternehmen) und „Fit für die Wirtschaft“ (ein Programm, das Mitarbeiter/innen der Targobank in den Wirtschaftsunterricht schickt).<sup>9</sup> Zu den JUNIOR-Förderern zählen der Arbeitgeberverband Gesamtmetall, das Versicherungsunternehmen Axa, die Banken Barclays und Citigroup sowie die Deloitte-Stiftung.<sup>10</sup>

- **Wissensfabrik – Unternehmen für Deutschland e.V., Ludwigshafen**

Der Verein Wissensfabrik wurde 2005 von neun Firmenchefs gegründet, darunter Franz Fehrenbach (Bosch) und Jürgen Hambrecht (BASF).<sup>11</sup> Die Wissensfabrik vermittelt laut Selbstdarstellung zwischen Wirtschaft, Bildungseinrichtungen und Wissenschaft und will Bildung und „Unternehmertum“ fördern. Der als gemeinnützig anerkannte Verein ist im Initiativkreis vertreten etwa mit dem Schülerfirmen-Projekt „School2Start-up“. Der Verein knüpft zudem „Bildungspartnerschaften“ zwischen Firmen und Schulen.



„Es ist aufregend, wenn wir in unserem eigenen Büro sitzen und Firmen anrufen, ob sie nicht unsere Produkte kaufen wollen.“ Schülerzitat, veröffentlicht auf der Homepage von Wissensfabrik – Unternehmen für Deutschland<sup>12</sup>

Mitglieder des Vereins Wissensfabrik sind etwa 120 Unternehmen, darunter BASF, KPMG, Randstad Deutschland, SAP. Außerdem unternehmensnahe Stiftungen wie Stiftung Familienunternehmen, Siemens-Stiftung, PwC-Stiftung und Accenture-Stiftung.<sup>13</sup>



„Die Kreativität, ein tragfähiges Geschäftsmodell zu entwickeln und wirtschaftliche Zusammenhänge zu verstehen, sollten Teil der schulischen Ausbildung sein.“ Initiativkreis „Unternehmergeist in die Schulen“<sup>14</sup>

- **Deutsche Kinder- und Jugendstiftung (DKJS), Berlin**

Die DKJS nennt sich Stiftung, ist aber eine als gemeinnützig anerkannte GmbH. Zu den DKJS-Projekten zählt das „Fachnetzwerk Schülerfirmen“, das seit 1994 besteht. DKJS-Berater besuchen Schulen, um Schülerfirmen und Lehrkräfte zu unterstützen. Projektpartner ist die Paderborner Heinz-Nixdorf-Stiftung. Zum „Fachnetzwerk“ gehören derzeit 520 Schülerfirmen, in

denen rund 5.000 Mädchen und Jungen mitarbeiten.<sup>15</sup> 2005 veröffentlichte die DJKS die Broschüre „Firmensitz 9b. In zehn Schritten zum Schülerunternehmen“. Zu den Programmpartnern und Förderern zählen Unternehmen (Arag, BASF, Boeing Deutschland, u.a.) sowie unternehmensnahe Stiftungen (Jacobs-Foundation, Heinz-Nixdorf-Stiftung, Robert-Bosch-Stiftung, u.a.).<sup>16</sup>

- **Boston Consulting Group GmbH, München**

Der deutsche Zweig der US-Unternehmensberatung betreibt das Projekt business@school: Schülerinnen und Schüler von gymnasialen Oberstufen entwickeln eigene Geschäftsideen und präsentieren sie anschließend im Team einem größeren Publikum.<sup>17</sup> Die besten Pläne erhalten einen Preis. Die Schüler-Teams werden von Mitarbeiter/innen von Boston Consulting oder deren Partner-Unternehmen begleitet. Zu diesen Partnern zählen Ford, Nestlé, Lufthansa, Commerzbank, Rewe, Evonik und ProSiebenSat.1. Pro Jahr nehmen rund 1.500 Jugendliche teil.<sup>18</sup>

- **Network for Teaching Entrepreneurship (NFTE) Deutschland e.V., Berlin**

Der US-amerikanische Unternehmer Steve Mariotti gründete NFTE 1987. Der deutsche Ableger, entstanden 2004, bildet Lehrkräfte in „Entrepreneurship Education“ aus. Nach ihrer Ausbildung, heißt es auf der Vereinshomepage, setzen die Lehrkräfte „das komplette NFTE Curriculum an ihrer Schule mit unserem hervorragenden Unterrichtsmaterial sofort um“<sup>19</sup>. Derzeit seien bundesweit 1.600 Lehrkräfte „zertifiziert“. Die NFTE-Kurse richten sich an Jugendliche zwischen 13 und 20 Jahren. Das „NFTE Schülerbuch Unternehmensstart“ trägt den Titel „Von der

## 2. Arbeitgeberpropaganda...

Idee zum Ziel“. Im Juli 2016 untersagte das hessische Kultusministerium, dieses Buch an hessischen Schulen zu verwenden – es verstoße „insbesondere gegen das Werbeverbot“.<sup>20</sup> Hauptförderer von NFTE sind das Bundeswirtschaftsministerium, das baden-württembergische Ministerium für Finanzen und Wirtschaft, die Unternehmen Piepenbrock und Knipex sowie die Stiftung des Unternehmers Karl Schlecht (Putzmeister-Betonpumpen).<sup>21</sup>

Um einzelne Projekte des Initiativkreises „Unternehmergeist in die Schulen“ zu fördern, zahlte das Bundeswirtschaftsministerium 2015 rund

» » „Unternehmergeist stärkt Selbstvertrauen.“ Slogan der NFTE Deutschland e.V.

eine Million Euro. Davon flossen 87.000 Euro an NFTE. 55.000 Euro erhielt die DKJS. 289.000 Euro gingen an weitere Organisationen, darunter die Universität des Saarlandes (für das Verbundvorhaben „Wegweiser Unternehmerisches Denken und Handeln für Schülerlabore“). Den größten Einzelposten – 600.000 Euro – kassierte ein Akteur aus dem Arbeitgeberlager: Die JUNIOR GmbH in Köln.<sup>22</sup>

<sup>1</sup> RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft e.V., RKW Kompetenzzentrum, Eschborn, Entrepreneurship Education. Begeisterung wecken, Talente entdecken, August 2015, Seite 11.

<sup>2</sup> <http://www.unternehmergeist-macht-schule.de/DE/Aktuelles/Aktuelle-Meldungen/Neue-RKW-Broschuere-Entrepreneurship-Education.html>; aufgerufen am 22. August 2017.

<sup>3</sup> RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft e.V., a.a.O., Seite 11.

<sup>4</sup> [http://www.unternehmergeist-macht-schule.de/DE/Initiativen/initiativen\\_node.html](http://www.unternehmergeist-macht-schule.de/DE/Initiativen/initiativen_node.html); aufgerufen am 9. November 2016.

<sup>5</sup> Siehe GEW-Privatisierungsreport Nr. 15, „Propaganda und Produktwerbung. Wie Unternehmen mit kostenlosen Unterrichtsmaterialien Einfluss auf Schulen ausüben“.

<sup>6</sup> ebenda, Seite 26ff.

<sup>7</sup> Siehe GEW-Privatisierungsreport Nr. 12, „Die Heilsbringer kommen – zur schleichenden Deprofessionalisierung im Schulbereich“, Seite 53ff.

<sup>8</sup> <https://www.junior-programme.de/de/junior-schueler-erleben-wirtschaft/>; aufgerufen am 9. November 2016.

<sup>9</sup> <https://www.junior-programme.de/de/ueber-uw-junior/die-uw-junior-ggmbh/>; aufgerufen am 31. August 2016.

<sup>10</sup> <https://www.junior-programme.de/de/junior-unterstuetzen/unsere-foerderer/bundesfoerderer/>; aufgerufen am 31. August 2016.

<sup>11</sup> [https://www.wissensfabrik-deutschland.de/portal/fep/de/dt.jsp?setCursor=1\\_543745](https://www.wissensfabrik-deutschland.de/portal/fep/de/dt.jsp?setCursor=1_543745); aufgerufen am 9. November 2016.

<sup>12</sup> <https://www.wissensfabrik-deutschland.de/portal/fep/de/dt.jsp?setCursor=1>; aufgerufen am 31. August 2016.

<sup>13</sup> [https://www.wissensfabrik-deutschland.de/portal/fep/de/dt.jsp?setCursor=1\\_543746](https://www.wissensfabrik-deutschland.de/portal/fep/de/dt.jsp?setCursor=1_543746); aufgerufen am 9. November 2016.

<sup>14</sup> [http://www.unternehmergeist-macht-schule.de/DE/DieIdee/dieIdee\\_node.html](http://www.unternehmergeist-macht-schule.de/DE/DieIdee/dieIdee_node.html); aufgerufen am 31. August 2016..

<sup>15</sup> <https://www.dkjs.de/nc/themen/alle-programme/fachnetzwerk-schuelerfirmen/suche-nach/sch%C3%BClerfirmen/>; aufgerufen am 9. November 2016.

<sup>16</sup> <https://www.dkjs.de/stiftung/stiftungsrat/>; aufgerufen am 9. November 2016.

<sup>17</sup> <http://www.business-at-school.net/www/project.php?sid=78432314432718736947870137014250>; aufgerufen am 9. November 2016.

<sup>18</sup> <http://www.business-at-school.net/www/home.php?sid=78432314432718736947870137013310>; aufgerufen am 9. November 2016.

<sup>19</sup> <http://www.nfte.de/>; aufgerufen am 9. November 2016.

<sup>20</sup> Hessisches Kultusministerium per E-Mail im Juli 2016 an alle Staatlichen Schulämter, E-Mail liegt dem Autor vor. NFTE Deutschland widerspricht dem Kultusministerium und erklärt, das Buch enthalte keine Werbung.

<sup>21</sup> <http://www.nfte.de/partner/derzeitige-unterstuetzer/>; aufgerufen am 9. November 2016.

<sup>22</sup> E-Mail des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie vom 14. September 2016 an den Autor.



© AlotOfPeople

Ein unumstrittenes Kriterium für eine gute Schülerfirma ist, dass die Schüler/innen im Zentrum aller pädagogischen und didaktischen Überlegungen stehen. Eigentlich wird damit eine Selbstverständlichkeit betont - denn um wessen Anliegen sollte es sonst in einem Schulprojekt gehen?

In verbreiteten konzeptionellen Leitfäden zum Aufbau einer Schülerfirma stehen die Lernenden allerdings häufig nur vordergründig im Mittelpunkt. So wird zwar in der Regel hervorgehoben, dass die Verantwortung für die Schülerfirma an die Lernenden delegiert werden muss (wofür zu- meist auch geeignete aktivierende Methoden angeboten werden). Mit einer häufig einseitigen Fokussierung auf die Entrepreneurship-Education sind viele Schülerfirmen allerdings auf eine

Perspektive fokussiert, die an den zu erwartenden wirtschaftlichen und beruflichen Interessen der meisten Schülerinnen und Schüler vorbeigeht bzw. diesen sogar widerspricht (→ Kap. 2). Statt die Widersprüche und Diversität der Interessen in und an einem Unternehmen zu erleben, üben die Schülerinnen und Schüler einseitig ein unternehmerisches Denken, Urteilen und Handeln ein – die unternehmerische Sicht wird als "natürliche" Perspektive auf die wirtschaftliche und soziale Praxis in Unternehmen vermittelt. Entsprechende Materialien genügen folglich nicht dem didaktischen Gebot, Lernenden eine selbstbestimmte Auseinandersetzung mit verschiedenen Sichtweisen zu eröffnen.

Die Grundidee einer guten Schülerfirma ist einfach: Statt einseitig in einem unternehmerischen

# 3. Pädagogische Bezugspunkte einer guten Schülerfirma

Denken und Handeln zu schulen, konfrontiert eine gute Schülerfirma Jugendliche mit den unterschiedlichen Interessen in und an einem Unternehmen. Neben wirtschaftlicher Effizienz wird auch auf ein sozial und ökologisch verantwortliches Wirtschaften sowie auf ein faires Miteinander geachtet – denn diese Werte sind es, an denen sich schulisch vermittelte Allgemeinbil-

dung zu orientieren hat (→ Klartext 1). Unter der Bedingung einer entsprechend reflektierten Schülerfirma werden Lernenden vielfältige Möglichkeiten geboten, im Hinblick auf das spätere Arbeitsleben Mündigkeit im Sinne des Bildungsauftrags allgemeinbildender Schulen zu entwickeln.

[ Klartext 1 ]

## Allgemeinbildung konkret

Die Frage, in welcher Gesellschaft wir leben möchten, hängt unmittelbar mit der Frage zusammen, was an unseren Schulen gelernt werden soll. Deshalb ist es gut und richtig, dass die schulisch vermittelte Allgemeinbildung in den Schulgesetzen der Bundesländer wesentlich als Bildung zu einer sozial und ökologisch reflektierten Teilhabe an der demokratischen Gesellschaft definiert wird. Beispielhaft dafür ist die Formulierung des Bildungsauftrags im niedersächsischen Schulgesetz (NSchG), in dem es u. a. heißt (Hervorhebungen durch den Autor):

„Die Schülerinnen und Schüler sollen fähig werden:

- **die Grundrechte für sich und jeden anderen wirksam werden zu lassen**, die sich daraus ergebende staatsbürgerliche Verantwortung zu verstehen und zur **demokratischen Gestaltung der Gesellschaft** beizutragen,
- **nach ethischen Grundsätzen zu handeln** sowie religiöse und kulturelle Werte zu erkennen und zu achten,

- **ihre Beziehungen zu anderen Menschen nach den Grundsätzen der Gerechtigkeit, der Solidarität und der Toleranz sowie der Gleichberechtigung der Geschlechter** zu gestalten,
- den Gedanken der Völkerverständigung, insbesondere die Idee einer gemeinsamen Zukunft der europäischen Völker, zu erfassen und zu unterstützen und mit Menschen anderer Nationen und Kulturkreise zusammenzuleben,
- **ökonomische und ökologische Zusammenhänge** zu erfassen,
- **für die Erhaltung der Umwelt Verantwortung zu tragen** und gesundheitsbewusst zu leben,
- Konflikte vernunftgemäß zu lösen, aber auch Konflikte zu ertragen,
- sich umfassend zu informieren und die Informationen kritisch zu nutzen,
- (...) **sich im Berufsleben zu behaupten und das soziale Leben verantwortlich mitzugestalten.**“

(NSchG, § 2)

### 3.1 Die Schülerfirma als Anwendungsfeld sozioökonomischer Bildung

Hinter dem viel zitierten Bildungsziel der gesellschaftlichen Mündigkeit steht die individuelle Fähigkeit, sozial, demokratisch und ökologisch verantwortungsbewusst an der Gestaltung sozialer Praxis teilzuhaben – und zwar auf allen Ebenen des gesellschaftlichen Zusammenlebens. Nachzulesen ist dieser Bildungsauftrag in den Schulgesetzen der Bundesländer (→ Klartext 1). Der Auftrag allgemeinbildender Schulen ist ein klares Plädoyer für sozioökonomische Bildung: ökonomisches Lernen in Schule und Unterricht darf nicht von den anderen Formen des gesellschaftlichen Lernens isoliert werden. Stattdessen ist es dialogisch auf Prozesse des ethischen, sozialen, politischen und ökologischen Lernens zu beziehen (→ Klartext 2). Sozioökonomische Bildung fordert Lernende dazu heraus, sich mit verschiedenen Zugängen auf wirtschaftliche Fragen auseinanderzusetzen und sich auf dieser Grund-

lage reflektiert zu positionieren. Gefördert wird eine kritische, selbstbestimmte und sozial wie ökologisch verantwortliche Teilhabe am Arbeits- und Wirtschaftsleben. Neben der Frage, welchen wirtschaftlichen Erfolg das Angebot einer Schülerfirma hat, setzen sich die Lernenden in einer Schülerfirma, die sozioökonomisch bildet, auch mit politischen, sozialen und ökologischen Fragen auseinander und lernen die Interessenvielfalt im Arbeitsleben und in der Wirtschaft kennen.



#### [ Stakeholder ]

Eigentümer/innen, Beschäftigte, Lieferant/innen, Kund/innen, Gläubiger, Gesellschaft, Staat, Umwelt ... – von den Aktivitäten eines Unternehmens sind viele Menschen und viele gesellschaftlichen Bereiche betroffen. Zusammengefasst werden diese Anspruchsgruppen gegenüber einem Unternehmen als Stakeholder bezeichnet. Der englische Ausdruck setzt sich aus den Wörtern "stake" (= Beteiligung, Anteil, Anspruch) und "holder" (= Besitzer, Halter) zusammen. Übersetzt man "Stakeholder" mit "Anspruchshalter", erfasst man damit ziemlich genau die Bedeutung des englischen Begriffs. Statt sich nur auf die Anteilseigner eines Unternehmens zu beziehen (engl. "Shareholder"), berücksichtigt der Begriff Stakeholder jede/n, die oder der direkt oder indirekt von den Aktivitäten eines Unternehmens betroffen ist.

# 3. Pädagogische Bezugspunkte...

[ Klartext 2 ]

## Sozioökonomisch Bilden statt ökonomistisch Erziehen!

Wie soll Wirtschaft an der Schule unterrichtet werden? Sollen Jugendliche darin geschult werden, wirtschaftliche Fragen in einer rein ökonomischen Logik zu beurteilen? Oder sollen Schülerinnen und Schüler stattdessen lernen, dass wirtschaftliche Fragen in aller Regel unmittelbar mit politischen, sozialen und ethischen Fragen einhergehen? Der Auftrag allgemeinbildender Schulen (→ Klartext 1), wie die Leitlinien einer sozialen Demokratie im Sinne des Grundgesetzes und die Idee der Sozialen Marktwirtschaft sprechen dagegen, das ökonomische Lernen von den anderen Formen des gesellschaftlichen Lernens zu trennen. Trotzdem prägt die Forderung einer Separation und Isolation des ökonomischen Lernens seit Jahren die bildungspolitischen Debatten. Denn Banken- und Unternehmensverbände investieren viel Geld, um in einer Allianz mit prominenten Wirtschaftsdidaktikern politisch zu erreichen, dass Wirtschaft in ihrer behaupteten Eigenlogik unterrichtet wird. Abgeleitet wird diese spezifisch ökonomische Sicht unmittelbar aus dem marktliberalen Denken des wirtschaftswissenschaftlichen Mainstreams.

Die hinter einem entsprechenden Engagement der Privatwirtschaft stehenden Lobbyinteressen sind offensichtlich: Werden wirtschaftliche Fragen allein aus einer marktliberalen Perspektive in den Blick genommen, so wird verhindert, dass aus Sicht dieser Akteure unbequeme Themen wie z. B. die Legitimität von wirtschaftlicher Macht oder die Verteilung wirtschaftlichen Wohlstands im Unterricht aufgegriffen werden. Stattdessen werden die Lernenden darin geschult, ökonomistisch zu urteilen. Auch viele

konzeptionelle Leitfäden für Schülerfirmen stehen in der Tradition einer entsprechenden ökonomistischen Erziehung: Die Interessen der Beschäftigten spielen in entsprechenden Handreichungen keine Rolle, stattdessen soll einseitig unternehmerisch gedacht werden.

Die sozioökonomische Bildung stellt einen Gegenentwurf zu entsprechenden Konzepten ökonomischen Lernens dar. Statt einseitig in einem marktliberalen Blick auf das wirtschaftliche Zusammenleben geübt zu werden, werden den Schülerinnen und Schülern vielfältige Perspektiven auf wirtschaftliche Fragen geboten – und sie werden dazu herausgefordert, sich innerhalb dieser verschiedenen Perspektiven und Interessen selbst zu verorten. Bildung steht seit Wilhelm von Humboldt für einen Prozess selbstgesteuerten Lernens, der im subjektiven Interesse eines Menschen seinen Bezugspunkt findet und sich darin auszeichnet, dieses Interesse mit einem „Verstehen-wollen“ und einem „Verstehen-können“ der gesellschaftlichen Umwelt zu verbinden. Sozioökonomische Bildung steht für ein im humboldtschen Sinne gesellschaftlich reflektiertes und selbstgesteuertes ökonomisches Lernen.

Die Forderung nach sozioökonomischer Bildung erweist sich als die Forderung nach einem ökonomischen Lernen, das anschlussfähig an das alltägliche Erleben von Gesellschaft ist und das mit dem emanzipatorischen Bildungsauftrag der allgemeinbildenden Schulen harmonisiert. Bezogen auf Schülerfirmen bedeutet das: Es muss

### Zum Weiterlesen

Einen guten Überblick über die sozioökonomische Bildung bietet der in der Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung erschienene Sammelband „Sozioökonomische Bildung“:

Andreas Fischer und Bettina Zurstrassen (Hrsg.) (2014): Sozioökonomische Bildung; Schriftenreihe Bd. 1436. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.

deutlich werden, dass es ganz unterschiedliche Interessen in und an einem Unternehmen gibt. Diese Dimension kann z.B. durch das in dieser Broschüre vorgestellte Pat(inn)enmodell realisiert werden. Statt einseitig in einem unternehmerischen Denken geschult zu werden, sollten Lernende dazu herausgefordert werden, die Vielfalt der wirtschaftlichen und sozialen Interessen an einem Unternehmen zu erkennen und Wege

zu erproben, zu einem fairen Ausgleich zwischen diesen Interessen zu kommen!

Ein sozioökonomischer Ansatz sensibilisiert für den Menschen in der Arbeitswelt. In berufs- und arbeitsweltorientierenden Maßnahmen wie der Schülerfirma trägt er der Tatsache Rechnung, dass die meisten Schülerinnen und Schüler später als Arbeitnehmer/innen tätig sein werden.

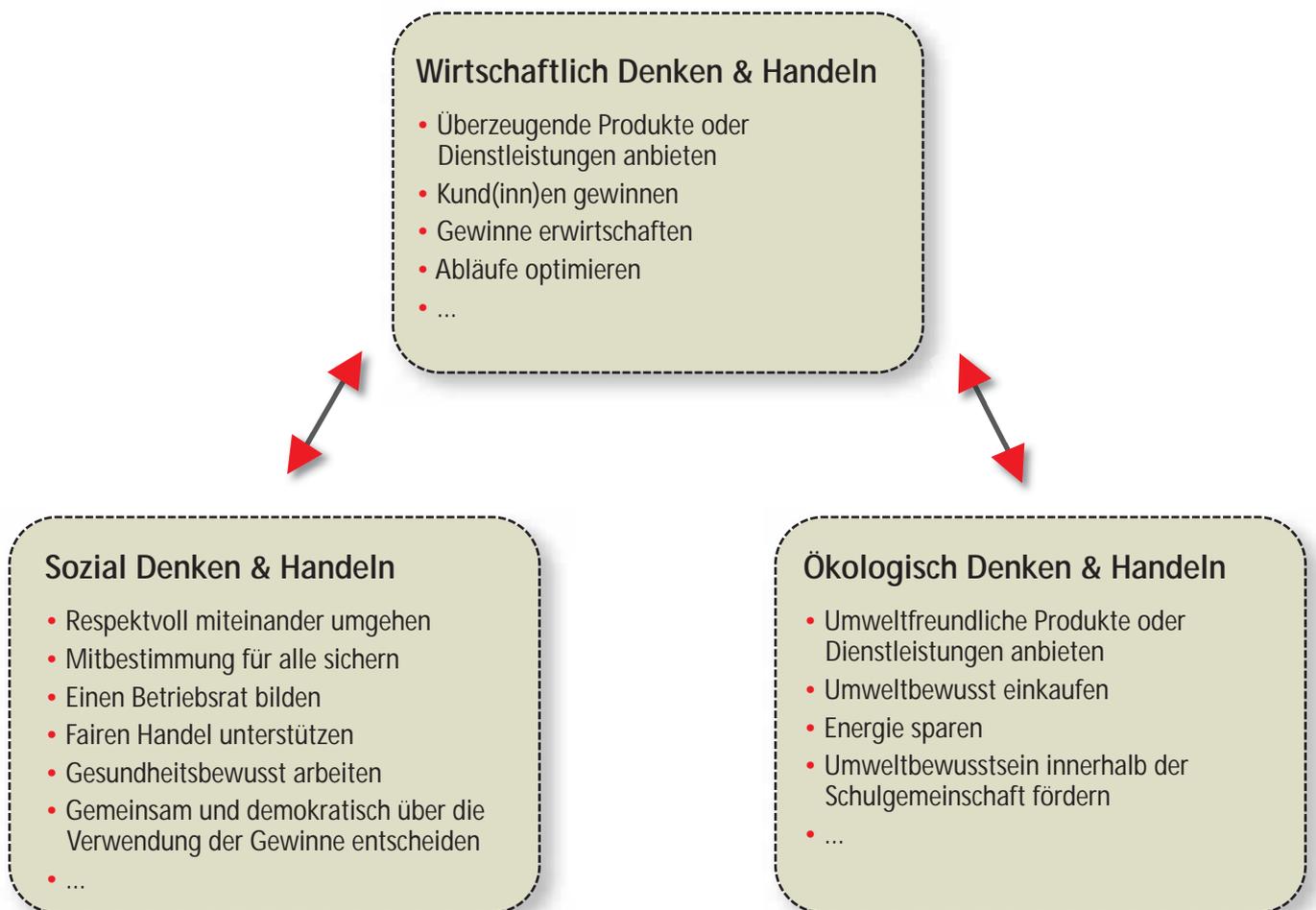


Abb. 1: Sozioökonomisches Lernen innerhalb einer Schülerfirma (Darstellung: Moritz Peter Haarmann)

# 3. Pädagogische Bezugspunkte...

## 3.2 Die Schülerfirma als Spiegelbild unterschiedlicher Interessen im Arbeits- und Wirtschaftsleben

Um konsequent an den Interessen der Lernenden ausgerichtet zu sein, muss eine Schülerfirma Fähigkeiten und Fertigkeiten fördern, mittels derer die oder der Einzelne erfolgreich am wirtschaftlichen und späteren beruflichen Leben teilhaben kann.

Damit eine Schülerfirma diesem Anspruch gerecht wird, muss didaktisch nachvollzogen werden, dass sich die Angehörigen einer Lerngruppe in aller Regel später in unterschiedlichen beruflichen Rollen und ökonomischen Situationen wiederfinden werden. Deshalb sollte ein entsprechendes Schulprojekt möglichst viele der Interessen aufgreifen, die Angehörige verschiedener Anspruchsgruppen gegenüber einem Unternehmen entwickeln können (→ Stakeholder S.14). Unternehmen werden für Schüler/innen so nicht nur in ihrem Charakter als ökonomische, sondern auch als soziale und gesellschaftliche Aktions- und Interaktionszentren erfahrbar gemacht. Auf dieser Grundlage wird es Lernenden ermöglicht, ganz unterschiedliche ökonomische, soziale und ökologische Ansprüche an Unternehmen zu entwickeln und vielfältige Kompetenzen für das Arbeits- und Berufsleben auszubilden.

Die Aufgabe, einen Ausgleich zwischen den verschiedenen Interessen in und an einem Unternehmen herzustellen und eine Form zu finden, in der ebenso wirtschaftlich erfolgreich, wie sozial und ökologisch verantwortungsbewusst gewirtschaftet werden kann, ist eine zentrale Aufgabe einer guten Schülerfirma.

Eine so verstandene Multiperspektivität auf Unternehmen ist eine grundlegende Voraussetzung dafür, dass eine Schülerfirma sozial und ökologisch reflektiertes ökonomisches Lernen fördert. Statt ökonomisches Denken und Handeln losgelöst von den sozialen und ökologischen Zielen einer Gesellschaft zu betrachten, wird es in einer guten Schülerfirma systematisch auf die anderen Formen des gesellschaftlichen Lernens bezogen. Sozioökonomisches Lernen in und durch eine Schülerfirma erweist sich deshalb wesentlich als Lernen durch Zielkonflikte zwischen verschiedenen wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Interessen.

Indem die Schülerinnen und Schüler lernen, wirtschaftliche Entscheidungen sozial und ökologisch verantwortungsbewusst zu treffen, können sie ein kritisches Bewusstsein gegenüber wirtschaftlicher Macht entwickeln. Damit erarbeiten sie sich eine gute Grundlage, um im Arbeitsleben selbstbestimmt und sozial verantwortungsbewusst zu agieren und sich gegen den Missbrauch von wirtschaftlicher Macht wehren zu können. Eine Schülerfirma ist somit auch ein Ort der Politischen Bildung im Allgemeinen und des Demokratie-Lernens im Besonderen (→ 3.3).

Sozioökonomisches Lernen erweist sich auch innerhalb einer Schülerfirma wesentlich als ein Lernen durch das Erleben von Zielkonflikten.

### 3.3 Die Schülerfirma als Ort des Demokratie-Lernens

Dass eine gute Schülerfirma ein Ort des Demokratie-Lernens ist, ergibt sich aus ihren bereits genannten pädagogischen Bezügen: Wenn didaktisch nachvollzogen wird, dass Unternehmen Teil der Gesellschaft sind und sich die Lernenden deshalb mit den vielfältigen Interessen auseinandersetzen, die in und an einem Unternehmen bestehen, befinden sich die Schüler/innen mitten im Demokratie-Lernen. Statt sich ausschließlich mit dem Kriterium des wirtschaftlichen Erfolgs ihres Übungsunternehmens auseinanderzusetzen, widmen sich Schüler/innen in einer guten Schülerfirma ebenso Ansprüchen, die aus der demokratischen Gesellschaft an Unternehmen herangetragen werden. Dazu gehören Interessen, das Miteinander in Unternehmen durch die Informations-, Mitwirkungs- und Mitbestimmungsrechte von Arbeitnehmer/innen fair zu gestalten, wie auch Forderungen, bei der betrieblichen Leistungserstellung soziale und öko-

logische Kriterien zu berücksichtigen (z.B. durch den Kauf fair gehandelter Rohstoffe oder den Bezug von Ökostrom). Viele dieser Interessen weisen Zielkonflikte auf und müssen verhandelt werden.

Weitere Möglichkeiten des Demokratie-Lernens ergeben sich, wenn eine Schülerfirma zu einem Projekt der gesamten Schulgemeinschaft gemacht wird. Ein wichtiger Ansatzpunkt dafür sind Organe, die allen Schülerinnen und Schülern offen stehen. Wenn eine Schülerfirma z.B. im Sinne einer Genossenschaft organisiert wird, an der alle Schülerinnen und Schüler einer Schule beteiligt sind, kann einmal pro Schulhalbjahr eine Generalversammlung stattfinden, auf der die aktiven Mitglieder der Schülerfirma ihre Arbeit darstellen und wichtige Positionen in der Schülerfirma durch eine demokratische Wahl besetzt werden. Entscheidungsberechtigt über eine solche Schülerfirma können in diesem Fall alle Lernenden sein – unabhängig davon, ob sie aktiv in der Schülerfirma mitarbeiten können.

## [ Klartext 3 ]

### Der Demokratie-Auftrag von Schule

**Aus dem Beschluss der Kultusministerkonferenz zur Stärkung der Demokratieerziehung:**  
„Demokratisches Verständnis entwickeln Kinder und Jugendliche ganz besonders über persönliche Erfahrung und über eigenes Handeln. (...) Für die Schule bedeutet dies: Demokratielernen ist Grundprinzip in allen Bereichen ihrer pädagogischen Arbeit. Die Schule selbst muss Handlungsfeld gelebter Demokratie sein, in dem die Würde des jeweils anderen großgeschrieben, Toleranz gegenüber anderen Menschen und Meinungen geübt, für Zivilcourage eingetreten wird, Regeln eingehalten und Konflikte gewaltfrei gelöst werden.“

*Sekretariat der ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder der Bundesrepublik Deutschland (2009): Stärkung der Demokratieerziehung. Beschluss der Kultusministerkonferenz (02.03.2009), Berlin.*

### 3. Pädagogische Bezugspunkte...



© JackF

• Eine gute Schülerfirma konfrontiert Lernende mit gegensätzlichen Interessen und wird dabei zu einem Ort der sozio-ökonomischen Bildung und des Demokratie-Lernens.

Wenn eine Schülerfirma ein Ort des Demokratie-Lernens ist, widmet sie sich einer Kernaufgabe allgemeinbildender Schulen in der demokratischen Gesellschaft (→ Klartext 3). Eine Schülerfirma, die in dieser Weise den Bildungsauftrag öffentlicher Schulen ausfüllt, ist ein Leuchtturm schulischer Bildungsarbeit, indem sie die Entwicklung von Urteils- und Handlungskompetenz im Arbeitsleben und in der Wirtschaft mit dem Demokratie-Lernen verbindet. Sie ist ein Beispiel dafür, wie abstrakt erscheinende kultusministerielle Vorgaben (bzw. Zielsetzungen des Schulprogramms) in konkrete Bildungsangebote überführt werden können.

Der folgende Teil gibt praktische Anregungen, eine im Sinne der drei umrissenen pädagogischen Bezugspunkte konzipierte Schülerfirma (als Ort sozioökonomischer Bildung; als Ort unterschiedlicher Interessen; als Ort für Demokratie-Lernen) auf den Weg zu bringen und im Schulalltag zu verankern. Dabei steht der Aufbau einer organisatorischen Struktur im Vorder-

grund, die Schüler/innen dazu herausfordert, ökonomisches Denken und Handeln dialogisch auf soziale und ökologische Zielsetzungen zu beziehen. Statt sich auf ein ökonomistisches Lernen zu beschränken, wird die Schülerfirma so zu einem Ort des Demokratie-Lernens – und zu einem interessanten Projekt schulischer Allgemeinbildung, das ganz unterschiedliche Unterrichtsfächer bereichern kann, indem praxisnahe Anwendungsbezüge für die Lehrplaninhalte geboten werden (→ Praxistipp 1: Fachliches und fachübergreifendes Lernen durch die Schülerfirma; S. 23).

Die nachfolgende Checkliste eignet sich, um zu überprüfen, wie weit dieses Potenzial einer Schülerfirma ausgeschöpft wird. Dabei gilt: Eine Schülerfirma ist ein komplexes und anspruchsvolles pädagogisches Projekt, das fortwährend verbessert werden kann. Um Schüler/innen ein lohnenswertes Bildungsangebot zu bieten, muss eine Schülerfirma nicht von Anfang alle der genannten Kriterien erfüllen.

### 3.4 Kriterien der guten Schülerfirma – Checkliste



<b>Leitfrage: Stehen die Schüler/innen und ihre Interessen im Mittelpunkt der Schülerfirma?</b>	
1. Die Schülerfirma wird von Beginn an zu einem Projekt der Lernenden gemacht. Schüler/innen, nicht Lehrkräfte treffen die wichtigen Entscheidungen (siehe Seite 21: "Eine Initiativgruppe bilden").	
2. Lehrkräfte konzentrieren sich auf ihre Funktion als pädagogische Berater/innen (→ 4.2: Das Pat(inn)enmodell nutzen).	
3. Expertinnen und Experten aus dem Arbeits- und Wirtschaftsleben stehen den Schüler/innen zur Seite, um sie in wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Fragen zu beraten (→ 4.2: Das Pat(inn)enmodell nutzen).	
<b>Leitfrage: Orientiert sich die Schülerfirma an der Didaktik der sozioökonomischen Bildung?</b>	
4. Die Schülerfirma wird gleichermaßen als wirtschaftliches und soziales Übungsunternehmen verstanden.	
5. Wirtschaftliche, soziale und ökologische Herausforderungen von Unternehmen werden aufgegriffen und wechselseitig aufeinander bezogen.	
6. Die Schülerfirma ist in das Schulkonzept zur Arbeitswelt- und Berufsorientierung integriert.	
<b>Leitfrage: Spiegelt sich in der Schülerfirma die Interessenvielfalt im Wirtschafts- und Arbeitsleben?</b>	
7. Die Schülerfirma wirbt (z. B. innerhalb der Elternschaft) um Paten und Patinnen, die verschiedene Interessen, Erfahrungen und Kenntnisse haben (Arbeitnehmer/innen, Unternehmer/innen, Betriebsräte/Betriebsrätinnen, Vertreter von NGOs, Vertreter/innen der Arbeiterkammer, Vertreter/innen der Industrie- und Handelskammer ...).	
8. Mindestens ein Pate / eine Patin der Schülerfirma hat Erfahrungen in der Vertretung von Arbeitnehmerinteressen bzw. der Wahrnehmung von Mitbestimmungsrechten.	
9. Mindestens ein Pate / eine Patin der Schülerfirma hat Erfahrungen mit Führungsaufgaben in oder der Leitung von Unternehmen.	
<b>Leitfrage: Fördert die Schülerfirma das Demokratie-Lernen?</b>	
10. Die Schulgemeinschaft bzw. die beteiligten Jahrgangsstufen oder Klassen werden in wichtige Entscheidungen der Schülerfirma einbezogen (z. B. Ämterwahlen, Umgang mit Gewinnen und Verlusten usw.).	
11. Die Schülerfirma legt der Schulgemeinschaft mindestens einmal pro Halbjahr Rechenschaft über ihre Arbeit ab.	
12. Die Schülerfirma erarbeitet einen Kodex sozialer und ökologischer Verhaltensrichtlinien und orientiert sich an diesem Kodex.	
13. Die Schülerfirma verfügt über einen Betriebsrat.	
14. Die Potenziale der Schülerfirma als fächerübergreifendes und fächerverbindendes Schulprojekt werden auch im Unterricht genutzt.	
15. Pat(inn)en erarbeiten mit den Lernenden anhand von Fallbeispielen aus dem Unternehmensalltag, wie für die Durchsetzung der Rechte von Arbeitnehmer/innen gekämpft werden kann.	

# 4. Schritt für Schritt zur guten Schülerfirma



Eine Schülerfirma ist Sache der Lernenden. Die pädagogische Aufgabe besteht darin, den Schüler/innen einen geeigneten Rahmen für den Aufbau und das Führen ihrer Schülerfirma zu bieten. Dafür muss zunächst geklärt werden, wie die Schülerfirma in den Schulalltag integriert werden kann. Anschließend müssen die Lernenden dabei unterstützt werden, eine Organisationsstruktur zu finden, die allen Schüler/innen einer Klasse, einer Jahrgangsstufe oder der ganzen Schule eine gleichberechtigte Teilhabe an der Schülerfirma ermöglicht.

## 4.1 Die Schülerfirma zu einem Projekt der ganzen Schule machen

Im Folgenden wird gezeigt, wie eine Schülerfirma zu einem Projekt der ganzen Schule gemacht werden kann. Ziel dabei ist, die Schülerfirma möglichst umfassend mit dem Schulleben zu verbinden und möglichst viele Lernende und Lehrkräfte anzusprechen.

Dafür muss eine Schülerfirma zwei Merkmale aufweisen:

- (1) Sie ist im Schulalltag sichtbar.
- (2) Sie weckt allseits ein Mitmachinteresse.

Beide Merkmale ergeben sich nicht naturwüchsig. Um sie von Beginn an zu fördern, empfiehlt sich die Gründung einer Initiativgruppe aus Lernenden, Lehrkräften und Elternvertreter/innen, die die Schülerfirma als ein Projekt der ganzen Schule initiiert. Abhängig von den Rahmenbedingungen, unter denen eine Schülerfirma arbeiten soll, können die nachfolgenden Vorschläge entweder vollständig oder teilweise umgesetzt werden (z.B. bei Schülerfirmen, die sich ausschließlich an Angehörige einer bestimmten Jahrgangsstufe richten).

### ■ Eine Initiativgruppe bilden

Eine gute Schülerfirma wird von der Idee offener, demokratischer Strukturen getragen, auf deren Grundlage Lernende ökonomisches, soziales und ökologisches Lernen miteinander verbinden und aufeinander beziehen. Die demokratische Struktur muss mit der Gründung der Schülerfirma geschaffen werden. Die Schülerfirma sollte Teil des Arbeitswelt- und Berufsorientierungskonzepts der Schule oder Bestandteil des Curriculums der Schule sein. Darüber hinaus sollte die Schulgemeinschaft dafür gewonnen werden, ein entsprechendes Bildungsprojekt zu unterstützen. Die Gründung einer Initiativgruppe ist der erste Schritt, um die Idee einer guten Schülerfirma zu verwirklichen.

Die Initiative zur Gründung einer Schülerfirma kann aus der Schülerschaft, aus dem Lehrerkollegium oder der Elternschaft kommen. Wichtig ist, dass alle drei Gruppen in die Initiative einbezogen werden. Um die Schülerfirma von Beginn an zu einem Projekt der Lernenden zu machen, sollte vereinbart werden, dass die Gruppe der Lernenden das Letztentscheidungsrecht hat und für die Initiative spricht. Lehrkräfte und Eltern sind wichtige Berater/innen der Lernenden. Damit es im Laufe der Gründung der Schülerfirma nicht zu einem Bruch kommt, sollte innerhalb der Initiativgruppe eine organisatorische Struktur geschaffen werden, an die die spätere Schülerfirma unmittelbar anknüpfen kann. Das Pat(inn)enmodell ermöglicht eine entsprechende Kontinuität: Lernende werden von Pat(inn)en pädagogisch betreut bzw. mit Expertenwissen versorgt, treffen aber (jenseits von der notwendigen Anerkennung der Schülerfirma als Schulprojekt) die maßgeblichen Entscheidungen (→ 4.2 Das Pat(inn)enmodell nutzen).

Um eine Schülerfirma zu einem Projekt der ganzen Schule zu machen gilt es, die Schülerfirma möglichst umfassend mit dem Schulleben zu verbinden und möglichst viele Lernende und Lehrkräfte anzusprechen.



In jedem Fall sollte die Initiativgruppe möglichst schnell über einen eigenen Raum verfügen, der als Kontaktstelle für interessierte Lernende, Lehrkräfte und Eltern genutzt wird und mit dem die Initiativgruppe über Arbeitsmöglichkeiten verfügt. Dieser Raum kann später zum Infobüro der Schülerfirma werden.

#### ■ Für den Bildungsbeitrag einer guten Schülerfirma begeistern

Um Lernende und Lehrkräfte von der Idee einer Schülerfirma zu begeistern, bedarf es konkreter Beispiele, wie eine gute Schülerfirma den Schulalltag bereichern kann. Eine erste Aufgabe der Initiativgruppe liegt deshalb darin, entsprechende Beispiele zusammenzutragen, davon ausgehend Argumente für eine Schülerfirma zu entwickeln und mit diesen Argumenten für die Gründung einer Schülerfirma zu werben. Als

Ausgangspunkt dafür bietet sich eine gemeinsame Reflexion über den Auftrag von Schule und den möglichen Beitrag einer Schülerfirma an. Eine gute Schülerfirma eröffnet vielfältige fachliche und interfachliche Zugänge (→ Praxistipp 1). Eine Schülerfirma, die pädagogisch an der Didaktik der sozioökonomischen Bildung orientiert ist, bietet vielfältige Möglichkeiten, vermeintlich „trockene“ Lehrplanthemen bildungswirksam aufzugreifen, indem sie auf aktuelle Herausforderungen der Schülerfirma bezogen werden. Die Initiativgruppe stellt sich zunächst der Aufgabe, auf Schulveranstaltungen, Elternsprechtagen und Schulkonferenzen das Potenzial einer guten Schülerfirma zu verdeutlichen und dadurch weitere Unterstützer/innen für die Gründung einer Schülerfirma zu gewinnen.

# 4. Schritt für Schritt...

## Fachliches und fachübergreifendes Lernen durch die Schülerfirma

Eine gute Schülerfirma bereichert den Schulalltag um fächerverbindende und fächerübergreifende Elemente. Die Schülerfirma fördert z.B. soziale Schlüsselkompetenzen wie Kompetenzen aktiven und selbstverantwortlichen Handelns. So werden die Lernenden z.B. in ihrer Team- und Kooperationsfähigkeit herausgefordert, in der Einnahme einer multiperspektivischen Grundhaltung unterstützt oder in ihrer Fähigkeit zur Selbstreflexion angesprochen. Zugleich hat die Schülerfirma den Anspruch, den Demokratie-Auftrag auf das wirtschaftliche Lernen zu beziehen (z. B. indem Entscheidungsstrukturen geschaffen werden, die alle Mitwirkenden einbeziehen). Weil der Schulalltag wesentlich durch Unterrichtsfächer strukturiert wird, umfasst eine gute Schülerfirma darüber hinaus vielfältige Bezüge zum Fachunterricht. Sie eröffnet unkonventionelle Möglichkeiten, Theorie und Praxis zu verbinden und somit lebendige, nachhaltige Lernprozesse anzustoßen. Vermeintlich trockene Lehrplanthemen können durch entsprechende Anwendungsbezüge in der Schülerfirma unmittelbar in ihrer lebensweltlichen Bedeutung erfasst werden. Nicht zuletzt bietet die Bezugnahme auf die Schülerfirma im Fachunterricht vielfältige Möglichkeiten des Peer-Learnings: Lernende, die ein bestimmtes Thema im Fachunterricht behandeln, können ihre Expertise an die Mitwirkenden der Schülerfirma vermitteln. Die Bezüge einer guten Schülerfirma zu den verschiedenen Unterrichtsfächern sind vielfältig und werden in der folgenden Übersicht nur stichpunktartig umrissen.

Die Bezüge einer guten Schülerfirma zu den verschiedenen Unterrichtsfächern sind vielfältig

► **Politik- und Wirtschaft:** Zahlreiche Themen des Fachunterrichts können durch die Arbeit der Schülerfirma lebendig werden (z.B. wirtschaftliche und soziale Funktionen von Unternehmen, Rechtsformen von Unternehmen, Mitbestimmung, Arbeitsrecht, soziale Gerechtigkeit, Werbung/Marketingstrategien). Eine besondere Aufgabe des Politik- und Wirtschaftsunterrichts kann auch darin liegen, die Organisation der Schülerfirma mit der Organisation eines „richtigen“ Unternehmens zu vergleichen. Weil ausgebildete Politik- und Wirtschaftslehrer/innen in einer Schule die Expert/-innen für den theoretischen und praktischen Rahmen einer Schülerfirma sind, sollte mindestens eine Lehrkraft aus diesem Fachbereich eine Patenschaft für die Schülerfirma übernehmen und die Schülerfirma als Pate oder Patin dauerhaft pädagogisch begleiten (→ 4.2).

► **Mathematik:** Viele Lehrplaninhalte wie Preiskalkulation und Prozentrechnung können auf die Schülerfirma bezogen werden. Insbesondere in Projektphasen können einzelne Lerngruppen der Schülerfirma bei Herausforderungen des Rechnungswesens zur Seite springen oder Aufgaben wie Kalkulationen übernehmen. Mathematische Probleme der Schülerfirma können auch (von Lehrkräften oder von Lernenden) in Textaufgaben überführt werden – damit können Lerngruppen gleichermaßen durch einen Praxisbezug motiviert werden als auch die Schülerfirma unterstützen.

► **Deutsch:** Nicht nur bei Inhalten der Berufsorientierung wie Bewerbungsschreiben oder Vorstellungsgesprächen kann es sich lohnen, wenn Pat(inn)en der Schülerfirma oder Mitglieder der

Schülerfirma in die Klasse eingeladen werden. Lerngruppen können die Schülerfirma ihrerseits unterstützen, wenn es z. B. um die Gestaltung von Textpassagen geht, mit denen sich die Schülerfirma vorstellt (z.B. auf der Homepage), wenn angemessene Einladungen an Kooperationspartner verfasst werden sollen oder wenn ein besonderer Erfolg der Schülerfirma gegenüber der Schulgemeinschaft oder Öffentlichkeit dargestellt werden soll. Auch wenn es im Unterricht um die Förderung von sprachlicher Kreativität geht, kann überlegt werden, ob die Schülerfirma einen geeigneten Bezugspunkt darstellt (z.B. Dichten von Werbeslogans, Verfassen einer Hommage an die Schülerfirma als inspirierender Lernort). Darüber hinaus können gesellschafts- und sozialkritische Texte dazu einladen, sich mit Pat(inn)en der Schülerfirma auszutauschen, die die Arbeitnehmerinteressen in Betrieben vertreten.

▶ **Religion/Ethik:** Viele wirtschaftliche Fragen einer Schülerfirma erweisen sich zugleich als ethische Fragen. Eine Kernaufgabe der Schülerfirma als pädagogisches Projekt ist es i. d. R., das Gewinnprinzip dialogisch auf gesellschaftliche Werte zu beziehen. Im Religions- und Ethikunterricht können diese Fragen aufgegriffen werden – denkbar ist z.B., dass eine Lerngruppe den Auftrag erhält, die Mitglieder der Schülerfirma ethisch zu beraten oder gemeinsam mit der Schülerfirma ethische Handlungskriterien für die Schülerfirma zu entwickeln.

▶ **Informatik:** Der Informatikunterricht kann Lernende zum Umgang mit wichtiger Bürosoftware qualifizieren. Außerdem können Lerngruppen im Informatikunterricht von der Schülerfirma beauftragt werden, Flyer, Plakate oder Zertifikate (Geschäftsanteile, ggf. Arbeitszeugnisse) kompetent

zu layouten. Ebenfalls naheliegend ist die Entwicklung einer ansprechenden Homepage für die Schülerfirma – in diesem Zusammenhang können im Informatikunterricht auch Schulungen für die an der Schülerfirma mitwirkenden Lernenden entwickelt werden, damit eine Pflege der Homepage gelingt.

▶ **Fremdsprachen:** In Fremdsprachenfächern können Portraits der Schülerfirma erarbeitet werden, die das Projekt z.B. Partnerschulen oder Austauschschülern vorstellen.

▶ **Kunst:** Im Kunstunterricht können im Auftrag der Schülerfirma Ideen entwickelt werden, das Angebot der Schülerfirma kreativ zu bewerben. Je nach Angebot der Schülerfirma können Lerngruppen außerdem damit beauftragt werden, Designideen für die Produkte der Schülerfirma oder für die von ihr genutzten Räumlichkeiten (insbesondere für Räumlichkeiten mit "Kundenkontakt") zu entwickeln.

▶ **Naturwissenschaften:** Je nach Angebot der Schülerfirma kann auch der naturwissenschaftliche Unterricht einbezogen werden – z.B. können im Physikunterricht Schaltpläne angefertigt werden. Im Biologieunterricht kann z. B. ein Ratgeber für ein Mehr an ökologischer Nachhaltigkeit in der Schülerfirma erarbeitet werden (den die Lerngruppe in der Schülerfirma vorstellen kann).

▶ **Technik/Werken:** Wenn es an der Schule Fächer wie Werken oder Technik gibt, können dort z. B. Konstruktionszeichnungen und Teile der Einrichtung der Schülerfirma entstehen – z. B. eine Firmenschild (das dann ggf. im Kunstunterricht besonders gestaltet werden kann).

## 4. Schritt für Schritt...

### ■ Eine pädagogische Zielvereinbarung formulieren

Um eine Schülerfirma zum Schulprojekt zu machen, bedarf es auch formaler Voraussetzungen. Wie jedes Schulprojekt bedarf die Schülerfirma einer Genehmigung durch die Schulleitung. In diesem Zusammenhang ist es sinnvoll, eine Vereinbarung abzuschließen, die den schulischen Handlungsrahmen für die Arbeit der Schülerfirma absteckt (→ Praxistipp 2: Eine Vereinbarung über die Arbeit der Schülerfirma schließen; S. 26).

Ausgangspunkt für eine solche Vereinbarung kann eine pädagogische Zielvereinbarung sein, die von der Initiativgruppe formuliert wird. Um die Zielvereinbarung zu entwickeln, lohnt ein Blick in das Leitbild der Schule – denn insbesondere das soziale Lernen wird in der Regel durch

das schulinterne Leitbild konkretisiert. Bei der Formulierung einer pädagogischen Zielvereinbarung für die Schülerfirma geht es im Kern darum, das soziale Lernen auf ökonomisches, berufliches und ökologisches Lernen zu beziehen (→ 4.3). Auf dieser Grundlage kann die Initiativgruppe eine Zielvereinbarung formulieren, in der deutlich wird, welchen Grundsätzen die Schülerfirma verpflichtet ist.

Diese Zielvereinbarung kann nach und nach um weitere Punkte ergänzt werden und mit der Gründung der Schülerfirma in ihre Satzung eingehen. Denn spätestens, wenn die Schülerfirma ihre Arbeit aufnimmt, sollte sie außerdem über eine Satzung verfügen, die ihre interne Organisation regelt (→ 5.2 Einen Satzungsentwurf erarbeiten, S. 44)

Die pädagogische Zielvereinbarung sollte auch den Anspruch widerspiegeln, den Demokratie-Auftrag von Schule auf das ökonomische Lernen zu beziehen.

### [ Buchführung ]

Wer wirtschaftlich tätig ist, muss alle Einnahmen und Ausgaben verbuchen. Das bedeutet, dass sämtliche Geldflüsse notiert werden. Die damit verbundene Arbeit wird als Buchführung bezeichnet. Auch eine Schülerfirma ist zu einer (einfachen) Buchführung verpflichtet.

Ziel der Buchführung ist es, aus Einnahmen und Ausgaben das Betriebsergebnis (= Gewinn bzw. Verlust) zu ermitteln. Die Verantwortung für die Buchführung sollte bei den aktiven Mitgliedern der Schülerfirma liegen.



## Eine **Vereinbarung** über die Arbeit der Schülerfirma abschließen

Als Schulprojekt bedarf eine Schülerfirma einer formalen Anerkennung durch die Schulleitung. In diesem Zusammenhang ist es sinnvoll, eine Vereinbarung über die Arbeit der Schülerfirma zu schließen. Die Vereinbarung regelt das Verhältnis zwischen Schülerfirma und Schulleitung. Davon zu unterscheiden ist die Satzung. Diese regelt die interne Struktur der Schülerfirma. Die Satzung sollte im Unterschied zur Vereinbarung erst mit der Gründung der Schülerfirma verabschiedet werden (vgl. 5.2 Einen Satzungsentwurf erarbeiten, S. 44). Idealerweise geht die Vereinbarung unter direkter Beteiligung der Lernenden aus der Gründungsphase der Schülerfirma hervor. Denkbar ist z.B., dass die Schüler/innen nach einem Gespräch mit Schulleitung und Lehrkräften mit einer Patenlehrkraft einen Vertragsentwurf erarbeiten, der der Schulleitung zur Unterzeichnung vorgelegt wird.

### **In der Vereinbarung sollten mindestens die nachfolgenden Punkte geregelt sein:**

- Die Schülerfirma muss als Schulprojekt erkennbar sein. In diesem Zusammenhang ist insbesondere darzustellen, wie die Schülerfirma im Schulleben verankert wird (z.B. als Ganztagsangebot, als Arbeitsgemeinschaft, als fächerübergreifendes Unterrichtsprojekt), wie Paten eingebunden werden und welchen Bildungsbeitrag sie leistet. Mögliche Bezüge zu den verschiedenen Unterrichtsfächern sollten herausgearbeitet werden (→ 4.1).
- Als Schulprojekt bedarf eine Schülerfirma i. d. R. der Aufsichtsführung durch Lehrkräfte. Ergänzend können verantwortliche Lehrkräfte die Aufsichtsführung an andere Patinnen und Paten delegieren (Eltern oder verantwortungsvolle Lernende, die das 16. Lebensjahr vollendet haben). Lernende können die Aufsichtsführung nur unter Zustimmung ihrer Erziehungsberechtigten übernehmen.
- Es ist festzuhalten, welche Räumlichkeiten für die Schülerfirma zur Verfügung stehen, wann diese genutzt werden können und ggf. unter welchen Bedingungen die Nutzung gestellt wird. Die Schülerfirma sollte unbedingt über ein Infobüro verfügen (u. a. als Anlaufstelle für Lernende und Pat(inn)en).
- Der Versicherungsschutz ist zu klären: Als genehmigtes Schulprojekt gilt für eine Schülerfirma der Versicherungsschutz der Schule. Dieser Versicherungsschutz erweist sich jedoch bei einer Schülerfirma als lückenhaft – nachzudenken ist insbesondere darüber, ob ergänzend eine Betriebshaftpflichtversicherung und eine Produkthaftpflichtversicherung für die Schülerfirma abgeschlossen werden sollten. An dieser Stelle ist es sinnvoll, die Entscheidung über die Geschäftsidee abzuwarten (→ 4.3.). Für Lehrkräfte ist der Abschluss einer Diensthaftpflichtversicherung empfehlenswert.

## 4. Schritt für Schritt...

- Es muss die Handlungsfähigkeit der Schülerfirma nach außen sichergestellt werden. Neben dem Versicherungsschutz ist für eine Schülerfirma zu klären, wie die Schülerfirma nach außen vertreten wird (z.B. gegenüber Kunden und Lieferanten usw.). Eine gute Lösung ist die Vereinbarung, dass dafür unter Berücksichtigung der organisatorischen Strukturen der Schülerfirma ein Tandem aus einer Patenlehrkraft und einem Lernenden gewählt wird. Unbedingt festgehalten werden sollte die Verpflichtung, dass die Schülerfirma außerhalb der Schule stets als Schulprojekt erkennbar ist.
- Die Schülerfirma benötigt ein Girokonto: Für das Girokonto sollte vertraglich festgehalten werden, dass kein Dispositionskredit eingeräumt wird. Insbesondere wenn Online-Banking genutzt wird, sollten Datenschutzfragen geklärt und die Schülerfirma zur Nutzung aktueller Virensoftware verpflichtet werden. Geführt werden kann das Girokonto von dem nach außen verantwortlichen Lehrer-Schüler-Tandem als offenes Treuhandkonto.
- Dringend zu beachten ist die Höhe der zu erwartenden erwirtschafteten Gewinne und Umsätze einer Schülerfirma. Zu empfehlen ist, dass sich die Schülerfirma dazu verpflichtet, die für die Steuerfreiheit geltenden Gewinn- und Umsatzgrenzen (Gewinn in Höhe von 3835,00 sowie Umsatz in Höhe von 35 000,00 Euro, Stand Nov. 2017) nicht zu überschreiten und dies auch dem Finanzamt mitzuteilen. Damit wird sie vom Finanzamt wie jede andere schulische Arbeitsgemeinschaft behandelt. Andernfalls wäre die Schülerfirma als gewerbliches Unternehmen anzumelden, für das u.a. Steuern abgeführt werden müssten. Die Höhe dieser Grenzen bezieht sich auf die insgesamt an einer Schule erwirtschafteten Beträge. Wenn an einer Schule z.B. mehrere Schülerfirmen tätig sind, verringert sich der Spielraum einer einzelnen Schülerfirma entsprechend. Die Schülerfirma sollte vertraglich darauf verpflichtet werden, eine maximale Umsatz- bzw. Gewinngrenze nicht zu überschreiten. Damit die Schülerfirma die Einhaltung dieser Grenzen nachweisen kann, muss die Schülerfirma auf eine einfache → Buchführung (S. 25) verpflichtet werden.
- Wenn es an einer Schule mehrere Schülerfirmen gibt, kann aufgrund der Umsatz- und Gewinn Grenzen einer Schule eine externe Trägerschaft sinnvoll sein (z. B. durch die Gründung eines eingetragenen Vereins, an dem sich u. a. auch die Pat(inn)en der Schülerfirmen beteiligen können).
- Eine Schülerfirma muss gewährleisten, dass sie „richtige“ Unternehmen und Betriebe nicht schädigt. Dies sollte in der Vereinbarung verankert werden, insbesondere, wenn die Schülerfirma sich auch an Kunden außerhalb der Schulgemeinschaft richtet. Zu empfehlen ist die frühzeitige Kontaktaufnahme mit den örtlichen Repräsentant/innen der Wirtschaft (IHK, DGB etc.).

## 4.2 Das Pat(inn)enmodell nutzen

Die Idee des Pat(inn)enmodells ist es, dass die Lernenden agieren und dabei von Lehrkräften, Eltern und anderen Personen aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen pädagogisch begleitet werden. Sinnvoll sind schulinterne und schulexterne Pat(inn)en. Die Anwendung des Pat(inn)enmodells ermöglicht, dass sich die Lernenden in ihrer Schülerfirma selbstbestimmt mit den vielfältigen Interessen in und an Unternehmen auseinandersetzen und Wege zu einem fairen Miteinander in ihrer Schülerfirma finden. Das Modell ermöglicht außerdem, ausgehend von den Vorarbeiten der Initiativgruppe, nahtlos in die Gründungsphase der Schülerfirma überzugehen.

Grundprinzip des Pat(inn)enmodells ist, dass (so weit schulrechtlich möglich, vgl. 4.1) allein die Lernenden ihre Schülerfirma repräsentieren. Übertragen auf ein "richtiges" Unternehmen verkörpern die Schülerinnen und Schüler diejenigen Anspruchsgruppen, die wirtschaftlich und sozial innerhalb des Unternehmens (inter)agieren (= die internen Stakeholder).

Weitere Ansprüche an die Schülerfirma haben u.a. die Schulgemeinschaft, die Lieferanten, die Kundinnen und Kunden sowie die ökologische Umwelt. Die Pat(inn)en haben die Funktion, die Schülerfirma als Pädagog(inn)en bzw. Expert(inn)en zu begleiten und den Mitgliedern der Schülerfirma bei Herausforderungen zur Seite zu stehen – z.B. wenn es darum geht, zu einem fairen Ausgleich zwischen den verschiedenen Interessen in und an der Schülerfirma zu kommen (→ Abb. 2: Das Pat(inn)enmodell).

Folgende Hauptaufgaben von Patinnen und Paten lassen sich unterscheiden:

- **Die pädagogische Begleitung der Schülerfirma:** Wie bei jedem Schulprojekt übernimmt eine Lehrkraft (bzw. übernehmen mehrere Lehrkräfte) die pädagogische Verantwortung für eine Schülerfirma. Das Pat(inn)enmodell veranschaulicht, dass dieser Verantwortung dann nachgekommen wird, wenn die Schülerfirma pädagogisch begleitet (und nicht durch eine Lehrkraft geleitet) wird. Mindestens ein Lehrpate / eine Lehrpatin aus der Initiativgruppe erarbeitet mit Lernenden das Gründungskonzept für die Schülerfirma und steht ihnen fortwährend als Ansprechpartner/in zur Verfügung, um die Schülerfirma in den Schullalltag zu integrieren. Weitere Lehrpatinnen und -paten engagieren sich dafür, die Bezüge der Schülerfirma zu den verschiedenen Unterrichtsfächern zu herzustellen (→ Praxistipp 1: Fachliches und fachübergreifendes Lernen durch die Schülerfirma; S. 23). Idealerweise übernimmt dafür zumindest aus jeder Fachbereichskonferenz eine Lehrkraft ein Patenamtsamt.
- **Die Begleitung der Schülerfirma durch Expert/innen aus dem Arbeitsleben:** Eine gute Schülerfirma vermittelt auch jenseits der Unternehmerrolle Kompetenzen, sich im Berufs- und Arbeitsleben zu behaupten. Neben Repräsentant/innen der Arbeitgeber müssen gleichermaßen Vertreter/innen der Arbeitnehmerseite als externe Ansprechpartner/innen und Berater/innen der Schülerfirma gewonnen werden: So können z.B. Mitglieder von Betriebs- oder Personalräten und engagierte Gewerkschafter/innen den Lernenden mit Rat

## 4. Schritt für Schritt...

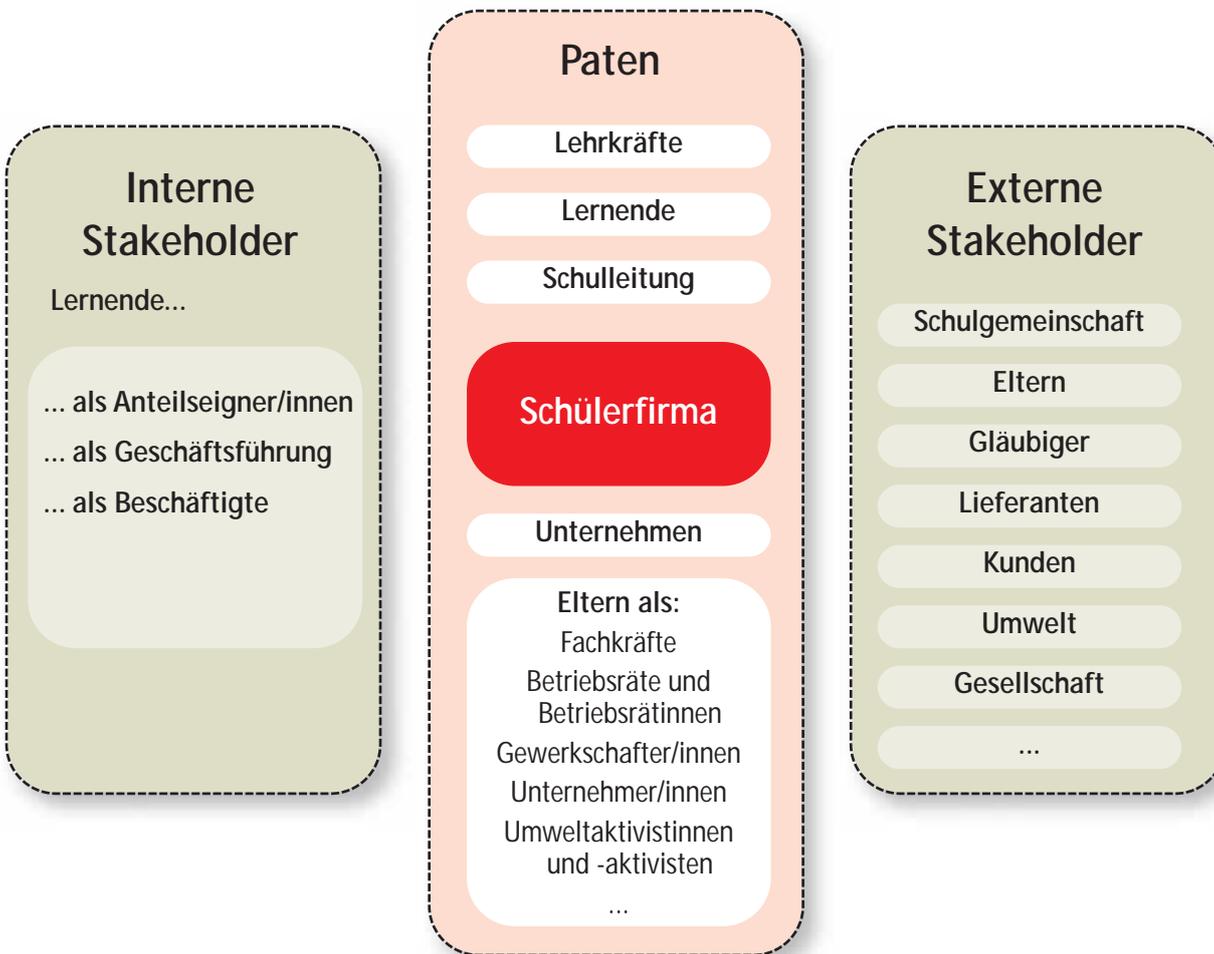


Abb. 2: Das Pat(inn)enmodell (Darstellung: Moritz Peter Haarmann)

und Tat zur Seite stehen, wenn es darum geht, in der Schülerfirma Prinzipien der betrieblichen oder der unternehmerischen Mitbestimmung umzusetzen. Zudem können sie die Schüler/innen bei der Realisierung guter Arbeitsbedingungen in der Schülerfirma zu unterstützen. Idealerweise finden sich außerdem Expertinnen und Experten, die externe Interessen an einem Unternehmen verkörpern (z.B. Menschen, die bei Umweltschutzverbänden, NGOs oder Kirchen engagiert sind). In der Regel werden diese Pat(inn)en aus der Elternschaft kommen. Darüber hinaus ist denkbar, dass bestehende Kooperationen

mit Unternehmen genutzt oder neue Kooperationen mit Unternehmen geschlossen werden (wie z.B. bei dem Modell der Schülergenossenschaft; vgl. Kap. 5). Dann sollte ebenfalls sichergestellt werden, dass auch Arbeitnehmerperspektiven durch die Pat(inn)en sichtbar werden.

- **Die Peer-to-Peer-Begleitung:** Lernende höherer Jahrgänge oder pädagogisch ausgebildete Lernende wie Streitschlichter/innen verfügen über Erfahrungen und Wissen, die sie zu wichtigen Berater/innen der Schülerfirma machen. Vor allem aber ist es empfehlens-

Die Idee des Pat(inn)enmodells ist es, dass Lernende agieren und dabei von Lehrkräften, Eltern und anderen Personen aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen pädagogisch begleitet werden.

Patinnen und Paten sollten unbedingt mit der pädagogischen Zielvereinbarung der Schülerfirma vertraut gemacht werden (→ 4.1).

Anregungen zum Werben von Patinnen und Paten finden sich in → Praxistipp 3.

wert, diejenigen Lernenden in den Beraterkreis der Schülerfirma einzubeziehen, die als Klassen-, Jahrgangs- oder Schulsprecher/innen für die Schülerschaft sprechen. Angehörige der Schülervertretung haben als Pat(inn)en insbesondere dafür Sorge zu tragen, dass sich die Schülerfirma als ein Projekt der Schülerschaft erweist.

- **Die Begleitung durch die Schulleitung:** Die Schulleitung sorgt dafür, dass die Schülerfirma nach innen wie außen handlungsfähig ist. Sie kümmert sich z. B. um die Lösung von Zielkonflikten zwischen der Schülerfirma und anderen Schulprojekten, sorgt für eine Integration der Schülerfirma in die Schulentwicklung und trägt dafür Sorge, dass die Schülerfirma mit dem Schulrecht harmonisiert (→ Praxistipp 2: Eine Vereinbarung über die Arbeit der Schülerfirma abschließen; S. 26).

#### ■ Gewerkschafter/innen als Patinnen und Paten der Schülerfirma

Oftmals sind Betriebsratsmitglieder oder Vertrauensleute in der schulischen Elternvertretung aktiv oder engagieren sich in anderer Weise als Eltern am Schulleben ihrer Kinder. Manche Unternehmen sind umliegenden Schulen durch Patenschaften verbunden. Diese Unternehmen unterstützen häufig die Schülerfirmen ihrer Patenschulen. Auch hier ergeben sich für Betriebsräte, Vertrauenspersonen oder Jugendvertreter/innen Möglichkeiten, sich aktiv in die Schulgemeinschaft einzubringen und Schülerfirmen als Patinnen und Paten zu begleiten. Da Schulen nicht immer über die Betriebsverfassung, die Kooperationsmöglichkeiten und das

Kooperationsinteresse der betrieblichen Interessenvertretungen informiert sind, lohnt es sich für Betriebsräte und Gewerkschafter/innen, aktiv auf die Schulleitung oder einzelne Lehrkräfte zuzugehen.

Damit sich Kolleginnen und Kollegen in Schulprojekten engagieren können, sollten Betriebsräte und Jugendvertretungen Transparenz über das Engagement ihres Unternehmens im Schulfeld herstellen. Dies können sie im Rahmen ihrer betriebsverfassungsrechtlichen Aufgaben insbesondere in der Aus- und Weiterbildung tun, indem sie die Geschäfts-, Personal- oder Ausbildungsleitung auffordern, über Aktivitäten des Unternehmens im Bereich Schule/Wirtschaft sowie über die Kooperationsbeziehungen zu den allgemein- und berufsbildenden Schulen zu informieren. Insbesondere Aktivitäten im Rahmen von Schülerfirmen sollten so ausgestaltet werden, dass auch der Betriebsrat oder die Jugendvertretung einbezogen wird.

Schulen, die gewerkschaftliche und betriebliche Interessenvertreter/innen in die Konzeption und Durchführung einer Schülerfirma einbeziehen möchten, finden in der Geschäftsstelle des DGB oder der zuständigen DGB-Gewerkschaft wertvolle Ansprechpartner/innen, die Türen zu engagierten Arbeitnehmervertreter/innen öffnen können.

# 4. Schritt für Schritt...

## Patinnen und Paten gewinnen

Viele Pat(inn)en werden sich unkompliziert finden lassen. Insbesondere das Gewinnen von "externen" Patinnen und Paten kann sich aber als Herausforderung darstellen. Um entsprechende Leerstellen zu besetzen, bietet es sich an, gegenüber der Elternschaft, langjährigen Kooperationspartnern der Schule (insbesondere Unternehmen und ihren Beschäftigten, vgl. oben) oder der regionalen Öffentlichkeit um eine entsprechende Unterstützung der bereits gegründeten oder zu gründenden Schülerfirma zu werben. Dabei sollte unbedingt deutlich werden, warum die Schülerfirma auf die Expertise z. B. von Arbeitnehmervertreter/innen, Fachkräften, Unternehmer/innen oder Vertreter/innen von Umweltschutzorganisationen oder Sozialverbänden angewiesen ist, welche Aufgaben mit dem entsprechenden Patenamts verbunden sind und in welchem Rahmen die Beratung organisiert wird. Auch bereits gewonnene Pat(inn)en sind

lohnende Ansprechpartner/innen: So ist z. B. möglich und sinnvoll, dass aus Kooperationsbetrieben der Schulen neben der Geschäftsleitung auch Betriebsräte und Jugendvertretungen als Pat(inn)en gewonnen werden.

Patinnen und Paten sollten durch dazu befugte Mitglieder der Schülerfirma angesprochen und berufen werden. Vorgeschlagen wird, dass dieser Verantwortungsbereich beim Vorstand der Schülerfirma liegt (vgl. 5.2). Mit der betreuenden Lehrkraft verfügt die Schülerfirma bereits über einen Paten, der die Lernenden bei dieser Aufgabe unterstützen kann. Die Patenlehrkraft sollte insbesondere dafür Sorge tragen, dass die Schüler/innen ihrem Gegenüber mit Höflichkeit und Respekt begegnen und klar darstellen können, welche Unterstützung sie sich von der jeweiligen Person erhoffen.

### 4.3 Die Gründung der Schülerfirma in die Wege leiten

Wenn die Initiativgruppe die Klasse, Jahrgangsstufe oder Schulgemeinschaft von der Idee einer Schülerfirma überzeugt hat und die Unterstützung der Schulleitung gewonnen wurde, kann die Gründung der Schülerfirma auf den Weg gebracht werden.

Um innerhalb der Schülerschaft ein breites Interesse für die zu gründende Schülerfirma zu wecken, sollten Entscheidungen über abstrakte organisatorische Fragen nicht an den Anfang

gestellt werden. Stattdessen empfiehlt sich ein Aufruf an alle Lernenden, Geschäftsideen für die zu gründende Schülerfirma zu entwickeln. Auf diese Weise kann die Schülerfirma bereits zu einer Sache aller Lernenden gemacht werden, bevor sie gegründet wurde. Eine Geschäftsidee, die unter Einbeziehen aller Lernenden entwickelt wurde, ist eine gute Grundlage, um die spätere Gründungsversammlung der Schülerfirma zu einem Erfolg zu machen. Im Einzelnen werden Anregungen zu folgenden Schritten gegeben:

- Die Entwicklung einer Geschäftsidee für die Schülerfirma durch die Schulgemeinschaft.

Die Entwicklung von Geschäftsideen bietet einen motivierenden Einstieg in die Gründungsphase.

Es gibt viele Möglichkeiten, die gesamte Schülerschaft an der Auswahl der Geschäftsidee zu beteiligen.

- Die Formulierung sozialer und ökologischer Ansprüche an die Schülerfirma durch die Schulgemeinschaft.
- Die Schaffung demokratischer Grundstrukturen zum organisatorischen Aufbau der Schülerfirma.

#### ■ Eine Geschäftsidee finden

Jede gute Schülerfirma hat mit vielen guten Geschäftsideen von Lernenden begonnen – und mindestens eine dieser Ideen wurde mit der Schülerfirma verwirklicht. Auf Grundlage des nachfolgend skizzierten Vorgehens können alle Lernenden in die Entwicklung einer Geschäftsidee einbezogen werden.

#### Sammeln von Geschäftsideen

Zunächst ist in der Initiativgruppe zu überlegen, wie die Lernenden dazu motiviert werden können, kreative Geschäftsideen zu entwickeln und einzureichen. Vielversprechend ist, wenn der Aufruf zur Entwicklung bzw. zur Einreichung von Geschäftsideen mit der Nennung allgemeinverständlicher Kriterien verbunden wird, die für eine gute Schülerfirma erfolgsversprechend sind, z.B.:

- Eine Schülerfirma mit einem entsprechenden Angebot kann mit einer ausreichenden Nachfrage rechnen.
- Ein entsprechendes Angebot kann sozial fair, umweltbewusst und ohne Gefährdung der Gesundheit hergestellt bzw. gestaltet werden (oder ist ein direkter Beitrag zu mehr sozialer Fairness oder zum Schutz der Umwelt).
- Ein entsprechendes Angebot verspricht interessante, abwechslungsreiche und ggf. berufsvorbereitende Tätigkeiten innerhalb einer Schülerfirma.

Die Ideensammlung sollte so organisiert werden, dass alle Lernenden daran teilnehmen können. Möglich sind z.B. die folgenden Varianten:

- **Ideenbox:** An einer Stelle, an der möglichst alle Schüler/innen täglich vorbeilaufen, wird eine Ideenbox platziert. Die Ideenbox ist eine Art Briefkasten: Alle Lernenden sind dazu eingeladen, eine Geschäftsidee einzuwerfen. Wenn die Teilnehmenden darum gebeten werden, ihre Namen auf ihre Vorschläge zu schreiben, kann die Ideengeberin/ der Ideengeber der Schülerfirma später einen kleinen Preis bekommen.
- **Ideenkarte:** Auch die Ideenkarte steht an einem Platz, an dem viel los ist – und lädt alle Lernenden dazu ein, sie mit einer Idee zu bereichern. Im Gegensatz zu einer Ideenbox kann jeder die Ideen der anderen sehen – und sich durch sie inspirieren lassen. So können vorhandene Ideen ergänzt werden: beispielsweise kann aus einem „normalen“ Schulcafé ein Schulcafé mit Hot Spot und Leih-tablets werden.
- **Umfrage:** Die Geschäftsideen werden gesammelt, indem z.B. auf dem Pausenhof eine Umfrage durchgeführt wird.
- **Ideenposting:** Die Lernenden werden eingeladen, auf einem sozialen Netzwerk Geschäftsideen für die Schülerfirma zu posten. Das Ideenposting kann gut mit der Ideenbox oder der Ideenkarte kombiniert werden.

Das Einreichen von Geschäftsideen sollte ebenso von Lernenden, wie von Lehrkräften beworben werden. Die Orte, an denen die Ideen gesammelt werden, sind ansprechend zu gestalten (z.B. durch klare Beschriftungen/Überschriften). Bei den Varianten „Ideenkarte“ und „Ideenposting“ ist zu überlegen, wie die Übersicht über die Vorschläge gewahrt bleiben kann.

## 4. Schritt für Schritt...



© AlotOfPeople

Die Abstimmung über die Geschäftsideen kann durch ein Casting erfolgen - in jedem Fall sollte aber eine Jury gebildet werden.

Unbedingt kommuniziert werden sollte der Teilnahmeschluss – damit die Ideensammlung dynamisch abläuft, sollte die Ideensammlung auf höchstens eine Schulwoche begrenzt werden. Ggf. kann es auch sinnvoll sein, die Lernenden darauf hinzuweisen, dass sich Schülerfirmen nicht notwendigerweise mit der Herstellung oder dem Vertrieb materieller Güter befassen müssen, sondern auch mit der Organisation und dem Angebot sozialer Dienstleistungen.

### Beurteilen der Geschäftsideen

Nachdem alle Geschäftsideen in eine Übersicht übertragen wurden, werden die Geschäftsideen von einer Jury aus Lernenden beurteilt (die Jury kann aus der Initiativgruppe gewählt oder anderweitig bestimmt werden). Bei der Wahl der

Jury sollte darauf geachtet werden, dass die Jury gleichmäßig nach Geschlechtern besetzt ist. Aufgabe der Jury ist es, eine Vorauswahl von drei oder fünf besonders überzeugenden Geschäftsideen zu treffen, über die die Schulgemeinschaft abschließend abstimmen kann. Abschließend stellt die Jury der Initiativgruppe das Ranking vor und begründet ihre Auswahl.

### Abstimmung über die Geschäftsideen

Alle Schüler/innen werden darum gebeten, aus der Vorauswahl die Geschäftsidee zu wählen, die sie am meisten überzeugt. Dafür werden Stimmzettel vorbereitet. Die Stimmzettel werden z.B. über die Klassenlehrer verteilt und eingesammelt.

### ■ Die Schülerfirma auf faires und ökologisches Wirtschaften verpflichten

Die Geschäftsidee entscheidet wesentlich über den Charakter der Schülerfirma. Bereits bevor über die interne Organisation der Schülerfirma entschieden wird, ist zu überlegen, wie die Geschäftsidee im Sinne der pädagogischen Zielsetzungen einer guten Schülerfirma optimiert werden kann. Es geht also darum, die Weichen dafür zu stellen, dass die spätere Schülerfirma ihr Angebot sozial und ökologisch vorbildlich gestaltet.

Eine Möglichkeit ist, innerhalb der Schulgemeinschaft Empfehlungen auszuarbeiten, die der Schülerfirma vor ihrer Gründung vorgelegt werden. Auf diese Weise setzt sich die Schülerfirma mit den sozialen und ökologischen Ansprüchen

auseinander, die die Schulgemeinschaft an sie stellt – schließlich verkörpert die Schulgemeinschaft den wichtigsten externen Stakeholder einer Schülerfirma. Zielsetzung dabei ist, dass die Schüler/innen lernen, dass sich Unternehmen auch über- und außerbetrieblichen Ansprüchen stellen müssen. Dafür kann z.B. ein Kriterienkatalog ausgearbeitet werden, der soziale und ökologische Standards aufführt.

### Einen Kriterienkatalog zum Thema „Unsere Geschäftsidee: Fair und ökologisch!“ entwickeln

Sofern es sich bei der Geschäftsidee um ein Produkt handelt, das hergestellt und vertrieben wird, wird die Schülerfirma in mehrfacher Hinsicht als Nachfrager in Erscheinung treten. Deshalb sollte sie über soziale und ökologische



## [ Sozial- und Umweltsiegel ]

Wer als Konsument oder Konsumentin darauf achtet, dass Produkte sozial fair und umweltfreundlich produziert wurden, sieht sich inzwischen mit einer großen Anzahl von Sozial- und Umweltsiegeln konfrontiert. Um den Wert dieser Siegel einschätzen zu können, sind folgende Fragen hilfreich:

- Was konkret wird durch das Siegel versprochen? – Häufig beschränken sich Siegel auf wertlose Aussagen, da keine klaren Verpflichtungen eingegangen werden (z.B. „kontrollierter Vertragsanbau“).
- Stehen die Siegel für Richtlinien, die über staatliche Siegel bzw. staatlich garantierte Mindeststandards hinausgehen? – Beispiel: Biosiegel wie „Bioland“, „Naturland“ oder „demeter“ versprechen das Einhalten von ökologischen Standards, die weit über die Bestimmungen des EG-Biosiegels hinausgehen.
- Wird die Einhaltung der versprochenen Standards von einer herstellerunabhängigen Einrichtung überwacht? – Beispiel: Produkte, die mit dem Transfair-Siegel zertifiziert wurden, werden von dem gleichnamigen Verein zur Förderung eines fairen (Welt)Handels überwacht. Der Transfair e. V. arbeitet unabhängig von den Herstellern der Produkte.

# 4. Schritt für Schritt...

Kriterien verfügen und benötigte Vorleistungen nur nach sozialen und ökologischen Grundsätzen beziehen.

Entsprechende soziale und ökologische Maßstäbe können innerhalb der Schulgemeinschaft entwickelt werden, bevor die Schülerfirma gegründet wird. Sie verkörpern dann zentrale soziale und ökologische Ansprüche, die die Schulgemeinschaft an ihre Schülerfirma stellt. Möglich ist z.B., dass in Unterrichtsfächern, in denen soziale und ökologische Themen eine Rolle spielen, Voraussetzungen, Ziele und Möglichkeiten eines sozialen und ökologischen Angebots der Schülerfirma zum Thema gemacht werden.

Damit Lernende durch die Schülerfirma lernen, ökonomisches Handeln mit sozialer und ökologischer Verantwortung zu verbinden, müssen organisatorische Grundfragen auf soziale und ökologische Kriterien bezogen werden. Kernfragen dabei sind:

- Welche Rohstoffe/Vorprodukte benötigt die Schülerfirma?  
Als Rohstoffe gelten in der Betriebswirtschaftslehre die Hauptbestandteile eines Produkts. Von den Lernenden ist in Erfahrung zu bringen, wie es mit den sozialen und ökologischen Produktionsbedingungen der benötigten Vorprodukte aussieht. Sozial- und Umweltsiegel wie das Fair-Trade-Siegel oder Bio-Siegel sagen die Einhaltung von Mindeststandards zu. Dabei ist in den Blick zu nehmen, welche Mindeststandards mit dem Siegel garantiert werden. Die Lernenden können dann z.B. kriterienorientiert eine Liste „vertrauenswürdiger“ Siegel zusammenstellen (vgl. Infokasten S. 34).

- Welche Betriebsstoffe benötigt die Schülerfirma?  
Betriebsstoffe werden für die Produktion benötigt, gehen aber nicht als materieller Bestandteil in das Produkt ein (z.B. elektrischer Strom). Bei Betriebsstoffen stellt sich die Frage nach der Ökobilanz. Auch hier können Lernende ökologisch vorteilhafte Angebote recherchieren. Ggf. stellt sich auch die Frage, ob die zu gründende Schülerfirma den Anstoß für Energiesparmaßnahmen geben kann (z.B. mit dem Ziel, dass sie mit der eingesparten Energie produziert).
- Nach welchen Grundsätzen möchten wir in der Schülerfirma zusammen arbeiten?  
Elementar für eine gute Schülerfirma ist, wie die internen Arbeitsbeziehungen gestaltet werden. Bereits bevor die organisatorische Struktur der Schülerfirma festgelegt wird, können Grundregeln für ein respektvolles Miteinander formuliert werden. Ggf. können diese aus bestehenden schulinternen Vereinbarungen entwickelt werden.

## ■ Den organisatorischen Rahmen der Schülerfirma abstecken

Damit eine Schülerfirma langfristig Bestand hat, muss sie über klare organisatorische Strukturen verfügen. Bei einer guten Schülerfirma steht dabei das Ziel im Vordergrund, dass möglichst allen Lernenden ermöglicht wird, an ihr teilzuhaben. Es stellen sich dabei zwei Fragen:

- (1) Wie wird die Schülerfirma in das Schulleben integriert?  
Die Frage, in welcher Weise die Schülerfirma als pädagogisches Angebot Teil des Schulall-

Ob eine Schülerfirma ökonomisches Handeln im Sinne des Bildungsauftrags mit sozialer und ökologischer Verantwortung verbindet, hängt von einfachen Fragen ab.

Eine Schülerfirma sollte als langfristig bestehendes Schulprojekt angelegt werden.

Eine gute Schülerfirma gewinnt ihre wirtschaftliche und soziale Handlungsfähigkeit durch verschiedene Organe und Gremien.

tags wird (z.B. als Ganztagsangebot, als Arbeitsgemeinschaft oder als Projekt), muss sich an den konkreten Möglichkeiten in der Schule orientieren und mit der Schulleitung geklärt werden. Wichtig ist, dass der Schülerfirma Möglichkeiten gegeben werden, alle Lernenden der Schule zu erreichen. Eine Möglichkeit ist, dass pro Schulhalbjahr eine Schulveranstaltung eingeplant wird, die von der Schülerfirma organisiert wird oder dass die Schülerfirma eine bestehende Veranstaltung für ihre Öffentlichkeitsarbeit nutzen kann.

(2) Wie wird die Schülerfirma intern organisiert? Wie ein "richtiges" Unternehmen benötigt eine Schülerfirma Organe und Gremien – also Strukturen, denen ein bestimmter Aufgabebereich zugeordnet ist. Gemeinsam machen die Organe und Gremien die Schülerfirma wirtschaftlich und sozial handlungsfähig.

Die Organe und Gremien einer guten Schülerfirma spiegeln wider, dass die Schülerfirma ein sozial reflektiertes ökonomisches Denken fördert. Damit ein entsprechendes sozioökonomisches Lernen Bezugspunkte zu realen Unternehmen eröffnet, sollten die Organe und Gremien realen Unternehmen nachempfunden sein. So werden Lernende dabei unterstützt, soziale Ansprüche an die Organisation der Wirtschafts- und Arbeitswelt zu stellen.

Über welche Organe und Gremien ein Unternehmen verfügt und wie diese konkret organisiert werden, wird bei realen Unternehmen wesentlich durch die Wahl der → Rechtsform entschieden.

Für die Schule ergeben sich verschiedene Möglichkeiten, eine Schülerfirma zu organisieren. Es lassen sich vier Wege unterscheiden.

1. Die Schülerfirma wird als Schulprojekt ohne eigenen Rechtsstatus durchgeführt.
2. Die Schülerfirma wird unter dem Dach eines Schulfördervereins organisiert.
3. Die Schülerfirma wird in Zusammenarbeit mit einer Institution praktiziert, die auch den rechtlichen Status sichert. Beispiele dafür sind die schon angesprochenen Juniorprogramme der Arbeitgeber oder die Zusammenarbeit mit der Genossenschaftspraxis (vgl. Kap. 5).
4. Die Schülerfirma wird als Wirtschaftsunternehmen mit allen finanz-, steuer- und versicherungsrechtlichen Folgen gegründet (vgl. Praxistipp 2; S. 26).

Unabhängig davon ist die Frage, wie sich die Schülerfirma intern strukturiert und welche sozialen Interessen und Gremien sie dabei abbildet. Viele Schülerfirmen orientieren sich an der Rechtsform der (Schüler-)Aktiengesellschaft (S-AG). Darüber hinaus gibt es die (Schüler-)Gesellschaft bürgerlichen Rechts (S-GbR), die (Schüler-)Gesellschaft mit beschränkter Haftung (S-GmbH), den Verein (S-e.V.) und die Schüler-Genossenschaft (S-eG).

Um eine Schülerfirma ins Leben zu rufen, die die Vielfalt der Interessen in und an einem Unternehmen widerspiegelt, ist in jedem Fall wichtig, dass nicht nur die Funktionen und/oder Gremien der Kapitalseite (Geschäftsführer, Geschäftsleitung) oder die der Anteilseigner (Aktionäre), sondern auch die der Belegschaft (Betriebsrat und/oder Jugendvertretung) abgebildet werden.

## 4. Schritt für Schritt...



### [ Rechtsform ]

Mit der Rechtsform wird über die rechtliche und organisatorische Grundstruktur eines Unternehmens entschieden. Die Rechtsform wird bei der Gründung eines Unternehmens festgelegt. Die Gründer können zwischen verschiedenen Rechtsformen wählen (z. B. der Einzelunternehmung, der Gesellschaft mit beschränkter Haftung, der Aktiengesellschaft oder der Genossenschaft).

### [ Betriebsrat ]

Ein Betriebsrat hat die Aufgabe, sich im Arbeitsalltag für die Interessen der Belegschaft einzusetzen. In Deutschland haben alle Arbeitnehmer/innen, die in Betrieben mit mindestens fünf Beschäftigten arbeiten, das Recht auf die Bildung eines Betriebsrats. Grundlage dafür ist das Betriebsverfassungsgesetz (BetrVG).

Der Betriebsrat wird alle vier Jahre von und aus der Belegschaft gewählt. Wahlberechtigt sind alle volljährigen Beschäftigten, die dem Betrieb seit mindestens sechs Monaten angehören. Sind mindestens fünf Angehörige des Betriebes unter 18 (jugendliche Beschäftigte) bzw. unter 25 Jahre alt (Auszubildende, Praktikant(inn)en, Werkstudent(inn)en), kann außerdem eine Jugend- und Auszubildendenvertretung gebildet werden. Über die Anzahl der Betriebsräte entscheidet die Größe der Belegschaft.

Als gewählte Interessenvertretung der Beschäftigten hat der Betriebsrat eine Reihe von abgestuften Informations-, Mitwirkungs- und Mitbestimmungsrechten in wirtschaftlichen, sozialen und personellen Angelegenheiten und ist u.a. an Entscheidungen über die Arbeitsorganisation, die Regelung der Arbeitszeiten sowie Neueinstellungen und Kündigungen zu beteiligen. Diese Beteiligungsrechte reichen von Mitwirkungsrechten (z.B. Anhörungsrecht und Widerspruchsrecht bei Kündigungen, Informationsrecht) über Zustimmungsverweigerungsrechte (z.B. bei personellen Einzelmaßnahmen) bis hin zu Mitbestimmungsrechten (z.B. Entscheidungen über Beginn und Ende der täglichen Arbeitszeit und Fragen der Lohngestaltung). Die Mitbestimmungsrechte beinhalten ein Initiativrecht.

Um Diskriminierungen durch die Betriebsleitung zu vermeiden, unterliegen Betriebsräte einem besonderen Kündigungsschutz. Es ist untersagt, Betriebsräte an ihrer beruflichen Fortentwicklung zu hindern.

In einer an der Genossenschaft orientierten Schülerfirma lernen die Schülerinnen und Schüler Organe kennen, die auch in anderen Personen- und Kapitalgesellschaften eine Rolle spielen.



### 5.1 Die Genossenschaftsidee

Ein großes Potenzial für eine an sozialen Werten orientierte und von allen Mitgliedern der Schulgemeinschaft getragene Schülerfirma bietet die (Schüler-)Genossenschaft:

- Eine Genossenschaft gründet auf dem Gebot der Solidarität: Die eine steht für den anderen ein.
- Eine Genossenschaft ist nach demokratischen Prinzipien organisiert: Alle Mitglieder einer Genossenschaft haben dieselben Rechte (unabhängig von der Höhe ihres Geschäftsanteils).
- Eine Genossenschaft steht für alle offen. Deshalb können z.B. auch die Mitarbeiter/innen

einer Genossenschaft Anteile an ihrem Unternehmen erwerben und sich so Entscheidungsrechte sichern, über die Mitarbeiter/innen anderer Unternehmen nicht verfügen.

Die Entscheidung, eine Schülerfirma an der Rechtsform der Genossenschaft zu orientieren, lässt sich pädagogisch gut begründen. Denn in einer an der Genossenschaft orientierten Schülerfirma lernen die Schülerinnen und Schüler Organe kennen, die auch in anderen Personen- und Kapitalgesellschaften eine Rolle spielen. Eine Genossenschaft bezieht diese Organe aber auf die Wahrung sozialer, demokratischer und an Nachhaltigkeit orientierter Grundwerte. Auf diese Weise trägt eine an der Genossenschaft

# 5. Die genossenschaftlich orientierte Schülerfirma

orientierte Schülerfirma dazu bei, dass die Lernenden entsprechende Ansprüche an die Wirtschafts- und Arbeitswelt entwickeln können. Wirtschaft wird auf diese Weise nicht neben, sondern mit der sozialen Demokratie gedacht. Nicht umsonst wurde diese unternehmerische Rechtsform durch die UNESCO zum immateriellen Kulturerbe der Menschheit erklärt (→ Klartext 4).

## // TIPP:

Vergleichbar mit dem Junior-Projekt des Institutes der deutschen Wirtschaft bietet der „Genossenschaftsverband – Verband der Regionen e.V.“ in Zusammenarbeit mit regionalen Genossenschaftsverbänden in mehreren Bundesländern den Schulen an, Schülergenossenschaften zu gründen und zu betreuen. Zu seinen Angeboten gehört die Patenschaft durch eine „echte“ Genossenschaft, die Bereitstellung von Materialien für Schüler/innen und Lehrkräfte, eine jährliche Prüfung durch den Genossenschaftsverband und die Aufnahme in das Schülergenossenschaftsregister.<sup>1</sup>

[ Klartext 4 ]

## Die Genossenschaftsidee – Immaterielles Kulturerbe UNESCO

In die Liste des immateriellen Kulturerbes der Menschheit nimmt die UNESCO Ideen auf, die als besonders wertvoll für eine lebenswerte menschliche Gesellschaft eingeschätzt werden. Die Genossenschaftsidee ist das erste in Deutschland begründete Kulturerbe, das in die Liste erhaltenswerter Kulturerben aufgenommen wurde.

Die UNESCO begründet die Aufnahme u.a. mit folgenden Worten:

„Eine Genossenschaft ist eine freiwillige Vereinigung von Menschen mit gleichen Interessen, die individuelles Engagement und Selbstbewusstsein fördert und soziale, kulturelle und ökonomi-

sche Partizipation ermöglicht. Es ist eine allen offen stehende Form der gesellschaftlichen Selbstorganisation, ein Modell der kooperativen Selbsthilfe und Selbstverantwortung. Mitglieder werden durch den Erwerb von Genossenschaftsanteilen zu Miteigentümern. Ihre von der Zahl der erworbenen Anteile unabhängige Stimme sichert ihnen Mitbestimmung und aktive Mitgestaltung zu.“

Zitat: Internetpräsenz der Organisation der Vereinten Nationen für Bildung, Wissenschaft und Kultur (UNESCO), Pfad:

<https://www.unesco.de/kultur/2016/neueintraege-in-die-unesco-listen-des-immateriellen-kulturerbes.html>

<sup>1</sup> <https://www.genossenschaftsverband.de/genossenschaft-gruenden/schuelergenossenschaften/>

## 5.2 Die Gründung einer an der Genossenschaft orientierten Schülerfirma

Eine Orientierung an der Genossenschaftsidee ermöglicht es, eine Schülerfirma gleichermaßen arbeitsweltnah wie nach demokratischen und sozialen Prinzipien aufzubauen (vgl. 5.1).

Eine Genossenschaft hat mindestens die folgenden drei Organe (zusätzlich kann sie über einen Betriebsrat und einen Beirat verfügen):

- Die Generalversammlung ist als Versammlung aller Mitglieder das zentrale Entscheidungsorgan der Genossenschaft – alle Mitglieder haben auf ihr das gleiche Stimmrecht.

- Dem Vorstand obliegt die wirtschaftliche Leitung (= Geschäftsführung) einer Genossenschaft.
- Der Aufsichtsrat kontrolliert die Geschäftsführung des Vorstandes.

Sofern in einer genossenschaftlich organisierten Schülerfirma Arbeitnehmerrollen besetzt werden, sollte außerdem ein Betriebsrat gebildet werden (vgl. Praxistipp 5; S. 45), Mit dem Beirat, der den Vorstand und den Aufsichtsrat berät, kann außerdem ein Gremium geschaffen werden, in dem sich Pat(inn)en der Schülerfirma versammeln (vgl. Praxistipp 5; S. 46).



### [ Generalversammlung ]

Eine Generalversammlung ist das zentrale Entscheidungsorgan einer Genossenschaft. Die erste Generalversammlung einer Genossenschaft wird als Gründungsversammlung bezeichnet.

Die Generalversammlung hat vier zentrale Funktionen innerhalb einer Genossenschaft:

- Informationsfunktion: Die Mitglieder werden von Vorstand und Aufsichtsrat über die wirtschaftliche Situation ihrer Genossenschaft informiert. Bei der Gründungsversammlung wird zunächst ein Versammlungsleiter gewählt, der über das Gründungsvorhaben informiert und die Satzung erläutert.
- Wahlfunktion: Sofern die Amtszeit des Vorstandes bzw. des Aufsichtsrats endet, werden die Organe neu gewählt bzw. bestimmt. Jedes Mitglied entscheidet auf der Generalversammlung (bzw. der Gründungsversammlung) gleichberechtigt mit, welche Mitglieder in den Aufsichtsrat gewählt werden. Sofern die Satzung nicht vorsieht, dass der Vorstand durch die Mitglieder des Aufsichtsrats bestellt wird, wählen die Mitglieder der Genossenschaft außerdem den Vorstand.
- Entlastungsfunktion: Die Mitglieder entlasten den Vorstand und den Aufsichtsrat. Das bedeutet, dass sie jeweils darüber abstimmen, ob sie dem Vorstand bzw. dem Aufsichtsrat ihr Vertrauen aussprechen (= die Amtsführung billigen). Wird dieses Vertrauen mehrheitlich entgegengebracht, sind die Organe entlastet.
- Gewinn- und Verlustverteilung: Sofern die Genossenschaft einen Gewinn erzielen konnte, stimmen die Mitglieder über die Verwendung des Gewinns ab.

# 5. Die genossenschaftlich...

Welche dieser Organe und Gremien gebildet werden (ob es z. B. einen Betriebsrat gibt), entscheidet unmittelbar über den Charakter der Schülerfirma. Um zu gewährleisten, dass ebenso Jungen wie Mädchen wichtige Ämter in der Schülerfirma übernehmen, bietet es sich an, in der Satzung eine Geschlechterquote für die Besetzung der Organe und Gremien festzulegen. Um Pattsituationen zu vermeiden, sollte jeweils eine ungerade Anzahl an Mitgliedern festgelegt werden. Durch kurze Amtszeiten/regelmäßige Wahlen kann möglichst vielen Lernenden ermöglicht werden, ein entsprechendes Amt innerhalb der Schülerfirma zu übernehmen.

## ■ Generalversammlung, Vorstand und Aufsichtsrat

Der Generalversammlung kommt eine Schlüssel-funktion zu. Sie verkörpert das Demokratie-Prinzip in der Schülerfirma und stellt die wichtigste Brücke zwischen Schulgemeinschaft und Schülerfirma dar: Denn während die Plätze für eine aktive Mitarbeit in der Schülerfirma begrenzt sind, verkörpert die Generalversammlung idealerweise die gesamte Schulgemeinschaft. Sie kann aber auch auf Klassen- bzw. Jahrgangsstufenebene durchgeführt werden.

Den Mitgliedern der Generalversammlung muss ermöglicht werden, Ideen für die praktische Arbeit der Schülerfirma einzubringen und über die Besetzung wichtiger Organe und Gremien der Schülerfirma zu entscheiden. Der Vorstand ist für die Geschäftsführung der Schülerfirma zuständig. Dabei steht er in engem Austausch mit dem Aufsichtsrat, dem Betriebsrat und dem Beirat. Die Mitglieder des Beirats (= die Patinnen und Paten der Schülerfirma) werden durch den Vorstand berufen. Der Aufsichtsrat kontrolliert den

geschäftsführenden Vorstand. Er berät den Vorstand und überprüft, ob der Vorstand seinen in der Satzung festgelegten Aufgaben nachkommt (vgl. Praxistipp 5; S. 45).

## ■ Betriebsrat

Der Betriebsrat der Schülerfirma ist Ansprechpartner für alle Konflikte innerhalb der Schülerfirma und wacht über die Einhaltung aller Regelungen und Normen, die das Lern- und Arbeitsklima der Schülerfirma betreffen. Der Betriebsrat trägt dem Vorstand die Beschwerden, Kritik und Anregungen vor. Vorstand und Betriebsrat suchen einvernehmlich nach Lösungen. Der Betriebsrat wacht über die Einhaltung der bestehenden Regelungen zum Arbeitsschutz, zu den Arbeitszeiten und den Arbeitsbedingungen. Weil der Betriebsrat ein Organ ist, das seine Arbeit unmittelbar auf das Miteinander von den Lernenden bezieht, die aktiv in der Schülerfirma mitarbeiten, bleibt die Wahl der Betriebsratsmitglieder diesem aktiven Kreis der Schülerfirma vorbehalten. Der Betriebsrat hat das Recht und die Pflicht, alle Aktiven regelmäßig zu Betriebsversammlungen einzuladen.

## ■ Beirat

Im Beirat versammeln sich die externen Pat(inn)en aus der Elternschaft, die Vertreterinnen und Vertreter der kooperierenden Betriebe und Genossenschaften (institutionelle Paten) sowie die pädagogischen Betreuer/innen der Schülerfirma. Dabei sollten alle Eltern und Lehrkräfte einbezogen werden, die sich ein langfristiges pädagogisches Engagement für die Schülerfirma vorstellen können. Außerdem ist es sinnvoll, auch Lernende einzubeziehen, die innerhalb der Schulgemeinschaft besondere Verantwortung übernommen haben (z.B. Schul- und Jahrgangssprecher/innen).

Um zu gewährleisten, dass wichtige Positionen in der Schülerfirma gleichermaßen durch Schülerinnen wie durch Schüler besetzt werden, kann eine Geschlechterquote in die Satzung geschrieben werden.

Das nachfolgende Schaubild verdeutlicht die Mitwirkungsmöglichkeiten innerhalb einer an der Genossenschaft orientierten Schülerfirma: In der Satzung werden die Aufgaben der einzelnen Gremien und ihre Beziehungen untereinander festgeschrieben. Die Satzung bildet den Rahmen einer Schülergenossenschaft. Zur Generalversammlung versammeln sich alle Schüler/innen und andere Personen, die Mitglied der Genossenschaft sind.

Die Generalversammlung wählt:

- die Mitglieder des Vorstandes;
- die Mitglieder des Aufsichtsrats.

Die durch den Vorstand berufenen Pat(inn)en, die gemeinsam den Beirat der Schülerfirma bilden, werden durch die Generalversammlung bestätigt. Aus dem Kreis derjenigen Schüler/

innen, die aktiv an der Schülerfirma mitarbeiten und die zur Betriebsversammlung zusammenkommen, wird der Betriebsrat gewählt. Der Betriebsrat wacht darüber, dass die sozialen Regeln der Schülerfirma eingehalten werden und engagiert sich für ein gutes Lern- und Arbeitsklima.

#### ■ Die Gründungsversammlung vorbereiten

Die Generalversammlung ist das wichtigste Organ einer an der Genossenschaft orientierten Schülerfirma – denn sie versammelt alle Mitglieder der Schülerfirma und entscheidet demokratisch darüber, wie die Ämter innerhalb einer Schülerfirma verteilt werden, welche Geschäftsfelder aufgebaut und wie die internen Regeln und Strukturen ausgebildet werden.

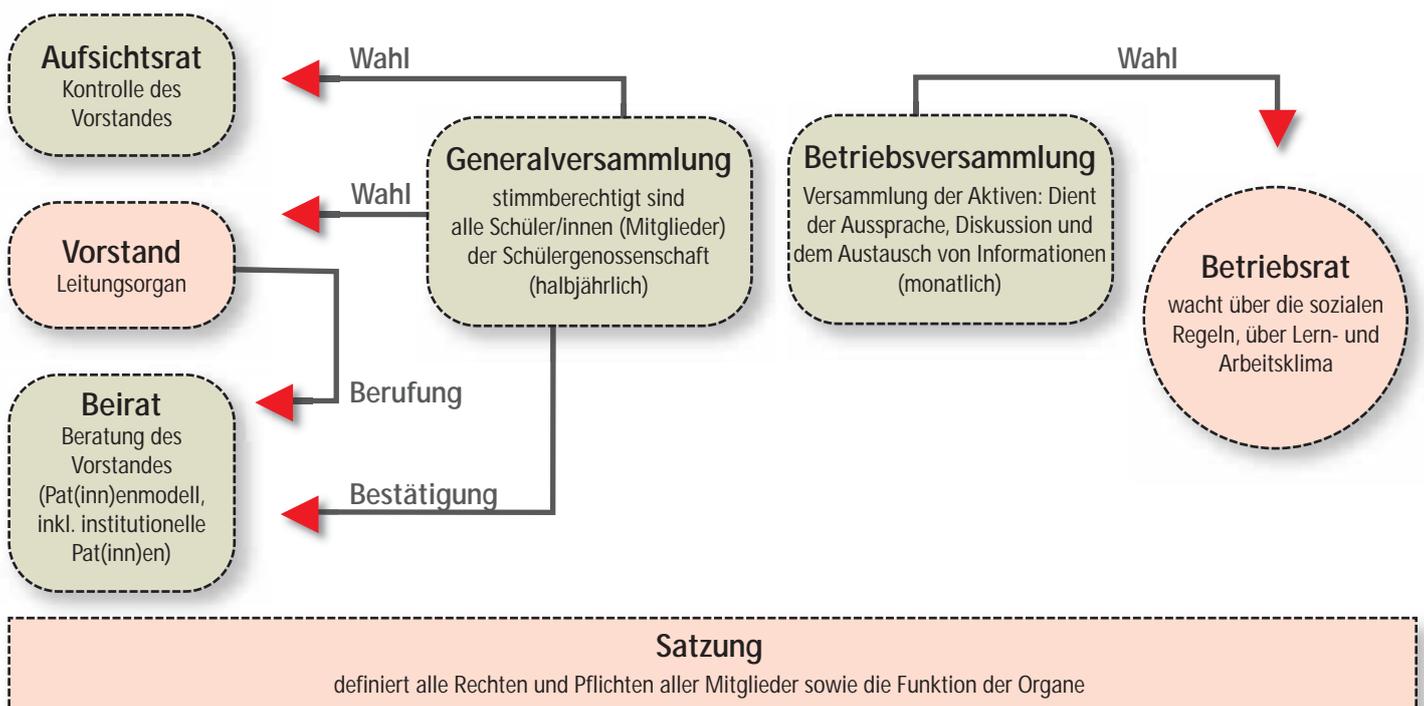


Abb. 3: Die Organe und Gremien einer an der Genossenschaft orientierten Schülerfirma im Überblick (Darstellung: Moritz Peter Haarmann)

# 5. Die genossenschaftlich...

## Ausgabe von Geschäftsanteilen

Damit eine an der Genossenschaft orientierte Schülerfirma ihrem Anspruch gerecht wird, müssen möglichst viele Lernende Verantwortung für sie übernehmen. Das Genossenschaftsmodell, in dem die Entscheidungsträger/innen der Schülerfirma aus der Mitte der Mitglieder gewählt werden, ermöglicht Schülerfirmen eine breite Teilhabebasis. Es gibt unterschiedliche Möglichkeiten, Anteile zu zeichnen.

- Option a: Die Schülerinnen und Schüler müssen die Geschäftsanteile individuell zeichnen. Jeder Lernende kann dabei nur einen Geschäftsanteil erwerben.
- Option b: Wie Option a. Allerdings kann jeder Lernende auch mehrere Geschäftsanteile erwerben.
- Option c: Alle Schüler/innen der Schule erhalten automatisch einen Geschäftsanteil an der Schülerfirma.

Alle Lernenden, die einen Geschäftsanteil an der Schülerfirma besitzen, sind Mitglieder der Schüler-

Genossenschaft. Bei Option a. und b. ist zu klären, wie Anteile an die Schülerfirma zurückgegeben werden können (z. B. beim Ausscheiden aus der Schule) bzw. wie ggf. Anteile gehandelt/verkauft werden können.

Beim Kauf bzw. Verkauf der Geschäftsanteile muss darüber informiert werden, welche Rechte und Pflichten mit einem Geschäftsanteil verbunden sind. Ein grundlegendes Recht der Mitglieder einer Genossenschaft besteht darin, auf der → Generalversammlung über wichtige Entscheidungen abzustimmen und sich für Ämter zur Wahl stellen zu lassen. Das gilt auch für die an einer Genossenschaft orientierte Schülerfirma.

Wer einen Geschäftsanteil erwirbt, ist automatisch Mitglied der Generalversammlung, auf der wichtige Entscheidungen über die Schülergenossenschaft, u.a. die mögliche Verwendung eines erwirtschafteten Gewinns, getroffen werden.

Die Gründungsversammlung sollte als Schulveranstaltung stattfinden, an der alle Lernenden teilhaben. Sie hat zwei Hauptaufgaben: Die an der Genossenschaft orientierte Schülerfirma zu einem Mitmachprojekt für alle Lernenden zu machen sowie einen Satzungsentwurf für die Schülerfirma zu beschließen.

### ■ Die an der Genossenschaft orientierte Schülerfirma zu einem Mitmachprojekt machen

An der an einer Genossenschaft orientierten Schülerfirma können neben den an der Schüler-

firma aktiv Beteiligten auch andere Schüler/innen der Schulklasse, Jahrgangsstufe oder der gesamten Schule teilhaben, indem sie Mitglieder der Genossenschaft werden. Das gilt auch für Eltern oder Paten. Neben der schon genannten Mitarbeit in den Gremien (z.B. Generalversammlung) wird der realen Genossenschaft folgend die Möglichkeit gegeben, Geschäftsanteile zu erwerben. Zwar kann die Ausgabe von Geschäftsanteilen durchaus zum "Eigenkapital" einer Schülerfirma beitragen. Doch im Gegensatz zu "richtigen" Genossenschaften sind die Anteile vor allem symbolisch, um die Bindung zur Schüler-

Ratschläge zur Ausgestaltung einer Schülergenossenschaft bietet auch das von Genossenschaftsverbänden und der niedersächsischen Landes-schulbehörde initiierte Projekt "Schülergenossenschaften". Siehe [www.schuelergeno.de](http://www.schuelergeno.de)

lerfirma zu stärken. Die Höhe und die mögliche Anzahl der Anteile regelt die Satzung. Aus pädagogischen Gründen ist zu empfehlen, dass die beteiligten Schüler/innen für einen symbolischen Betrag von z. B. einem Euro jeweils gleiche Anteile erwerben. In jedem Fall ist bei der Ausgabe der Geschäftsanteile darauf zu achten, dass keine Schülerin und kein Schüler stigmatisiert wird, weil er oder sie sich den Geschäftsanteil nicht leisten kann (→ Praxistipp 4: Ausgabe von Geschäftsanteilen; S. 43)

#### ■ Einen Satzungsentwurf erarbeiten

Eine an der Genossenschaft orientierte Schülerfirma hat einen klar definierten Zweck, der sich in der Vereinbarung zwischen Schülerfirma und Schulleitung (vgl. Praxistipp 2: Eine Vereinbarung über die Arbeit der Schülerfirma abschließen; S 26/27), sowie in ihrer Satzung niederschlägt. Bei diesem Zweck handelt es sich i. d. R. um eine gemeinschaftliche wirtschaftliche Tätigkeit, die mit sozialen, ökologischen (und immer vor allem pädagogischen) Zielsetzungen verbunden wird.

Der Zweck der Schülerfirma bildet den Ausgangspunkt ihrer Satzung. Zentral dabei ist eine Erläuterung des „Förderzwecks“. Wie in einer „richtigen“ Genossenschaft beschreibt der Förderzweck die Maßnahmen, mit denen eine Genossenschaft ihre Mitglieder unterstützt.

Der Gedanke „Schüler/innen unterstützen Schüler/innen“ ist ein Kernanliegen, das durch den Förderzweck ausgedrückt wird. Denn als pädagogisches Projekt ist auch der Förderzweck einer Schülergenossenschaft pädagogisch motiviert. Konkretisiert werden sollten die pädagogischen Ansprüche und Ziele durch die Formulierung eines Leitbildes. Aus ihm sollte hervorgehen, wie die Schülerfirma konkret dem Bildungsauftrag dient bzw. das Schulprofil verkörpert, z. B. als Beitrag:

- zur Berufsorientierung,
- zu einer dem Demokratie-Lernen verbundenen sozioökonomischen Bildung,
- zum fächerverbindenden Lernen.



### [ Satzung ]

Eine Satzung ist eine grundlegende Vereinbarung über den Aufbau einer Organisation und deren Zwecke. Sie ist eine wichtige Voraussetzung dafür, dass die Schülerfirma eine feste Struktur bekommt und jeder weiß, welche Grundideen hinter der Schülerfirma stecken. Allgemein ist wichtig, dass eine Satzung sinnvoll gegliedert und allgemein verständlich formuliert ist.

Neben Zweck, pädagogischer Zielsetzung und Organisation der Schülerfirma (vgl. oben) muss ihr Name aus der Satzung hervorgehen. Die Satzung sollte ansprechend formatiert und auf der Homepage der Schule oder der Schülerfirma eingestellt werden. Sie ist neben der → Kooperationsvereinbarung mit der Schulleitung (vgl. S 26/27) das wichtigste Dokument für eine Schülerfirma.

# 5. Die genossenschaftlich...

## Organe und Gremien einer an der Genossenschaft orientierten Schülerfirma

Eine Schülerfirma ist kein Planspiel. Es geht nicht darum, Rollen zu simulieren, sondern innerhalb der selbstgewählten Strukturen und Aufgaben Verantwortung für ein sozioökonomisches Bildungsprojekt zu übernehmen. Trotzdem sollte darauf geachtet werden, dass möglichst viele der beteiligten Schüler/innen in den Genuss einer der nachfolgend erläuterten Funktionen gelangen.

### Vorstand

Der Vorstand ist für die Geschäftsführung zuständig. Dabei steht er in engem Austausch mit dem Aufsichtsrat, dem Betriebsrat und dem (ihn beratenden) Beirat. Die Mitglieder des Vorstandes werden auf der Generalversammlung auf Grundlage vorher einzureichender Kandidaturen gewählt. Der Vorstand trifft auf Grundlage seiner Beratungen mit dem Betriebsrat und dem Beirat alle Entscheidungen, die die Geschäftsführung betreffen. Er organisiert unter Beratung mit dem Betriebsrat die Arbeitsabläufe in der Schülerfirma. Der Vorstand ist für die Führung des Kontos der Schülerfirma verantwortlich. Eine besondere Aufgabe des Vorstandes liegt darin, sicherzustellen, dass die Einnahmen und Ausgaben der Schülerfirma dokumentiert werden und jedes Jahr eine Bilanz erstellt wird. Der Vorstand bereitet für die Generalversammlung Vorschläge vor, wie mit Gewinnen bzw. Verlusten der Schülerfirma umgegangen wird. Dafür klären seine Mitglieder, welche Entscheidungen ihnen als wirtschaftlich vertretbar (bei Gewinnen) bzw. als wirtschaftlich notwendig (bei Verlusten) erscheinen. Über diese Vorschläge stimmt die Generalversammlung ab.

### Betriebsrat

Der Betriebsrat wird von den in der Schülerfirma aktiven Schüler/innen gewählt. Er ist Ansprechpartner für alle Konflikte innerhalb der Schülerfirma und wacht über die Einhaltung aller Regelungen und Normen, die das Lern- und Arbeitsklima der Schülerfirma betreffen. Der Betriebsrat trägt dem Vorstand die Beschwerden, Kritik und Anregungen vor. Vorstand und Betriebsrat suchen nach einvernehmlichen Lösungen. Der Betriebsrat wacht über die Einhaltung der bestehenden Regelungen zum Arbeitsschutz und zu den Arbeitszeiten. Weil der Betriebsrat ein Organ ist, das seine Arbeit unmittelbar auf das Miteinander von denjenigen bezieht, die in der Schülerfirma mitarbeiten, bleibt die Wahl der Betriebsratsmitglieder dem aktiven Kreis der Schülerfirma vorbehalten. Der Betriebsrat ist verpflichtet, diesen Personenkreis regelmäßig zu Betriebsversammlungen einzuladen. Der Betriebsrat nimmt an den Besprechungen mit dem Aufsichtsrat und dem Beirat beratend teil. Auf der Generalversammlung erhält der Betriebsrat die Möglichkeit, zu berichten und Anträge zu stellen. Sinnvoll ist, dass der Betriebsrat aus mindestens drei Schüler/innen besteht.

### Betriebsversammlung

Zur Betriebsversammlung versammeln sich auf Einladung des Betriebsrats alle innerhalb der Schülerfirma aktiven Schüler/innen. Auf der Betriebsversammlung berichtet der Betriebsrat über seine Arbeit. Auf Einladung muss auch der Vorstand berichten. Eine Betriebsversammlung sollte mindestens zweimal pro Schulhalbjahr

stattfinden. Die Betriebsversammlungen werden von einem Mitglied des Betriebsrats geleitet. Die Tagesordnung der Betriebsversammlung wird auf Grundlage von Vorschlägen erstellt. Vorschlagsberechtigt sind alle Lernenden, die sich aktiv an der Schülerfirma beteiligen. Damit alle Teilnehmenden wissen, worum es bei der Betriebsversammlung geht, erstellt der Betriebsrat eine Tagesordnung für die Betriebsversammlung. Die Betriebsversammlung kann auch auf Wunsch von mehr als 50 Prozent der in der Schülerfirma aktiven Schülerinnen und Schüler einberufen werden.

### Beirat

Im Beirat sind alle internen und externen Pat(inn)en vertreten, die den Lernenden bei besonderen Herausforderungen der Schülerfirma zur Seite stehen. Die Pat(inn)en beraten Aufsichtsrat, Betriebsrat und Vorstand in ihrer Arbeit. Das Gremium sollte nicht zu groß werden. Grundsätzlich sollten interessierte Eltern und Lehrkräfte berücksichtigt werden. Dem Beirat gehören mindestens ein/e Vertreter/in der Schulleitung und eine Lehrkraft an. Außerdem sollten unbedingt für ihn Expertinnen und Experten aus dem Arbeits- und Wirtschaftsleben gewonnen werden (vgl. 4.2). Über ihre Beratung der Schülerfirma hinaus können solche „externen“ Mit-

glieder des Beirats in den Fachunterricht Politik/Politik-Wirtschaft/Wirtschaft einbezogen werden. So können sie z.B. über den Alltag in Unternehmen berichten oder bei der Besprechung von Unterschieden zwischen der Schülerfirma und „richtigen“ Unternehmen Rede und Antwort stehen.

### Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat kümmert sich darum, dass der Vorstand seinen Aufgaben gerecht wird. Er berät den Vorstand und überprüft, ob der Vorstand seinen in der Satzung festgelegten Aufgaben nachkommt. Der Aufsichtsrat überprüft die Buchführung der Schülerfirma. Gegenüber der Generalversammlung stellt er Transparenz darüber her, was in der Schülerfirma passiert. Der Aufsichtsrat kann bei Verdacht schwerwiegender Verstöße gegen die in der Satzung festgelegten Aufgaben Neuwahlen des Vorstandes beantragen und dafür eine außerplanmäßige Generalversammlung einberufen. Der Aufsichtsrat kann auch in anderen dringenden Fällen eine außerplanmäßige Generalversammlung einberufen. Der Aufsichtsrat besteht aus mindestens drei Mitgliedern. Die Mitglieder werden auf der Generalversammlung auf Grundlage vorher einzureichender Kandidaturen gewählt.

Darüber hinaus muss die Satzung die Handlungsfähigkeit der Schülerfirma sicherstellen. Festzuhalten sind deshalb zentrale organisatorische Fragen (z. B. Aufnahme von Mitgliedern und deren Rechte/Pflichten, Mitarbeit und damit verbundene Rechte/Pflichten, Gremien/Organe und ihre Besetzung, Aufgaben der Gremien/Organe,

Vorgehen bei Wahl/Umsetzung der Geschäftsidee, Bedingungen der Auflösung).

Um die Satzung übersichtlich zu gestalten, kann sie in die drei Teile Förderzweck, Leitbild und Organisation gegliedert werden, jeder Teil kann wiederum in einzelne Paragraphen unterteilt werden.

# 5. Die genossenschaftlich...



© contrastwerkstatt

Der Anspruch eines demokratisch organisierten und sozial und ökologisch verantwortlichen Wirtschaftens darf bei der Arbeit der „Abteilungen“ der Schülerfirma nicht aus dem Blick geraten.

## 5.3 Die Schülerfirma nimmt ihre Arbeit auf

Mit der auf der Gründungsversammlung beschlossenen Satzung verfügt die Schülerfirma über eine handlungsfähige Struktur. Sie kann nun unter Berücksichtigung des innerhalb der Schulgemeinschaft entwickelten sozialen und ökologischen Kriterienkatalogs ihre Geschäftsidee umsetzen.

Wie ein „richtiges“ Unternehmen muss eine Schülerfirma sich die notwendigen Mittel dafür beschaffen, um Dienstleistungen anzubieten oder Produkte herzustellen, die sie erfolgreich absetzen will. Die vier grundlegenden Aufgaben, die daraus folgen (Beschaffung, Produktion, Absatz, Finanzierung), werden als betriebliche Grundfunktionen bezeichnet. Aus jeder betrieblichen Grundfunktion ergeben sich vielfältige Einzelaufgaben, die bei der täglichen

Arbeit der Schülerfirma reibungslos ablaufen sollten. Es ist deshalb sinnvoll, zentrale Aufgabenbereiche zu identifizieren und auf dieser Grundlage Abteilungen zu bilden (z. B. Einkauf, Produktion, Marketing, Buchhaltung).

Bei alledem sollten die beteiligten Schülerinnen und Schüler die Gelegenheit haben, ihre Erfahrungen zu reflektieren. Sie werden auf grundsätzliche Herausforderungen, Konflikte und Widersprüche einer nach kapitalistischen Prinzipien organisierten Wirtschaft stoßen und somit auf unterschiedliche Perspektiven und Interessen im Arbeits- und Wirtschaftsleben. Die Pat(inn)en spielen bei der Bearbeitung dieser Konflikte eine wichtige Rolle. Die Schülerfirma ist ein wichtiger Ausgangspunkt, um grundsätzliche Fragen von Wirtschaft, Arbeit und Gesellschaft zu diskutieren.

Ob und inwieweit eine Schülerfirma zu einem Ort sozioökonomischer Bildung wird, hängt davon ab, inwieweit sie Lernende zu einer selbstbestimmten Teilhabe am Wirtschafts- und Arbeitsleben herausfordert.



So umstritten die Bearbeitung wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Fragen im schulischen Unterricht ist, so umstritten ist auch, mit welchen Lernzielen und Methoden Arbeitswelt- und Berufsorientierung praktiziert werden sollte. Als methodische Großform der Arbeitswelt- und Berufsorientierung reiht sich die Schülerfirma in diesen Konflikt ein. Ob und inwieweit eine Schülerfirma zu einem Ort sozioökonomischer Bildung wird (also der Emanzipation des Subjekts in der Wirtschafts- und Arbeitswelt dient), hängt davon ab, inwieweit sie Lernende zu einer selbstbestimmten Teilhabe am Wirtschafts- und Arbeitsleben herausfordert.

Die Wirtschaft hat in den letzten Jahren mit massiver Unterstützung der Bundesregierung und einer Reihe von Landesregierungen ein Netz gespannt, über das sich Schulen – gerade angesichts ihrer Unterfinanzierung – „kostenfrei“ Unterstützung zum Aufbau von Schülerfirmen holen können und mit vielen Lehr- und Lernmaterialien zur Schülerfirma versorgt werden. Eine der größten Initiativen sind die vom Institut der deutschen Wirtschaft (IW) in Köln koordinierten Junior-Programme (vgl. Kap. 2). Diese Initiative geht auf ein Pilotprojekt in Sachsen-Anhalt im Jahr 1994 zurück. Heute vermittelt die IW Junior als hundertprozentige Tochter des Institutes der deutschen Wirtschaft ein flächendeckendes Angebot über alle Bundesländer von der Grundschule bis zur Sekundarstufe II. Bis 2016 haben nach Angabe der Initiative ca. 100.000 Schülerinnen und Schüler an 6.000 von Junior unterstützten Schülerfirmen teilgenommen.

Das Netzwerk der Junior-Schülerfirmen bietet den beteiligten Schulen die Übernahme von Unfall- und Betriebshaftpflichtversicherungen

sowie einen umfassenden Rechtsschutz an. Dabei wird die Initiative selbst von namhaften Verbänden und Unternehmen unterstützt. Auf der Bundesebene sind dies neben dem IW auch der Arbeitgeberverband Gesamtmetall und eine Reihe großer Unternehmen. Es bestehen enge Verbindungen zu den arbeitsgebernahen Initiativen „Schule und Wirtschaft“ sowie zum Netzwerk „Unternehmergeist in die Schulen“. Zu den Unterstützern in einzelnen Bundesländern gehören zudem regionale Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände, Industrie- und Handelskammern, Handwerkskammern und regional bedeutsame Unternehmen.

Die Juniorfirmen leben von der öffentlichen Unterstützung. Massiv werden sie vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie sowie auf Landesebene in nahezu allen Bundesländern zusätzlich von den dortigen Wirtschaftsministerien unterstützt. Sie üben ihren Einfluss im „Kampf um die Köpfe junger Menschen“ umso ungehinderter aus, je weniger die Schulen über hinreichende Eigenmittel verfügen. Der allgemeinbildende Auftrag der Schule und mit ihm die Verpflichtung zur Multiperspektivität geraten so ins Abseits.

Es ist deshalb ratsam, die Prämissen und die zugrundeliegenden Konzeptionen kritisch zu hinterfragen. In Zeiten, die auf den Arbeitsmärkten durch den Zwang zunehmender Selbstvermarktung geprägt sind, in denen der Übergang in die Ausbildung und erst recht der Berufseinstieg für eine Vielzahl junger Menschen alles andere als geradlinig verläuft, reicht es nicht aus, das Bild einer Arbeitswelt zu zeichnen, in der nur der oder die Starke erfolgreich ist. Dieser Weg führt in die Ellenbogengesellschaft und in die Entsolidarisierung.

# 6. Ausblick der Redaktionsgruppe

Arbeitswelt- und Berufsorientierung muss sich an den Bedürfnissen und Interessen der Schüler/innen sowie an einer Arbeitswelt orientieren, die mit großer Wahrscheinlichkeit für sie bestimmend sein wird. Schülerorientierung bedeutet deshalb, Konzepte der Arbeitswelt- und Berufsorientierung dahingehend zu hinterfragen, ob und wie die unterschiedlichen sozialen Interessen in Wirtschaft und Gesellschaft vermittelt werden und ob Erwerbstätigkeit im Unterricht in einer Art und Weise dargestellt wird, die die Brüche und Widersprüche der Arbeitswelt und der kapitalistischen Ökonomie nicht ausklammert. Die einseitige Orientierung auf Entrepreneurship geht an der Lebenswirklichkeit der Mehrzahl der Schülerinnen und Schüler vorbei. Mit den Worten von Gerd Famulla ist Berufsorientierung „ein lebenslanger Prozess der Annäherung und Abstimmung – nicht Anpassung – zwischen den Interessen, Wünschen, Wissen und Können des Individuums auf der einen und Möglichkeiten, Bedarf und Anforderungen auf der anderen Seite“ (vgl. Famulla 2009).

Aus unserer Sicht kann die Schülerfirma eine sinnvolle Methode der Arbeitswelt- und Berufsorientierung sein, weil sie in einer „Laborsituation“ praktische Erfahrungen ermöglicht, die im begleitenden Unterricht kritisch-reflexiv aufgearbeitet werden können und müssen.

Wir haben in dieser Arbeitshilfe die Konzeption einer Schülerfirma vorgestellt, in der die verschiedenen sozialen Interessen von Kapital und Arbeit zum Ausdruck kommen, die in ihren Gremien neben den Leitungsfunktionen auch die Interessenvertretung durch den Betriebsrat abbildet und die über die Orientierung an Interessenausgleich, Solidarität und Nachhaltigkeit

auch Alternativen des Wirtschaftens sichtbar macht.

Eine demokratisch, sozial und ökologisch orientierte Schülerfirma kann auch im Hinblick auf ihren Charakter als Schulprojekt nachhaltig sein. Um ihren Fortbestand für nachfolgende Schülergenerationen zu sichern, bedarf es klarer Regelungen für das Ausscheiden und die Neuaufnahme von Lernenden. Grundsätzlich ist jede Schülerfirma eine lernende Institution: Ihr Bildungswert steigt mit den Erfahrungen, die mit ihr und durch sie gewonnen werden. Last but not least profitiert eine demokratisch, sozial und ökologisch orientierte Schülerfirma von ihrer Offenheit: Als offener Lernort lädt sie dazu ein, sich mit zentralen Herausforderungen des Arbeitslebens auseinanderzusetzen.

Oft sind es gerade Gewerkschafter/innen, die sich für ihre Kinder auch in der Elternvertretung der Schulen engagieren. In der Elternschaft sind viele gewerkschaftlich aktive Beschäftigte mit ihren beruflichen und betrieblichen Erfahrungen. Sie können sich einbringen. Kommen in der Schülerfirma auch Schulpatenschaften zu Betrieben und Unternehmen zum Tragen, sollten sich auch Betriebsräte, Vertrauensleute und Jugendvertreter/innen fragen, ob sie sich als Paten für die Schülerfirma engagieren wollen. Damit die Schülerfirma auf diese Weise entwickelt werden kann, bedarf es der weitreichenden Unterstützung von Seiten des Staates, aus Schule, Wirtschaft und Arbeitswelt – und nicht zuletzt aus den Gewerkschaften.

Berufsorientierung ist „ein lebenslanger Prozess der Annäherung und Abstimmung – nicht Anpassung – zwischen den Interessen, Wünschen, Wissen und Können des Individuums auf der einen und Möglichkeiten, Bedarf und Anforderungen auf der anderen Seite“.

Gerd-E. Famulla:  
Berufsorientierung als Prozess von Schulentwicklung.  
In: Forum Arbeitslehre, Heft 3, 2009, S. 30/31

# Angebote der Arbeitskammer des Saarlandes



## Schule & Arbeitswelt

### Ein **Projekttag** zur Vorbereitung auf das Berufsleben

**Beratung** für Schülerinnen und Schüler  
zu Aus- und Weiterbildung, Schülerför-  
derung, Arbeitsrecht und Sozialrecht.

Der Projekttag „Schule & Arbeitswelt“ behandelt unterschiedliche Fragen aus der Arbeitswelt und richtet sich an Schülerinnen und Schülern der allgemeinbildenden Schulen ab der Klassenstufe 8. Hierbei steht die künftige Situation der Jugendlichen in der Arbeitswelt, insbesondere während der beruflichen Qualifizierung (im dualen System) im Vordergrund. Der kostenlose Projekttag bereitet die Schüler praxisnah und schülerorientiert auf die Arbeitswelt vor und kann bei der Arbeitskammer des Saarlandes gebucht werden.

Arbeitskammer des Saarlandes  
Haus der Beratung  
Trierer Straße 22  
66111 Saarbrücken  
Tel: 0681 4005-200  
Fax: 0681 4005-210  
Mail: [beratung@arbeitskammer.de](mailto:beratung@arbeitskammer.de)

[www.arbeitskammer.de/ak/schule-und-arbeitswelt](http://www.arbeitskammer.de/ak/schule-und-arbeitswelt)

Bildungszentrum Kirkel  
der Arbeitskammer des Saarlandes  
Daniel Erbes  
Am Tannenwald 1  
66459 Kirkel  
Tel: 06849 909-424  
Fax: 06849 909-111  
E-Mail: [daniel.erbes@arbeitskammer.de](mailto:daniel.erbes@arbeitskammer.de)



# Kontakte und Links

## Initiative Schule und Arbeitswelt



**Deutscher Gewerkschaftsbund**  
Jeanette Klauza  
DGB-Bundesvorstand  
Henriette-Herz-Platz 2, 10178 Berlin  
Jeanette.klauza@dgb.de  
www.schule.dgb.de



**Gewerkschaft für Erziehung und Wissenschaft**  
Martina Schmerr  
GEW-Hauptvorstand  
Reifenbergerstrasse 21  
60489 Frankfurt am Main  
martina.schmerr@gew.de  
www.gew.de



**IG BAU**  
Natascha Ponczek  
IG BAU-Bundesvorstand  
Olof-Palme-Straße 19, 60439 Frankfurt/Main  
natascha.ponczek@igbau.de



**IG BCE**  
Thomas Bulang  
IG BCE-Hauptverwaltung  
Königsworther Platz 6, 30167 Hannover  
thomas.bulang@igbce.de  
www.igbce.de



**IG Metall**  
Anke Muth  
IG Metall-Vorstandsverwaltung  
Wilhelm-Leuschner-Straße 79  
60329 Frankfurt am Main  
anke.muth@igmetall.de  
www.igmetall.de



**ver.di**  
Gunther Steffens  
ver.di-Bundesvorstand  
Paula-Thiede-Ufer 10, 10179 Berlin  
gunther.steffens@verdi.de  
www.verdi.de



## Links

[www.schule.dgb.de](http://www.schule.dgb.de)  
Das Portal der gewerkschaftlichen Initiative Schule und Arbeitswelt

[www.schule.dgb.de/materialien](http://www.schule.dgb.de/materialien)  
Materialien für den Unterricht zu unterschiedlichen Themen

[www.boeckler-schule.de](http://www.boeckler-schule.de)  
Unterrichtsmaterialien für den sozioökonomischen Unterricht der Sek. I und II

[www.iboeb.org](http://www.iboeb.org)  
Die Initiative für eine bessere ökonomische Bildung





Initiative | **Schule**  **Arbeitswelt**

[www.schule.dgb.de](http://www.schule.dgb.de)