



Schülerfirmen sind eine pädagogische Erfolgsgeschichte, bislang jedoch fast ausschließlich an weiterführenden Schulen. Dabei sind Eigeninitiative und Teamfähigkeit, die durch das Lernen in Schülerfirmen entwickelt werden, Kompetenzen, die auch von Grundschülerinnen und -schülern gefordert sind und erbracht werden können. Deshalb sollen Schülerfirmen als pädagogische Lernprojekte auch an brandenburgischen Grundschulen initiiert und unterstützt werden.

Von Jahr zu Jahr, regelmäßig zu Beginn des neuen Ausbildungsjahres, vollzieht sich in Deutschland das immer gleiche Ritual: Die Betriebe klagen über mangelnde Ausbildungsfähigkeit und nicht vorhandene Berufsorientierung der Jugendlichen, während die Schulen die damit verbundenen Vorwürfe, sie täten zu wenig, zurückweisen. Fragt man Schülerinnen und Schüler oder Eltern, lauten die Befunde wiederum etwas anders. Die unterschiedlichen Auffassungen zeigen sich unter anderem darin, dass von Seiten der Wirtschaft häufig eine zu geringe Praxisnähe des Unterrichts konstatiert, von den Eltern und Schülerinnen und Schülern insbesondere eine mangelnde Berufsorientierung beklagt wird. Selbst wenn in den letzten Jahren eine Menge getan wurde, um die erkannten Defizite zu beseitigen, bleibt festzuhalten, dass noch mehr getan werden kann. Um Missverständnissen vorzubeugen: Es geht nicht darum, Schulen und Unterricht stromlinienförmig an die Bedürfnisse der Betriebe anzupassen. Vielmehr muss es die Aufgabe

schulischer Bildung sein, Mädchen und Jungen Chancen für die Zukunft zu eröffnen. Unabhängig von den großen Reformvorhaben im Bildungsbereich, von denen das Ganztagschulprogramm eines ist, bietet das Lernen in Schülerfirmen eine langjährig erprobte und gute Möglichkeit, Praxis und Theorie miteinander zu versöhnen. Schülerfirmen können somit auf das Ausbildungs- und Berufsleben in geeigneter Weise vorbereiten. Und: Schülerfirmen sind nicht nur etwas für weiterführende Schulen, sondern Schülerfirma können auch schon die „Kleinen“.

Kinder sind geborene Unternehmer

In der größten Mittagshitze, am ersten Tag der Sommerferien, breiten Lisa aus der ersten und Sofie aus der zweiten Klasse ihre Decke vor dem Supermarkt aus. Sorgfältig arrangieren sie darauf ihre Schätze und bieten sie den Passanten an: Kinder-

bücher und ein paar Kuschtiere. Ich frage die Beiden, warum sie die Sachen verkaufen. Lisa sagt, weil sie zu Hause zu viele Bücher hätten und Platz bräuchten, Sofie bemerkt: „Weil es Spaß macht.“ Ich kaufe ihnen zwei gut erhaltene Bücher ab und zahle dafür drei Euro. Was sie mit dem Geld machen, wissen sie noch nicht genau. Zunächst wollen sie es aufs Sparsbuch tragen, um sich vielleicht später etwas davon zu kaufen. Auf meine Frage, ob die Geschäftszeit nicht etwas ungünstig gewählt sei, antwortet Lisa nach kurzem Überlegen: „Nö, glaub ich nicht, schließlich haben Sie ja auch was bei uns gekauft.“

Das, was die beiden Mädchen machen, ist nicht außergewöhnlich, denn viele jüngere Kinder, spielen gerne Unternehmer. Entweder, weil es ihnen, wie Sofie, Spaß macht oder weil



Die Schülerfirma „Cool-Kids“ organisiert die Pausenverwaltung an ihrer Schule
Foto: Schülerfirma „Cool-Kids“

sie Geld verdienen wollen, um sich etwas leisten zu können, was sie mit ihrem Taschengeld nicht bezahlen können. Dass Kinder dabei in der Lage sind, wirtschaftlich zu handeln, Kosten und Nutzen abzuwägen, auf die Kunden einzugehen und perspektivisch mit dem verdienten Geld umzugehen, verdeutlichen die sorgfältige Präsentation der Schätze von Lisa und Sofie sowie ihre offensive Art, auf Passanten wie mich zuzugehen.

Mit solchem Unternehmensgeist ausgestattet, kommen diese Kinder in die Schulen, in denen sie Widersprüchliches erfahren. Werden solche unternehmerischen Qualitäten oftmals gerne für Schulfeste, Kuchenbasare und Ähnliches genutzt, bleibt die systematische und ausgangsoffene Vermittlung von Wirtschaftskenntnissen im Schonraum Schule meist außen vor. Dabei ist das Wirtschaften schon längst in die Lebenswelt von Grundschulern eingedrungen, egal was das schulische Lernen daraus macht.¹

Schule und Wirtschaft – beide wollen das gleiche

Bei genauerem Hinsehen zwingen nicht nur die Veränderungen der Lebenswelt der Kinder, sondern auch die Vielzahl schulgesetzlicher oder curricularer Verweise dazu, dass sich Kinder, Eltern und Pädagogen, das ganze System Bildung also, mit wirtschaftlichen Fragen auseinandersetzen müssen.²

Längst also haben sich Bildungs- und Schulpolitik auf die drängenden Fragen und Aufgaben eingestellt und nicht zuletzt aus den erkannten Mängeln Konsequenzen gezogen. Eine der Konsequenzen sind die ambitioniert angelegten Ganztagsprogramme von Bund und Ländern, die völlig neue Chancen in der Organisation des Lernens und in der Folge, der Vermittlung der Kompetenzen und des Wissens eröffnen.

Insbesondere die pädagogische Arbeit mit Kompetenzkatalogen und Bildungsstandards offenbart eine Umsteuerung im Bildungsprozess. Und ausgerechnet hier trifft der schulische bzw. bildungstheoretische Diskurs auf die Forderungen wirtschaftsnaher Institutionen.³ Das Erstaunen ist groß, wenn konstatiert werden muss, dass beide, Wirtschaft und Schule, in ihren Ansprüchen an das, was Kinder lernen sollen, dem output, fast deckungsgleich sind, lediglich die unterschiedliche Sprache offenbart Systemfremdheiten.⁴ Gründe genug also, sich ernsthaft und systematisch dem Thema zu stellen – aber wie? Bereits seit mehr als zehn Jahren haben sich Schülerfirmen als eine Möglichkeit bewährt, die berechtigten Forderungen nach einer Veränderung des Lernens und der Vermittlung von Wirtschaftskenntnissen einlösen zu helfen.⁵

Schülerfirmen sind pädagogische Lernprojekte

Schülerfirmen sind pädagogische Lernprojekte, in denen Schüler und Schülerinnen sich so selbstbestimmt wie möglich ganz ähnlich wie reale Unternehmen organisieren, eine Geschäftsidee entwickeln und mit selbst entwickelten Produkten oder Dienstleistungen gegen echtes Geld handeln. Dabei ist das Wirtschaften am Markt nachrangig, vielmehr stehen die pädagogischen Inhalte im Vordergrund. Beispielgebend ist hier das Schülerfirmenprogramm „SCHÜLER UNTERNEHMEN was!“ der Heinz-Nixdorf-Stiftung, das durch die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung umgesetzt wird und ganz klare pädagogische Qualitätskriterien setzt.⁶ Bislang sind solche Modelle – mit großem Erfolg – vornehmlich in den weiterführenden Schulen implementiert worden.

Warum sollte diese Idee nun auch in die Primarschulen getragen werden? Die Antwort darauf ist eine doppelte:

- Die sich die mit Schülerfirmen verbundene Veränderung des Lernens sollte sich auch in Primarschulen verbreiten können.
- Eine Vielzahl von Studien markieren einen Handlungsbedarf für diesen Bereich in den Primarschulen.⁷

Skeptiker mögen Einwände formulieren, wie sie, oft berechtigt, neuen pädagogischen Ideen entgegengebracht werden: Nicht praktikabel, da zu weit von den Realitäten der Schulen entfernt, zu aufwändig etc.

Schülerfirmen an Grundschulen?

Die Cool-Kids machen es vor

Die Cool-Kids, eine Grundschulschülerfirma aus Waren (Mecklenburg-Vorpommern), zeigt, dass es geht. Geschäftiges

Treiben herrscht vor der ersten großen Pause in der Schule. Während zwei Jungs Brötchen schmieren und dekorieren, sind Hanna und Lisa, die beiden Finanzchefinnen aus der dritten und vierten Klasse dabei, das Kassenbuch zu kontrollieren. Hin und wieder gibt Frau Mensing einige Ratschläge an die Schülerinnen und Schüler, ansonsten hält sie sich aber – für eine Lehrerin auffällig – zurück.

Als die Pause dann beginnt, ist am Verkaufstresen der Cool-Kids ein Andrang, als gäbe es dort etwas umsonst und die Aufteilung der Arbeit muss stimmen: Anbieten, Verkaufen, Kassieren, Einnahmen notieren, Nachliefern und Wegräumen verlangen nach perfekter Arbeitsteilung. Die Brötchen, Müslis und Säfte, die die Cool-Kids anbieten finden großen Anklang bei den anderen Schülerinnen und Schülern, aber auch bei den Lehrern und Lehrerinnen, die wie selbstverständlich ihr Pausenbrot bei der Schülerfirma kaufen.

Am Ende der Pause muss aufgeräumt und abgewaschen werden, keine beliebte Arbeit. Wer diese Woche dran ist, regelt der Arbeitsplan, den die Schüler selbst aufgestellt haben. „Selbstständigkeit“ ist dann auch eins der Worte, das im anschließenden Gespräch mit der begleitenden Lehrerin am häufigsten genannt wird. Die Schülerinnen und Schüler schätzen es ebenso, wenn nicht alles von den Lehrkräften geregelt wird und dass sie bei den Cool-Kids lernen, miteinander auszukommen und miteinander zu arbeiten. Das von ihnen am meisten gebrauchte Wort ist indes „Spaß“ – und den haben sie bei ihren Tätigkeiten. Kein einziges Mal fällt das Wort „Gewinn“. Auf Nachfrage aber erklären die Schülerinnen und Schüler, dass sie mit den Einnahmen entweder neue Dinge für die Schülerfirma anschaffen, einen Ausflug oder etwas anderes Schönes machen.

Fast hätte Frau Mensing es vergessen: Am Ende des Ge-

sprächs ist es ihr noch wichtig, einige Beobachtungen mitzuteilen: Dass sich die Schülerinnen und Schüler der Cool-Kids im Unterricht verändert hätten. Einige seien hier und da in ihren Leistungen besser geworden, fast alle aber hätten an Selbstbewusstsein gewonnen.

Aufbau von Schülerfirmen an Brandenburger Grundschulen

Was in Waren immerhin seit mehr als vier Jahren und in anderen Grundschulen anderer Bundesländer vereinzelt geschieht, soll nun in Brandenburg gestartet und untersucht werden. Die ganztägige Organisation vieler Primarschulen kann hier sinnvolle Rahmenbedingungen setzen und Spielräume zur Gestaltung schaffen. Bereits jetzt gibt es an einer Potsdamer Grundschule eine Schülerfirma, die den Schulmilchverkauf übernommen hat. Weitere Grundschulen wollen und sollen folgen, indem mit einem Modellvorhaben für Grundschulen gute Praxis im Land Brandenburg unterstützt und verbreitet werden soll.

Das Modellvorhaben ist zunächst auf drei bis fünf Grundschulen begrenzt, an denen binnen eines Jahres Schülerfirmen aufgebaut werden. Die Servicestelle-Schülerfirmen gibt dabei nicht nur Unterstützung bei der Ideenfindung und Gründung der Schülerfirma, sondern unterstützt die Schulen bei der Gründung von Schülerfirmen auch materiell. Ferner erhalten die pädagogischen Begleiterinnen und Begleiter umfangreiches Material und Anregungen durch ein extra auf die Erfordernisse des Primarbereichs zugeschnittenes Fort- und Weiterbildungsangebot. Das Modellvorhaben hat die Unterstützung des brandenburgischen Bildungsministeriums und wird wissenschaftlich begleitet. Dabei ist es – unter der Voraussetzung guter



Foto: Simone Ahrend

Ergebnisse des Modellprojektes – Ziel, dass es mittelfristig im Primarbereich ähnliche Erfolge wie bei den Sekundarschulen im Land gibt. Denn mittlerweile hat fast jede vierte weiterführende Schule in Brandenburg, vom Gymnasium bis zur Förderschule für geistig Behinderte, eine Schülerfirma.

Der Autor, Thomas Schöler, ist Gymnasiallehrer und als Schülerfirmenkoordinator für die Servicestelle-Schülerfirmen durch das Staatliche Schulamt Brandenburg a.d.H. abgeordnet.

Weitere Informationen:

www.servicestelle-schuelerfirmen.de

info@servicestelle-schuelerfirmen.de

1 Spätestens wenn Kinder Taschengeld erhalten, treten sie damit in das Wirtschaftsleben ein. Meinen Beobachtungen nach geschieht das allerdings schon viel früher, indem Kinder ganz genau die Wertigkeit von Geld und das Prinzip von Leistung und Gegenleistung – auf dem nebenbei etliche Erziehungswege basieren – in ihren Elternhäusern registrieren um spielerisch damit umzugehen.

2 vgl. z.B. die Vorbemerkungen zu den Brandenburgischen Curricula oder auch den Rahmenlehrplan Grundschule für das Fach Wirtschaft-Arbeit-Technik in den Jahrgangsstufen 5-6, dort S. 17ff, 20f, 26/27

3 vgl. wiederum die Kompetenzen, die in den Vorbemerkungen der Brandenburgischen Curricula formuliert sind, insbesondere Sachkompetenz, Methodenkompetenz, soziale und personale Kompetenz. Diese Kompetenzen sollen die Teilhabe in allen Lebensbereichen ermöglichen. Ergänzt man diesen Katalog, in dem Fall in den personalen bzw. sozialen Kompetenzen durch Neugierde, Entscheidungsfreude und Kreativität, gewinnt man einen Katalog, der sich in den meisten Studien zur Verbesserung der ökonomischen Situation in Deutschland und Europa wiederfindet und wie er in der europäischen Agenda zur Erziehung zum Unternehmergeist gültige Leitlinie der Politik der Mitgliedsstaaten der EU ist. Vgl.: KOM(2006) 33 endgültig. Umsetzung des Lissabon-Programms der Gemeinschaft: Förderung des Unternehmergeistes in Unterricht und Bildung, Hg.: Kommission der europäischen Gemeinschaften, Brüssel 13.2.2006; vgl. ferner: Mini-Companies in Secondary Education. Best Procedure Project: Final Report of the Expert Group, Hg.: European Commission, Directorate-General for Enterprise and Industry, Brüssel 09/2005, S. 51ff; auch: Global Entrepreneurship Monitor. Unternehmensgründungen im internationalen Vergleich. Länderbericht Deutschland 2004, erstellt von Sternberg, Rolf/ Lückgen, Ingo, S. 34ff

4 Alleine schon der Begriff der entrepreneurship-education (Erziehung zum Unternehmergeist) kann abschreckend wirken. Wenn die Untersetzung dieser Erziehung durch Bildungsstandards und Kompetenzkataloge (s.o.) so bezeichnet wird, dass skill-sets zu fokussieren seien, klingt das eher nach der Zurichtung von Laborratten als nach einer Erziehung in der humanistischen Tradition. Im Grunde aber wird damit nichts anderes beschrieben als das, was in Schulgesetzen, Curricula etc. bereits jetzt schon niedergelegt ist. Lediglich die Denkrichtung, aus der diese Verweise kommen, ist unterschiedlich ausgerichtet.

5 Spätestens seit den BLK-Modellversuchen in Sachsen und Thüringen, Mitte der 90er Jahre, sind Schülerfirmen ein erprobtes und erfolgreiches Instrument des Lernens geworden. Zusätzlichen Auftrieb erhält die Idee der Schülerfirmen durch die Etablierung von Realsituationen, in denen gelernt wird. Solche Realsituationen sind offenbar insbesondere geeignet, auch einer schwierigen Klientel Erfolgserlebnisse durch Lernen zu vermitteln. Eine Konsequenz daraus ist es, dass das Lernarrangement Schülerfirma Eingang in die Brandenburgischen Rahmenlehrpläne gefunden hat (vgl.: Rahmenlehrplan für das Fach WAT, 9./10. Jahrgangsstufe).

6 vgl. www.dkjs.de/schuelerunternehmen/

7 Schließt man sich der These an, dass eine konsequente Erziehung zum Unternehmergeist die Voraussetzung für die Anschlussfähigkeit der Volkswirtschaften sei, so konstatieren alle mir vorliegenden Studien hier Mängel in der Umsetzung dieser Erziehung im Primarbereich. Beispielgebend hier: Global-Entrepreneurship-Monitor, Länderbericht für Deutschland 2004 oder der Expertenbericht im Auftrag der Europäischen Kommission: Education for Entrepreneurship.