

Planspiel Marktwirtschaft

Christian Fischer und Sascha Conrad



Christian Fischer



Sascha Conrad

Zusammenfassung

Das Planspiel ist eine handlungsorientierte Methode, bei der komplexe ökonomische oder politisch-soziale Funktionszusammenhänge in einem modellhaften Spielszenario simuliert werden. Im Planspiel *Marktwirtschaft* erfolgt die Simulation des marktwirtschaftlichen Funktionsmechanismus anhand der Planung, Produktion und des Verkaufs einer Stereoanlage. Die Funktionslogik des Marktes soll für die Schüler erfahrbar und zum lebendigen Gegenstand anschließender Reflexion werden. Im Fokus stehen dabei auch die Risiken und Härten des marktwirtschaftlichen Systems. Sie bilden den Anknüpfungspunkt für die Erarbeitung des Konzepts der sozialen Marktwirtschaft.

1. Wirtschaft und Politik

Die Wirtschaftsordnung bildet das rahmende Institutionen- und Regelsystem, in dem sich das Wirtschaftsgeschehen eines bestimmten politischen Gemeinwesens vollzieht. Über die Regelung der Verteilung von und des Zugangs zu ökonomischen Gütern wirkt die Wirtschaftsordnung unmittelbar auf die soziale Struktur einer Gesellschaft ein; sie organisiert die materielle Grundlage der Lebensgestaltung und beeinflusst die jeweiligen Entfaltungschancen der Gesellschaftsmitglieder. Der rechtliche Rahmen einer Wirtschaftsordnung wird von der Politik formuliert und verabschiedet. Grundsätzlich ist es die Politik, die über die Ausgestaltung, Modifizierung oder Änderung des wirtschaftlichen Ordnungsmodells entscheidet. Der Nationalökonom Walter Eucken (1938/2005: 70) formulierte prägnant: „Es besteht ein naher Zusammenhang zwischen Wirtschaftsordnung und Ordnung der Gesellschaft, des Staates und des Rechts.“ Eine ausschließlich ökonomische Betrachtung von Wirtschaftsordnungen würde damit zu kurz führen. Die Auseinandersetzung mit ihnen gehört daher prinzipiell in den Aufgabenbereich der politischen Bildung (vgl. Hedtke 2006: 219).

Das vorliegende Planspiel *Marktwirtschaft* ermöglicht die modellhafte Simulation der marktwirtschaftlichen Funktionsmechanismen. Ohne Kenntnis des Marktmodells ist weder eine reflektierte Meinungs- und Willensbildung in der

tagespolitischen Debatte zum Beispiel über den Mindestlohn, wie er im Kontext der Marktverzerrung diskutiert wird,¹ noch in der politischen Grundsatzfrage, in welcher Wirtschaftsordnung wir überhaupt leben wollen, möglich. Im Planspiel *Marktwirtschaft* werden die marktwirtschaftlichen Funktionsmechanismen für die Schüler unmittelbar erfahrbar. Die Spielerfahrungen bilden die Grundlage anschließender Reflexion, wobei das Marktgeschehen nicht allein ökonomisch, sondern auch in einem gesamtgesellschaftlichen Bezug reflektiert werden soll. Dementsprechend dienen die Risiken und Härten des Marktes als Anknüpfungspunkt, um in die Intention und Theorie der sozialen Marktwirtschaft als Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung der Bundesrepublik einzuführen. Das Planspiel *Marktwirtschaft* basiert auf der politikdidaktischen Notwendigkeit, eine inhaltlich fundierte und selbstbestimmte Teilnahme der Schüler am gesellschaftlichen Diskurs über die Gestaltung unserer gegenwärtigen und zukünftigen Wirtschaftsordnung gezielt zu fördern.

2. Inhalt und Makrostruktur

Im Planspiel *Marktwirtschaft* wird der Kauf einer Stereoanlage unter marktwirtschaftlichen Rahmenbedingungen simuliert. Die Klasse wird dabei in *Unternehmer* und *Käufer* unterteilt. Im Mittelpunkt steht der Interessenkonflikt zwischen Anbietern und Nachfragern auf dem Markt. Während der Anbieter das Produkt für den größtmöglichen Geldbetrag verkaufen möchte, ist es das Anliegen des Nachfragers, so wenig wie möglich auszugeben. Gleichzeitig liegt das Interesse beider Seiten im Austausch. Daher wird ein Kompromiss notwendig und möglich. Er artikuliert sich in einem für beide Seiten akzeptablen Preis. Die Grundstruktur des vorliegenden Planspiels ist dabei Weinbrenners (1975) Planspiel „Wir suchen eine Wohnung“ und dessen Weiterentwicklung durch Reinhardt (1997: 92-93; 2002) verpflichtet.

Um eine ausreichende Konkurrenzsituation auf der Anbieterseite zu schaffen, sollte die Zahl der *Unternehmen* nicht zu gering ausfallen. Keinesfalls darf ein Monopol vorgegeben werden. Es erwies sich als sinnvoll, das Spiel mit mindestens drei unterschiedlichen Anbietern zu planen. Bei den Nachfragern repräsentiert jede Spielgruppe zu je zwei Schülern einen Haushalt. Bei der Größe des Haushalts orientieren sich die Schüler an den eigenen Familienverhältnissen und leiten hier von ihre Bedarfsstruktur ab. Auf die Rolle von Zwischenhändlern wird in diesem Planspiel verzichtet. Anbieter und Nachfrager treffen damit direkt aufeinander.

Die *Unternehmen* sind ebenfalls als Spielgruppen organisiert und sollten mindestens eine Stärke von zwei Schülern aufweisen. Ihre Aufgabe liegt in der Produktion und dem Verkauf von Stereoanlagen. Sie stehen untereinander in Konkurrenz und müssen die Kunden vom Preis und der Qualität ihrer Produkte überzeugen. Über die Ausstattung, die Leistung und den Preis ihres Produkts können die Unternehmen selbst entscheiden. Ihnen wird ausdrücklich erlaubt, ihr Produkt während des Spiels weiterzuentwickeln und damit zu verbessern.

An das Spielgeschehen schließt sich die Reflexionsphase an, in der das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage über das Prinzip der freien Preisbil-

dung anhand der gewonnenen Spielerfahrungen theoretisiert wird. Inhalt der Reflexion sollen aber auch die Härten des Marktes sein. Exemplarisch stehen hierfür die Unternehmer-Spieler, die im Spielverlauf weniger erfolgreich agiert haben sowie die Käufer-Spieler, denen die angebotenen Stereoanlagen zu teuer waren, weil der Marktpreis ihr festgelegtes ‚Familienbudget‘ überstieg. Diese Problematik dient als Anknüpfungspunkt für die Einführung in die Theorie der sozialen Marktwirtschaft.

Das Planspiel liefert damit allerdings nur eine Ausgangsbasis für die weiterführende Betrachtung der sozialen Marktwirtschaft in den Folgestunden. Denn die zugrunde liegende Konzeption, eine freiheitliche Wettbewerbsordnung mit einem sozialen Sicherungsgedanken zu verbinden, ist mit Blick auf ihre Realisierung in Vergangenheit und Gegenwart kritisch zu überprüfen und zu diskutieren. Ohne diese weiterführende Betrachtung bestünde die Gefahr einer Idealisierung der sozialen Marktwirtschaft auf der Grundlage ihres eigenen theoretischen Anspruchs.

3. Didaktische Ziele und Intentionen

Ziel des Planspiels ist es, in die Theorie und Logik des Marktes einzuführen. Als Produzenten und Konsumenten nehmen die Schüler während des Spiels am Markt teil. Auf der Grundlage dieser Erfahrungen sollen die Begriffe *Markt*, *Angebot*, *Nachfrage* und *Preis* definitorisch geklärt werden. Im Anschluss ist die theoretische Einführung in die Angebots- und Nachfragekurve vorgesehen. Indem die Schüler der verschiedenen Anbietergruppen aufgrund der Wettbewerbssituation gezwungen sind, eigene Produkte zu kreieren und diese im Verlauf des Spiels zu verbessern, simulieren sie technischen Fortschritt. Ökonomischer Wettbewerb und technischer Fortschritt hängen im marktwirtschaftlichen System eng zusammen. Die Erkenntnis dieses Zusammenhangs stellt ein zentrales Ziel des vorliegenden Planspiels dar.

Neben den Vorteilen der freien Marktwirtschaft sollen aber auch ihre Risiken und Härten berücksichtigt werden. Dies geschieht am Beispiel der weniger erfolgreichen Unternehmen. Allgemein sind Unternehmensschließungen und Entlassungen sowie die hieraus resultierenden Konsequenzen zu thematisieren. In einem zweiten Schritt kann außerdem nach den Bürgern gefragt werden, die über kein eigenes Einkommen verfügen und damit erst einmal vom System Markt ausgeschlossen sind. Die Problematisierung dieser Fragen bildet den Übergang zur Behandlung der sozialen Marktwirtschaft als Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung der Bundesrepublik. Die Schüler sollen hierbei den sozialen Sicherungsgedanken unter Berücksichtigung der Marktkonformität als Basis der sozialen Marktwirtschaft internalisieren. Der Grundsatz der Marktkonformität bedeutet konkret, dass die vom Staat vorgenommenen sozialen Sicherungsmaßnahmen den marktwirtschaftlichen Koordinationsmechanismus nicht behindern dürfen. Die Funktionsweise des Marktes muss sichtbar bleiben (vgl. Müller-Armack 1960: 12).² Von Wettbewerbs-, Konjunktur- und Finanzpolitik als Komponenten der Staatstätigkeit in der sozialen Marktwirtschaft (vgl. Müller-Armack 1946/1990: 103-106, 146-154) wird hier abgesehen. Die Erkenntnisziele des Planspiels sind in folgender Übersicht kurz dargestellt:

Übersicht: Marktwirtschaft – soziale Marktwirtschaft

	Marktwirtschaft	Soziale Marktwirtschaft
Orientierung	konsumorientiert	konsumorientiert
Anbieter	mehrere Anbieter, Konkurrenz Ziel: Gewinn	mehrere Anbieter, Konkurrenz Ziel: Gewinn
Nachfrager	Auswahl zwischen verschiedenen Produkten und Preisen	Auswahl zwischen verschiedenen Produkten und Preisen
Staat	Staat hält sich aus Marktgeschehen heraus	Staat versucht die bestehenden Risiken und Härten des Marktgeschehens durch marktkonforme soziale Sicherungsmaßnahmen abzufedern
Ergebnis	Flexibilität und Innovation in Produktion, Effizienz Wohlstand Krisen und soziale Härten	Flexibilität und Innovation in Produktion, Effizienz Wohlstand mit sozialstaatlichen Umverteilungsmechanismen Milderung sozialer Härten Gefahr der Markt- und Wettbewerbsverzerrung

4. Durchführung

Das Planspiel findet auf der Grundlage von Informations- und Aufgabenblättern statt, die den Schülern konkrete Spielanweisungen für die entsprechenden Spielphasen geben. Daneben unterstützen noch Arbeitsgrundlagen und Textblätter die jeweiligen Arbeitsschritte. Diese Arbeitsmaterialien sind in den folgenden tabellarischen Durchführungsanweisungen fett gedruckt und über den „Didaktischen Koffer“ unter der Internetadresse <http://www.zsb.uni-halle.de/didaktischer-koffer/> zu beziehen. Die Durchführung des Planspiels erfordert ein systematisch strukturiertes Vorgehen. Der methodische Ablauf untergliedert sich in drei Hauptphasen: Vorbereitungsphase, Spielphase und Reflexionsphase.

I. Vorbereitungsphase:

Zunächst wird in Inhalt und Ablauf des Planspiels eingeführt. Es folgt die Rollenverteilung. Danach erhält jede Konsumenten- und Unternehmensgruppe ihr entsprechendes „**M: Einführungsblatt**“. Bei der Rollenverteilung muss die Lehrkraft beachten, dass in einer Unternehmensgruppe, aufgrund der Aufgabenverteilung, mindestens zwei Schüler vorgesehen sind. Für eine ausreichende Konkurrenzsituation braucht man mindestens drei Unternehmensgruppen!

II. Spielphase

a. Meinungs- und Willensbildungsphase:

Die Meinungs- und Willensbildungsphase findet auf der Grundlage der **Aufgabenblätter** „**M: Spielphase 1 – Unternehmen**“ beziehungsweise „**M: Spiel-**

phase 1 – Käufer“ statt. Mit Hilfe dieser Aufgabenblätter sollen sich die Schüler den marktmanenten Konflikt zwischen Anbietern und Nachfragern in Form von divergenten Preisvorstellungen verdeutlichen. Hierfür sollen sie die eigenen Ziele beim Kauf beziehungsweise Verkauf einer Stereoanlage schriftlich kurz festhalten und die der jeweils anderen Gruppen antizipieren.

Auf der Basis der eigenen Zielsetzung erarbeiten die Gruppen anschließend eine günstige Handlungsstrategie. Bei den Unternehmensspielgruppen gibt diese den Rahmen für die Konzeption der Stereoanlage vor. Jedes *Unternehmen* muss eine Stereoanlage entwickeln, die in Qualität und Preis von den Kunden möglichst in hohem Maße angenommen wird. Der Mindestbetrag von 20 Euro für die Produktion einer Stereoanlage ist lediglich als preisliche Grundorientierung vorgegeben. Die Konzeption der Stereoanlage selbst richtet sich an der vorgegebenen **Arbeitsgrundlage „M: Stereoanlage“** aus und ist damit weitgehend formalisiert.

Die *Käufer* legen in diesem Spielabschnitt zunächst ihre Familienverhältnisse und die daraus resultierende Bedürfnisstruktur fest. Weiterhin bestimmen sie ihren finanziellen Rahmen. Diese Werte bilden insgesamt den Ausgangspunkt ihrer theoretischen Überlegungen und Spielentscheidungen.

b. Interaktionsphase:

In der Interaktionsphase treffen *Nachfrager* und *Anbieter* direkt aufeinander. Die Schüler orientieren sich hierbei am **Informationsblatt „M: Spielphase 2 – Unternehmen“** beziehungsweise **„M: Spielphase 2 – Käufer“**. Die *Unternehmen* bieten ihre Produkte auf einer dafür vorgesehenen Bankreihe an. Innerhalb des Spiels hat jede Unternehmensgruppe die Möglichkeit, ihre Stereoanlage in Preis und Ausstattung zu verändern. Dies ist zu erwarten, da die Unternehmensgruppen preislich und qualitativ aufeinander reagieren müssen. Der Kauf beziehungsweise Verkauf einer Stereoanlage wird auf der **Arbeitsgrundlage „M: Kaufverträge“** festgehalten und ist somit schriftlich fixiert.

III. Reflexion

a. Erzählung:

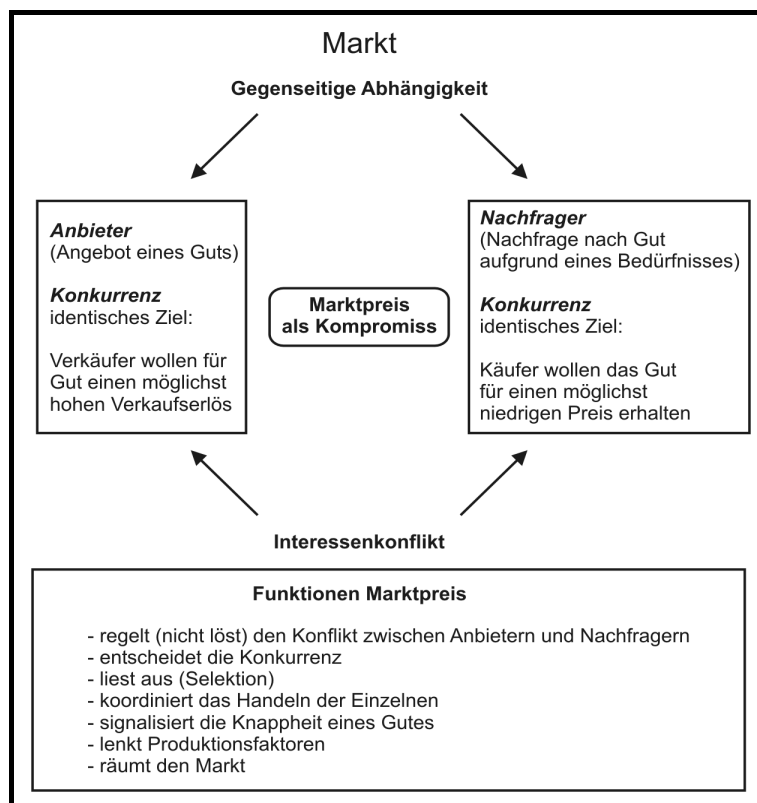
Beim Übergang von der Spiel- zur Reflexionsphase ist es zunächst notwendig, dass die Spieler die Möglichkeit erhalten, sich von ihren Rollen zu distanzieren. Diese Möglichkeit kann ihnen durch die Erzählung ihrer Spielerfahrungen gegeben werden. Die Spieler erzählen also in offener Form, wie es ihnen als *Käufer* oder *Produzent* im Spielverlauf ergangen ist, was sie gut fanden beziehungsweise was sie gestört hat.

b. Theoretisierung:

In diesem Schritt geht es darum, aus dem Spielgeschehen die theoretischen Begriffe *Angebot*, *Nachfrage*, *Preis* und *Markt* abzuleiten. Auf der Grundlage der Spielerfahrungen und -ergebnisse sollen das soziale Beziehungsgefüge zwi-

schen *Anbietern* und *Nachfragern* sowie der dezentrale Koordinationsmechanismus über die Preisbildung auf dem Markt theoretisch erschlossen werden. Das Ziel liegt in der Erarbeitung des Schemas, wie es die folgende Abbildung *Marktmodell* zeigt. Der Marktmechanismus lässt sich durch die Einführung in die Angebots- und Nachfragekurve noch weiter verdeutlichen. Außerdem sind die positiven Auswirkungen der Konkurrenzsituation zwischen den Anbietern für die Nachfrager zu thematisieren.

Tafelbild: Marktmodell



(Schaubild nach Reinhardt 1997: 93 und Reinhardt 2002 – leicht abgeändert)

c. Reflexion der Modellhaftigkeit

Den Schülern ist zu verdeutlichen, dass das Planspiel das Marktgeschehen in seiner ungemeinen Komplexität nicht abbildet, sondern modellhaft simuliert. Im Sinne der Verständlichkeit konzentrieren sich das Planspiel und das zu erarbeitende Marktmodell auf die zentralen Strukturelemente und den Grundmechanismus der Marktwirtschaft. Es muss also gefragt werden, welche ökonomischen Faktoren ignoriert wurden. Einen wichtigen Stellenwert nimmt dabei die Unterscheidung zwischen Umsatz und Gewinn ein, denn das Geld, das die Un-

ternehmen im Spielverlauf durch den Verkauf ihrer Stereoanlagen umgesetzt haben, ist nicht mit dem Gewinn gleichzusetzen. Vom Umsatz sind die Produktionskosten abzuziehen, um den Gewinn zu erhalten. Hierzu zählen beispielsweise Material-, Energie-, Transport- und Lohnkosten und Abschreibungen etc. Diese Faktoren finden im Spielmodell keine Berücksichtigung. Ferner ignoriert das Spielmodell arbeitsteilige Prozesse und innerbetriebliche Organisationsstrukturen. Das trifft auch auf das zu erarbeitende Marktmodell (*Tafelbild*) zu, das insofern über ein sehr hohes Abstraktionsniveau verfügt. Der Vorteil dieses hohen Abstraktionsniveaus liegt darin, dass das Marktmodell deduktiv auf eine Vielzahl spezifischer Phänomene, wie zum Beispiel den heimischen Arbeitsmarkt oder den internationalen Rohstoffhandel, angewendet werden kann.

d. Überleitung zur sozialen Marktwirtschaft

In diesem Schritt kann zunächst herausgearbeitet werden, dass das ökonomische System direkt Einfluss auf die Lebensgestaltung hat. Die Frage, mit welchem technischen Gerät man sein Bedürfnis nach Musikhören befriedigt, berührt nicht zuletzt auch den eigenen Lebensstil. Die Marktwirtschaft garantiert dem Einzelnen in Abhängigkeit von seinem Einkommen zwischen verschiedenen Anbietern und Produkten selbstständig eine Auswahl zu treffen und damit die eigene Lebensgestaltung zu bestimmen. Es handelt sich um ein Wirtschaftssystem, das dem Bürger ein hohes Maß an privater Eigeninitiative und Selbstverantwortung ermöglicht und zugleich von ihm konsequent fordert. Kritisch müssen dabei auch die Risiken und Härten des Marktes reflektiert werden. Das kann, wie bereits erläutert, am Beispiel einer Unternehmensspielgruppe geschehen, die im Planspiel weniger erfolgreich agiert hat. In diesem Kontext sind Konsequenzen wie Unternehmensschließungen und Entlassungen mit ihren negativen sozialen Folgeerscheinungen zu verdeutlichen. Daneben ist die Situation derjenigen Menschen zu problematisieren, die über kein oder nur ein geringes Einkommen verfügen und insofern vom Markt vollkommen beziehungsweise weitgehend ausgeschlossen sind. Die Problematisierung der marktwirtschaftlichen Risiken und Härten leitet über auf die soziale Marktwirtschaft. Die Theoretisierung der sozialen Marktwirtschaft erhält ihre Arbeitsgrundlage in Form des **Textblattes „Reflexion – Soziale Marktwirtschaft“**. Anhand dieses Textblattes lässt sich die Basiskonzeption der sozialen Marktwirtschaft erarbeiten – nämlich die Realisierung einer marktwirtschaftlichen Ordnung, die aber zugleich mit dem Anspruch einer sozialen Ergänzung verknüpft wird. Dabei ist besonders auf den zentralen Grundsatz der Marktkonformität einzugehen, wonach die staatlichen Sozialleistungen den marktwirtschaftlichen Koordinationsmechanismus nicht stören oder gar aufheben dürfen. Wie bereits erläutert, dient die Einführung in die theoretische Konzeption der sozialen Marktwirtschaft lediglich als Ausgangspunkt für eine weiterführende Auseinandersetzung in den Folgestunden.³

5. Erfahrungen und Hinweise

Das Planspiel *Marktwirtschaft* wurde bisher dreimal erprobt: in einem Sozialkundekurs der Jahrgangsstufe 12 am Sportgymnasium in Halle, im Sozialkundeunterricht einer 10. Klasse am Johann-Gottfried-Herder-Gymnasium in Halle sowie in einer Studentengruppe im Rahmen eines Hauptseminars an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg. Bemerkenswert ist, dass das Planspiel in allen drei Erprobungen trotz der Unterschiedlichkeit der Lerngruppen stets einen spannenden und ernsthaften Verlauf genommen hat. Die Unterschiede zwischen den Lerngruppen zeigten sich nicht in der Spielphase selbst, sondern erst in der Reflexion. So erkannten die Studenten sofort die Notwendigkeit, zwischen Umsatz und Gewinn zu differenzieren. Sie reflektierten das Planspiel zugleich methodisch, indem sie herausarbeiteten, dass eine einheitliche Gewinnberechnung aufgrund des Fehlens von Produktionskostenvorgaben im vorliegenden Spielszenario von vornherein nicht möglich ist. Den Bezug zur Realität und die damit verbundene Reflexion der Modellhaftigkeit des Spielmodells nahm die Studenten-Lerngruppe dabei selbstständig vor. Gleichzeitig lösten sich die Studenten relativ schnell von dem Planspiel und übertrugen das erarbeitete Marktmodell auf die Problematik des Mindestlohns und diskutierten die Frage seiner Notwendigkeit und Marktkonformität kontrovers.

In der 10. Klasse mussten hingegen die ökonomischen Faktoren, die das Spielmodell ignoriert, erst erarbeitet werden. Eine eigenständige Differenzierung zwischen Umsatz und Gewinn wurde weder von den Schülern in der 10. Klasse noch von denen des Sozialkundekurses der Jahrgangsstufe 12 vorgenommen. Die Erschließung der Angebots- und Nachfragekurve stellte ferner für die Schüler in der 10. Klasse eine spürbare Herausforderung dar. Keine Probleme bereitete den Schülern der 10. Klasse die Erarbeitung des Marktmodells als Tafelbild. Die Theoretisierung ihrer Spielerfahrungen auf diesem Abstraktionsniveau fiel ihnen nicht schwer. Das Erschließen des marktwirtschaftlichen Funktionsmechanismus über die sozialen Kategorien *Konkurrenz*, *Abhängigkeit*, *Konflikt* und *Kompromiss* traf ihr Erkenntnisinteresse.

Festgehalten werden kann, dass sich die Methode den Fähigkeiten der Lernenden anpasst und dementsprechend immer zu sinnvollen Ergebnissen führt. Unserer Auffassung zufolge ist das Planspiel auch bei Schülern der 8. und 9. Klasse einsetzbar, solange das Niveau der Reflexion den kognitiven Fähigkeiten der Schüler dieser Altersstufen angepasst wird. Von der Erarbeitung der Angebots- und Nachfragekurve sowie der Lektüre des Theorietextes zur sozialen Marktwirtschaft wäre beispielsweise in diesem Fall abzusehen.

Was den zeitlichen Umfang betrifft, so ist für die Planspieldurchführung bis zum Schritt c der Reflexionsphase (Reflexion der Modellhaftigkeit) *mindestens* eine Doppelstunde einzuplanen. Für die Vertiefung der Reflexion und die Einführung in die theoretische Konzeption der sozialen Marktwirtschaft wird eine zusätzliche Doppelstunde erforderlich.

Kurz soll noch auf einige Probleme bei der Durchführung des Planspiels *Marktwirtschaft* eingegangen werden. Unsere Erfahrungen haben gezeigt, dass der Erzählung der Spielerfahrungen als erstem Schritt der Reflexionsphase eine

wichtige Bedeutung zukommt, da hier der Übergang vom Handeln zum Denken im Planspiel kanalisiert wird. Bei der ersten Durchführung des Planspiels *Marktwirtschaft* im Sozialkundekurs des Sportgymnasiums beschränkte sich die Erzählung auf die Darstellungen nur weniger Schüler. Es wurde darauf verzichtet, die Spieler aller Spielgruppen zu Wort kommen zu lassen, was sich auf den weiteren Verlauf der Reflexion negativ auswirkte. Es vollzog sich ein deutlicher Bruch in der Motivation zwischen Spiel- und Reflexionsphase. Nachdrücklich ist insofern die Funktion der Erzählung zu unterstreichen: Die Erzählung gibt den Spielern die Möglichkeit, durch die Artikulation ihrer Spielerfahrungen in die Reflexion des Planspiels hineinzufinden. Es sind diese artikulierten Spielerfahrungen, auf denen die Reflexion im weiteren Verlauf aufbaut. Die Erzählung darf daher nicht im Sinne einer Zeitersparnis auf einzelne Spieler reduziert werden.

In den bisherigen Spieldurchführungen des Planspiels *Marktwirtschaft* wurde ferner versucht, die Konkurrenz zwischen den Unternehmen durch einen Unternehmenswettkampf zu verdeutlichen, bei dem dasjenige Unternehmen zum Sieger erklärt wird, das das meiste Geld verdient hat. Auf diesen Modus sollte jedoch verzichtet werden, denn zum einen kann das umgesetzte Geld nicht mit dem Gewinn gleichgesetzt werden, da die Produktionskosten abzuziehen sind, die im Spielszenario des Planspiels allerdings nicht vorgegeben werden und damit offen bleiben; zum anderen haben die Spieler der Unternehmensspielgruppen selber ein Gefühl für Erfolg oder Misserfolg im Spielverlauf. So äußerte eine Unternehmer-Spielerin aus der Studenten-Lerngruppe im Rahmen der Erzählung ihrer Spielerfahrungen, dass sie froh sei, dass es sich hierbei lediglich um ein Spiel und nicht um Wirklichkeit gehandelt habe, da sie ansonsten jetzt in Konkurs gegangen wäre. Ähnliche Äußerungen fanden sich auch bei Unternehmer-Spielern der anderen Lerngruppen, die weniger oder überhaupt nicht erfolgreich im Spiel agiert haben. Eine ‚Siegerehrung‘ im Unternehmenswettkampf ist damit weder methodisch sinnvoll, noch notwendig.

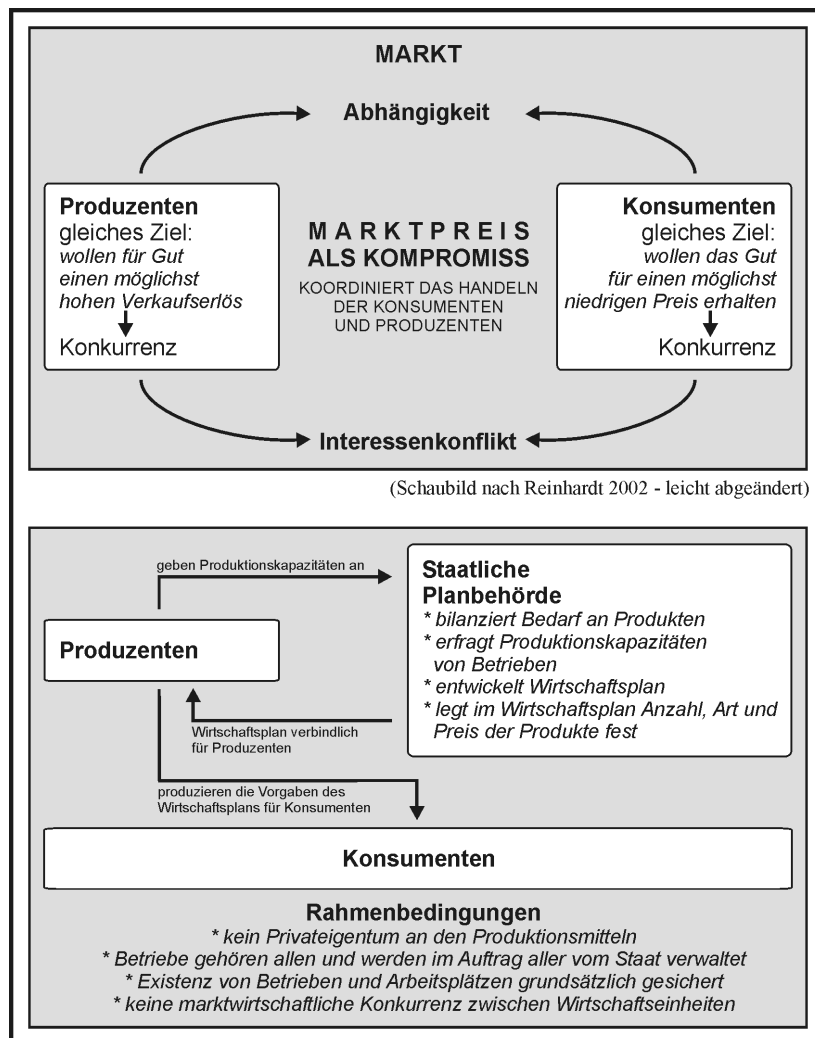
Auf die Vorgabe von Produktionskosten wird im Spielszenario des Planspiels *Marktwirtschaft* verzichtet, da ansonsten für eine bestimmte Anzahl von Bauelementen die Stückkosten vorgegeben werden müssten. Die Spieler könnten dann nur aus den vorgegebenen Bauelementen auswählen, was die Diversität der Produkte sowie die Kreativität bei der Weiterentwicklung der Stereoanlagen im Spielverlauf erheblich einschränken würde. Ferner würde hierbei ignoriert werden, dass die Stückkosten durch unterschiedliche Produktionsverfahren oder Produktionsstandorte zwischen verschiedenen Produzenten sehr unterschiedlich sein können. Es handelt sich dennoch um eine starke Vereinfachung, die, wie bereits erläutert, in der Reflexion der Modellhaftigkeit des Planspiels problematisiert werden muss.

6. Die Planspiele „Marktwirtschaft“ und „Planwirtschaft“

Konzeptionell stellt das Planspiel *Marktwirtschaft* das Referenzplanspiel zum Planspiel *Planwirtschaft* dar, das in der Ausgabe „Gesellschaft – Wirtschaft –

Politik“ Heft 1/2008 (Fischer 2008) erschien. Beide Planspiele sind in ihrem Spielszenario – nämlich der Planung, Produktion und dem Verkauf von Stereoanlagen – unmittelbar aufeinander bezogen. Der zugrunde liegende Gesamtentwurf folgt der Zielsetzung, die marktwirtschaftlichen und planwirtschaftlichen Funktionsmechanismen in einem gemeinsamen methodischen Rahmen handlungsorientiert vermitteln zu können. Dennoch sind beide Planspiele als eigenständige Unterrichtsentwürfe ausgearbeitet und insofern auch separat voneinander im Politikunterricht einsetzbar. Die folgende Abbildung stellt das Marktmodell dem im Planspiel *Planwirtschaft* zu erarbeitenden Modell der sozialistischen Planwirtschaft gegenüber. In dieser Gegenüberstellung ist das Gesamtkonzept beider Planspiele prägnant zusammengefasst.

Abbildung: Marktmodell vs. Modell sozialistische Planwirtschaft



Anknüpfungspunkt für das Planspiel *Planwirtschaft* sollten immer die sozioökonomischen Probleme unserer Gegenwart (und damit der sozialen Marktwirtschaft) sein. Die Attraktivität der sozialistischen Planwirtschaft resultiert daraus, dass sie die konsequente Überwindung von Arbeitslosigkeit, Wirtschafts- und Finanzkrisen, prekären Arbeitsverhältnissen und sozialen Unterschieden verspricht. Die Abbildung „Marktmodell vs. Modell sozialistische Planwirtschaft“ zeigt, dass in der sozialistischen Planwirtschaft das Zusammenspiel von Produzenten und Konsumenten über die freie Preisbildung als inhärentes Marktregulativ (wie es im Marktmodell zu sehen ist) außer Kraft gesetzt wird. An seine Stelle tritt ein von der Staatlichen Planbehörde konzipierter Zentralplan, der den Wirtschaftsablauf determiniert. Mit der staatlichen Koordination der Wirtschaftskräfte sind das sozialistische Eigentum an den Produktionsmitteln und die Aufhebung marktwirtschaftlicher Konkurrenz als zentrale Strukturelemente verbunden. Aus der Kombination dieser Strukturelemente resultierten diejenigen Defizite, die für das System der sozialistischen Planwirtschaft kennzeichnend geworden sind: das Anreizproblem, die vergleichsweise geringe technische Innovationskraft, die Inflexibilität und Ineffizienz der Produktion, der Mangel. Im Umkehrschluss lässt sich damit am Modell der sozialistischen Planwirtschaft die funktionale Bedeutung des Privateigentums an den Produktionsmitteln, der Selbstkoordination der Marktkräfte sowie des herrschenden Konkurrenzprinzips in der freien und sozialen Marktwirtschaft verdeutlichen (woran sich dann wieder – vergleiche oben – die Behandlung der sozioökonomischen Folgen anschließen kann).

Anmerkungen

- 1 Die Kritiker eines gesetzlich garantierten Mindestlohnes argumentieren, dass es sich dabei um einen unzulässigen Eingriff des Staates in den Markt handle. Unter Bezug auf das Marktmodell führen sie aus, dass ein Mindestlohn zum Wegfall der Arbeitsplätze (mit geringerer Produktivität) unterhalb dieser Lohngrenze führen werde. Ferner weisen sie auf eine Wettbewerbsverzerrung hin, da der Mindestlohn die Unternehmen vom Markt verdränge, die sich diese Lohnhöhe für ihre Arbeitnehmer nicht leisten können. Auch die Befürworter des Mindestlohns rekurrieren auf das Marktmodell, wenn sie argumentieren, dass ein Mindestlohn bei den Menschen im Niedriglohnsektor zu höherer Kaufkraft führe und damit die Nachfrage auf dem Markt steigern. Hieraus leiten sie dann einen positiven Beschäftigungseffekt für den Arbeitsmarkt ab.
- 2 Der Begriff *Marktkonformität* soll am folgenden Beispiel kurz verdeutlicht werden. Eine Familie, die über kein oder nur ein sehr geringes Einkommen verfügt und dadurch vom Markt völlig oder weitgehend ausgeschlossen ist, erhält als soziale Sicherungsmaßnahme staatliche Transferleistungen, je nach Situation der Familie, in Form von Wohngeld, Arbeitslosengeld I oder II, Sozialgeld, Kinderzuschlag für gering verdienende Eltern, einmaligen Leistungen (z.B. zur Kindererstaussstattung bei Geburt) und/oder Sozialhilfe. Durch derartige staatliche Sozialleistungen wird die Familie in die Lage versetzt, als Konsumenten am Marktgeschehen wieder teilzunehmen, das heißt, sie kann sich bestimmte Produkte, die sie zur Befriedigung ihrer (Grund-)Bedürfnisse benötigt, zum gängigen Marktpreis leisten (beziehungsweise dafür sparen und zum späteren Zeitpunkt kaufen). Die Sozialleistungen speisen sich je nach Art aus Steuern oder Sozialversicherungsbeiträgen. Es findet damit also eine Umlenkung von Einkommen und Kaufkraft statt. Diese Form der sozialen Sicherung ist marktkonform, weil der Staat nicht direkt in das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage über die freie Preisbildung eingreift.

Der Marktmechanismus bleibt sichtbar. Als ein Beispiel für *nicht*-marktkonforme Maßnahmen wären hingegen staatliche Preis- und Lohnfestsetzungen zu nennen. Damit würde der marktwirtschaftliche Koordinationsmechanismus blockiert werden.

- 3 Als mögliche Orientierung für die weiterführende Auseinandersetzung mit der sozialen Marktwirtschaft können die folgenden drei Fragekomplexe dienen: **a)** Die Konzeption der sozialen Marktwirtschaft besitzt eine Offenheit für verschiedene Akzentsetzungen und Abwandlungen. Insofern ist zu fragen, wie die soziale Marktwirtschaft seit ihrer Einführung als Wirtschaftsordnung der Bundesrepublik ausgedeutet und umgesetzt wurde. Welche verschiedenen Ausprägungen (Varianten) lassen sich dabei unterscheiden? **b)** Zu problematisieren ist ferner die Marktkonformität der Sozialleistungen. Das heißt konkret: Übt die Abgabenlast zur Finanzierung der Sozialleistungen (k)einen negativen Einfluss auf das Marktgeschehen aus? Diese Frage lässt sich unter anderem am Beispiel des Arbeitsmarktes und der Höhe der Lohnnebenkosten diskutieren. **c)** Im Gegenzug muss auch die zweite Komponente der sozialen Marktwirtschaft, der Anspruch auf soziale Ausgestaltung, kritisch hinterfragt werden. In welchem Umfang wird der einzelne vor den Risiken und Härten des Marktes heute noch abgesichert? Berechtigt die Qualität der bestehenden Sozialleistungen überhaupt noch dazu, von einer „sozialen“ Marktwirtschaft zu sprechen?

Literatur

- Didaktischer Koffer. Unterrichtsmaterialien für das Fach Sozialkunde. in: <http://www.zsb.uni-halle.de/didaktischer-koffer/>
- Eucken, Walter (1938/2005): Nationalökonomie Wozu? Stuttgart: Klett Cotta
- Fischer, Christian (2008): Planspiel Planwirtschaft. In: Gesellschaft – Wirtschaft – Politik 1/2008, 137-146
- Fischer, Christian (2008): Planspiel Planwirtschaft. Materialien und Zusatztext. in: <http://www.zsb.uni-halle.de/didaktischer-koffer/unterrichtsreihen/reihe13/>, Stand: 1/2008
- Hedtke, Reinhold (2006): Integrative politische Bildung. In: Weißeno, Georg (Hrsg.): Politik und Wirtschaft unterrichten. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaft, 216-229
- Müller-Armack, Alfred (1946/1990): Wirtschaftslenkung und Marktwirtschaft, München: Kastell
- Müller-Armack, Alfred (1960): Studien zur Sozialen Marktwirtschaft, Reihe: Untersuchungen 12, Köln: Institut für Wirtschaftspolitik
- Reinhardt, Sibylle (1997): Didaktik der Sozialwissenschaften. Gymnasiale Oberstufe. Sinn, Struktur, Lernprozesse. Opladen: Leske+Budrich
- Reinhardt, Sibylle (2002): Wir suchen eine Wohnung – ein Planspiel von Peter Weinbrenner, ergänzt um Auswertung, Revision der Zahlen, Umstellung auf Euro. in: <http://www.zsb.uni-halle.de/didaktischer-koffer/unterrichtsreihen/reihe04/>, Stand: 9/2002
- Weinbrenner, Peter (1975): Wir suchen eine Wohnung. Ein Planspiel. Ravensburg: Otto Maier Verlag