

Moritz Peter Haarmann

## Schülerfirmen im Interesse der Lernenden

Ausgehend von einer Problematisierung didaktischer Konzeptionen, die das Lernen in Schülerfirmen auf eine Entrepreneurship-Education reduzieren, werden mit dem Beitrag grundlegende Charakteristika des vom Autor entwickelten didaktischen Konzepts einer Schülerfirma im Interesse der Lernenden vorgestellt. Die beiden maßgeblichen unterrichtspraktischen Publikationen sind Online im Volltext kostenlos abrufbar und können außerdem über die Hans-Böckler-Stiftung und den Online-Shop der GEW bezogen werden (vgl. Literatur).

### 1. Über die Aufgabe, eine einseitige Entrepreneurship Education zu überwinden

Für viele Schüler\*innen und Lehrkräfte sind Schülerfirmen ein selbstverständlicher Teil von Schule. Die Ökonomiedidaktiker Thomas Retzmann und Karsten Schröder (2012, S. 174) konstatieren seit „spätestens den 1990er Jahren“ eine stetige wachsende Verbreitung dieser Schulprojekte. Insbesondere in den letzten Jahren wurde die Etablierung von Schülerfirmen im Schulalltag politisch gefördert. Als richtungsweisend dafür kann der 2008 von der Kultusministerkonferenz vorgelegte Bericht „Wirtschaftliche Bildung an allgemeinbildenden Schulen“ angesehen werden, in dem Schülerfirmen als ein wichtiges Element der „Vermittlung wirtschaftlicher Grundkenntnisse“ an öffentlichen Schulen (KMK 2008, S. 7) identifiziert werden. Schülerfirmen gelten zudem gemeinhin als eine vielversprechende Möglichkeit, ein handlungsorientiertes ökonomisches Lernen im Schullalltag zu verankern (vgl. Retzmann / Schröder 2012, S. 175).

Allerdings ist schon aus dem damaligen Bericht der Kultusministerkonferenz ersichtlich, dass Schülerfirmen zu einem Einfallstor für ein durch die private Wirtschaft gesteuertes ökonomisches Lernen werden können, das die Bildungsinteressen der meisten Lernenden konterkariert. Denn große Unternehmen, Unternehmensverbände und wirtschaftsnahe Stiftungen sowie wirtschaftsnahe Forschungsinstitute unterstützten nicht nur in vielfältiger Weise die Gründung von Schülerfirmen (vgl. u. a. KMK 2008, insb. S. 9, 24, 35f., 47 ff., 55 u. 89). Durch das Angebot kompletter Materialpakete für den Aufbau und die Arbeit von Schülerfirmen, der Schaffung von lernbegleitenden Beratungsangeboten, der Organisation von Wettbewerben für Schülerfirmen bis hin zu der Schulung von Lehrkräften bestimmen sie häufig unmittelbar die dieser Projektform zugrunde liegende Didaktik. Exemplarisch deutlich wird der Einfluss der privaten Wirtschaft auf die didaktische Ausrichtung von Schülerfirmen am Programm „JUNIOR“. Die Verbreitung dieses bereits im Jahr 1994 durch das Institut der deutschen Wirtschaft Köln gegründeten Lehr- und Lernprogramms, das inzwischen von einem konsistenten Angebot an Lehr- und Lernmaterialien über einen Wettbewerb bis hin zu Lehrerfortbildungen reicht (vgl. Institut der deutschen Wirtschaft 2019, S. 12), wurde und wird auch durch die Bildungs- und Wirtschaftspolitik gefördert. Neben der frühen Unterstützung durch zahlreiche Kultusministerien, die z.B. in Nordrhein-Westfalen und Sachsen bis

in das Schuljahr 1995/1996 zurückreicht (vgl. Institut der deutschen Wirtschaft 2019, S. 7), sprach sich z.B. der heutige Ministerpräsident und damalige Minister für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt Reiner Haseloff dafür aus, „dass Lehrer auf bundesweit angebotene Schülerfirmenprogramme wie ‚Junior‘ [...] zurückgreifen“ (Haseloff 2007, S. 34). Bereits die gewählte Bezeichnung „Junge Unternehmer initiieren – organisieren – realisieren“ (JUNIOR) verweist auf die didaktische Engführung, der das Schulprojekt mit dem Programm des arbeitgebernahen Wirtschaftsforschungsinstitutes unterworfen wird: es geht einseitig darum, Schüler\* in die unternehmerische Perspektive hineinzusetzen (vgl. Institut der deutschen Wirtschaft 2019, passim). Damit erweist sich das Programm als unmittelbar anschlussfähig an die von Teilen der Wirtschaftspolitik und Wirtschaftsdidaktik geforderte Stärkung der „Entrepreneurship Education“, mittels der ein „Mentalitätswandel der Schülerinnen und Schüler hin zu einer Kultur unternehmerischen Denkens und Handelns“ bewirkt (Retzmann / Schröder 2012, S. 172) und zur „Erneuerung der Unternehmenspopulation“ beigetragen werden soll (Kirchner / Loerwald 2014, S. 41). Entsprechend orientieren und legitimieren sich die vorherrschenden didaktischen Konzepte von Schülerfirmen einseitig an der „Ausbildung unternehmerischen Denkens [respektive Urteilens, MPH] und Handelns“ (Tramm / Gramlinger 2005, S. 5).

Dass Lernende in einem Schulprojekt wie der Schülerfirma eindimensional in einem unternehmerischen Denken, Urteilen und Handeln geschult (und damit ideologisch überwältigt) werden, kollidiert mit dem an den Interessen des lernenden Subjekts orientierten Bildungsauftrag öffentlicher Schulen. Angesichts der Tatsache, dass in Deutschland etwa 90% der Erwerbstätigen in einem abhängigen Beschäftigungsverhältnis stehen, muss sich ökonomisches Lernen in angemessener Weise mit den Perspektiven und Interessen von Arbeitnehmer\*innen auseinandersetzen, um den Interessenlagen der Lernenden hinreichend nachkommen zu können (vgl. Engartner / Krisanthan 2013, S. 249). Auch die vielfältigen Erwartungen und Forderungen, die innerhalb der pluralen demokratischen Gesellschaft gegenüber Unternehmen entwickelt werden, lassen sich nicht seriös in einer Schülerfirma berücksichtigen, die ausschließlich auf die Entrepreneurship Education ausgerichtet ist.

## 2. Didaktische Grundsätze einer Schülerfirma im Interesse der Lernenden

Das vom Autor entwickelte Konzept einer Schülerfirma im Interesse der Lernenden versteht sich als eine grundlegende Alternative zu Angeboten, die Lernende mit einer einseitigen didaktischen Strukturierung von Schülerfirmen überwältigen. Dabei wird unternehmerisches Denken, Urteilen und Handeln weiterhin als ein wichtiges Element von Schülerfirmen angesehen, jedoch um die Perspektiven der Beschäftigten und der demokratischen Gesellschaft ergänzt und auf übergeordnete (nicht nachgeordnete!) soziale und ökologische Ziele bezogen.

### 2.1 Schülerorientierung

Das elementare Kriterium für eine Schülerfirma im Interesse der Lernenden ist, dass die Schüler\*innen im Zentrum der didaktischen und pädagogischen Überlegungen stehen. Damit wird eine Selbstverständlichkeit betont. Denn wessen Anliegen sollten sonst in einem Schulprojekt im Vordergrund stehen? Allerdings stehen die Lernenden in den meisten etablierten didaktischen Konzeptionen von Schülerfirmen allenfalls vordergründig im Mittelpunkt. So wird zwar in der Regel hervorgehoben, dass die Verantwortung für die Schülerfirma an die Lernenden delegiert werden muss (wofür zumeist auch geeignete aktivierende Methoden angeboten werden). Durch eine einseitige Orientierung an der Entrepreneurship-Education werden Schülerfirmen allerdings didaktisch dergestalt strukturiert, dass sie an den zu erwartenden wirtschaftlichen und beruflichen Interessen der Mehrheit der Lernenden vorbeigehen bzw. diesen sogar entgegenstehen (vgl. oben).

Das grundlegende Prinzip einer an den Interessen der Lernenden orientierten Schülerfirma ist einfach: Statt einseitig in einem unternehmerischen Denken und Handeln geübt zu werden, setzen sich die Jugendlichen mit den unterschiedlichen Interessen in und an einem Unternehmen auseinander. Auf diese Weise wird gewährleistet, dass sich die in der Gesellschaft vorherrschende Interessenvielfalt auch in dem Schulprojekt widerspiegelt. Die weiteren beiden didaktischen Grundsätze der sozioökonomischen Bildung (2.2) und einer mit dem Demokratie-Lernen verknüpften sozioökonomischen Handlungsorientierung (2.3) dienen unmittelbar der Ermöglichung einer Schülerorientierung, die sich im Sinne des dritten Grundsatzes des Beutelsbacher Konsenses an einem Empowerment der einzelnen Schülerin bzw. des einzelnen Schülers legitimiert.

### 2.2 Sozioökonomische Bildung

Hinter dem viel zitierten Bildungsziel der gesellschaftlichen Mündigkeit steht die individuelle Fähigkeit, gleichermaßen selbstbestimmt wie demokratisch, sozial und ökologisch verantwortungsbewusst an der Gestaltung gesellschaftlicher Praxis teilzuhaben (Haarmann 2018b, S. 14). Nachlesen lässt sich dieser Bildungsauftrag in den Schulgesetzen der Bundesländer (vgl. ebd.). Bezogen auf das ökonomische Lernen ist der Bildungsauftrag öffentlicher Schulen ein klares

Plädoyer für sozioökonomische Bildung. Denn im Gegensatz zu wirtschaftsdidaktischen Konzeptionen, die ökonomisches Lernen von anderen Formen des gesellschaftlichen Lernens separieren, orientiert und legitimiert sich sozioökonomische Bildung daran, Wirtschaft und wirtschaftliches Handeln als Teil der gesellschaftlichen Praxis aufzugreifen und in die maßgeblichen politischen, sozialen, ethischen, ökologischen und ggf. kulturellen Zusammenhänge zu stellen (vgl. u.a. Famulla et al. 2011). Sozioökonomische Bildung erweist sich somit als der Weg, ökonomisches Lernen auf den Bildungsauftrag von Schule zu beziehen (vgl. Haarmann 2014). Das gilt unvermindert auch für die didaktische Konzeption von Schülerfirmen (Haarmann 2018b, S. 14 f.). Durch die Berücksichtigung der vielfältigen innerhalb der Gesellschaft virulenten Interessen in und an Unternehmen wird didaktisch nachvollzogen, dass sich die Angehörigen einer Lerngruppe in aller Regel später in unterschiedlichsten beruflichen Rollen und ökonomischen Situationen wiederfinden und unterschiedliche Interessen gegenüber Unternehmen haben (bzw. entwickeln werden) (vgl. ebd.). Das Lernen in und durch die Schülerfirma erweist sich dabei wesentlich als ein Lernen durch die Auseinandersetzung mit Zielkonflikten, das Lernende permanent zur eigenständigen Urteilsbildung herausfordert, um gemeinsam begründete Entscheidungen aushandeln zu können (vgl. den dritten Grundsatz).

### 2.3 Orientierung am Demokratie-Auftrag von Schule

In ihrem Beschluss zur Stärkung der Demokratieerziehung erklärt die Kultusministerkonferenz das Demokratieerlernen zu einem Grundprinzip von Schule und Unterricht (Kultusministerkonferenz 2018, S. 3). Als an den Interessen der Lernenden orientiertes und 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 wirtschafts- und arbeitsweltorientierten Bildung zu vermitteln. Somit kann eine Schülerfirma ein Ort des erfahrungsbasierten handlungsorientierten Lernens im Sinne des US-amerikanischen Pädagogen und Philosophen John Dewey (1859-1952) werden (vgl. Haarmann 2018b, S. 6 f.). Grundlegend für Deweys Pädagogik ist die Überzeugung, dass Demokratie eine Aufgabe der gesamten Gesellschaft ist und deshalb von den Menschen gelernt werden muss. In seinem wegweisenden Werk „Democracy and Education“ (Erstveröffentlichung 1916) brach er den abstrakten Begriff der Demokratie auf das tägliche Miteinander herunter und plädierte für eine an sozialer Praxis orientierten Demokratiebildung. Ein besonderes Anliegen war ihm dabei die Demokratisierung der Arbeitswelt. Statt Jugendliche in reaktive Lernformen einzupassen, forderte Dewey das Angebot praxisnaher Lernwelten, innerhalb derer sich Schüler\*innen in ihrer Selbst- und Mitbestimmungsfähigkeit üben (vgl. ebd.). Eine im Interesse der Lernenden organisierte Schülerfirma eröffnet zahlreiche Möglichkeiten eines entsprechend erfahrungsbasierten und handlungsorientierten Lernens. Denn sobald sich Lernende mit den vielfältigen In-

teressen auseinandersetzen, die in und an einem Unternehmen bestehen (vgl. oben), befinden sie sich häufig schon inmitten eines handlungsorientierten Demokratie-Lernens (vgl. ebd.). Schließlich stehen viele dieser Interessen in Zielkonflikten zueinander (z.B. das Gewinnprinzip und die Berücksichtigung sozialer und ökologischer Standards beim Einkauf von Vorprodukten) und verlangen vor dem Hintergrund der typischerweise heterogenen Positionierungen der Lernenden in „ihrer“ Schülerfirma Prozesse des Aushandelns sowie die Fähigkeit zum Kompromiss. Die Schülerfirma muss dafür über angemessene Entscheidungsstrukturen verfügen, was z.B. durch die Orientierung an der Rechtsform der Genossenschaft gelingen kann (vgl. 3.2).

### 3. Praktische Ansatzpunkte zur Verwirklichung einer Schülerfirma im Interesse der Lernenden

Um das für eine Schülerfirma im Interesse der Lernenden grundlegende didaktische Prinzip der Schülerorientierung zu verwirklichen, stellen sich zwei zentrale Aufgaben:

- (1) Die Schülerfirma muss (soweit schulrechtlich möglich) durch die Lernenden repräsentiert und gestaltet werden.
- (2) Jede Schülerin und jeder Schüler muss gleichermaßen in die Lage versetzt werden, ihre bzw. seine spezifischen Interessen zu identifizieren und diese in die Schülerfirma einzubringen.

Als praktische Ansatzpunkte haben sich dabei (1) ein selbst entwickeltes Pat\*innenmodell als Grundlage für die pädagogische und fachliche Begleitung der Schülerfirma sowie (2) eine im Rahmen der Publikationen elaborierte Orientierung an der Rechtsform der Genossenschaft als Grundlage für ein gleichberechtigtes Miteinander, in dem gleichermaßen ökonomische Ziele wie gesellschaftliche Verpflichtungen der Schülerfirma zur Sprache kommen, bewährt. Beide Ansatzpunkte werden im Folgenden knapp erläutert.

#### 3.1 Pat\*innen als pädagogische und fachliche Begleiter\*innen der Schülerfirma

Grundidee des im Rahmen des Konzepts einer Schülerfirma im Interesse der Lernenden entwickelten Pat\*innenmodells ist es, dass die Lernenden (soweit schulrechtlich möglich) eigenverantwortlich agieren und dabei von Lehrkräften, Eltern und anderen Personen aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen pädagogisch und fachlich begleitet werden (vgl. Haarmann 2018a, insb. S. 13 u. 2018b, S. 28 ff.). Das Pat\*innenmodell 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. Sinnvoll sind schulinterne und schulexterne Pat\*innen (vgl. ebd.).

Übertragen auf ein „richtiges“ Unternehmen verkörpern die Schüler\*innen diejenigen Anspruchsgruppen, die wirtschaftlich und sozial innerhalb des Unternehmens interagieren (= die internen Stakeholder). Weitere Ansprüche an die Schü-

lerfirma haben u.a. die Schulgemeinschaft, die Lieferanten, die Kunden und die ökologische und soziale Umwelt (= externe Stakeholder). Die Pat\*innen haben die Funktion, die Schülerfirma als Pädagog\*innen bzw. Expert\*innen 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.

Folgende Aufgabenbereiche von Pat\*innen lassen sich unterscheiden:

- *Pädagogische Begleitung*: Wie bei jedem Schulprojekt trägt mindestens eine Lehrkraft die pädagogische Verantwortung (vgl. Haarmann 2018b, S. 28). Weitere Pat\*innen aus der Lehrerschaft können sich z. B. darum kümmern, die Bezüge der Schülerfirma zu den verschiedenen Unterrichtsfächern im Blick behalten. Denn eine Schülerfirma kann vielfältige fachliche und interfachliche Zugänge eröffnen und bietet besondere Möglichkeiten, vermeintlich „trockene“ Lehrplanthemen bildungswirksam aufzugreifen (dazu ausführlich: ebd., S. 23 f.). Idealerweise übernimmt deshalb aus jeder Fachbereichskonferenz eine Lehrkraft ein Pat\*innenamt.
- *Begleitung der Schülerfirma durch Expert\*innen aus dem Arbeits- und Wirtschaftsleben* (vgl. ebd., 28 ff.): Neben Repräsentant\*innen der Arbeitgeberseite müssen gleichermaßen Vertreter\*innen der Arbeitnehmerperspektive als externe Ansprechpartner\*innen und Berater\*innen der Schülerfirma gewonnen werden (z.B. Mitglieder von Betriebs- oder Personalräten oder Gewerkschafter\*innen). Idealerweise finden sich im Patentreis außerdem Expert\*innen für gesellschaftliche Interessen an Unternehmen wieder (z.B. Menschen, die in Umweltschutzverbänden, NGOs oder Kirchen engagiert sind). Für die Begleitung von Expert\*innen aus dem Arbeits- und Wirtschaftsleben schlummert häufig in der Elternschaft eine große Expertise.
- *Die Peer-to-Peer-Begleitung* (vgl. ebd. S. 29 f.): Lernende höherer Jahrgänge oder pädagogisch ausgebildete Lernende wie Streitschlichter\*innen verfügen über für die Schülerfirma relevante Erfahrungen, die sie zu wichtigen Berater\*innen der Schülerfirma machen. Angehörige der Schülervvertretung können Verantwortung dafür übernehmen, dass sich die Schülerfirma als ein Projekt der ganzen Schülerschaft erweist.
- *Die Begleitung durch die Schulleitung* (vgl. ebd., S. 30): 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 stellt sicher, dass die Schülerfirma in Einklang mit dem Schulrecht arbeitet.

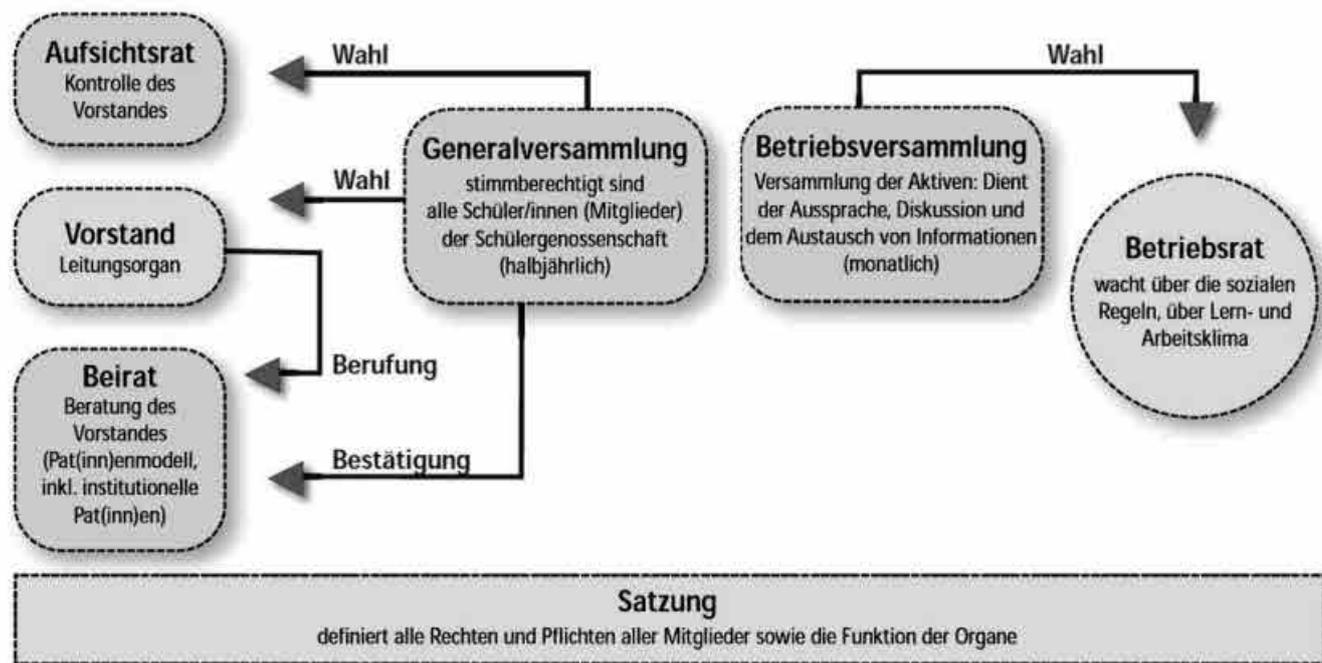


Abb. 1: Organe und Gremien einer an der Rechtsform der Genossenschaft orientierten Schülerfirma

Quelle: Haarmann 2018b, S. 42

- *Ergänzende institutionelle Patenschaften* mit Unternehmen, der Agentur für Arbeit oder Gewerkschaften können zum Ausgangspunkt werden, um regelmäßig Projektangebote wie Berufsorientierungstage anzubieten (vgl. Haarmann 2018b, S. 6 u. 41).

Pat\*innen sollten unbedingt mit der pädagogischen Zielvereinbarung der Schülerfirma vertraut gemacht werden. In den beiden Praxishilfen finden sich vielfältige Tipps, Pat\*innen für die Schülerfirma zu gewinnen und sie pädagogisch angemessen in die Arbeit der Schülerfirma einzubinden.

### 3.2 Die Schüler\*innengenossenschaft als „Rechtsform“ der Schülerfirma

Damit eine Schülerfirma langfristig Bestand hat, muss sie über klare organisatorische Strukturen verfügen (Haarmann 2018a, S. 20-39 u. 2018b, S. 35-46). Bei einer Schülerfirma im Interesse aller Lernenden steht dabei das Ziel im Vordergrund, dass möglichst allen Schüler\*innen ermöglicht wird, an ihr mitzuwirken und von ihr zu profitieren. Neben der Frage, wie die Schülerfirma in das Schulleben integriert wird, stellt sich die Frage der internen Organisation. Ebenso wie ein „richtiges“ Unternehmen benötigt eine Schülerfirma Organe und Gremien, denen ein bestimmter wirtschaftlicher oder sozialer Aufgabenbereich zugeordnet ist. Gemeinsam machen die Organe und Gremien die Schülerfirma wirtschaftlich und sozial handlungsfähig.

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. 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).

Ein großes Potenzial für eine an sozialen Werten orientierte und von allen Mitgliedern der Schulgemeinschaft getragene Schülerfirma bietet eine Orientierung an der 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 ihres Anteils.
- *Eine Genossenschaft* steht allen offen. Deshalb können z.B. auch die Mitarbeiter\*innen einer Genossenschaft Anteile an ihrem Unternehmen erwerben und sich so Mitbestimmungsrechte sichern, über die Mitarbeiter\*innen anderer Unternehmen nicht verfügen.

Zudem lernen Schüler\*innen in einer an der Genossenschaft orientierten Schülerfirma Organe kennen, die auch die Entscheidungsstrukturen von Unternehmen prägen, die z.B. als Aktiengesellschaft (AG) oder Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) organisiert sind. Eine Genossenschaft bezieht diese Organe aber auf die Wahrung sozialer, demokratischer und an Nachhaltigkeit orientierter Grundwerte. Auf diese Weise trägt eine an der Genossenschaft orientierte Schülerfirma dazu bei, dass die Lernenden entsprechende Ansprüche an die Wirtschafts- und Arbeitswelt entwickeln können – (Markt)Wirtschaft wird so nicht neben, sondern mit der sozialen Demokratie gedacht. Nicht umsonst wurde diese unternehmerische Rechtsform durch die UNESCO zu einem immateriellen Kulturerbe der Menschheit erklärt (vgl. Haarmann 2018a, S. 22 u. 2018b, S. 39).

Eine Orientierung an der Genossenschaftsidee ermöglicht es, eine Schülerfirma gleichermaßen arbeitsweltnah wie nach demokratischen und sozialen Prinzipien aufzubauen. Als in der Praxis tragfähig hat sich dabei die mit Abbildung 1 dargestellte Struktur erwiesen, die an den realen Handlungs- und Entscheidungsstrukturen einer Genossenschaft orientiert ist.

Ob und mit welcher Personenzahl die einzelnen Organe und Gremien besetzt werden, hängt auch von der Zahl der beteiligten Schüler\*innen ab. 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. Der „Genossenschaftsverband – Verband der Regionen e.V.“ bietet in Zusammenarbeit mit regionalen Genossenschaftsverbänden in mehreren Bundesländern an, die Gründung von Schüler\*innengenossenschaften zu begleiten. 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 Schüler\*innengenossenschaftsregister.

#### 4. Ausblick: Die beiden Praxishilfen für Schülerfirmen im Interesse der Lernenden

Das Projektheft zum Aufbau und zur Arbeit einer Schülerfirma im Interesse der Lernenden und das darauf abgestimmte pädagogische Begleitheft (Haarmann 2018a und b) bieten von der Bildung einer Initiativgruppe zur Schülerfirmengründung über den Aufbau von Handlungs- und Entscheidungsstrukturen, die die Interessenvielfalt in und an Unternehmen widerspiegeln, bis hin zur pädagogischen Begleitung der praktischen Arbeit der Schülerfirma vielfältige Ideen und Hilfen, um das vorgestellte didaktische Konzept im Schullalltag zu verwirklichen und zu etablieren.

Rückmeldungen an den Autor zur didaktischen Konzeption und zu praktischen Erfahrungen mit ihrer Umsetzung sind jederzeit willkommen.

#### Literatur

- Engartner, Tim / Krisanthan, Balsundaram (2013): Ökonomische Bildung im sozialwissenschaftlichen Kontext – oder: Aspekte eines Konzepts sozio-ökonomischer Bildung, in: Gesellschaft – Wirtschaft – Politik Nr. 2/2013, S. 243-256
- Famulla, Gerd-E., et al. (2011): Bessere ökonomische Bildung: problemorientiert, pluralistisch, multidisziplinär, in: Aus Politik und Zeitgeschichte Nr. 12/2011, S. 48-54
- Haarmann, Moritz Peter (2014): Sozioökonomische Bildung. Ökonomische Bildung unter der Zielperspektive der Mündigkeit, in: Fischer, Andreas / Zurstrassen, Bettina (Hrsg.): Sozioökonomische Bildung, Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, S. 206-222
- Haarmann, Moritz Peter (2018a): Die mitbestimmte Schülerfirma – demokratisch und nachhaltig wirtschaften. Düsseldorf: Hans-Böckler-Stiftung. Online kostenlos abrufbar unter: [www.boeckler.de/pdf/schule\\_ah\\_schuelerfirma\\_2018.pdf](http://www.boeckler.de/pdf/schule_ah_schuelerfirma_2018.pdf); 21.5.2020
- Haarmann, Moritz Peter (2018b): Gute Schülerfirmen: Demokratisch, sozial und ökologisch. Ein Leitfaden für Lehrkräfte, Eltern und betriebliche Interessenvertretungen. Frankfurt/M. u. Saarbrücken: GEW-Vorstand, IG Metall-Vorstand u. Arbeitskammer des Saarlandes. Online kostenlos abrufbar unter: [www.gew.de/index.php?eID=dumpFile&t=f&f=66244&token=a94eedcb4cf1743312bfb47aaeddf95f37c35d7&sdowndload=&n=GEW17\\_Broschu\\_\\_re\\_Schu\\_\\_lerfirma\\_WEB.pdf](http://www.gew.de/index.php?eID=dumpFile&t=f&f=66244&token=a94eedcb4cf1743312bfb47aaeddf95f37c35d7&sdowndload=&n=GEW17_Broschu__re_Schu__lerfirma_WEB.pdf); 21.5.2019
- Haseloff, Reiner (2007): Beitrag der Landespolitik zur unternehmerischen Selbsttätigkeit, in: Bader, Reinhard / Keiser, Gerd / Unger, Tim (Hrsg.): Entwicklung unternehmerischer Kompetenz in der Berufsbildung. Hintergründe, Ziele und Prozesse berufspädagogischen Handelns. Bielefeld: Bertelsmann, S. 30-39
- Institut der deutschen Wirtschaft Köln (2019): IW JUNIOR. Das große Jubiläumsjahr! Tätigkeitsbericht 2018/2019 ([www.junior-programme.de/fileadmin/user\\_upload/iw\\_junior\\_allgemein/Bundesweit/Taetigkeitsbericht/2018-19/IW\\_JUNIOR\\_Taetigkeitsbericht\\_2018-2019\\_gross.pdf](http://www.junior-programme.de/fileadmin/user_upload/iw_junior_allgemein/Bundesweit/Taetigkeitsbericht/2018-19/IW_JUNIOR_Taetigkeitsbericht_2018-2019_gross.pdf); 15.5.2020)
- Kirchner, Vera / Loerwald, Dirk (2014): Entrepreneurship in der ökonomischen Bildung – eine fachdidaktische Konzeption für den Wirtschaftsunterricht, Hamburg: Joachim Herz Stiftung
- Kultusministerkonferenz (2008): Wirtschaftliche Bildung an allgemein bildenden Schulen. Bericht der Kultusministerkonferenz vom 19.10.2001 in der Fassung vom 27.6.2008 ([www.kmk.org/fileadmin/veroeffentlichungen\\_beschluesse/2001/2001\\_10\\_19-Wirtschaftliche-Bildung-allg-Schulen.pdf](http://www.kmk.org/fileadmin/veroeffentlichungen_beschluesse/2001/2001_10_19-Wirtschaftliche-Bildung-allg-Schulen.pdf); 21.5.2020)
- Kultusministerkonferenz (2018): Demokratie als Ziel, Gegenstand und Praxis historisch-politischer Bildung und Erziehung in der Schule. Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 6.3.2009 in der Fassung vom 11.10.2018 ([www.kmk.org/fileadmin/Dateien/veroeffentlichungen\\_beschluesse/2009/2009\\_03\\_06-Staerkung\\_Demokratieerziehung.pdf](http://www.kmk.org/fileadmin/Dateien/veroeffentlichungen_beschluesse/2009/2009_03_06-Staerkung_Demokratieerziehung.pdf); 21.5.2020).
- Retzmann, Thomas / Schröder, Karsten (2012): Der Beitrag von Schülerunternehmen zur Entrepreneurship-Education. Eine fachdidaktische Analyse der Möglichkeiten und Grenzen, in: Retzmann, Thomas (Hrsg.): Entrepreneurship und Arbeitnehmerorientierung. Leitbilder und Konzepte für die ökonomische Bildung in der Schule, Schwalbach/Ts.: Wochenschau-Verlag, S. 168-182
- Tramm, Tade / Gramlinger, Franz (2006): Lernfirmenarbeit als Instrument zur Förderung beruflicher und personaler Selbständigkeit. Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis ([www.bwpat.de/ausgabe10/tramm\\_gramlinger\\_bwpat10.pdf](http://www.bwpat.de/ausgabe10/tramm_gramlinger_bwpat10.pdf); 21.5.2020).

**Moritz Peter Haarmann** ist Gastprofessor für Politikdidaktik an der Leuphana Universität Lüneburg. Ein Arbeitsschwerpunkt von ihm liegt in der sozioökonomischen Bildung. Kontakt: [m-p.haarmann@ipw.uni-hannover.de](mailto:m-p.haarmann@ipw.uni-hannover.de)