

Felix Hienzsch

Abenteuer Schülerfirma – Von der ersten Idee in die Schieflage und zur Problemlösung

Anhand des fiktiven Gründungszenarios einer Schülerfirma können die Lernenden elementare Probleme und Prozesse der Unternehmensgründung entdecken. Dieser Kontext eignet sich besonders aufgrund von dessen Anschlussfähigkeit an die Lebenswelt der Lernenden sowie für die Problematisierung eines Gründungszenarios. Weiterhin stellen Schülerfirmen reduzierte Nachbildungen realer Unternehmen dar. Dem Gegenstand selbst liegt somit schon eine inhärente didaktische Reduktion zugrunde, die deshalb für die Behandlung von Unternehmensgründungsprozessen mit jüngeren Lerngruppen besonders geeignet ist. Das Unterrichtsvorhaben eignet sich ab der achten Klasse und dauert ca. fünf Unterrichtsstunden.

1. Fachlicher Hintergrund

Zukünftige Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer müssen sich einerseits am neuen Leitbild eines Entrepreneurs orientieren und dabei andererseits ihre individuellen Interessen als Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer im Blick behalten können. Entrepreneurship Education setzt ein unternehmerisches Denken und Handeln aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in allen Abteilungen eines Unternehmens voraus. Hierüber hinausgehend kommt es zunehmend zu einer konzeptionellen Öffnung hin zu einer Berücksichtigung der gesellschaftlichen Einbettung unternehmerischen Handelns. Zur Anbahnung einer hinreichenden Problemlösungskompetenz ist es notwendig, nicht nur die ökonomische Bildung der Lernenden im Hinblick auf ihre spätere Beschäftigungsfähigkeit zu fördern, sondern auch deren gesellschaftliche Partizipationsfähigkeit im Sinne mündiger Wirtschaftsbürgerinnen und -bürger weiterzuentwickeln (Vieth 2022, S. 82). Um eine solche Problemlösungskompetenz anbahnen zu können, sollen im Rahmen des Ansatzes einer Entrepreneurship Education deshalb insgesamt Kreativität, Eigeninitiative, Ambiguitätstoleranz sowie gleichermaßen auch eine Partizipationsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft gefördert werden (Forcher-Mayr 2022, S. 1; Retzmann / Seeber 2019, S. 153).

2. Didaktische Überlegungen

Der Kontext der fiktiven Schülerfirma TopShirt, die Pullover und T-Shirts mit eigenen innovativen Designs bedrucken und vermarkten möchte, bietet sich als Lerngegenstand an, da den Lernenden Wege, Chancen und Risiken der unternehmerischen Selbstständigkeit adressatenorientiert sowie erfahrungsbasiert im Sinne der Entrepreneurship Education aufgezeigt werden kann (vgl. Mittelstädt / Wiepcke 2013, S. 10–35). Das Unterrichtsvorhaben zeichnet sich vor allem durch das fachdidaktische Prinzip des exemplarischen Lernens aus und ist derart strukturiert, dass entlang des Fallbeispiels verallgemeinerbare Erkenntnisse über die Gründung, den Aufbau, Unternehmens- bzw. Finanzierungsformen, die Führung

sowie die Arbeitsweisen von Unternehmen gewonnen werden können (vgl. Reinhardt 2012, 123 f.). Hierdurch kann das im Sinne der Entrepreneurship Education personensorientierte Fallbeispiel für die Schülerinnen und Schüler als lebensnah und subjektiv bedeutsam empfunden werden. Dieser Eindruck soll durch die dialogische bzw. narrative Form der Unterrichtsmaterialien verstärkt werden, sodass durch die wiederkehrende Begegnung mit den beiden Protagonisten Anna und Karim eine „Beziehung“ angebahnt werden kann (vgl. Juchler 2022, S. 476; Retzmann / Seeber 2019, S. 154).

Da für das angebotene Unterrichtskonzept keinerlei Vorkenntnisse erforderlich sind, sollte das Material ab der achten Klasse, aber auch in jüngeren Klassen einsetzbar sein. Für die gesamte Unterrichtsreihe werden insgesamt fünf Unterrichtsstunden benötigt.

Tabelle 1: Übersicht zum Unterrichtsvorhaben

Reihentitel: Abenteuer Schülerfirma – Von der ersten Idee in die Schieflage und zur Problemlösung		
Stunde	Thema/ Lerngegenstand	Kompetenzprogression
1-2	Abenteuer Schülerfirma: Eine Idee wird geboren	Die Lernenden erläutern anhand des Kontexts der Schülerfirma grundlegende ökonomische Fachbegriffe, ermitteln Beziehungen zwischen diesen Begriffen und vergleichen aspektorientiert Schülerfirmen mit externen Unternehmen (Sach- und Methodenkompetenz).
3	Abenteuer Schülerfirma: Schüler-GmbH oder Schüler-AG?	Die Lernenden stellen die Merkmale der (Schüler-)GmbH und der (Schüler-)AG dar und vergleichen beide Unternehmensformen hinsichtlich ihrer finanziellen Risiken für die Inhaber (Sach- und Methodenkompetenz).

4	Abenteuer Schülerfirma: Aufbau betrieblicher Strukturen	Die Lernenden entwerfen ein Organigramm, in dem die Arbeit in der Schülerfirma in einzelne Abteilungen mit jeweils spezifischen Aufgabenbereichen untergliedert wird (Sach-, Methoden- und Handlungskompetenz).
5	Abenteuer Schülerfirma: Unternehmen in der Schiefelage	Die Lernenden berechnen die Stückgewinne und -kosten der Schülerfirma, beschreiben exemplarisch den Unterschied zwischen Fixkosten und variablen Kosten, entwickeln Maßnahmen zur Krisenbewältigung und problematisieren potenzielle Auswirkungen auf die Nachfrage (Sach-, Methoden- und Urteilskompetenz).

3. Einsatz des Materials im Unterricht

In den ersten beiden Unterrichtsstunden erfolgt die fiktive Gründung der Schülerfirma TopShirt durch die späteren Geschäftsführer Anna und Karim (M1). Die Lernenden erläutern anhand des Kontexts grundlegende ökonomische Fachbegriffe, ermitteln Beziehungen zwischen diesen Begriffen und vergleichen Schülerfirmen mit externen Unternehmen.

In den beiden nachfolgenden Unterrichtsstunden wird die Unternehmensform der Schülerfirma gewählt. Hierzu wurde die Entscheidung didaktisch auf eine Schüler-GmbH oder eine -AG beschränkt. Die Lernenden stellen deren Merkmale dar und vergleichen beide Unternehmensformen kriterienorientiert miteinander (M2). Anschließend kann der Aufbau betrieblicher Strukturen in Form unterschiedlicher Abteilungen entdeckt werden. Die Lernenden entwerfen hierzu auf der Basis von M3 ein Organigramm und weisen den jeweiligen Abteilungen spezifische Aufgabenbereiche zu.

In der folgenden Einzelstunde gerät die Schülerfirma in eine Schiefelage, da die Schülerfirma Verluste macht (M4.1). Im Rahmen dieser Einzelstunde wird somit eine prototypische unternehmerische Krisensituation simuliert. Um potenzielle Ursachen dieser unternehmerischen Schiefelage eruieren zu können, müssen anhand von M4.2 Erlöse, Stückkosten und -gewinne sowie der Gesamtgewinn ermittelt werden. Hierdurch können die Lernenden entdecken, dass die Schülerfirma TopShirt ihre Fixkosten nicht decken kann, da sie sowohl ihre Pullover als auch ihre T-Shirts zu günstig verkauft. Aus didaktischen Gründen wird somit auf eine distributionspolitische Analyse weitgehend verzichtet. Im Kontext einer Schülerfirma ist dies auch insofern delikater, als dass der Einsatz von Marketing-Mix-Instrumenten innerhalb einer Schulgemeinschaft im Hinblick auf dessen Funktion als didaktischem Schonraum nicht unproblematisch ist. Auf der Grundlage der Materialien M4.1 und M4.2 können dennoch potenzielle Konsequenzen sowie ihre Risiken in Bezug auf deren Auswirkungen auf die Nachfrage diskutiert werden. Im Zuge einer abschließenden Strategieentwicklung mithilfe der dritten Teilaufgabe kann das Problem einer eingeschränkt steigerbaren Nachfrage – auch, aber nicht nur – aufgrund des pädagogischen Zwecks einer Schülerfirma

im Unterricht thematisiert werden. Eine weitere Option neben der Nachfragersteigerung mittels Werbung könnte in einer Preissteigerung bestehen. Diesbezüglich sollten im Unterricht Rückkopplungseffekte auf die Nachfrage diskutiert werden.

4. Erwartungshorizont

M1, Aufgabe 1:

Die Mitschülerinnen und Mitschüler können im Rahmen einer Schülerfirma erste Erfahrungen im Hinblick auf den Aufbau, die Funktionsweise sowie das Management eines relativ einfach aufgebauten Unternehmens sammeln.

M1, Aufgabe 2:

Bedürfnis	Kundenorientierung	Gewinnorientierung
Erzeugung von Bedürfnissen, Güterknappheit und Bereitstellung von Gütern durch die Schülerfirma	Angebot derjenigen Waren, die von potentiellen Kundinnen und Kunden (Mitschülerinnen und Mitschülern) tatsächlich auch gekauft werden könnten.	Angebot derjenigen Waren, mit denen ein Unternehmen (Schülerfirma) auch einen Gewinn erzielen könnte.

M1, Aufgabe 3:

Vergleichskriterien	Schülerfirma	Externes Unternehmen
Ziele	Gewinnorientierung Pädagogischer Zweck	Gewinnorientierung
Risiken für die Inhaber	Geringes Risiko für die Inhaber	Hohes Risiko
Rechtsfähigkeit der Inhaber	Beschränkte Rechtsfähigkeit (minderjährige Inhaber; Zustimmung Schulleitung / Bevollmächtigte)	Volle Rechtsfähigkeit

M2, Aufgabe 1:

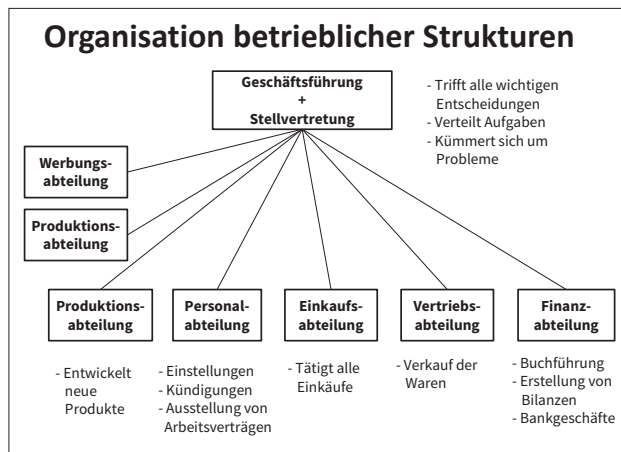
Schüler-GmbH	Schüler-Aktiengesellschaft
<ul style="list-style-type: none"> Startkapital: Fester Beitrag aller Gesellschafterinnen und Gesellschafter „Gesellschaft mit beschränkter Haftung“: Schutz von Privatbesitz Höhe des Startkapitals: Schriftlich im Gesellschaftsvertrag festgehalten Bestimmung eines Geschäftsführenden Regelmäßige Gesellschafterversammlungen 	<ul style="list-style-type: none"> Startkapital: Verkauf von Aktien Gesellschaftsvertrag legt Höhe des Startkapitals fest Interessen von Aktionärinnen und Aktionären (Gewinnbeteiligung) AG-Vorstand wählt Geschäftsführer

M2, Aufgabe 2:

- (Schüler-)GmbH: Insolvenz führt nur zum Verlust aller eingezahlten Beiträge
- (Schüler-)AG: Weitere Beiträge zum Startkapital durch Aktionärinnen und Aktionäre. Einerseits wird das individuelle finanzielle Risiko stärker verteilt, andererseits müssen die Aktionärinnen und Aktionäre am Gewinn beteiligt werden.

M2, Aufgabe 3: individuelle Schülerlösung

M3, Aufgaben 1/2:



Quelle: Eigene Darstellung

<p>M4.1, Aufgabe 1</p> <p>Erlös (Pullover): 195 €</p> <p>Erlös (T-Shirt): 250 €</p> <p>Gesamterlös: 445 €</p>	<p>M4.1, Aufgabe 2</p> <p>$K_{var}(\text{Pullover}) = 2 € + 0,7 € + 0,2 € + 0,1 € + 10 € + 1 € = 14 €$</p> <p>$K_{var}(\text{T-Shirt}) = 1,5 € + 0,5 € + 0,2 € + 0,1 € + 6,5 € + 1 € = 9,8 €$</p> <p>$G_{gesamt} = G_{stück}(\text{Pullover}) \times \text{Menge}(\text{Pullover}) + G_{stück}(\text{T-Shirt}) \times \text{Menge}(\text{T-Shirt}) - K_{fix}$</p> <p>$= 1 \times 13 € + 0,2 \times 25 € - 40 € = -22 €$</p>
<p>M4.1, Aufgabe 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verlust pro Pullover von 1 € - Gewinn pro T-Shirt von 0,2 € - Potentielle Maßnahmen: Kostenreduktion, Qualitätsänderung, Preiserhöhung, Werbung 	<p>Zusatzaufgabe:</p> <p>Notwendige Reduktion des Einkaufspreises: 0,88 €</p> <p>Neuer Einkaufspreis 5,62 €</p>

Literatur

Forcher-Mayr, Matthias (2022): Entrepreneurship Education im geographischen, sozialwissenschaftlichen und wirtschaftlichen Unterricht. Ein Critical Capability Ansatz aus der Mehrheitswelt, in: GW-Unterricht 165, S. 5–22

Juchler, Ingo (2022): Mit narrativen Medien lernen: Biografie, Belleristik, Musik, Spielfilm, in: Sander, Wolfgang / Pohl, Kerstin (Hrsg.): Handbuch politische Bildung, Frankfurt/M.: WOCHENSCHAU Verlag, S. 476–483

Mittelstädt, Ewald / Wiepcke, Claudia (2013): Einführung Gründungserziehung, in: König, Hannes / Hilbert, Bernd / Mittelstädt, Ewald (Hrsg.): Die Schülerfirma. Didaktischer Leitfaden zur Existenzgründung, Schwalbach/Ts.: WOCHENSCHAU Verlag, S. 10–35

Reinhardt, Sibylle (2012): Politikdidaktik. Praxishandbuch für die Sekundarstufe I und II (4., überarbeitete Neuauflage), Berlin: Cornelsen Verlag

Retzmann, Thomas / Seeber, Günther (2019): Kompetenzentwicklung in der ökonomischen Domäne als Beitrag zur Entrepreneurship Education, in: Bijedić, Teita / Ebbers, Ilona / Halbfas, Brigitte (Hrsg.). Entrepreneurship Education. Begriff – Theorie – Verständnis, Wiesbaden: Springer Gabler, S. 151–169

Vieth, Laura Gianna (2022): Unternehmerische Entscheidungslogik in der Entrepreneurship Education. Diagnostik von Effectuation in erfahrungsbasierten Lernarrangement, in: Mittelstädt, Ewald / Wiepcke, Claudia (Hrsg.): Wirtschaftswissenschaft und Ökonomische Bildung. Wiesbaden: Springer Gabler

5. Übersicht über die Materialien

Abenteuer Schülerfirma – Von der ersten Idee in die Schieflage und zur Problemlösung		
Arbeitsblätter	Titel	
AB1: M1	Abenteuer Schülerfirma: Eine Idee wird geboren	Printversion / Download
AB2: M2	Abenteuer Schülerfirma: Schüler-GmbH oder Schüler-AG?	Download
AB3: M3	Abenteuer Schülerfirma: Aufbau betrieblicher Strukturen	Download
AB4: M4.1	Abenteuer Schülerfirma: Unternehmen in der Schieflage	Download
AB4: M4.2	Kostenübersicht aller Abteilungen	Download

Felix Hienzsch unterrichtet Chemie und Sozialwissenschaften am Clara-Schumann-Gymnasium in Bonn und erforscht am Lehrstuhl Sozialwissenschaften mit dem Schwerpunkt ökonomische Bildung der Universität zu Köln die Funktionsweise und Reflexion von Planspielen in den verschiedenen Fachbereichen der Sozialwissenschaften. Kontakt: fhienzsch@clara-online.de

Material

Arbeitsblatt AB1

M1 Abenteuer Schülerfirma: Eine Idee wird geboren

Anna und Karim gehen gemeinsam in die 8. Klasse. An einem warmen Sommermorgen schlendern sie gegen 8 Uhr langsam über den Pausenhof.



Anna: „Schickes T-Shirt Karim.“



Karim: „Ja danke, habe ich selbst gemacht.“

Anna: „Das hast du aber richtig schön hinbekommen. Wie geht denn das?“

Karim: „Das kann man mit dem Siebdruck ganz leicht zuhause machen.“

Anna: „So wie das aussieht, könntest du damit eine Menge Geld verdienen. Ich könnte mir vorstellen, dass auch andere gerne so ein T-Shirt hätten.“

Karim: „Die Idee ist super. Lass uns doch mal gemeinsam überlegen. In der Schule meiner Schwester haben sie auch eine Schülerfirma gegründet, in der sie alte CDs recyceln, indem sie daraus neue Produkte basteln. Dabei haben sich mehrere Schülerinnen und Schüler zusammengeschlossen und ein eigenes Unternehmen gegründet.“

Anna: „Das wäre super, wenn wir hier auch eine eigene Schülerfirma betreiben könnten. Aber ist so eine Unternehmensgründung nicht viel zu teuer?“

Karim: „Ich weiß auch nicht, wie sie dieses Problem gelöst haben, aber die Produkte scheinen bei den Mitschülerinnen und Mitschülern wohl ganz gut anzukommen und Gewinne konnten sie auch schon damit erzielen ...“

Quelle: Autorentext

Bildquellen:

Karim: <https://pixabay.com/de/photos/junge-jugendlicher-teenager-jugend-2119178/> (16.9.2022)

Anna: <https://www.pexels.com/photo/woman-wearing-black-blazer-388517/> (16.9.2022)

Aufgaben

1. Stelle dar, warum Schülerfirmen innerhalb von Schulen gegründet werden könnten.
2. Erläutere anhand des Beispiels der Schülerfirma die folgenden Begriffe: Bedürfnis, Kundenorientierung und Gewinnorientierung.
3. Vergleiche, worin sich Schülerfirmen von externen Unternehmen in Bezug auf ihre Ziele, mögliche Risiken sowie die Rechtsfähigkeit ihrer Inhaberinnen und Inhaber unterscheiden könnten. Erstelle hierzu eine Tabelle.