

Fit für die Globalisierung?

Internationale Netzwerke von Schülerfirmen

Von Marion Huchtermann

Mehr denn je ist es in der heutigen Zeit notwendig, ökonomische Zusammenhänge zu begreifen, um auch die komplexen Vorgänge in unserer Gesellschaft erkennen und verstehen zu können. Dies gilt umso mehr, als die Technisierung der Arbeitswelt und das Vordringen der Informationstechnologien in alle Bereiche des Lebens mit ungeheurer Geschwindigkeit voranschreiten – genauso wie die sich ausweitende Internationalisierung und Globalisierung der Wirtschaft. Kenntnisse über die Grundlagen der Sozialen Marktwirtschaft und Einblicke in die Wirtschafts- und Arbeitswelt helfen beim Verständnis dieser Zusammenhänge, sind aber häufig genug nicht Bestandteil des täglichen Unterrichts in Schulen. Ökonomische Themen wie Internationalisierung werden von Schülerinnen und Schülern aber häufig als abstrakt, theoretisch und demnach schwer verständlich, mit wenig Bezug zu ihrer Lebens- und Erfahrungswelt empfunden.

Vorhandene Beschäftigungsprobleme lassen sich langfristig nur durch den Aufbau neuer Arbeitsplätze in den Griff bekommen, die vor allem im Bereich der kleineren und mittleren Unternehmen geschaffen werden müssen. Viele Existenzgründer können bereits im ersten Jahr zusätzliche Arbeitsplätze in ihrem neu entstandenen Unternehmen einrichten. So schafft z. B. in Deutschland jede erfolgreiche Existenzgründung im Schnitt vier neue Arbeitsplätze. Voraussetzung für Existenzgründungen ist nicht nur das notwendige Fachwissen, sondern auch eine entsprechende Einstellung. Um mehr Menschen – vor allem auch junge Menschen – zu motivieren, Unternehmensgründer zu werden, gilt es, diese Einstellungen „in den Köpfen“ zu fördern. „Unternehmerische Tugenden“ wie Risikobereitschaft, Initiative und Selbständigkeit müssen gefördert und die unternehmerische Selbständigkeit als echte Alternative für eine erfüllte berufliche Laufbahn aufgezeigt werden.

Außerdem wird sich die bis noch vor wenigen Jahren vorherrschende Situation, nach Abschluss der Ausbildung weitgehend in seinem einmal erlernten Beruf – und vielleicht sogar noch im Ausbildungsbetrieb – tätig zu bleiben, weiter verändern. Der rasche technische und wirtschaftliche Wandel wird dazu führen,

dass sich im Laufe eines Arbeitslebens Phasen von Tätigkeiten in einem Unternehmen sich abwechseln und ergänzen mit Phasen von Weiterqualifizierung und Um- oder Neuorientierung. Man geht heute davon aus, dass im Arbeitsleben künftig drei- bis sechsmal ein solcher Wechsel erfolgen wird. Die moderne Arbeitswelt verlangt in Zukunft mehr denn je auch von den abhängig Beschäftigten Eigenverantwortung und selbstständiges Handeln. Dies erfordert vom Einzelnen ein großes Maß an Selbständigkeit und Eigeninitiative bis hin zu unternehmerischem Denken und Handeln. Die Grundlagen dafür können bereits in der Schule gelegt werden. Die Schulen können und müssen bei der Vermittlung der notwendigen Kompetenzen sowie der Sensibilisierung für wirtschaftliche Themen und unternehmerisches Denken mitwirken.

Die europäische und internationale Dimension der Wirtschaft und des Bildungswesens und die Vorbereitung der Schüler/innen auf eine internationale Wirtschafts-, Bildungs- und Kulturgemeinschaft sollte in der Schule noch stärkere Berücksichtigung finden. Dazu können grundsätzlich alle Fächer der Schule einen Beitrag leisten, indem mehr „europäische Themen“ im Unterricht behandelt werden. Zentrale Bedeutung haben auch die Sprachen. Sprachkenntnisse und damit verbunden interkulturelle Kompetenz sind wichtige Grundlagen für Erfolg, wenn es um die Chancen der Globalisierung geht.

Neben dem quantitativen und qualitativen Ausbau des Fremdsprachenunterrichtes (Verbesserungen im allgemein- und berufssprachlichen Raum) bestehen weitere Möglichkeiten, im direkten Kontakt Sprachkompetenzen zu fördern: Eine Intensivierung des Schüler- und auch Lehreraustausches, mehr gemeinsame Projekte, „international agierende“ Schülerfirmen oder grenzüberschreitende Kooperationen und Partnerschaften von Schulen untereinander sorgen dafür, andere Länder und deren Sprache, Kulturen und Gegebenheiten kennen zu lernen.

Wichtig für die Jugendlichen ist eine „erlebte Dimension“ der Internationalisierung, die durch individuellen Austausch und konkrete Begegnung geprägt ist. Interkulturelle Kompetenz gewinnt man, indem man unterschiedliche kulturspezifische Verhaltensformen ken-



Marion Huchtermann, M.A. ist am Institut der deutschen Wirtschaft Köln tätig, wo sie das Projekt JUNIOR leitet. Außerdem ist sie Geschäftsführerin der Bundesarbeitsgemeinschaft Schule Wirtschaft.

nen lernt. Die unmittelbare Erfahrbarkeit, der direkte Gedankenaustausch mit Gleichaltrigen aus anderen Ländern steht für Jugendliche im Vordergrund.

Ein ideales Lernfeld

Schülerfirmen bieten in idealer Weise die Möglichkeit, diese verschiedenen Dimensionen „ökonomische Bildung/unternehmerisches Denken und Handeln/Schlüsselqualifikationen“ zum einen und durch internationale Verflechtungen in Netzwerken zum anderen „Internationalisierung und Globalisierung/interkulturelles Verständnis/Spracherwerb“ zu verbinden. Schülerfirmen sind ein ideales Lernfeld, um sich wirtschaftliche Kenntnisse zu erarbeiten und besser zu verstehen. Schüler/innen erwerben überfachliche Kompetenzen und werden in ihrer Berufswahlentscheidung zielstrebi-ger.

Grundsätzlich lernen die Schüler/innen – und auch die betreuenden Lehrer/innen – wirtschaftliche Zusammenhänge und die Bedingungen für unternehmerische Entscheidungen kennen, unternehmerisches Denken und Handeln wird angeregt und gefördert.

Durch ihre vielfältigen Tätigkeiten im Rahmen eines Schülerunternehmens werden Schüler/innen und Lehrer/innen für das Thema berufliche/unternehmerische Selbständigkeit sensibilisiert. Sie erhalten einen sehr differenzierten Einblick in das Aufgabenfeld eines Unternehmers und erfahren, welche Chancen und auch Risiken das Unternehmertum bietet.

Durch den direkten Bezug zur wirtschaftlichen Praxis erleben die Schüler/innen den unternehmerischen Alltag sehr authentisch. Diese persönlichen Erfahrungen führen dazu, dass Vorurteile gegenüber Unternehmern abgebaut werden und den Schülerinnen und Schülern der unmittelbare Zugang zum Arbeitsmarkt erleichtert wird. Schülerfirmen bieten den Jugendlichen so eine Orientierungshilfe für ihr eigenes späteres Erwerbsleben und zeigt ihnen die unternehmerische Selbständigkeit als eine attraktive Berufsperspektive und Alternative zur abhängigen Beschäftigung.

Schlüsselqualifikationen wie Selbstständigkeit, Eigeninitiative, Verantwortungsbewusstsein und Teamfähigkeit von Jugendlichen werden ebenfalls gefördert.

Durch die verschiedenen Abstimmungs- und Entscheidungsprozesse und das praktische Handeln in der Gruppe werden die Kommunikations- und die Teamfähigkeit junger Menschen entwickelt. Somit werden die Teilnehmer auf die differenzierten Anforderungen des heutigen Erwerbslebens vorbereitet.

Im späteren Berufsleben notwendige Kenntnisse, Fähigkeiten und Qualifikationen werden bereits in einem frühen Stadium in idealer Weise gefördert.

Internationale Netzwerke und Aktivitäten

Die Idee, Jugendliche an ihrer Schule Schüler- bzw. Miniunternehmen gründen zu lassen, hat in vielen europäischen Ländern schon Tradition.

In Großbritannien, Belgien und Schweden haben Schüler/innen schon seit Mitte der sechziger Jahre die Möglichkeit, im Rahmen eines Miniunternehmens real am Markt zu agieren. Europaweit sind Miniunternehmen im „company-programme“ der Föderation Young Enterprise Europe (YEE), einem gemeinnützigen Bildungsverband mit offiziellem Sitz in Brüssel, zusammengeschlossen. Ihren Ursprung nahm die Föderation im Jahr 1962 mit der Gründung erster Miniunternehmen in Großbritannien. Nach und nach verbreitete sich die Idee auch in den anderen europäischen Ländern. 1990 schlossen sich die Projektträgerorganisationen aus Großbritannien, Belgien, Irland, Schweden, Malta und den Niederlanden zusammen und gründeten die Föderation.

Mittlerweile haben sich Landesgesellschaften aus Dänemark, Deutschland, Estland, Frankreich, Finnland, Israel, Italien, Lettland, Norwegen, Polen, Österreich, Russland, Schweiz, Ungarn angeschlossen. Die Projekte in den verschiedenen Ländern laufen dabei nach einem grundsätzlich einheitlichen, aber auf die jeweiligen Landesgegebenheiten zugeschnittenen Konzept ab. Seit 1990 haben europaweit knapp eine halbe Million Schüler/innen an dem „company-programme“ teilgenommen.

Seit 1997 ist JUNIOR, das Projekt des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln, als Young Enterprise Germany Mitglied in der Föderation. Deutsche Miniunternehmen haben seitdem Gelegenheit, auf vielfältige Art und Weise mit ihren Altersgenossen in anderen Ländern in Kontakt zu treten.

Von Young Enterprise Europe wird jeweils eine Institution pro Land als Mitglied anerkannt, die das Konzept verbreiten kann. Im Schuljahr 2000/2001 waren europaweit insgesamt mehr als 100.000 Schüler/innen mit fast 9.000 Miniunternehmen aktiv.

Wettbewerbe und Messen

Auf europäischer Ebene werden jährliche Treffen, Messen und Wettbewerbe durchgeführt. Als wichtigste gemeinsame Veranstaltung findet jedes Jahr im August der europäische Wettbewerb der besten Miniunternehmen statt. Für

diesen Wettbewerb nominieren die einzelnen Länder die Sieger der jeweiligen Länderwettbewerbe. Beurteilt werden von den Schülerunternehmen erstellte Geschäftsberichte der Unternehmen, ein von den Schülerinnen und Schülern gestalteter Ausstellungsstand, Interviews mit der Jury sowie eine Unternehmenspräsentation. Dies sind nicht die einzigen Hürden, die die Schüler/innen zu überwinden haben:

Im internationalen Geschäftsleben wird Englisch gesprochen – daran müssen sich alle Nachwuchsunternehmen aus den verschiedenen Ländern halten.

Jeweils im März oder April wird die europäische Messe der Miniunternehmen (International Trade Fair) durchgeführt (z.B. 1999 in Dublin, 2000 auf Malta, 2001 in Stavanger, Norwegen). Die teilnehmenden Schülerunternehmen können mehrere Tage untereinander Handel treiben, ihr Unternehmen der Öffentlichkeit des Gastlandes vorstellen und ihre Produkte vertreiben.

Anders als beim europäischen Wettbewerb steht hier nicht der Wettbewerbscharakter, sondern der Informationsaustausch und das gegenseitige Kennenlernen auf europäischer Ebene im Vordergrund. Die Veranstaltungsorte des Wettbewerbs und der Messe wechseln zwischen den einzelnen Mitgliedsstaaten der europäischen Föderation.

Durch die Kontakte innerhalb der europäischen Föderation werden auch binationale Treffen ermöglicht. So können Miniunternehmen an den verschiedenen nationalen Messen der einzelnen europäischen Länder teilnehmen.

Weitere Programme

Weltweite Dachorganisation der mini-companies ist die „Junior Achievement International“ (JAI) mit Sitz in den Vereinigten Staaten. JAI bietet eine Palette von Bildungsprogrammen an, die von der Primarstufe über weiterführende Schulen und Hochschulen bis hin zur Erwachsenenbildung reicht. Das national ausgerichtete company-programme für weiterführende Schulen wird ergänzt durch eine Vielzahl internationaler Programmangebote:

So basiert beispielsweise das „GLOBE-Programme“ auf der Gründung von realen – international operierenden – Schülerunternehmen, die mit Schülerinnen und Schülern anderer Nationen zusammenarbeiten.

Bei der „Hewlett Packard Global Business Challenge“ werden Unternehmen online simuliert, die miteinander in Konkurrenz treten. Kommunikation und Informationsaustausch der Unternehmen erfolgt per Internet. Der Umgang mit modernen Informations- und Kommuni-

kationstechnologien wird für die Jugendlichen zur Selbstverständlichkeit. Auch der direkte Austausch zwischen einzelnen Miniunternehmen wird unterstützt:

Seit dem Schuljahr 1999/2000 können Miniunternehmen, die am Projekt JUNIOR des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln teilnehmen, das Angebot der „Company Programme International Links“ nutzen und per Internet mit Miniunternehmen in der ganzen Welt Kontakt aufnehmen.

Das Internet-Serviceprogramm ist den Miniunternehmen bei der Suche nach Partnern in anderen Ländern (beispielsweise Großbritannien, Norwegen, Schweden, Niederlande und Belgien) und beim Aufbau internationaler Kontakte behilflich.

Praktische Anwendung und Einübung von Fremdsprachen in der Kommunikation mit den Jugendlichen aus anderen Ländern ist dabei ein weiterer wichtiger Aspekt.

Internationale Beziehungen leben

Die Jugendlichen haben also vielfältige Möglichkeiten, Kontakte zu anderen gleichaltrigen jungen Unternehmern aus anderen Ländern aufzubauen und sich mit ihnen auszutauschen.

Sie haben die Gelegenheit, Fremdsprachen in realen Situationen anzuwenden. Für die Schulen bieten sich darüber hinaus Möglichkeiten, Schulpartnerschaften aufzubauen.

So bleiben europäische und internationale Beziehungen für die Miniunternehmen in internationalen Netzwerken nicht nur Ideen, sondern sind Felder der Begegnungen und können somit tatsächlich gelebt werden. ▲