

Praxiskontakte Wirtschaft

Quelle: Loerwald, D. (2007): Praxiskontakte Wirtschaft, in: Retzmann, T. (Hg.): Methodentraining für den Ökonomieunterricht, Schwalbach/Ts.: Wochenschau Verlag, 81ff.

Die Beziehungen zwischen Schule und Wirtschaft waren über lange Zeit durch Distanz und gegenseitige Skepsis geprägt. Mittlerweile ist die Zusammenarbeit zwischen Schulen und außerschulischen Partnern nichts Neues mehr. Beide Seiten nähern sich einander an. Unternehmen und andere gesellschaftliche Organisationen unterstützen wichtige Bildungsvorhaben durch finanzielle und personelle Mittel (Sponsoring, Lehrerfortbildungsangebote usw.) und Schulen nutzen die Kooperationen zu Praxispartnern als außerschulische Lerngelegenheiten. Insbesondere im Unterricht gesellschaftswissenschaftlicher Fächer legt die Schule ihren Status als didaktischer Schonraum ab. Dennoch kann man beobachten, dass Praxiskontakte zwischen Schule und Wirtschaft oftmals vereinzelt stattfinden und lediglich als eine unterhaltsame Alternative zum herkömmlichen Unterricht wahrgenommen werden. Sie sind in der Regel nicht integraler Bestandteil unterrichtlicher Lehr-Lern-Prozesse, sondern laufen nebenher. Mit Verweis auf den hohen zeitlichen und organisatorischen Aufwand wird auf eine kontinuierliche und systematische Realbegegnungen in den Unterricht an vielen Schulen verzichtet. Genau hier liegt das zentrale Problem, denn nur der *planvolle* Einsatz von Praxiskontakten übersteigt den Event-Charakter mehr oder weniger beiläufig durchgeführter Erkundungen, Expertengespräche usw. Lernwirksam werden Praxiskontakte insbesondere dann, wenn sie Teil eines handlungsorientierten und ein hohes Maß an Selbstständigkeit einfordernden Lehr-Lern-Konzeptes sind, bei dem wirtschaftliche Realität aus einem ökonomischen Blickwinkel bildungswirksam erschlossen werden kann. Ein solches umfassendes Lehr-Lern-Konzept verlangt von allen beteiligten Akteuren einen sicheren Umgang mit Inhalten und Methoden. Gerade weil Praxiskontakte einen vergleichsweise hohen Planungsaufwand mit sich bringen ist die zentrale Frage dieses Beitrages: *Wie kann gewährleistet werden, dass Praxiskontakte im Rahmen ökonomischer Lehr-Lern-Prozesse möglichst ihr volles Potenzial entfalten?*

Praxiskontakte - ein handlungsorientiertes Lehr-Lern-Konzept

Lernen ist ein individueller, konstruktiver Prozess und ob ein Schüler oder eine Schülerin wirklich lernt (im Sinne von verstehen, behalten und anwenden können) liegt in seiner/ ihrer

eigenen Verantwortung. Lernen kann nur der Lernende selbst. Das klingt trivial, hat aber direkte Konsequenzen für die Konzeption von Lehr-Lern-Prozessen. Über lange Jahre hinweg stand das Lehren, die Instruktion, die Vermittlung im Mittelpunkt der didaktischen Forschung. Mittlerweile ist es unbestritten, dass die instruktiven Elemente im Lehr-Lern-Prozess um handlungsorientierte und selbstständige Lernsituationen anzureichern sind. Lernerfolg ist insbesondere dann zu erhoffen, wenn den Lernenden Möglichkeiten zum selbstständigen und eigenaktiven Lernen eröffnet werden und wenn es des Weiteren gelingt, das Interesse für den Lerngegenstand bzw. die Lernsituation zu wecken. Einer solchen Vorstellung vom Lernen liegt die Lerntheorie des gemäßigten Konstruktivismus zugrunde. Zentral ist dieser Theorie zufolge die enge Verzahnung von Wissenserwerb und Wissensanwendung, wodurch die „Anwendungsqualität des Wissens“ erhöht werden soll (Gerstermaier/Mandl 1995, S. 875). Praxiskontakte bieten hier eine Chance, indem sie ein selbstständiges Lernen in authentischen Situationen und anhand authentischer Probleme ermöglichen.

Die Handlungsorientierung im Lernprozess ist aber nicht nur Methode, sondern auch (Bildungs-)Ziel. Die Lernenden können nicht nur durch Handeln lernen, sondern sie können auch lernen zu handeln bzw. etwas genauer: handlungsfähig zu werden. Schülerinnen und Schüler können im Rahmen von Praxiskontakten ein intelligent vernetztes Wissen erwerben, welches durch den Transfer auf reale Problemstellungen in Anwendungskontexten sozusagen einem Tauglichkeitstest unterzogen werden kann. Ein solches Wissen verbindet sich im Sinne eines umfassenden Kompetenzerwerbs unmittelbar mit dem Können. Die Lernenden werden im Rahmen von Realbegegnungen vor die Herausforderung gestellt, eigenständig und in Kooperation mit anderen fachlich fundierte und begründbare Urteile und Entscheidungen treffen zu müssen,

indem sie sich beispielsweise einem Experten in der Diskussion stellen oder im Rahmen einer Erkundung die Mitarbeiter eines Unternehmens befragen. Sie müssen den Lernprozess vornehmlich selbst in die Hand nehmen und sind für das Lernergebnis persönlich verantwortlich. Dadurch werden sie auf das Leben und Arbeiten in der modernen Gesellschaft vorbereitet, welches den Individuen zunehmend selbstständiges, eigenverantwortliches und flexibles Handeln abverlangt.

Praxiskontakte, ökonomische Bildung und Allgemeinbildung

Im Rahmen des Wirtschaftsunterrichts sind es bis dato vor allem die Bereiche der Berufs- * wahlorientierung und der Berufsvorbereitung, in welchen im Rahmen von Betriebspraktika Kooperationen zwischen Schule und Wirtschaft stattfinden. Die Konzeption von |

Praxiskontakten, wie sie in diesem Beitrag vorgestellt wird, hat eine andere, darüber hinaus gehende Zielsetzung. Nicht die unmittelbare Vorbereitung von Schülerinnen und Schülern auf die Berufswelt, sondern vielmehr das durch Realbegegnungen initiierte handlungsorientierte ökonomische Lernen als Bestandteil von Allgemeinbildung steht hier im Mittelpunkt. Es soll darum gehen, Möglichkeiten aufzuzeigen, mittels Praxiskontakten eine ökonomische Bildung zu transportieren, die den Jugendlichen bei der Bewältigung ökonomisch geprägter Lebenssituationen behilflich sein kann und die ihnen darüber hinaus ein fach- und wertebasiertes Verständnis von Wirtschaft und Gesellschaft ermöglicht (vgl. ausführlich Krol 2001, Zoerner 2001). Praxiskontakte bieten vielfältige Möglichkeiten, einen fachlich fundierten Kompetenzerwerb im Rahmen ökonomischer Lernprozesse zu unterstützen (vgl. ausführlich Loerwald/Zoerner 2006). Dies soll mit Bezug zu den von der Deutschen Gesellschaft für Ökonomische Bildung entwickelten Kernkompetenzen (siehe DeGöB 2004) am Beispiel eines Praxiskontaktes mit den Stadtwerken verdeutlicht werden.

Im Rahmen eines solchen Praxiskontaktes können die Schülerinnen und Schüler...

- ... am Beispiel der auf dem liberalisierten Strommarkt neu entstandenen Wahlmöglichkeiten lernen, eine Entscheidung - für einen aus individueller Sicht vorteilhaften Stromanbieter -ökonomisch zu begründen (DeGöB-Kernkompetenz 1).
- ... den Einfluss der neu entstandenen wettbewerblichen Rahmenbedingungen auf unternehmerisches Handeln - in diesem Fall den betrieblichen Strukturwandel von einer Quasi-Behörde hin zu einem Dienstleistungsunternehmen - durch eine ökonomische Analyse der situativen Restriktionen und Anreize erkennen und verstehen (DeGöB-Kernkompetenz 2).
- ... die Folgewirkungen der Etablierung von Wettbewerb im Strommarkt bspw. hinsichtlich der Kosten und Preise für Strom erkennen und lernen in ökonomischen Systemzusammenhängen zu denken (DeGöB-Kernkompetenz 3).
- ... anhand der Regulierungsbedürftigkeit des Wettbewerbs im Strommarkt (Senkung der Markteintrittsbarrieren bspw. durch die Garantie „fairer“ Netznutzungsentgelte) die Bedeutung wirtschaftlicher Rahmenbedingungen erkennen und verstehen (DeGöB-Kernkompetenz 4).

- ... durch die Auseinandersetzung mit der Stromproduktion aus erneuerbaren Energiequellen die Geltungsbedingungen für nachhaltiges Wirtschaften aus wirtschaftsethischer Perspektive reflektieren (DeGöB-Kernkompetenz 5).

Ökonomische Bildung lässt sich aber alleine durch Kooperationen zwischen Schulen und außerschulischen Partnern nicht sicherstellen. Dies hängt damit zusammen, dass Praxiskontakte *Lernsituationen* sind und dass das in Praxiskontakten Gelernte dementsprechend lediglich situativen Charakter haben kann, d.h. es ist zunächst an einen bestimmten Praxispartner und an einen spezifischen außerschulischen Lernort gekoppelt. Das situationsbezogene Lernen im Rahmen der Realbegegnung ist in Einklang zu bringen mit *im „enggeführten, systematischen Lernen in definierten Wissensdomänen“* (Terhart 1999, S. 643). Der Aufbau einer fachlich fundierten ökonomischen Handlungskompetenz mittels Praxiskontakten kann nur dann gelingen, wenn das exemplarisch Gelernte mit Hilfe ökonomischer Kategorien in übergeordnete Sach- und Sinnzusammenhänge eingebettet wird. Zur Veranschaulichung noch einmal der Bezug zu den oben genannten Kernkompetenzen: Im Rahmen von Praxiskontakten werden die Lernenden in Entscheidungssituationen versetzt, in denen sie eigenverantwortet handeln müssen. Ob sie aber in der Lage sind, Entscheidungen *ökonomisch* zu begründen oder Handlungssituation *ökonomisch* zu analysieren hängt davon ab, ob im Unterricht zuvor ein ökonomisches Orientierungswissen erworben wurde, auf dessen Basis die Schülerinnen und Schüler ihre Entscheidungen und Handlungen fachlich fundiert reflektieren können. Dass Praxiskontakte darüber hinaus dazu beitragen können, dass die Lernenden ökonomische Systemzusammenhänge erklären, dass sie die Rahmenbedingungen der Wirtschaft verstehen und mitgestalten und dass sie Konflikte perspektivisch und (wirtschafts-)ethisch beurteilen können, setzt voraus, dass es gelingt, die in Praxiskontakten dominante einzelwirtschaftliche Perspektive durch eine gesamtwirtschaftliche zu ergänzen. Ob die im Rahmen exemplarischer Praxiserfahrungen gewonnenen Einsichten generalisierbar sind, lässt sich nur mit Hilfe einer Rückkoppelung an bewährtes Wissen herausfinden. Ähnlich wie bei einer Gerichtsverhandlung müssen sich die Schülerinnen und Schüler gemeinsam mit dem Lehrer im Anschluss an einen Praxiskontakt sozusagen auf die Suche nach „Beweisen“ begeben. Es gilt aufzuspüren, ob die Lernerfahrungen des Praxiskontaktes verallgemeinerbar sind oder nicht.

Dies herauszufinden ist keine einfache Aufgabe, denn überall lauert die Gefahr unzulässiger Verallgemeinerungen. Unzulässig sind Verallgemeinerungen, wenn aufgrund der Missachtung komplexer Ursache-Wirkungszusammenhänge das Einzelwirtschaftliche ungeprüft auf eine gesamtwirtschaftliche Ebene übertragen wird. C. G. v. Weizsäcker

spricht hier von „verkürztem Denken“. Unter verkürzt versteht er ein „Denken in extrem kurzen Kausal ketten“ (Weizsäcker 2000, S. 37 ff.). G.-J. Krol fasst diese Problematik bezogen auf Praxiskontakte unter dem Begriff „Mikro-Makro-Probleme“ zusammen und unterscheidet vier besonders relevante Ausprägungen (Krol u.a. 2006):

Mikro-Makro-Probleme

(1) Verallgemeinerungen im Spannungsfeld von personalen und situativen Merkmalen

Das im Praxiskontakt Erlebte stellt einen Einzelfall dar und lässt sich nicht ohne Weiteres auf andere Fälle übertragen.

Beispiel: Praxiskontakt bei einer Verbraucherzentrale.

Mit dem Verweis darauf, dass es Konsumenten möglich ist, durch den Boykott einer Marke einen (Welt-)Konzern „in die Knie“ zu zwingen wird häufig begründet, dass Verbraucher über enorme Sanktionsmöglichkeiten verfügen. In Einzelfällen kann man dieses außerordentliche Sanktionspotenzial tatsächlich beobachten, dieser Zusammenhang lässt sich jedoch nicht ohne Weiteres auf andere Fälle übertragen. Konsumenten nutzen ihr Sanktionspotenzial üblicherweise in Low-Cost-Situationen, d.h., wenn die spezifische Handlung mit wenig Mühen oder - ökonomisch gesprochen - mit geringen Kosten verbunden ist (bspw. der Boykott von Shell im Brent-Spar-Fall). Verursacht das Handeln hingegen hohe Kosten, so werden nur wenige einer als moralisch deklarierten Forderung Folge leisten (z.B. ein Verzicht auf Fleischkonsum als Protest gegen Massentierhaltung).

(2) Das „pars-pro-toto“-Problem

Das im Praxiskontakt Erlebte erscheint nur aus einzelwirtschaftlicher Perspektive vernünftig. Wird es auf eine gesamtwirtschaftliche Ebene übertragen und verhalten sich alle anderen wirtschaftlichen Akteure ebenso, kann dies unerwünschte und problematische Nebenwirkungen verursachen.

Beispiel: Praxiskontakt bei einer Gewerkschaft oder einem Betriebsrat.

Die Forderung nach möglichst hohen Lohnsteigerungen ist aus der einzelwirtschaftlichen Sicht der Arbeitnehmer nachvollziehbar. Dementsprechend verfolgen Gewerkschaften das Ziel, Tarifabschlüsse anzustreben, die beträchtliche Lohnerhöhungen implizieren. Dabei werden jedoch die gesamtwirtschaftlichen Implikationen von hohen Lohnsteigerungen

nicht berücksichtigt. Durch eine wachsende gesamtwirtschaftliche Nachfrage kann es zu einem unerwünschten Preisauftrieb kommen und durch steigende Personalkosten für die Unternehmen zu Entlassungen oder Verlagerung der Produktion in Billiglohnländer.

(3) Soziale Dilemmasituationen

Das im Praxiskontakt Erlebte ist im Rahmen der einzelwirtschaftlichen Funktionslogik vernünftig, jedoch mit kollektiv unerwünschten Nebenwirkungen verbunden.

Beispiel: Praxiskontakt zum Thema Schwarzarbeit.

Jeder Einzelne stellt sich prinzipiell am besten, wenn er schwarz arbeitet, alle anderen jedoch Steuern zahlen, denn er kann von den Vorteilen der Steuerausgaben profitieren (z.B. Nutzung staatlich bereitgestellter öffentlicher Güter), ohne selbst dafür zahlen zu müssen (Trittbrettfahrerproblem). Aufgrund der Anonymität in modernen Gesellschaften kann der Einzelne nicht durch gemeinsam geteilte Normen an seinem aus Sicht der Gemeinschaft unerwünschten Verhalten gehindert werden. Wirkungsvoll werden Maßnahmen zur Problemlösung erst, wenn sie in Form von Regeln institutionalisiert sind und sie somit für Alle gelten.

(4) Einzelfall und Ordnungsproblematik

Das im Praxiskontakt Erlebte konfligiert mit ordnungspolitischen Zielsetzungen.

Beispiel: Praxiskontakt zu den internationalen Wirtschaftsbeziehungen in der Region.

Die internationalen wirtschaftlichen Verflechtungen und der sich dadurch ergebende weltweite Konkurrenzdruck stellen aus der Sicht eines (heimischen) Unternehmers in der Regel zunächst Handlungsbeschränkungen dar. Bei einer solchen Sichtweise bleibt aber die gesellschaftliche Funktion des Wettbewerbs (Erweiterung von Handlungsspielräumen) unberücksichtigt.

Das Arbeitsblatt MI (s. S. 97) dient dazu, diese Mikro-Makro-Probleme aufzudecken und fachlich fundiert zu reflektieren.

Das Aufklärungspotenzial des ökonomischen Denkansatz

Worauf lässt es sich zurückführen, wenn die im Rahmen eines Praxiskontaktes gewonnenen Einsichten nicht verallgemeinerbar sind? War der Praxispartner inkompetent? Hat er den Schülerinnen und Schülern Unwahrheiten vermittelt? Aus Sicht des ökonomischen Denkansatzes (vgl. Krol 2003) sieht die Fragestellung anders aus: Hier werden die

Rahmenbedingungen in den Blick genommen, die den Praxispartner zu seinen Handlungen veranlassen haben. Die ökonomische Verhaltenstheorie fokussiert nicht die Ziele oder Motive der Akteure, sondern die situativen Anreize. Praxispartner agieren im Rahmen ihres eigenen Subsystems und handeln entsprechend der (einzelwirtschaftlichen) Funktionslogik dieses Systems. Es kann bei der Aufdeckung von Mikro-Makro-Problemen in Praxiskontakten also nicht um Schuldzuweisungen gehen, denn diese münden in modernen, anonymen Gesellschaften allzu oft in „Verantwortungszumutungen“ (Krol 2004). Von Verantwortungszumutungen kann man sprechen, wenn moralische Appelle an das Verhalten einzelner Akteure systematisch gegen deren individuellen Interessen gerichtet sind und wenn das moralische Verhalten keinen spürbaren Beitrag zur Lösung eines Problems leistet. Der ökonomische Denkansatz rückt nicht das Fehlverhalten Einzelner in den Mittelpunkt, sondern fragt nach den Fehlfunktionen der Regeln. Er ist eine Art „Antivirenprogramm“ zur Aufdeckung defizitärer institutioneller Rahmenbedingungen. Er kann helfen, die „Lücken im System“ zu identifizieren und zu schließen.

Grundannahmen des ökonomischen Denkansatzes

- Der zentrale Ausgangspunkt ökonomischer Analysen ist das Individuum. Alle Kenntnisse über soziale Phänomene und Gebilde lassen sich nur durch das Wissen über das Individuelle ableiten (*Methodologischer Individualismus*).
- Die ökonomische Analyse setzt zwar beim Verhalten der Individuen an, allerdings interessiert den Ökonomen nicht das konkrete Handeln einzelner Personen. Es geht vielmehr um *Mustererklärungen*, um Typisierungen und nicht um spezifische Einzelhandlungen.
- In der Ökonomik wird streng zwischen den Rahmenbedingungen für menschliches Handeln (Restriktionen) und den individuellen Wünschen und Wertvorstellungen (*Präferenzen*) unterschieden. Die ökonomische Analyse setzt bei der Erklärung menschlichen Verhaltens bei den Restriktionen an und unterstellt die Präferenzen als stabil.
- Die Ökonomik unterstellt, dass Menschen in der Lage sind, rational zu handeln. Sie treffen demnach ihre Entscheidungen mit Hilfe rationaler Kriterien. Rational bedeutet, dass die Individuen auf der Basis der verfügbaren Informationen die aus ihrer Sicht vernünftigste Entscheidung treffen können.
- Der ökonomische Denkansatz unterstellt den Individuen, dass sie sich bei einer Auswahl in der Regel für die aus eigener Perspektive beste Alternative entscheiden oder zumindest nie die schlechteste wählen werden (*Eigennutzaxiom*).

In Bezug auf Mikro-Makro-Probleme kann der ökonomische Denkansatz wie folgt weiterhelfen: Wenn das Verhalten der Akteure auf die Handlungsbeschränkungen zurückgeführt wird, dann lassen sich unterschiedliche situative Rahmenbedingungen, wie sie dem Problem (1) zugrunde liegen, mit Hilfe der ökonomischen Verhaltenstheorie identifizieren und ihre Auswirkungen auf das Verhalten der Akteure erklären. Ökonomische Analysen sind durch ein Denken in Kreislaufzusammenhängen gekennzeichnet und untersuchen nicht nur die direkten Auswirkungen institutioneller Rahmenbedingungen oder deren Veränderung, sondern auch die (möglicherweise unbeabsichtigten) indirekten und ggf. nachgelagerten Nebeneffekte. Dadurch kann das unter Problem (2) beschriebene, auf Primärwirkungen beschränkte Denken aufgedeckt und mit Hilfe der Berücksichtigung langfristiger und gesamtwirtschaftlicher Auswirkungen in übergeordnete Sachzusammenhänge eingeordnet werden.

Mit Hilfe einer anreiztheoretischen Analyse können die unter Punkt (3) dargestellten sozialen Dilemmata und Trittbrettfahrerprobleme identifiziert werden. Die institutionellen Rahmenbedingungen werden sozusagen einem homo-oeconomicus-Test unterzogen, d.h. sie werden auf Ausbeutungsmöglichkeiten eigennützig und rational handelnder Akteure hin abgeklopft. Dort, wo Appelle an die Moral der einzelnen Akteure systematisch gegen ihren individuellen Vorteil gerichtet sind, empfiehlt der ökonomische Denkansatz die Moral institutionell zu verankern, sodass sie für alle Beteiligten gleichermaßen gilt und Trittbrettfahren nicht mehr möglich ist. In der Sprache des Sports: Es geht nicht darum, die Spielzüge durch Appelle zu beeinflussen, sondern durch Modifikation der Spielregeln. Die gesamtgesellschaftlichen, ordnungspolitischen Funktionen des Wettbewerbs können in Realbegegnungen nicht erschlossen werden. Erst durch die Rückkoppelung des exemplarisch Gelernten an die Theorie kann die einzelwirtschaftliche Sicht durch eine gesamtwirtschaftliche ergänzt und die Bedeutung des Wettbewerbs als ein effizientes Such- und Entdeckungsverfahren hervorgehoben werden. Durch die Anbindung an das bewährte Wissen der Ökonomik können die unter (4) beschriebenen Probleme aus einer Makroperspektive reflektiert werden.

Curriculare Verankerung

Es wurde dargestellt, dass der Lernprozess und das Lernergebnis der Beliebigkeit ausgesetzt sind, wenn es nicht gelingt, einen Praxiskontakt in das restliche Unterrichtsgeschehen einzubetten (Variante 1 in Abbildung 1). Im ungünstigsten Fall können sich Praxiskontakte ohne curriculare Verankerung negativ auf den Lernerfolg auswirken, indem sie wie eine Art

Störfaktor im Curriculum wirken und den systematischen Kompetenzerwerb behindern (Variante 2). Damit die Mikro-Makro-Probleme im Lehr-Lern-Prozess erkannt und bearbeitet werden können, ist eine curriculare Verankerung von Praxiskontakten notwendig. Der zentrale Ansatzpunkt dafür sind die Nahtstellen zwischen den Theorie- und den Praxisphasen. Nur wenn es gelingt, die Theorie mit der Praxis symbiotisch miteinander zu verknüpfen (Variante 3), kann das exemplarisch Gelernte in übergeordnete Sach- und Sinnzusammenhänge eingebettet werden.

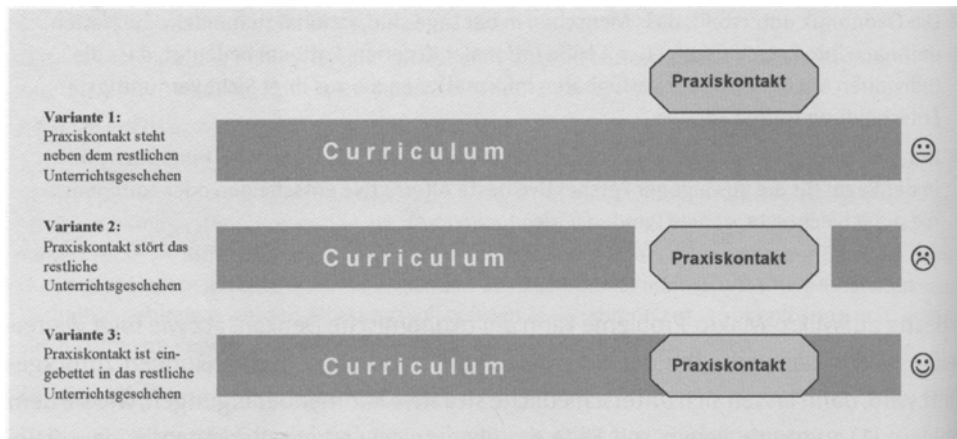


Abbildung 1: Praxiskontakte und Curriculum

Die curriculare Verankerung von Praxiskontakten ist darüber hinaus eine Bedingung für das lernwirksame fachübergreifende und Fächer verbindende Lernen. Die Einbettung in das Curriculum kann gewährleisten, dass das interdisziplinäre Arbeiten auf der Basis eines fachlich gesicherten Fundamentes geschehen kann, dass also- bildlich gesprochen - die Brücke zwischen den Fächern auf tragfähigen Pfeilern steht. Praxiskontakte bieten die Chance, vom Fach aus interdisziplinäre Zusammenhänge deutlich zu machen. Die Auseinandersetzung mit realen Problemen, wie sie im Rahmen von Praxiskontakten stattfindet, macht nicht an den Fächergrenzen halt. Insbesondere lassen sich, Fenster' zu den angrenzenden gesellschaftswissenschaftlichen Disziplinen wie bspw. der Politikwissenschaft, der Soziologie oder der Geographie öffnen.

Zur Planung und Vorbereitung von Praxiskontakten

Die außerschulische Realität ist nicht didaktisch vorstrukturiert. Das bedeutet, dass die Lernenden eine Fülle von Eindrücken aufnehmen können. Darin liegt ein Vorteil, denn es können kreative, selbstständige und entdeckende Lernprozesse initialisiert werden. Darin liegt aber auch eine Herausforderung, denn die Komplexität erlebter Realität kann die

Lernenden überfordern. In der Vorbereitungsphase eines Praxiskontaktes kommt es also darauf an, dass die Schülerinnen und Schüler das für ein sachgerechtes und reflexives Erleben des Praxiskontaktes notwendige Orientierungswissen erwerben können. Nur so kann die Aufmerksamkeit auf das (aus curricularer Perspektive) Wesentliche gelenkt werden. Ausgangspunkt für die Planung eines Praxiskontaktes sollte stets eine *zentrale Problemstellung* sein und nicht etwa ein bestimmter Praxispartner oder eine spezifische methodische Zugriffsweise. Plant man bspw. ein Expertengespräch mit dem Vertreter eines Versicherungsunternehmens könnte die Problemstellung lauten. „Ist der Ehrliche stets der Dumme? - Fehlende Transparenz auf dem Versicherungsmarkt“. Dadurch konzentriert man die unterrichtliche Auseinandersetzung mit dem weitläufigen Gegenstandsbereich der Versicherungen auf Informationsprobleme zwischen Anbietern und Nachfragern und ist möglicherweise gemeinsam mit dem Praxispartner auf der Suche nach Lösungsansätzen für dieses Problem (z.B. die Erhöhung der Markttransparenz für die Verbraucher durch Rating-Agenturen oder Online-Informationendienste oder aus Anbieterperspektive die umstrittene Offenlegung des Erbgutes mit Hilfe von Gentests). Dadurch kann die lernwirksame Verknüpfung von Theorie und Praxis rechtzeitig in die richtigen Bahnen gelenkt werden und die aus curricularer Sicht eher randständigen Aspekte werden systematisch ausgeblendet. Weitere Problemstellungen könnten sein:

Praxispartner	Zentrale Problemstellung
Verbraucherzentrale	Wie gut ist ein Gut? Zunehmende Informationsasymmetrien zwischen Anbietern und Nachfragern
Einzelhandel	Werbung: (k)ein Qualitätssignal? Ökonomische, soziale und psychologische Einflussfaktoren
Textilunternehmen	Airbags statt T-Shirts? Wirtschaftlicher und betrieblicher Strukturwandel am Beispiel der Textilindustrie
Sozialversicherer	Geht der gesetzlichen Krankenversicherung das Geld aus? Kostenentwicklung und Reform bedarf im Gesundheitswesen
Unternehmen der Region	Internationale Wirtschaftsbeziehungen im Alltag

Als Kooperationspartner für Praxiskontakte in der ökonomischen Bildung bieten sich in erster Linie die Unternehmen an. Sie sind aber nur ein - wenn auch zentraler-Akteur im Wirtschaftsgeschehen. Mit Bezug auf die Wirtschaftsordnung lassen sich weitere Praxis-

partner aus dem Bereich der organisierten ökonomischen Interessenverbände oder dem politisch-administrativen Entscheidungssystem identifizieren. Eine wichtige Voraussetzung für das Gelingen eines Praxiskontaktes ist die adressaten- und sachgerechte Kommunikation mit dem Praxispartner. Dazu ist es wichtig, rechtzeitig eine Terminabsprache vorzunehmen, denn sowohl die Schule als auch der Praxispartner planen Termine in der Regel langfristig im Voraus. Aber nicht nur aus organisatorischer, sondern auch aus inhaltlicher Sicht ist es notwendig, dem Praxispartner genug Zeit zu lassen, sich auf das konkrete Anliegen der Klasse/des Kurses einzustimmen. Ein Praxiskontakt unterscheidet sich von den herkömmlichen Besichtigungen, die von Unternehmen und anderen Praxispartnern regelmäßig angeboten werden, denn er ist auf der Basis einer zentralen Problemstellung in den schulischen Unterricht eingebettet. Dies kann der Kooperationspartner aber nur mit einem gewissen zeitlichen Vorlauf berücksichtigen. Als Hilfestellung für die rechtzeitige und sachgerechte Planung des Praxiskontaktes können die folgenden Checklisten dienen:

Checkliste für Schulen

- Praxiskontakte inhaltlich und organisatorisch in der Halbjahresplanung verankern
- Zentrale Problemstellung formulieren und relevante Inhalte festsetzen
- Kontakt zum Praxispartner herstellen und gemeinsam zwei Termine verabreden: Termin 1: Planung des inhaltlichen und organisatorischen Verlaufs
Termin 2: Tag des Praxiskontaktes

- Vorbereitung des Praxiskontaktes im Unterricht (gemeinsam mit den Schülern):
 - inhaltlich: auf der Basis der zentralen Problemstellung
 - organisatorisch: auf der Basis der Abmachungen mit dem Praxispartner
- Durchführung des Praxiskontaktes
- Nachbereitung des Praxiskontaktes:
 - inhaltliche Einbettung in übergeordnete Sach- und Sinnzusammenhänge
 - Produkte erstellen/präsentieren
 - Reflexion/Evaluation des Lernprozesses
 - Rückmeldung an den Praxispartner

Checkliste für Praxispartner

- Grundsätzliche Bereitschaft zur Kooperation mit Schulen signalisieren

- Gemeinsam mit der Lehrkraft zwei Termine verabreden:
 - Termin 1: Planung des inhaltlichen und organisatorischen Verlaufs
 - Termin 2: Tag des Praxiskontaktes
- Vorbereitung des Praxiskontaktes im Unternehmen: ->
 - Ansprechpartner/Experten festlegen
 - Räumlichkeiten und Ablauf organisieren
 - Verknüpfungen zwischen der zentralen Problemstellung und dem eigenen Unternehmen/der eigenen Branche identifizieren
- Durchführung des Praxiskontaktes
- Gegebenenfalls Nachbereitung des Praxiskontaktes:
 - gemeinsame Auswertung
 - Bewertung und/oder Verwendung entstandener Produkte

Methodische Umsetzungsmöglichkeiten

Die konkrete Durchführung eines Praxiskontaktes hängt von verschiedenen Faktoren ab wie beispielsweise der Lerngruppe, dem Praxispartner, der zentralen Problemstellung oder der methodischen Umsetzung. Letzteres impliziert bereits, dass es sich bei Praxiskontakten, so wie sie hier vorgestellt werden, nicht um eine spezifische Methode handelt, sondern vielmehr einen Oberbegriff für all die methodischen Großformen, die mit ein „Öffnung von Schule“ verbunden werden können. Hier lassen sich drei verschiedene methodische Zugriffe zur außerschulischen Realität unterscheiden (siehe Abbildung 2). Bezüglich der methodischen Umsetzungsmöglichkeiten sei auf einschlägige Veröffentlichungen verwiesen (Kaiser/Kaminski 1999, Steinmann/Weber 1995 oder Frech/Kuhn/Massing 2004)

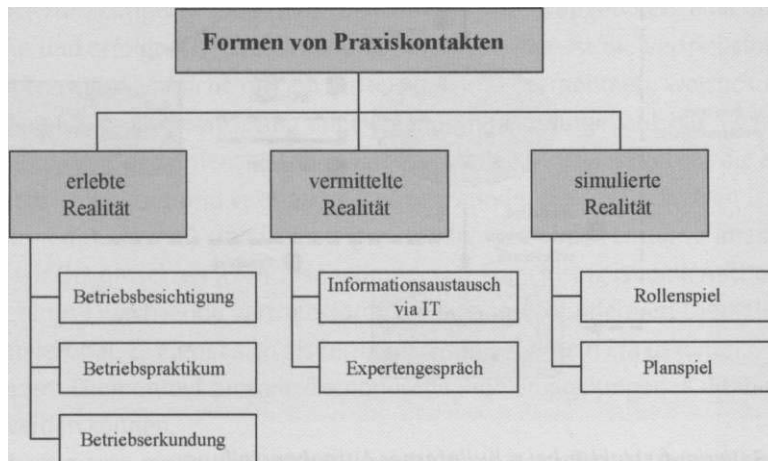


Abbildung 2: Systematisierung von Praxiskontakten
Quelle: Institut für Ökonomische Bildung, Münster

Allgemeine Verlaufsstrukturen

Der Verlauf eines Praxiskontaktes lässt sich im Vorhinein nicht detailgenau planen, sondern ist an die jeweils spezifische Lernsituation gekoppelt:

- Wie viel Zeit steht insgesamt zur Verfügung?
- Wie wird der Praxiskontakt didaktisch-methodisch konkretisiert?
- Inwieweit ist die Lerngruppe mit Inhalt und Methode vertraut?
- etc.

Gleichwohl folgen alle Praxiskontakte einem ähnlichen Schema. Man kann hier zwischen Praxiskontakten mit einer schulinternen und einer schulexternen Aufgabenstellung differenzieren.

In der Regel ergibt sich die Idee zur Durchführung eines Praxiskontaktes aus dem laufenden bzw. geplanten Unterrichtsgeschehen. Die Lehrkraft trifft gemeinsam mit dem Praxispartner im Vorhinein die notwendigen Absprachen und entwickelt alleine oder in Zusammenarbeit mit den Schülerinnen und Schülern eine Aufgabenstellung, die dem Praxiskontakt zugrunde liegt. In der *Durchführungsphase* informiert der Praxispartner die Lernenden und diese stellen wiederum Fragen und/oder erkunden den schulexternen Lernort. Die im Rahmen des

Praxiskontaktes gemachten Lernerfahrungen werden in der *Auswertungsphase* von der Lehrkraft bewertet und gemeinsam mit den Schülerinnen und Schülern problematisiert.

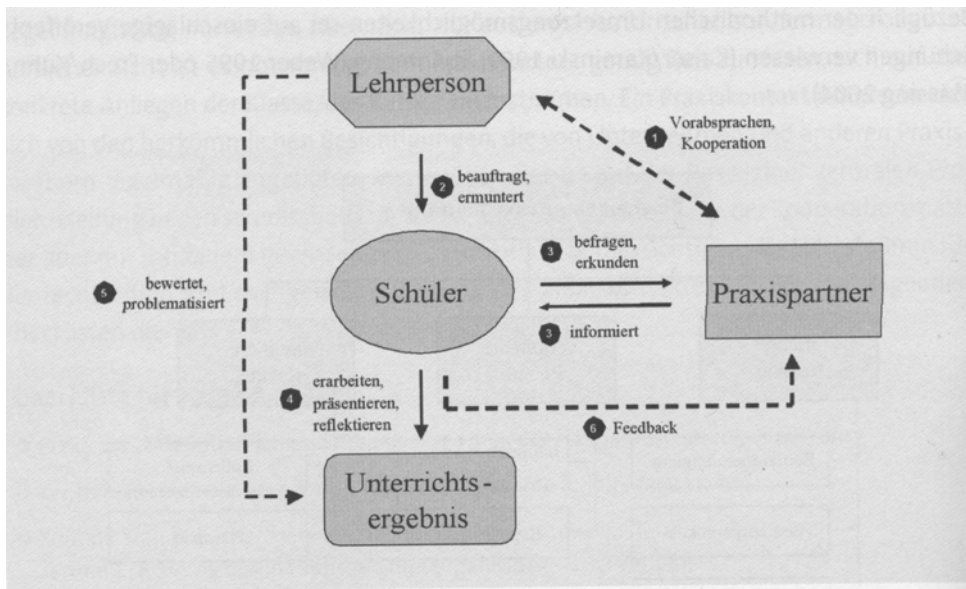


Abbildung 3: Verlaufsstruktur bei schulinterner Aufgabenstellung
 Quelle: Institut für ökonomische Bildung, Münster

Etwas anders verläuft ein Praxiskontakt, wenn die „Initialzündung“ von außen kommt, wenn also der Praxispartner an die Klasse/den Kurs mit einem ganz bestimmten Auftrag herantritt wie beispielsweise die Durchführung einer Kundenbefragung (vgl. dazu einen best-practice-Bericht von Kurz in Kaminski/Krol u.a. 2005, S. 190 ff.). Hier ist die Interaktion zwischen dem Praxispartner und den Schülerinnen und Schülern intensiv. Der Lehrer berät und unterstützt die Durchführung und bewertet bzw. problematisiert das erstellte Produkt. Dieses wird vom Praxispartner für eigene Verwendungszwecke herangezogen und er gibt den Lernenden ein Feedback. Der Vorteil eines Praxiskontaktes mit schulexterner Aufgabenstellung liegt darin, dass die Lernenden ernst genommen werden und ein hohes Maß an Eigenverantwortung übernehmen. In einem solchen Fall - das sei aus pädagogischer Sicht angemerkt - ist darauf zu achten, dass der Verwendungszweck nicht den Lernprozess dominiert.

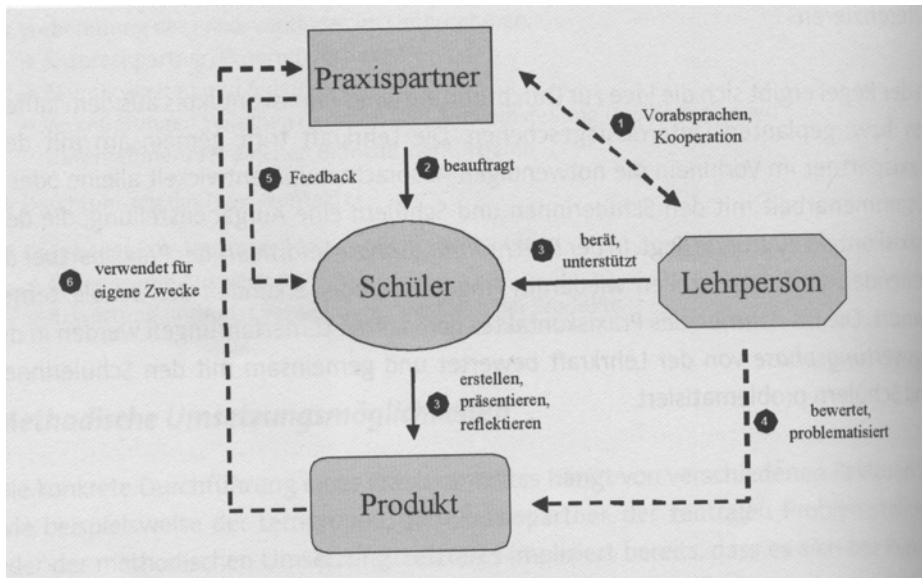


Abbildung 4: Verlaufsstruktur bei schulexterner Aufgabenstellung
 Quelle: Institut für ökonomische Bildung, Münster

Ein Umsetzungsbeispiel: Praxiskontakt mit einem Franchiseunternehmen

Vierorts wird heutzutage auf den morgendlichen Small Talk beim Brötchenkauf verzichtet. Mit einer rasenden Geschwindigkeit haben sich die so genannten SB- oder auch Discount-Bäckereien in deutschen Innenstädten verbreitet. Die Ware wird ohne Service, dafür aber zu niedrigeren Preisen als bei der Konkurrenz angeboten. Eine Erklärung für die rasche und erfolgreiche Etablierung dieser neuen Idee ist die Vertriebsform. Es handelt sich hier nämlich nicht um ein einzelnes Großunternehmen, welches mit hohem Ressourceneinsatz ein breitflächig angelegtes Filialnetz aufgebaut hat. Es handelt sich vielmehr um das Zusammenspiel von Systemzentralen (Franchisegeber), die ein bewährtes Konzept entwickelt und vermarktet haben (Erfinder der SB-Bäckereien ist bspw. das Unternehmen Backwerk), und vielen eigenständig agierenden Unternehmen, die dieses Konzept vor Ort umsetzen (Franchisenehmer). Das Franchising ist eine mittlerweile weit verbreitete und wachsende Vertriebsform, die sich insbesondere im Dienstleistungsbereich etabliert hat. Es eignet sich als Lerngegenstand in einem Praxiskontakt, weil...

- an diesem Themenfeld zentrale ökonomische Problemstellungen realitätsnah behandelt werden können.
- Franchising eine moderne Vertriebsform ist, nach der oftmals Unternehmen organisiert sind, mit denen die Jugendlichen in ihrer Freizeit regelmäßig in Kontakt kommen (z.B. McDonalds, Joey's Pizzaservice, Starbucks, Esprit, Ihr Platz oder Fressnapf).

- aufgrund der weiten Verbreitung dieser Vertriebsform - auch in ländlichen Gebieten - zahlreiche mögliche Praxispartner existieren.

Im Folgenden wird ein Praxiskontakt mit einem Franchiseunternehmen skizziert.

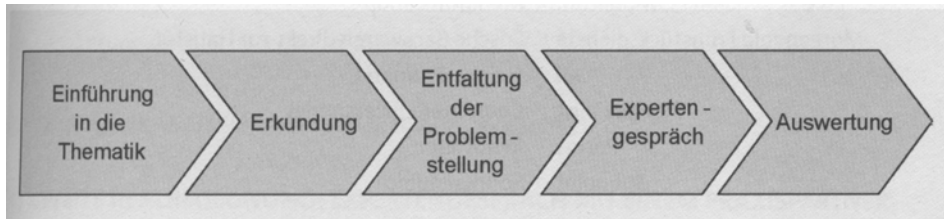


Abbildung 5: Phasen eines Praxiskontaktes mit einem Franchiseunternehmen

(1) EINFÜHRUNG IN DIE THEMATIK: WAS IST FRANCHISING?

Damit die Schülerinnen und Schüler das für den Praxiskontakt notwendige Orientierungswissen erwerben können, ist zunächst eine inhaltliche Auseinandersetzung mit dem Franchising notwendig. Dabei steht die Frage im Mittelpunkt, was das Neue und Besondere an der Vertriebsform „Franchising“ ist und wie sich ihr Erfolg erklären lässt. In Deutschland existieren mittlerweile 850 Franchisesysteme mit insgesamt ca. 45.000 Franchisenehmern (DFV 2005, S. 7). Im Franchising verbinden sich idealerweise die Vorteile eines Großunternehmens (z.B. Einkaufsvorteile, großflächig angelegte Marketingstrategien oder qualifizierte Fachkräfte für spezielle Fragestellungen) mit den Vorzügen eines mittelständischen Betriebes (z.B. genauere Einschätzung der lokalen Marktsituation, flexible Berücksichtigung regionaler Besonderheiten oder intensiver Kundenkontakt). Eine Definition des Begriffes „Franchising“ liefert das Schülermaterial M2 (s. S. 98). Eine Erklärung für den Erfolg von Franchisekonzepten liegt vor allem in den Vorteilen für beide Vertragspartner, also in der Win-Win-Situation: Der Franchisegeber kann sich schnell und mit relativ geringem eigenen Ressourceneinsatz ausdehnen und sich auf nationalen sowie internationalen Märkten etablieren. Der Franchisenehmer kann auf ein bewährtes Konzept, die Reputation der Marke und die Erfahrung des Franchisegebers zurückgreifen.

(2) ERSTE REALBEGEGNUNG: ERKUNDUNG DER REGIONALEN SITUATION

Da Franchiseunternehmen am Markt standardisiert auftreten, lassen sie sich auf den ersten Blick nicht von anderen Filialsystemen unterscheiden. Oft existieren Franchisesysteme auch

dort, wo man sie zunächst nicht vermutet hätte. So ist zum Beispiel die deutsche Schülerhilfe, gemessen an der Anzahl der Filialen, eines der führenden Franchisekonzepte der Bundesrepublik Deutschland. Die *Financial Times* hat eine Übersicht über einige der aussichtsreichsten Franchisesysteme mit Filialen in Deutschland erstellt:

System	Idee
Apollo Optik	Vertrieb Optikprodukte
Backwerk	SB Bäckerei
Bang & Olufsen	Unterhaltungselektronik
Blind Date Dinner+ More	Events für Singles
Burger King	Fast Food
Cup & Cino Kaffeesystem	Coffee-House als Vollgastronomie
Esprit Europe	Esprit-Stores
Eteson Sonnenstudio	Sonnenstudio
Fressnapf	Einzelhandel, Tiernahrung, -zubehör
Getifix Franchise	Bautenschutz, Bauwerksanierung
Häagen Dazs	Eis- und Patisserie-Produkte
Ihr Platz	Drogeriemarkt
Joey's Pizza Service	Pizza-Bringdienst
Kochlöffel GmbH	Fast Food
Mobilcom	Mobilfunk-Shop
Morgengold Frühstücksdienste	Frische Backwaren direkt zur Haustür
OBI	Heim-, Baumarkt
PC-Spezialist	Computer-Einzelhandel
Portas	Renovierer
Sunpoint	Sonnenstudio

Quelle: Jansen, M. (2003): Franchising: Wachstums- und Ideenkönige der Branche. In: *Financial Times Deutschland*, 13.06.2003, 5.2-4

Mit Hilfe einer Erkundung können die Schülerinnen und Schüler all die Unternehmen in ihrer Region identifizieren, die auf der Basis eines Franchisekonzeptes organisiert sind. Da heutzutage nahezu jedes Unternehmen über eine Homepage oder eine E-Mail-Adresse

verfügt, kann diese Erhebung auch durch eine Internetrecherche und/oder die Kommunikation via IT unterstützt werden.

(3) ENTFALTUNG DER ZENTRALEN PROBLEMSTELLUNG:

„FRANCHISING - EINE PARTNERSCHAFT ZWISCHEN FREIRAUM UND HIERARCHIE“

Die Beziehung zwischen einem Franchisegeber und einem Franchisenehmer stellt aus ökonomischer Perspektive eine ganz besondere Partnerschaft dar. Sie ist gekennzeichnet durch viel und wenig Freiraum zugleich. Auf der einen Seite ist der Franchisenehmer an die teilweise rigiden Vorgaben des Franchisevertrages und des Franchisehandbuchs gebunden, auf der anderen Seite ist er ein selbstständiger Unternehmer mit entsprechendem Handlungsspielraum (Personal einstellen, Führung des Outlets, Verkauf der Waren,...). Der Franchisegeber kann zwar die Rahmenbedingungen für das Konzept vorschreiben, hat aber keine Weisungskompetenz auf der ausführenden Ebene vor Ort. Das Schülermaterial M4 (s. S. 99) macht diese Ambivalenz deutlich. Für das Funktionieren der Kooperation in einer Franchisepartnerschaft sollen die vertraglichen Abmachungen zwischen dem Franchisegeber und dem Franchisenehmer Sorge tragen, die sich in der Regel in Form eines Franchisehandbuchs konkretisieren. Dort werden auch die Rechte und Pflichten der beteiligten Parteien dargelegt:

Leistungen/Pflichten des Franchisegebers

- Bereitstellung von Produkt, Firmen- und Markenzeichen
- Überlassung des System-Know-Hows
- Gewährung von Nutzungsrechten am System image
- Hilfe beim Betriebsaufbau
- Werbung, Verkaufsförderung, Aktionen, Sortimentsplanung
- Laufende Beratung auf allen Unternehmensgebieten
- Betriebswirtschaftliche Dienstleistungen, Organisationsmittel
- Laufende Aus- und Weiterbildung der Franchisenehmer
- Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit des Systems

Leistungen/Pflichten des Franchisenehmers

- Führung des Geschäfts nach vorgegebenen Richtlinien
- Verwendung von Marken und Zeichen des Franchisegebers
- Vorbehaltloser Einsatz für das System
- Wahrung der Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse
- Periodische Daten- und Ergebnismeldung
- Ausschließlicher Bezug beim Franchisegeber oder bei vorgegebenen Quellen
- Duldung von Kontrollen und Inspektionen
- Anerkennung des Weisungsrechts des Franchisegebers
- Sortimentsbildung und Einhaltung der Systemstandards

- Erfahrungsaustausch
- Belieferung bzw. Nachweis von Einkaufs-
gelegenheiten zu festgelegten Konditionen
- Gewährung von Gebietsschutzrechten
- Inanspruchnahme der Dienstleistungen
des Franchisegebers
- Abführung einer Franchisegebühr

Quelle: Meffert, H. (1998): Marketing. 8. Aufl., Wiesbaden, 5. 623

(4) ZWEITE REALBEGEGNUNG: EXPERTENGESPRÄCH MIT EINEM PRAXISPARTNER

Nachdem im Rahmen der ersten Realbegegnung potenzielle Praxispartner identifiziert wurden, gilt es nun - unter Berücksichtigung der zentralen Problemstellung - einen Kooperationspartner für ein Expertengespräch auszuwählen. Es kann sich als vorteilhaft erweisen, wenn nicht nur ein *Franchisenehmer*, sondern auch ein Vertreter der zugehörigen Systemzentrale zu einem Gespräch bereit ist. Im Verlauf des Expertengesprächs ist es wichtig, darauf zu achten, dass die zentrale Problemstellung nicht aus dem Blick gerät. Es geht in dem hier beschriebenen Fall insbesondere um Kooperationen und Kooperationsprobleme zwischen Franchisenehmer und Franchisegeber und nicht bspw. um den Erfolg eines ganz bestimmten Franchisekonzeptes, um die Probleme das richtige Ladenlokal zu finden, um die neue Werbestrategie des Franchisegebers usw. Solche Aspekte sind nicht unwichtig, sie dürfen jedoch nicht den Blick auf das Wesentliche verdunkeln.

Mögliche Fragen für ein Expertengespräch:

- Welche Zielsetzungen verfolgt der Franchisegeber?
- Hat er das Gefühl, dass seine Franchisenehmer diese Zielsetzungen mit ihm teilen?
- Fühlt er sich informiert über das, was vor Ort passiert?
- Welche Zielsetzungen verfolgt der Franchisenehmer?
- Fühlt er sich bei der täglichen Arbeit eingeengt oder hat er Freiraum für eigene Entscheidungen?
- Wie wichtig ist ihm der Erfolg seines Outlets? Wie sehr identifiziert er sich damit?
- Welche Unterschiede zu einem herkömmlichen Filialsystem lassen sich identifizieren?
- Wie sehen die vertraglichen Abmachungen zwischen den beiden Parteien aus?
- Was ist im Franchisehandbuch festgelegt?
- Bietet das Franchisehandbuch Hilfestellungen für die Führung des Outlets?
- Lassen sich alle Vorschriften des Handbuchs sinnvoll umsetzen?
- Welche Vorteile versprechen sich beide von der Franchisepartnerschaft?
- ...

(5) AUSWERTUNG: KOOPERATIONSPROBLEME AUS ÖKONOMISCHER PERSPEKTIVE

Im Rahmen des Expertengesprächs wurde die organisierte Arbeitsteilung in Franchisepartnerschaften in den Blick genommen. In der Auswertungsphase geht es nun darum, die Lernergebnisse zu sammeln, zu beurteilen und auf der Basis bewährten Wissens zu reflektieren. Aus ökonomischer Perspektive lassen sich arbeitsteilige Kooperationen, wie die

zwischen einem Franchisegeber und einem Franchisenehmer, als Auftragsbeziehungen beschreiben. Ein Auftraggeber (Prinzipal) betreut einen Beauftragten (Agenten) mit einer ganz bestimmten Angelegenheit. Exemplarisch: Der Inhaber einer Werbeagentur beauftragt einen Werbetexter mit der Entwicklung eines Slogans, der Patient beauftragt einen Arzt mit der Diagnose und Behandlung eines gesundheitlichen Problems oder der Besitzer einer Kaufhauskette beauftragt einen Filialleiter mit der Führung eines lokal ansässigen Kaufhauses. Solche arbeitsteiligen Beziehungen basieren darauf, dass der Agent Fähigkeiten besitzt, die er im Sinne des Prinzipals einsetzen kann. Im Rahmen von Auftragsbeziehungen gibt es aber aus ökonomischer Sicht, genauer gesagt aus Sicht der so genannten „Prinzipal-Agenten-Theorie“, stets zwei grundsätzliche Probleme (vgl. ausführlich z.B. Richter/Furubotn 2003, S. 173 ff.):

- **Zwischen einem Prinzipal und einem Agenten bestehen Informationsasymmetrien, denn letzterer hat bezüglich seiner eigenen Handlungen immereinen Informationsvorsprung.**
- **Der Agent verfolgt in der Regel sein eigenes Interesse, welches mit dem des Prinzipals durchaus konfliktieren kann.**

Das bedeutet, dass bspw. ein Arbeitgeber nicht wissen kann, ob seine Arbeitnehmer immer im Sinne des Unternehmens handeln, oder ob sie im Rahmen ihrer eigenen Interessen auch in unbeobachteten Situationen zu Arbeitsvermeidungsstrategien greifen. Zur Einführung der Prinzipal-Agenten-Theorie im Unterricht siehe Schülermaterial M3 (s. S. 98).

Die zentrale Fragestellung im Rahmen der Auswertung des Expertengesprächs ist nun, inwieweit die Probleme von Auftragsbeziehungen auch im Rahmen von Franchisepartnerschaften existieren und ob sie mit einer größeren oder einer geringeren Wahrscheinlichkeit auftreten als in traditionell hierarchisch organisierten Beschäftigungsverhältnissen. Mögliche Fragen zur Auswertung sind:

- **Handelt es sich bei Franchisegeber und Franchisenehmer um gleichwertige Partner?**
- **Falls nicht, wie viel Informationen hat der Franchisegeber über die einzelnen Outlets vor Ort?**
- **Laufen die Interessen von Prinzipal und Agent in die gleiche oder in entgegengesetzte Richtungen?**

- Welche Anreize hat der Agent, im Sinne des Prinzipals zu handeln?
- usw.

Die im Rahmen dieser Auswertung generierten Lernergebnisse sind mit Hilfe des Arbeitsblattes MI (s. S. 97) auf ihre Verallgemeinerbarkeit zu prüfen.

Über die ökonomische Perspektive hinaus gehend liefert das Themenfeld Franchising zahlreiche Anknüpfungspunkte für andere Disziplinen und Schulfächer. Aus soziologischer Sicht ließe sich bspw. untersuchen, ob Franchising im Sinne der These von der *McDonaldisierung der Gesellschaft*" (Ritze 1995) zu einem Kulturimperialismus beiträgt, der die kulturelle Vielfalt durch eine internationale Vereinheitlichung des Güterangebots ablöst. Aus geographischer Sicht sind insbesondere Standortfragen oder Aspekte der Städteplanung von Bedeutung. Aus der Perspektive der informationstechnischen Grundbildung ist beispielsweise das IT-gestützte Kommunikationsnetzwerk zwischen Franchisegeber und Franchisenehmer unterrichtlich interessant.

Weitere Umsetzungsbeispiele aus dem Projekt PRAWIS

Im Rahmen des Projektes „Praxiskontakte Wirtschaft-Wirtschaft in die Schule“ (PRAWIS) sind zahlreiche Lehrerhandreichungen entstanden (vgl. Kaminski/Krol u.a. 2005, S. 119 ff.). Zur Veranschaulichung ein paar Beispiele:

(1) Jugendliche haben als Konsumenten heutzutage immer mehr Wahlmöglichkeiten, gleichzeitig aber auch immer weniger Übersicht über das Produktangebot und über die Qualität einzelner Güter. Ob eine neue Matratze tatsächlich den erwünschten Liegekomfort bietet, kann der Konsument erst nach dem Kauf beurteilen (*Erfahrungsgutproblematik*). Die Dringlichkeit einer Autoreparatur ist für den Verbraucher auch im Nachhinein oftmals nicht nachvollziehbar (*Vertrauensgutproblematik*). Die durch solche Informationsasymmetrien entstehenden Verbraucherrisiken können Gegenstand eines Praxiskontaktes bei einer Verbraucherzentrale sein. Im Rahmen eines Expertengesprächs können Kriterien für reflektierte Konsumententscheidungen erarbeitet und Möglichkeiten der Verringerung von Informationsdefiziten gegenüber Anbietern thematisiert werden.

(2) Aufgaben und Funktionen wirtschaftspolitischer Interessenvertretungen können durch einen Praxiskontakt mit Vertretern von Gewerkschaften und Arbeitgeberverbänden erschlossen werden. Es bietet sich beispielsweise an, die Konflikte in der Lohn- und Tarifpolitik zum Gegenstand einer Podiumsdiskussion zu machen, zu der Vertreter beider Seiten und idealerweise ein neutraler Beobachter (z.B. aus der Wissenschaft) eingeladen

werden. Wichtig ist, dass die Schülerinnen und Schüler vorab über die wesentlichen gesamtwirtschaftlichen Zusammenhänge aufgeklärt worden sind, damit sie - mit dem notwendigen Orientierungswissen ausgestattet - aktiv an der Diskussion teilnehmen können. (3)Die insbesondere in Deutschland so brisanten Finanzierungsprobleme der sozialen Sicherungssysteme können in einem Praxiskontakt mit einem gesetzlichen und/oder privaten Versicherungsträger thematisiert werden. Die Schülerinnen und Schüler können am Beispiel der gesetzlichen Krankenversicherung das Ausmaß, die Ursachen und die Folgen der so genannten Kostenexplosion im Gesundheitswesen kennen lernen und die diskutierten Reformvorschläge auf der Basis bewährten Wissens beurteilen. Lehrerhandreichungen zu diesen und weiteren Beispielen stehen u.a. auf der Homepage des Institutes für Ökonomische Bildung (WWU Münster) zum kostenlosen Download zur Verfügung: <http://www.wiwi.uni-muenster.de/ioeb/forschen/WirtschaftInDerSchule/Materialien.htm>

I.

Literatur

- DFV (2005): Franchising - Partnerschaft für mehr Wachstum. Berlin [*Infoheft des Deutschen Franchising Verbandes mit grundlegenden Informationen und aktuellem Datenmaterial*]
- Frech, S./Kuhn, H.-W./Massing, P. (2004): Methodentraining für den Politikunterricht. Schwalbach/Ts. [*Zusammenstellung von Mikro- und Makromethoden der politischen Bildung mit praxisrelevanten Anmerkungen und anschaulichen Beispielen*]
- Gerstermaier, J./Mandl, H. (1995): Wissenserwerb unter konstruktivistischer Perspektive. In: Zeitschrift für Pädagogik. 41. Jg., H. 6. S. 867-888 [*Einschlägiger Aufsatz zur konstruktivistischen Lerntheorie*]
- Kaiser, F.-J./Kaminski, H. (1999): Methodik des Ökonomieunterrichts. 3. Aufl., Bad Heilbrunn/Obb. [*Standardwerk für den Einsatz handlungsorientierter Methoden im Wirtschaftsunterricht*]
- Kaminski, H./Krol, G.-J./Eggert, K./Koch, M./Loerwald, D./Zoerner, A. (2005):
Praxiskontakte
-Zusammenarbeit zwischen Schule und Wirtschaft. Braunschweig
[*Abschlussbericht des unter der Leitung der IHK Nord-Westfalen durchgeführten und von den Instituten für Ökonomische Bildung der Universitäten Münster und Oldenburg wissenschaftlich begleiteten Pilotprojektes „Praxiskontakte Wirtschaft - Wirtschaft in die Schule“*]
- Krol, G.-J. (2001): Ökonomische Bildung ohne Ökonomik? In: Fischer, A. u.a. (Hrsg.):
Journal für Sozialwissenschaften und ihre Didaktik. Schwalbach/Ts. Jahresband
2001, S. 20ff. [*Aufsatz zur Bildungsrelevanz des ökonomischen Denkansatzes und zum originären Beitrag der ökonomischen Bildung für eine zeitgemäße Allgemeinbildung*]
- Krol, G.-J. (2003): Ökonomische Verhaltenstheorie. In: May, H. [Hrsg.]: Handbuch zur
ökonomischen Bildung. 7. Aufl., München/Wien [*Beitrag zum Erklärungspotenzial
des ökonomischen Denkansatzes in der ökonomischen Bildung*]
- Krol, G.-J. (2004): Praxiskontakte und ökonomische Bildung - Potenziale, Grenzen,
Herausforderungen, In: edut@in. Tagungsdokumentation 2003 (CD ROM),
Frankfurt a. M. [*Allgemein- und insbesondere fachdidaktische*

*Auseinandersetzung mit den Chancen und Herausforderungen von
Praxiskontakten als Bestandteil handlungsorientierter Lehr-Lern-Konzepte]*

- Krol, G.-J./Loerwald, D./Zoerner, A. (2006): Praxiskontakte, Ökonomische Bildung und Handlungskompetenz. In: Weitz, B. [Hrsg.]: Kompetenzförderung, -entwicklung und -prüfung in der ökonomischen Bildung. Bergisch Gladbach *[Beitrag zu den Möglichkeiten und Grenzen eines fachlich fundierten Kompetenzerwerbs mittels Praxiskontakten im Rahmen ökonomischer Lehr-Lernprozesse.]*
- Richter, R./Furubotn, E. G. (2003): Neue Institutionenökonomik. 3.Aufl., Tübingen *[Standardwerk zur Neuen Institutionenökonomik]*
- Steinmann, B./Weber, B. (1995): Handlungsorientierte Methoden in der Ökonomie. Neusäß *[Praxisorientierte Übersicht über handlungsorientierte Methoden der ökonomischen Bildung]*
- Terhart, E. (1999): Konstruktivismus und Unterricht. Gibt es einen neuen Ansatz in der allgemeinen Didaktik? In: Zeitschrift für Pädagogik. 45. Jg., H. 5. S. 629-647 *[Aufsatz zur Relevanz der konstruktivistischen Lerntheorie für eine zeitgemäße Didaktik]*
- Weizsäcker, C. C. v. (2000): Über die Schlusspassage der General Theory-Gedanken zum Einfluss ökonomischer Theorien auf die Politik. In: Verein für Socialpolitik (Hrsg.): Perspektiven der Wirtschaftspolitik. Band 1/ Heft 1. S. 35 ff. *[Aufsatz zur Wirkung ökonomischer Theorien auf die Politik]*
- Zoerner, A. (2001): Welche ökonomische Bildung wollen wir? In: Fischer, A. u.a. [Hrsg.]: Journal für Sozialwissenschaften und ihre Didaktik. Schwalbach, Jahresband 2001, S. 190 ff. *[Darstellung einer bildungs- und gesellschaftstheoretisch begründeten Konzeption ökonomischer Bildung als Bestandteil von Allgemeinbildung]*

Materialien

M1: Auf der Suche nach dem Mikro-Makro-Problem

Kopiervorlage

Im Rahmen des durchgeführten Praxiskontaktes wurden folgende Einsichten gewonnen:

Frage 1: Lässt sich die im Praxiskontakt erfahrene Situation auf ähnlich gelagerte Fälle übertragen?

Frage 2: Ist das, was aus der Sicht des Praxispartners vernünftig erscheint, auch dann noch sinnvoll, wenn sich alle anderen wirtschaftlichen Akteure genauso verhalten?

Frage 3: Ist das, was der Praxispartner aus seiner einzelwirtschaftlichen Sicht für wünschenswert hält, auch in einem kollektiven Interesse?

Frage 4: Welche Bedeutung wird dem, was aus der einzelwirtschaftlichen Sicht des Praxispartners als Handlungsbeschränkung erfahren wird, aus ordnungspolitischer Perspektive beigemessen?

„Franchising ist ein Vertriebssystem, durch das Waren und/oder Dienstleistungen und/oder Technologien vermarktet werden. Es gründet sich auf eine enge und fortlaufende Zusammenarbeit rechtlich und finanziell selbständiger und unabhängiger Unternehmen, den Franchise-Geber und seine Franchise- Nehmer. Der Franchise-Geber gewährt seinen Franchise-Nehmern das Recht und legt ihnen gleichzeitig die Verpflichtung auf, ein Geschäft entsprechend seinem Konzept zu betreiben. Dieses Recht berechtigt und verpflichtet den Franchise-Nehmer, gegen ein direktes oder indirektes Entgelt im Rahmen und für die Dauer eines schriftlichen, zu diesem Zweck zwischen den Parteien abgeschlossenen Franchise-Vertrags bei laufender technischer und betriebswirtschaftlicher Unterstützung durch den Franchise-Geber, den Systemnamen und/oder das Warenzeichen und/oder die Dienstleistungsmarke und/oder andere gewerbliche Schutz- oder Urheberrechte sowie das Know-how, die wirtschaftlichen und technischen Methoden und das Geschäftssystem des Franchise-Gebers zu nutzen.“

Quelle: Europäischer Verhaltenskodex für Franchising vom 01.01.1992

Im Mittelpunkt der Agenturtheorie steht die Institution des Vertrages und seine Rolle in Austauschbeziehungen zwischen einem Auftraggeber („Prinzipal“) und einem Auftragnehmer („Agent“). Typische Beispiele für solche *Auftrags- oder Agenturbeziehungen* im Kontext von Unternehmungen sind die Beziehungen zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer, Käufer und Verkäufer, Eigentümer und Geschäftsführer, Aufsichtsrat und Vorstand, Vorstand und Führungskraft, Fremdkapitalgeber und Geschäftsführer, Vorgesetztem und Untergebenem (Picot 1990, S. 8).

In all diesen Fällen überträgt ein Auftraggeber („Prinzipal“) zur Realisierung seiner Interessen bestimmte Aufgaben und Entscheidungskompetenzen auf der Basis einer Vereinbarung an einen beauftragten Partner („Agenten“), der für seine Dienste eine Vergütung erhält. Die Übertragung von Aufgaben bietet für den Prinzipal den Vorteil, dass er sich die spezialisierte Arbeitskraft und den Informationsvorsprung des Agenten zu Nutzen machen kann. Allerdings wirft die Aufgabendelegation für den Prinzipal auch ein Problem auf. Je weniger Informationen der Prinzipal über die Motive, die Handlungsmöglichkeiten und das faktische Leistungsverhalten des Agenten hat, desto größer ist für ihn das Risiko, dass der Agent nicht gemäß des vereinbarten Auftrags handelt, sondern die eigenen Interessen zum Nachteil des Prinzipals verfolgt. Der Prinzipal ist somit mit dem Problem konfrontiert, wie vertraglich sichergestellt werden kann, dass der Agent eine Leistung erbringt, die der Vereinbarung möglichst gut entspricht.

Quelle: Ebers, M./Gotsch, W. (2001): Institutionenökonomische Theorien der Organisation. S. 209. In: Kieser, A. [Hrsg.]: Organisationstheorien. 4. Aufl., Stuttgart/Berlin/Köln, S. 199-251

Was ist das moderne am Franchising? Kann es überhaupt *modern* sein, Ouasi-Leibeigenschaftern in die industrialisierte Gesellschaft wieder einzuführen? Zwar ist der Franchise-Nehmer ein selbständiger Unternehmer, aber diese Selbständigkeit ist gebrochen. Der Franchise-Vertrag unterwirft den Franchise-Nehmer vielerlei Einengungen, die den Anschein erwecken können, dass er letztlich so etwas wie ein moderner Sklave sei, der sich durch die schöne Illusion der Selbständigkeit zur Selbstaussbeutung verlocken lässt. Wirtschaftlich und rechtlich gesehen hat der Franchise-Geber viel Macht. Kann solche Macht heute noch legitim sein? Kann man eine Kooperation als *modern* bezeichnen, die eine der Vertragsparteien so eindeutig am längeren Hebel belässt? [...]

Hierbei [beim Franchising] handelt es sich um eine gelungene Mischung aus selbständigem Unternehmertum und Massenproduktion. Solange es einfach darum geht, von Größenvorteilen Gebrauch zu machen, was standardisiertes Vorgehen voraussetzt, ist die strikte Hierarchie eines Großunternehmens nicht zu schlagen. Das Großunternehmen ist innerhalb seiner Firmengrenzen gewissermaßen zu *konzentrierten Aktionen* befähigt; es kann groß angelegte, verzahnte Manöver zuverlässig koordinieren und überwachen. In dem Maße jedoch, wie Unwägbarkeiten hinzukommen, also etwa die Besonderheiten örtlicher Märkte und Kunden oder das Gespür für Trends *vor Ort*, verlieren sich die Vorteile von Größe, weil die lokalen Operationen immer weniger der Standardisierung zugänglich sind. Jetzt kommt es stattdessen zu *Vorteilen von Kleinheit*, wie sie kleine, selbständige Einheiten besser wahrnehmen können als Konzerne. Ein typisches Beispiel ist der Handwerker. Jeder Fall sieht anders aus, jeder verlangt den Einsatz von Fingerspitzengefühl und Erfahrung, wie er durch eine Konzernzentrale nicht mehr zu kontrollieren wäre. *Handwerkerkonzerne* wären deshalb wirtschaftlich nicht lebensfähig; und es ist kein Zufall, dass in diesem Bereich relativ kleine und selbständige Firmen überwiegen.

Hybridformen sind angebracht, wenn einerseits selbständiges Handeln vor Ort nötig ist, also *Vorteile von Kleinheit* wahrzunehmen sind, während es aber andererseits auch eine erhebliche Notwendigkeit für Standardisierung gibt, d.h. *erhebliche Größenvorteile* zu realisieren sind. Beim Handwerker können solche Spielräume beispielsweise im Rechnungswesen liegen, in der Handhabung von Steuer- und Umweltvorschriften oder im Beschaffungswesen. In solchen Fällen sind Genossenschaften eine denkbare Lösung. Sobald aber koordiniertes Operieren von besonderer Bedeutung ist, rückt das Franchising in den Mittelpunkt des Interesses, weil

bei ihm die hierarchische Komponente stärker ausgeprägt ist als bei Genossenschaften. [...].

Hybridformen können enorme Produktivitätsreserven erschließen. Sie ermöglichen eine Intensivierung der Arbeitsteilung, indem sich die Beteiligten auf ihre Kernkompetenz beschränken und den Rest auslagern. *Beim Franchising ist es die Systemzentrale, welche bestimmte standardisierte Aufgaben vom Franchise-Nehmer übernehmen und dabei ein gerütteltes Maß von Know How entwickeln kann. Die dabei sprunghaft ansteigende Produktivität ermöglicht dann, dass Hybridformen großen Unternehmen überlegen sind. Das wird künftig zunehmend der Fall sein, sodass den hybriden Organisationsformen die Zukunft gehört. Wiederum ist der Platz des Franchising innerhalb des Spektrums hybrider Organisationsformen dort, wo einheitliches Auftreten nach außen und das Einhalten zuverlässiger Qualitätsstandards besonders wichtig sind. Arbeitsteilige Standardisierung bedingt Sachzwänge, weil eines ins andere greifen muss. Gerade Franchise-Arrangements sind wegen ihrer straffen Koordination dafür prädestiniert, strategische Felder zu besetzen, die heute noch von Konzernen gehalten werden. Die Perspektiven für das Franchising sind also ausgezeichnet.*

Was zunächst wie Sklaverei aussieht, ist in Wahrheit die Manifestation von Sachzwängen, denen sich die Beteiligten selbst unterwerfen. Dass sie dies tun, ist das Ergebnis einer freien unternehmerischen Entscheidung. [...]

Quelle: Bonus, H. (2001): Der Franchise-Nehmer-Ein moderner Sklave? In: Bonus, H.: Kunst der Ökonomie. Umwelt und *Identität*. Münster, 5. 291-300

In der modernen Arbeitswelt sind im Rahmen von Bewerbungsgesprächen nicht nur Zeugnisse interessant, sondern auch weitere Zertifikate, die spezifische Kenntnisse und Fähigkeiten belegen. Damit die Schülerinnen und Schüler im Anschluss an ihre schulische Laufbahn einem zukünftigen Arbeitgeber auch glaubwürdig signalisieren können, dass sie sich im Rahmen von Praxiskontakten eigenverantwortlich und selbstständig mit ökonomischen Fragestellungen auseinandergesetzt haben, bietet sich die Anfertigung eines Praxiskontaktportfolios an.

Datum des Praxiskontakts

Zentrale Problemstellung

Praxispartner

Methodische Ausgestaltung

Titel der Unterrichtsreihe

Inhalte

Unterschrift
der Klassenlehrerin

Unterschrift der
Schulleitung

Stempel der Schule:

