

„WIRTSCHAFT HÄNGT GANZ WESENTLICH MIT VERTRAUEN ZUSAMMEN“

Ökonomische Bildung findet nicht nur in der Schule statt. Auch Unternehmen können zur Wissensvermittlung beitragen, meint André Habisch, Professor für Christliche Sozialethik und Gesellschaftspolitik an der KU Eichstätt-Ingolstadt und Mitglied des wissenschaftlichen Beirats der bpb. Ein Gespräch über die Vielfalt der Wirtschaft und welche Rolle die Religion dabei spielen kann.

→ Interview Miriam Vogel

Die „ZEIT“ hat gerade eine große Umfrage zu Grundfragen der Ökonomie gemacht. In Deutschland hapert es offensichtlich an wirtschaftlichem Grundwissen. Woran liegt das aus Ihrer Sicht? André Habisch: Meiner Meinung nach sehen wir im Bildungssystem den gesamten Bereich Wirtschaft oft zu pauschal nur kritisch; das führt dazu, dass auch in unseren Schulen, die ja eigentlich die ersten Vermittler gesellschaftlicher Realität sind, nur wenig Einblicke gegeben und mitunter auch Vorbehalte kultiviert werden.

Welche Vorbehalte meinen Sie? Es wird wenig aufgezeigt, in welcher Bandbreite wir mit Fragen der Wirtschaft in Bildung und Leben in Berührung kommen oder wo es Neuaufbrüche gibt und welche neuen Modelle gelebt werden.

Welche Aspekte sind wichtig, um das Thema Wirtschaft in der Gesellschaft zu beleuchten? Zunächst sollte das Thema Wirtschaft in seiner ganzen Breite dargestellt werden, einschließlich kritischer Fragestellungen im Kontext von Globalisierung. Aber auch Neuaufbrüche müssen thematisiert werden – etwa die Möglichkeit, durch ethische Geldanlagen auf das Management von Großunternehmen Einfluss zu nehmen. Auch die neuen Möglichkeiten der kritischen Beobachtung und Begleitung international tätiger Unternehmen, die aus der Digitalisierung erwachsen, sollten beleuchtet werden.

Wie könnte man die Themen mit Schülern diskutieren? Zunächst einmal würde ich viel mehr Geschichten erzählen – Geschichten etwa aus dem Alltag von mittelständischen Eigentümer-Unternehmen, die ja die deutsche Wirtschaft ganz überwiegend prägen. Auf der zunehmend schwierigeren Suche nach Nachwuchskräften bemühen sich viele, gemeinsam mit der Mitarbeitervertretung personalpolitisch neue Wege zu gehen, etwa bei Flexibilisierung von Arbeitszeit und -ort zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Im internationalen Bereich könnte aufgezeigt werden, wie Unternehmen nicht nur ausbeuten, sondern anderswo auch mithelfen, humanere Arbeitsbedingungen zu erreichen. Denken wir etwa an die Textilindustrie: Da hat es nach der Rana-Plaza-Katastrophe in Bangladesch auch viele Bemühungen gegeben, damit so eine Katastrophe nicht noch einmal passieren kann. Das hat sicherlich noch nicht überall ge-griffen und es gibt immer noch viel Ausbeutung. Aber es sollte auch öfter aufgezeigt werden, dass in der Wirtschaft ernsthaft



André Habisch hat Katholische Theologie in Münster und Tübingen sowie Volkswirtschaft an der FU Berlin studiert. Er lehrt an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der KU Eichstätt-Ingolstadt. Als sachverständiges Mitglied hat er in mehreren Enquete-Kommissionen des Deutschen Bundestages mitgearbeitet – etwa zum bürgerschaftlichen Engagement sowie zu „Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität“.



Der neue Akquisos-Newsletter

Unternehmen als Partner

Politische Bildung lebt von kreativen Ideen und engagierten Menschen. Es heißt: „Ideen sind Kapital, alles andere ist nur Geld.“ Aber was, wenn es an Letzterem fehlt? Unternehmensfundraising kann etablierte Finanzquellen von gemeinnützigen Bildungsträgern ergänzen. Manche Anbieter politischer Bildung haben dabei Berührungspunkte mit „der Wirtschaft“ – wollen sie doch unabhängig und nur den Grundprinzipien der Profession verbunden bleiben. Andere wiederum zeigen sich begeistert von einer so generierten Win-win-Situation. Letztlich müssen sie im Einzelfall abwägen, ob sie sich für eine solche Kooperation entscheiden. Und Unternehmen wiederum diskutieren für sich, inwieweit politische Bildung auch eine Ergänzung der eigenen Unternehmenspolitik – z. B. im Kontext der Corporate-Social-Responsibility-Aktivitäten – sein kann.

Pro- und Contra-Argumente und zahlreiche Praxistipps liefert der neue Akquisos-Newsletter: www.bpb.de/akquisos/unternehmen

Der Fundraising-Newsletter „Akquisos“ der bpb erscheint vierteljährlich und kann kostenlos abonniert werden: www.bpb.de/akquisos

an Problemlösungen gearbeitet wird – etwa wenn gemeinsame Selbstkontrolle der Unternehmen die fehlende Fremdkontrolle des Staates wenigstens übergangsweise ersetzt.

Welche Rolle spielt denn die Schule bei der Vermittlung des Themas Wirtschaft? Die Schule ist natürlich der wichtigste Ort für die Heranführung an das Thema. Dabei ist es meiner Ansicht nach entscheidend, dass Lehrerinnen und Lehrer ihren Unterricht praxisnah und vielfältig gestalten, vielleicht auch mal Unternehmenspraktiker in die Klasse einladen, die über ihre eigene Arbeit berichten.

Wie früh sollte mit ökonomischer Bildung begonnen werden? Meiner Ansicht nach schon ganz früh. Bereits in der Grundschule sollten die Kinder mit diesem Lebensbereich vertraut gemacht werden. Denn Wirtschaft hat eben nicht nur etwas mit Zahlen, Daten, Fakten zu tun, sondern bedeutet zum Beispiel auch die Beschäftigung mit Fragen nach der Art und Weise, wie Dinge produziert werden. Hier macht die „Sendung mit der Maus“ ja vor, wie lebensnah und anschaulich über diesen Bereich berichtet werden kann.

Es ist klar, dass Schülerinnen und Schüler in der Grundschule oder Mittelstufe nicht in die Tiefen sozioökonomischer Theoriebildung vordringen werden. Aber Wirtschaft ist eben auch viel mehr. Hier sollte man auch darüber reden, wo im gesellschaftlichen Umfeld etwas für Flüchtlinge getan wird. Ich denke dabei an die Initiativen von vielen Unternehmern und Verbänden, etwa Sprachkurse und Ausbildungsplätze zur Verfügung zu stellen.



Als Ökonom und Theologe plädieren Sie dafür, Märkte und Wirtschaft verantwortungsvoller zu gestalten. Wie kann das funktionieren? Zunächst mal erleben wir, dass viele unserer Studierenden mit enormem Idealismus an die Sache herangehen. Ich bin zum Beispiel Mentor einer studentischen Initiative, die jedes Jahr einen großen Nachhaltigkeitskongress bei uns an der Fakultät organisiert: ganz ohne die Professoren, einfach nur aus der studentischen Perspektive heraus. Dazu laden sie Kommilitoninnen und Kommilitonen aus dem ganzen Bundesgebiet ein: *Denk nachhaltig!* Häufig werden diese Leitvorstellungen dann aber in den Unternehmen zu wenig aufgegriffen. Dabei sind es doch immer wieder die ethischen Ziele, die Engagement, Innovation und neue Praktiken anstoßen und auf diese Weise Unternehmen auch wirtschaftlich voranbringen. Nur wer den besten Köpfen Freiräume gewährt, wird sie in Zeiten demografischen Wandels auch dauerhaft an sich binden können. Wir im Bildungssystem sollten das vorbereiten und deutlich machen, dass auch Unternehmer und Manager wichtige Motoren positiver Veränderungen sein können.

Welche Rolle spielen Unternehmen, wenn es darum geht, für ethische Ziele einzutreten? Unternehmen sind die zentralen Akteure der Wirtschaft. Auch hier denken wir viel zu stark an die großen Konzerne. Über 90 Prozent der Unternehmen

in Deutschland sind aber klein und mittelständisch, und über 70 Prozent der Arbeitnehmer arbeiten dort. Vor allem dieser Bereich des vielfältigen Mittelstandes muss beleuchtet werden, wie es in den letzten Jahren zum Glück mitunter geschieht. Ich selber arbeite seit Langem beratend im Bund Katholischer Unternehmer mit. Das sind überwiegend Kleinunternehmer und Führungskräfte, die eben versuchen, ihre christlichen Werte beispielsweise im Umgang mit ihren Mitarbeitern oder im Engagement für ihr gesellschaftliches Umfeld zu leben, und die sich von ihren Erfahrungen her auch an gesellschaftspolitischen Diskussionen beteiligen.

Die Rolle von Unternehmen wird aber auch sehr kritisch gesehen, insbesondere in den Debatten über den Einfluss von Unternehmen und deren Stiftungen auf Schulen. Wie sehen Sie das? Es wäre naiv, die Augen davor zu verschließen, dass Unternehmen wirtschaftliche Eigeninteressen verfolgen und sich mitunter gemeinwohlschädlich verhalten – denken wir an die Finanzkrise oder den VW-Skandal. Prinzipiell ist es aber so, dass ein Großteil des gesellschaftlichen Engagements von Unternehmen im Bereich von Bildung und Ausbildung stattfindet. Unser international viel gerühmtes duales Ausbildungssystem, also die berufliche Bildung in Betrieben und staatlichen Berufsschulen, funktioniert nur, weil jedes Jahr über 300.000 Unternehmer

bbp'ler empfehlen



Iris Möckel, langjährige Referentin im Fachbereich Print und Erfinderin zahlreicher bpb-Unterrichtsmaterialien, über die Ausgabe **Grundwissen Wirtschaft: Super-, Floh- und andere Märkte** der Themenblätter für die Grundschule

Lange, bevor Kinder über eigenes Geld verfügen, sind sie Konsumenten. Sie benötigen keine „Quengelzone“ an der Supermarktkasse, um von ihren Eltern bestimmte Produkte einzufordern, denn ihre Wunschlisten stellen sie sich selbst aus der Werbung zusammen.

Kritische Eltern und professionelle Pädagoginnen und Pädagogen dagegen möchten die Kinder zu bewusstem „Haben-Wollen“ und zum Sinn von Sparen (= Aufschieben) erziehen, damit diese den vielfältigen Verführungen nicht hilflos ausgeliefert sind, sondern ihre wirtschaftlichen Entscheidungen durchdenken. So sollten schon in der Primarstufe erste Strukturen einer ökonomischen Bildung gelegt werden. Für einen spielerischen, fundierten Einstieg in den Unterricht hält die bpb „Super-, Floh- und andere Märkte“ (Autoren/-innen und Konzept: Anja Besand, Thomas Adam, Astrid Ohl-Loff) in ihrem Angebot bereit.

Das (gekennzeichnete) DIN-A4-Heft enthält drei liebevoll von Annika Leese gezeichnete, farbig gestaltete DIN-A3-Bögen („Supermarkt“, „Kinderzimmer“ und „Flohmarkt“), die mit allerlei Waren des täglichen Bedarfs, aber auch mit Luxusgütern und mit solchen aus kindlichen Wunschlisten, nach bestimmten Vorgaben bestückt werden können. Diese werden aus sechs farbigen Warenbögen ausgeschnitten; auf der Rückseite befinden sich dazugehörige Preise. Damit lassen sich drei aufeinander aufbauende Lernstationen einrichten.

Das Material ist geeignet für zwei Gruppen mit je fünf Kindern. Eine Handreichung für Lehrerinnen und Lehrer ergänzt die Arbeitsblätter zum „Lernen an Stationen“ und die Kopiervorlage „Supermarkt einrichten“.



Themenblätter für die Grundschule Grundwissen Wirtschaft: Super-, Floh- und andere Märkte

Spielerisch lernen Grundschulkinder den Wert des Geldes kennen, entdecken Einkaufsfallen im Supermarkt und unterscheiden zwischen „brauchen“ und „haben wollen“. Grundwissen für mündige Verbraucherinnen und Verbraucher.

2010, Bestell-Nr. 5346
kostenlos

UNTERNEHMEN [ʊntɐ'ne:mən]

Man kann Unternehmen unter verschiedenen Gesichtspunkten betrachten: Technisch gesehen produzieren sie Güter; in rechtlicher Hinsicht sind es selbstständig wirtschaftende Organisationen, die aus mehreren Betrieben, Tochterunternehmen usw. bestehen können. Wirtschaftlich gesehen setzen Unternehmen Produktionsfaktoren wie Kapital, Arbeit und Wissen ein, um mit dem Verkauf von Gütern eine möglichst hohe Rendite auf das eingesetzte Kapital zu erwirtschaften. Neben privaten Unternehmen gibt es in unserem Wirtschaftssystem auch öffentliche Unternehmen, die in der Regel Versorgungsleistungen erbringen (z. B. öffentlicher Nahverkehr, Energieversorgung, Müllabfuhr usw.); sie streben in der Regel nicht nach Gewinn, sondern nach Kostendeckung. Privatwirtschaftliche Unternehmen kombinieren Produktionsfaktoren zu dem Zweck, Güter zu produzieren, für die auf den Märkten eine kaufkräftige Nachfrage besteht. Der Chance auf Gewinne steht dabei das Risiko von Verlusten gegenüber. Als Nebeneffekt ihrer Güterproduktion fragen Unternehmen Arbeitskräfte nach und sorgen damit für Beschäftigung. Arbeitsplätze zu schaffen oder für Beschäftigung zu sorgen ist jedoch kein primäres Ziel von Unternehmen.

Quelle: pocket wirtschaft – Ökonomische Grundbegriffe, Gerhard Wilke, Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn 2006.

Kostenlos online unter: www.bpb.de/pocket-wirtschaft

Digitale Bildung in der Praxis

New Educonomy

Bildungs-Startups, Education-Rabatte, gesponserte Tablet-Klassen – Digitale Bildung wird von der Wirtschaft zunehmend als Geschäftsfeld entdeckt. Wie sind solche Entwicklungen zu bewerten? Der Themenschwerpunkt auf werkstatt.bpb.de gibt einen Überblick über einflussreiche Entwicklungen, Produkte und Strategien und soll für die Ökonomisierung des Bildungsektors sensibilisieren.

und Angestellte aus den Unternehmen sich ehrenamtlich als Prüfungspersonen bei den Abschlussprüfungen der Handelskammern zur Verfügung stellen. Da fließen enorme Ressourcen aus der Wirtschaft ins Ausbildungssystem. Darüber hinaus gibt es auch Kooperationsprojekte mit Schulen. Das muss sehr differenziert betrachtet werden. Schließlich wird jedes Projekt ja auch von einer Lehrkraft begleitet, die vom Unternehmen wirtschaftlich unabhängig ist.

Da Sie Theologe sind: Was hat Wirtschaft eigentlich mit Religion zu tun? Wirtschaft hängt ganz wesentlich mit Vertrauen zusammen. Denken Sie an die zentralen Begriffe im Geldsystem, zum Beispiel „Kredit“ von lateinisch „credere“, glauben. In der Frühneuzeit und im Mittelalter hat die religiöse Praxis ganz stark vertrauensbildend zur wirtschaftlichen Entwicklung beigetragen, so fanden etwa die Wochenmärkte um die Kirchen herum statt. Noch heute wurzelt das Engagement vieler Unternehmer in ihren spirituellen Überzeugungen. Die Besinnung auf ein ausgewogeneres Leben, auf die ganzheitliche Begegnung mit anderen Menschen, auf Nachhaltigkeit und „mindfulness“, also Achtsamkeit, findet auch in der Wirtschaft zunehmend Resonanz. Wir arbeiten an der Katholischen Universität Eichstätt zum Beispiel mit dem auf Aristoteles zurückgehenden Konzept der „praktischen Weisheit“. Dabei geht es darum, Studierende

auf ihren späteren Berufsalltag und die Entscheidungssituationen vorzubereiten, mit denen sie täglich konfrontiert werden. Kurz gefasst geht es also um eine Anleitung zum Treffen ethisch fundierter unternehmerischer Entscheidungen. Dabei befragen wir religiöse und spirituelle Traditionen und wie sich diese weltweit in die universitäre Führungskräfteausbildung integrieren lassen. Wir haben uns asiatische Traditionen und den Islam angeschaut, aber auch das Judentum, für das Weisheitstraditionen eine große Rolle spielen und unternehmerisches Handeln immer wieder inspirieren.

Mit welchen Themen und Fragestellungen werden wir es in der Zukunft zu tun haben? Im Fokus der gegenwärtigen Diskussion steht ja die Digitalisierung. Da gibt es vor allem Schreckensszenarien, zum Beispiel aus der „Matrix“-Reihe, die im Großen und Ganzen die Stoßrichtung vorgeben: Mensch gegen Maschine. Arbeitsplätze werden verdrängt von den Maschinen, wir müssen uns gegen die Roboter und gegen die Digitalisierung wehren. Ich plädiere nicht für eine naive Fortschrittsgläubigkeit; es muss vielmehr kritisch gewürdigt werden, wenn auch Fachleute wie der Tesla-Gründer Elon Musk vor künstlicher Intelligenz warnen. Aber Mensch und Maschine können auch zusammenarbeiten. Maschinen erweitern schon heute radikal unsere Handlungsmöglichkeiten: Wir müssen gemeinsam – als interkreative Teams – die Herausforderungen des 21. Jahrhunderts angehen. Ein passendes Leitbild hat der Regisseur George Lucas schon vor einem halben Jahrhundert formuliert. Er ließ ein Team aus dem Menschen Han Solo, dem Affenwesen Chewbacca sowie den Computern R2-D2 und C-3PO gemeinsam durch das Universum fliegen und gegen das repressive Imperium kämpfen: eine Zusammenarbeit von lebendigen und artifiziellen Wesen, die vielleicht demnächst schon in vielen mittelständischen Unternehmen Wirklichkeit wird – vorausgesetzt, wir erfüllen die sozialen und organisatorischen Rahmenbedingungen dafür.

Herr Professor Habisch, herzlichen Dank für das Gespräch. –

10 Fragen an: Udo Dittmann

„Wirtschaftsseminare gehören unbedingt zum Angebot politischer Bildung“, sagt Udo Dittmann über die Arbeit der Akademie Biggese. Die Institution ist eine von vielen Einrichtungen, die mit der bpb zusammenarbeiten.

→ Interview **Miriam Vogel**

1. Die Akademie Biggese legt einen Schwerpunkt auf wirtschaftspolitische Themen. Wann ist Wirtschaft politisch? Wirtschaft ist immer politisch. Die Wirtschaftsordnung einer Gesellschaft entscheidet ja nicht nur über den Wohlstand ihrer Bürger, sondern auch über die Frage sozialer Gerechtigkeit. Ordnungspolitische Entscheidungen setzen ja auch den Rahmen für wirtschaftliches Handeln. Damit gehört das Thema unbedingt zur politischen Bildung.

2. Wie vermitteln Sie das Thema Wirtschaft? Das ist sehr unterschiedlich. Bei einem internationalen Jugendprojekt setzen wir andere Methoden ein als in einem Seminar mit Auszubildenden aus der Region. Vom Vortrag über die Zukunftswerkstatt bis zum Planspiel kommt hier alles vor – Hauptsache, die Methoden docken erst mal am Lebensalltag der Teilnehmenden an.

3. Was heißt das konkret? Nehmen wir zum Beispiel Auszubildende. Da bietet sich der Einsatz eines Planspiels an. Hier bekommen sie die Gelegenheit, selbst ein Unternehmen zu leiten. In Teams müssen die Teilnehmenden möglichst erfolgreich agieren: Das geht vom Materialeinkauf über Investitionen bis zu Tarifverhandlungen. Kleingruppentteams spielen – computerunterstützt – mehrere Runden im Wettbewerb. Nebenbei lernen die jungen Menschen, dass Unternehmer eine hohe soziale Verantwortung tragen und wie unser Wirtschaftssystem in der Gesellschaft verwoben ist.

4. Wen erreichen Sie mit dem Angebot? Vor allem Jugendliche und junge

Erwachsene. Dabei unterscheiden wir zwischen Schülerinnen und Schülern und Auszubildenden. Wir kooperieren seit vielen Jahren intensiv mit Unternehmensverbänden. So erreichen wir verschiedene Branchen. Und natürlich sind die Berufskollegs wichtige Partner.

5. Wie kam es zu dem wirtschaftspolitischen Schwerpunkt der Akademie? Die Akademie Biggese blickt auf eine lange Tradition zurück. Der Träger wurde bereits 1951 gegründet. Die Verantwortlichen wollten von Beginn an die damals junge Demokratie durch politische Bildung stärken – und dazu gehörte ausdrücklich auch die Stärkung der sozialen Marktwirtschaft.

6. Hat die Auseinandersetzung mit der sozialen Marktwirtschaft auch Auswirkungen auf andere Bereiche Ihrer Arbeit? Sicher. Wirtschaftspolitische Fragen tauchen in vielen Seminaren auf, auch in internationalen Jugendbegegnungen. Wenn sich Jugendliche aus aller Welt in unseren Projekten über ihre Partizipations- und Gestaltungsmöglichkeiten austauschen, kommen sie ganz von selbst auch auf die Wirtschaftsordnungen in ihren Ländern zu sprechen.

7. Was ist Ihr aktuelles Lieblingsprojekt? Unser internationales Jugendbegegnungsprojekt mit chinesischen und deutschen Teilnehmenden. Wir planen, es zu einem trilateralen Projekt mit einem afrikanischen Partner zu erweitern. Ich glaube, dass es sehr spannend und gewinnbringend für alle Beteiligten ist, so unterschiedliche Kulturen und Lebenswelten zusammenzubringen.



Udo Dittmann ist Diplompädagoge und seit 35 Jahren in der Jugend- und Erwachsenenbildung engagiert. Seit dem Jahr 2007 ist er Leiter und Geschäftsführer des Tagungs- und Bildungseinrichtung Akademie Biggese.



Seit fast 70 Jahren engagiert sich die Akademie Biggese gGmbH im südwestfälischen Attendorn in der politischen Jugend- und Erwachsenenbildung. Im breiten Themenspektrum der Einrichtung gewinnt die internationale Arbeit zunehmend an Bedeutung.

www.akademie-biggese.de

8. Gab es während Ihrer Arbeit einen besonderen Moment, an den Sie sich immer wieder gern erinnern? Besonders in den internationalen Projekten sind sich die Jugendlichen zunächst fremd und oft sehr zurückhaltend. Wenn dann nach 8 oder 9 Tagen der Abschied naht, fließen viele Abschiedstränen. Manchmal entstehen aus solchen Begegnungen lange Freundschaften – das ist schon sehr bewegtend.

9. An welchem politischen Bildungsangebot würden Sie selbst gerne teilnehmen? An einem internationalen Jugendprojekt in Form eines Sommercamps mit Teilnehmenden aus allen Kontinenten. Schwerpunkt: Wirtschaft und Kultur. Als Teilnehmer wäre ich wohl etwas zu alt, aber als Referent würde ich sicher wertvolle Erfahrungen gewinnen ...

10. Was schätzen Sie an der bpb? Die finanzielle Förderung vieler unserer Projekte durch die bpb macht es vor allem unseren jugendlichen Teilnehmenden erst möglich, an den Angeboten der politischen Bildung teilzunehmen. Und: Zur Seminarvorbereitung liegt immer die entsprechende Ausgabe der APuZ in greifbarer Nähe. –