

Antwort auf eine Kleine Anfrage

— Drucksache 10/244 —

Betr.: Schulversuch des Bildungswerkes der Niedersächsischen Wirtschaft

Wortlaut der Kleinen Anfrage des Abg. Wernstedt (SPD) vom 4. 10. 1982

In der Neuen Presse vom 30. 9. 1982 und der Hannoverschen Allgemeinen Zeitung vom 1. 10. 1982 wird von einem Lernspiel mit Schülern eines Gymnasiums berichtet. Dieses Lernspiel soll vom Bildungswerk der Niedersächsischen Wirtschaft in Zusammenarbeit mit der Studien- und Fördergesellschaft der schleswig-holsteinischen Wirtschaft eine Woche lang im Verwaltungsgebäude der Firma Bahlsen stattgefunden haben.

Sinn des Modellspiels, an dem in Schleswig-Holstein bereits 10 % aller Gymnasiasten teilnehmen, soll es sein, Oberschülern die komplizierten Zusammenhänge im Unternehmensbereich transparenter zu machen. Grundgedanke des Spiels soll sein, daß jeweils 7 bis 8 Schüler in Konkurrenz zueinander Scheinfirmen nach dem Prinzip der Gewinnmaximierung managen.

Unbeschadet der Notwendigkeit, daß auch Gymnasiasten mit Problemen der Arbeitswelt vertraut gemacht werden müssen, frage ich die Landesregierung:

1. Ist dieser Modellversuch mit Genehmigung des Niedersächsischen Kultusministers durchgeführt worden?
2. Besteht die Absicht — wie in Schleswig-Holstein —, ähnliche Versuche auch mit anderen Schülern und auch an anderen Orten Niedersachsens durchzuführen?
3. Wenn ja, welche Firmen kommen in Frage?
4. Stellen die beteiligten Firmen ihre Dienstleistungen (Personal, Computer, sonstige Lehrmittel, Räume) usw. kostenlos zur Verfügung?
Wie hoch sind diese Kosten z. B. für den Versuch in der Firma Bahlsen?
Sind diese Kosten steuerlich absetzbar?
5. Von welchem didaktischen Konzept geht der Schulversuch aus?
6. Wird eine affektive Identifizierung mit der Rolle des Unternehmens beabsichtigt?
7. Ist die Landesregierung der Auffassung, daß simulierte Management-Erfahrungen ausreichen, um einen vollständigen Einblick in die wirkliche Arbeitswelt zu erhalten?
8. Wie wird der Gefahr vorgebeugt, daß die Schüler in diesem Spiel eher Konkurrenzverhalten als solidarisches Verhalten lernen?
9. Ist der Versuch darauf angelegt, Entscheidungsprobleme in der Wirtschaft nicht nur während Hochkonjunkturen, sondern auch während wirtschaftlicher Krisen zu simulieren?

10. Sind Probleme der sozialen Sicherung, der Arbeitsplatzsicherheit, der Rationalisierung u. a. auch aus der Sicht der Arbeitnehmer und Gewerkschaften im Spiel vorgesehen?
11. Wenn ja, welche Gewerkschaften waren an der Konzipierung dieses Lernspiels beteiligt?
12. Wenn nein, hält es die Landesregierung für notwendig, bei einem so gründlich durchdachten und aufwendigen Versuch den Rat der Gewerkschaften zu suchen?

Antwort der Landesregierung

Der Niedersächsische Kultusminister
— 01 — 01 420/5 — 10/244 —

Hannover, den 23. 12. 1982

Bei dem „Marketing-Information-Game“, das vom Bildungswerk der Nieders. Wirtschaft in Zusammenarbeit mit der Studien- und Fördergesellschaft der Schleswig-Holsteinischen Wirtschaft vom 27. 9. bis 1. 10. 1982 in den Räumen der Firma Bahlsen für eine 11. Klasse der Leibnizschule durchgeführt wurde, handelte es sich nicht um einen Schulversuch im Sinne von § 14 NSchG.

Vielmehr fand — einer Absprache zwischen dem Nieders. Kultusminister und dem Institut für die Nieders. Wirtschaft e. V. folgend — die „Wirtschaftswoche für Schüler“ als ein Modellseminar statt, in dem erprobt werden sollte, ob und auf welche Weise das in Schleswig-Holstein seit mehreren Jahren mit Erfolg praktizierte Planspiel, an dem dort 1981 ca. 600 Schüler der gymnasialen Oberstufe teilgenommen haben, auf Niedersachsen übertragen werden kann.

Aufgrund der auch in der Anfrage anerkannten Notwendigkeit, Gymnasiasten mit den Problemen der Arbeitswelt vertraut zu machen, wurde das Seminar als „Schulveranstaltung“ durchgeführt, d. h. die Einbindung in den Unterricht wurde gesichert. So nahm — im Unterschied zu dem in Schleswig-Holstein angewandten Verfahren — eine geschlossene 11. Klasse mit ihrem Klassenlehrer, der in dieser Klasse auch das Fach Gemeinschaftskunde unterrichtet, teil. In dem Rahmenrichtlinienentwurf für Gemeinschaftskunde ist für diesen Schuljahrgang eine Einführung in die Wirtschaft als Pflichtthema vorgesehen.

Dies vorausgeschickt, beantworte ich die einzelnen Fragen wie folgt:

Zu 1.

Das Modellseminar ist, wie aus der obigen Einführung hervorgeht, mit Genehmigung des Nieders. Kultusministers durchgeführt worden. Beamte des Kultusministeriums haben zeitweise beobachtend teilgenommen.

Zu 2.

Da mit dem Modellseminar in der Firma Bahlsen die Übertragbarkeit des „Marketing-Information-Game“ auf Niedersachsen erprobt werden sollte, wird die Auswertung der Erfahrungen aller Beteiligten zu einer Entscheidung darüber führen, in welchem Umfang und in welcher Weise das Seminar in Zukunft in Niedersachsen angeboten werden kann.

Von seiten der Veranstalter wurde das Modellseminar einhellig positiv bewertet. Der Bericht des Klassenlehrers und die bisher vorliegenden Schülerberichte bestätigen diese Beurteilung und enthalten einige Anregungen zu Verbesserungen.

Zu 3.

Grundsätzlich kommen alle Firmen, die die erforderlichen Räume für Plenumsitzungen und Gruppenarbeit zur Verfügung stellen und Mittagessen für die Schüler in ihrer Kantine anbieten können, als Ort zur Durchführung des Planspiels in Frage.

Zu 4.

Dem Land Niedersachsen entstehen keine Kosten.

Das Bildungswerk der Nieders. Wirtschaft e. V. teilt mit: „Sämtliche anfallenden Kosten werden vom Veranstalter, dem Bildungswerk der Nieders. Wirtschaft e. V., gemeinsam mit der Studien- und Fördergesellschaft der Schleswig-Holsteinischen Wirtschaft e. V. getragen. Zusätzliche Kosten infolge der Durchführung des Spiels entstehen nicht. Lediglich durch die Bewirtung der Schüler entstehen geringe Kosten, die jedoch nicht höher sind als bei den üblichen Betriebsbesichtigungen.“

Diese Bewirtungskosten werden von der Firma, in der das Planspiel stattfindet, getragen; bei dem Modellseminar gingen sie also zu Lasten der Firma Bahlsen.

Zu 5.

Das „Marketing-Information-Game“ ist so aufgebaut, daß Informationsblöcke, in denen den Schülern Kenntnisse über wirtschaftliche Zusammenhänge vermittelt werden, mit Spielrunden abwechseln. Der Schwerpunkt liegt auf den innerbetrieblichen Entscheidungen und deren Auswirkungen auf den Markt und damit auch auf die Konkurrenz sowie auf die Kunden. In mehreren Spielrunden werden also nicht nur Aktionen hervorgerufen, sondern vor allem durch die Reaktionen darauf in der Umwelt des Unternehmens aufgezeigt. Dadurch, daß Informationsblöcke und Planspielphasen sich ergänzen, werden die Methoden der kognitiven Wissensvermittlung mit handlungsorientiertem Lernen verbunden.

Zu 6.

Es gehört zur Methode des Planspiels, eine zeitweilige affektive Identifizierung mit der angenommenen Rolle zu bewirken, da sonst das Planspiel nicht beanspruchen kann, ein Abbild der Realität zu sein. Durch die übergeordneten Lernziele wird jedoch eine einseitige affektive Bindung verhindert. Die Schüler sollen erkennen, daß der Wettbewerb ein wesensbestimmendes Element einer Marktwirtschaft darstellt, die Konkurrenz zwischen den Unternehmen notwendig ist und sich am Markt die bessere Leistung durchsetzt. Sie haben im Laufe des Spiels aber auch ein Sozialkonzept zu entwickeln und zu vertreten und sich mit Fragen der sozialen Sicherung auseinanderzusetzen; denn zu dem Einblick in den Wirtschaftsbereich, den das „Marketing-Information-Game“ beabsichtigt, gehört auch das Erkennen der Sozialbindung unserer Marktwirtschaft.

Zu 7.

Die Landesregierung ist der Auffassung, daß das „Marketing-Information-Game“ durch weitere praxisnahe Unterrichtsverfahren, wie z. B. Betriebserkundungen, Betriebspraktika, Besprechungen von Fallstudien, zu ergänzen ist, damit die Schüler einen weiterreichenden Einblick in die wirkliche Arbeitswelt erhalten können. Deshalb hat der Niedersächsische Kultusminister von vornherein Wert auf die pädagogische Einbindung (vgl. Einführung) gelegt. So hatte die für das Modellseminar ausgewählte 11. Klasse bereits an einem Betriebspraktikum teilgenommen.

Zu 8.

Die Beantwortung der Frage 6 zeigt bereits auf, daß die Schüler nicht „Konkurrenzverhalten lernen“ sollen. Die 3 simulierten Firmen stehen zwar in Konkurrenz zueinander, aber die innerhalb jedes „Managements“, also jeder Schülergruppe, zu treffenden Entscheidungen erfordern Teamarbeit. Das Spiel kann somit auch in solidarisches Verhalten einüben.

Zu 9.

Das Planspiel erfaßt Phasen der Hochkonjunktur genauso wie Perioden wirtschaftlicher Schwäche.

Zu 10.

Die Probleme der Rationalisierung und sozialen Sicherung sind Bestandteil des Planspiels (vgl. zu Frage 6). Die Schüler werden in einem Informationsblock über Interessen und Rechte der Arbeitnehmer informiert. In der abschließenden Spielrunde wird auch die Position der Arbeitnehmerseite ausdrücklich zur Geltung gebracht.

Zu 11.

An der Konzipierung dieses Planspiels waren Gewerkschaften nicht beteiligt.

Zu 12.

Das „Marketing-Information-Game“ ist sorgfältig konzipiert und entspricht dem Stand volkswirtschaftlicher und betriebswirtschaftlicher Einsicht. Da es sich mit einem Teilbereich der Wirtschaft beschäftigt, in dem es wesentlich um innerbetriebliche Entscheidungen geht, sollte hilfreicher Rat von Arbeitnehmervertretern — wenn möglich — einbezogen werden.

In Vertretung

Sch a e d e