Baustein V – Lernangebot A

NAHOST

Baustein V – Lernangebot A

NAHOST

Angesichts der zu Redaktionsschluss aufflammenden Proteste in der Arabischen Welt haben wir uns entschlossen, dieses Lernangebot zu einem späteren Zeitpunkt nachzureichen, da die Auswirkungen auf den Themenbereich Nahost zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht einzuschätzen sind.

Baustein V – Lernangebot B

ANTISEMITISMUS AM BEISPIEL VON VERSCHWÖRUNGSTHEORIEN

Baustein V – Lernangebot B

ANTISEMITISMUS AM BEISPIEL VON VERSCHWÖRUNGSTHEORIEN

I. Überblick

Gegenstand dieses Lernangebots sind antisemitische Semantiken, Denkmuster, (Vor-)Urteile und Einstellungen. Diese werden am Beispiel antisemitischer Verschwörungstheorien bearbeitet/erläutert/eingeführt.
Ziel dieses Lernangebots ist es, dass sich die Schülerinnen und Schüler solche Gedanken und Denkmuster bewusst machen, die eigenen Vorurteile überprüfen und Strategien entwickeln, antisemitischen Äußerungen und Taten praktisch entgegenzutreten.

Aufbau

1 Die Entwicklung eigener Verschwörungstheorien

2 Die Verteidigung der eigenen Verschwörungstheorie

3 Die Protokolle der Weisen von Zion

4 Der Berner Prozess von 1934/1935

5 Die Faszination der Verschwörungstheorien

6 Feedback und Arbeit mit dem Portfolio

Kompetenzbezüge und Werte

Die Schülerinnen und Schüler

- erkennen Denkmuster und Stereotypen
- werden sich antisemitischer Denkmuster bewusst und reflektieren ihren Sprachgebrauch
- erfahren die menschenverachtende Botschaft antisemitischer Vorurteile
- analysieren die Funktion antisemitischer Vorurteile und Stereotypen
- analysieren und definieren das Phänomen des Antisemitismus

- entwickeln Ideen, wie sie antisemitischen Äußerungen und Taten begegnen können
- kultivieren ihre Fähigkeiten der Selbstorganisation und Kooperation

Vgl. Wertekreuz Einführung

Achtung vor dem Leben | Aufrichtigkeit | **Bildung** | **Freiheit** | Frieden | Gemeinwohl | **Gerechtigkeit** | Gleichheit | Kreativität | Respekt | Selbstbestimmung | Verantwortung | Verschiedenheit | Würde

II. Fachliche Informationen

Die „Working Definition of anti-Semitism“ ist zuerst im Jahr 2005 vom EUMC (European Union Monitoring Center) veröffentlicht worden. Dieses ist heute als „Fundamental Rights Agency“ bekannt. Die Definition wurde von einer Gruppe verschiedener internationaler Experten erarbeitet und und wird in wissenschaftlichen Studien, parlamentarischen Gremien und Behörden der USA, Deutschlands und anderer EU Staaten verwendet.

Der Antisemitismus ist eine bestimmte Wahrnehmung von Juden, die sich als Hass gegenüber Juden ausdrücken kann. Der Antisemitismus richtet sich in Wort oder Tat gegen jüdische oder nicht-jüdische Einzelpersonen und / oder deren Eigentum, sowie gegen jüdische Gemeindeinstitutionen oder religiöse Einrichtungen. Darüber hinaus kann auch der Staat Israel, der dabei als jüdisches Kollektiv verstanden wird, Ziel solcher Angriffe sein. Oft enthalten antisemitische Äußerungen die Anschuldigung, die Juden betrieben eine gegen die Menschheit gerichtete Verschwörung. Der Antisemitismus manifestiert sich in Wort, Schrift und Bild sowie in anderen Handlungsformen. Er benutzt negative Stereotype und unterstellt negative Charakterzüge.
Aktuelle Beispiele von Antisemitismus im öffentlichen Leben, in den Medien, in Schulen, am Arbeitsplatz und in der religiösen Sphäre können unter Berücksichtigung des Gesamtkontextes folgende Verhaltensformen einschließen, ohne auf diese beschränkt zu sein:

- Der Aufruf zur Tötung oder Schädigung von Juden im Namen einer radikalen Ideologie oder einer extremistischen Religionsanschauung sowie die Beihilfe zu solchen Taten oder ihre Rechtfertigung.
- Falsche, entmenschlichende, dämonisierende oder stereotype Anschuldigungen gegen Juden oder die Macht der Juden als Kollektiv – insbesondere die Mythen über eine jüdische Weltverschwörung oder über die Kontrolle der Medien, Wirtschaft, Regierung oder anderer gesellschaftlicher Institutionen durch die Juden.
- Das Verantwortlichmachen der Juden als Volk für (tatsächliches oder unterstelltes) Fehlverhalten einzelner Juden, einzelner jüdischer Gruppen oder sogar von Nicht-Juden.

- Das Bestreiten der historischen Tatsache, des Ausmaßes, der Mechanismen (z. B. der Gaskammern) sowie der Vorsätzlichkeit des Völkermordes an den Juden durch das nationalsozialistische Deutschland und seine Unterstützer und Komplizen während des Zweiten Weltkrieges (Holocaust).
- Der Vorwurf gegenüber dem jüdischen Volk oder dem Staat Israel, den Holocaust übertrieben darzustellen oder erfunden zu haben.
- Der Vorwurf gegenüber Juden, sie fühlten sich dem Staat Israel oder angeblich bestehenden weltweiten jüdischen Interessen stärker verpflichtet als den Interessen ihrer jeweiligen Heimatländer.

Beispiele von Antisemitismus im Zusammenhang mit dem Staat Israel und unter Berücksichtigung des Gesamtkontextes können folgende Verhaltensformen einschließen, ohne auf diese beschränkt zu sein:

- Das Abstreiten des Rechts des jüdischen Volkes auf Selbstbestimmung, z. B. durch die Behauptung, die Existenz des Staates Israel sei ein rassistisches Unterfangen.
- Die Anwendung doppelter Standards, indem man von Israel ein Verhalten fordert, das von keinem anderen demokratischen Staat erwartet und verlangt wird.
- Das Verwenden von Symbolen und Bildern, die mit traditionellem Antisemitismus in Verbindung stehen (z. B. der Vorwurf des Christusmordes oder die Ritualmordlegende), um Israel oder die Israelis zu beschreiben.
- Vergleiche der aktuellen israelischen Politik mit der Politik der Nationalsozialisten.
- Das Bestreben, alle Juden kollektiv für Handlungen des Staates Israel verantwortlich zu machen.

Allerdings kann Kritik an Israel, die mit der an anderen Ländern vergleichbar ist, nicht als antisemitisch betrachtet werden. Antisemitische Taten sind Straftaten, wenn sie als solche vom Gesetz bestimmt sind (z. B. die Leugnung des Holocausts oder die Verbreitung antisemitischer Materialien in einigen Ländern). Straftaten sind antisemitisch, wenn die Angriffsobjekte, seien es Personen oder Sachen – wie Gebäude, Schulen, Gebetsräume und Friedhöfe – deshalb ausgewählt werden, weil sie jüdisch sind, als solche wahrgenommen oder mit Juden in Verbindung gebracht werden. Antisemitische Diskriminierung besteht darin, dass Juden Möglichkeiten oder Leistungen vorenthalten werden, die anderen Menschen zur Verfügung stehen. Diese Diskriminierung ist in vielen Ländern verboten.

Die Herausforderung für eine Auseinandersetzung mit antisemitischen Vorurteilen und Stereotypen besteht darin, sie nicht als abstrakten Gegenstand zu behandeln, der als losgelöst von einer Beziehung zu den Menschen, gegen die sie gerichtet sind, aber auch losgelöst von ihren Trägern und auch von den Schülerinnen und Schülern selbst gesehen wird. Das könnte zur Folge haben, dass antisemitische Vorurteile und Stereotypen bei einzelnen Personen überhaupt erst hervorgerufen oder verstärkt werden. Ihre Dynamik für das Selbstkonzept

und die Welterklärung der Schülerinnen und Schüler, die sich in diesem Lernangebot mit den antisemitischen Vorurteilen und Stereotypen auseinander setzen, würde dann überhaupt nicht reflektiert werden. In vielen Materialien wird diese Herausforderung umgangen, indem antisemitische Denkmuster nicht explizit thematisiert werden und stattdessen z. B. die Akzeptanz von Vielfalt in den Mittelpunkt gestellt wird.

III. Didaktisch-methodische Anregungen

Als Einstieg in diese Unterrichtseinheit wird ein Post-it-Brainstorming zu dem an der Tafel fixierten Stichwort „Verschwörung“ durchgeführt. Die Schülerinnen und Schüler schreiben ihre Ideen und Vorschläge auf vorher ausgeteilte Post-its. Im Plenum tragen die Lernenden ihre Ideen vor und heften ihre Zettel an die Tafel. Die Post-its werden anschließend thematisch geordnet. Ordnungskriterien können sein: historische Beispiele tatsächlicher Verschwörungen, fiktive Beispiele von Verschwörungen, Verschwörungstheorien, Merkmale von Verschwörungen, Merkmale von Verschwörungstheorien.

1 Die Entwicklung eigener Verschwörungstheorien

M 1

Die Schülerinnen und Schüler schließen sich in Vierergruppen zusammen und entwickeln eine eigene Verschwörungsgeschichte. Diese werden anschließend der Klasse präsentiert.

M 1 Eigene Verschwörungstheorien entwickeln

2 Die Verteidigung der eigenen Verschwörungstheorie

Die Schülerinnen und Schüler wählen die Verschwörungsgeschichte aus, die ihnen am besten gefällt. Ihre Schöpferinnen und Schöpfer verlassen den Klassenraum mit der Anweisung der Lehrperson, sich auf ein Streitgespräch vorzubereiten. Die Lehrperson bereitet die Klasse auf das Streitgespräch vor. Diese soll versuchen, die Existenz dieser Verschwörung zu dementieren. Das Ziel dieses Streitgespräches ist es, den Schülerinnen und Schülern die Schwierigkeit einer argumentativen Widerlegung einer Verschwörungstheorie vor Augen zu führen. Die Anhängerinnen und Anhänger einer Verschwörungstheorie können im Zweifelsfall immer auf die geheimen und dunklen Machenschaften verweisen, die unter Ausschluss der Öffentlichkeit stattfinden, denn die Nichtexistenz

einer geheimen Versammlung oder eines geheimen Plans lässt sich schwer beweisen. Nach dem Streitgespräch reflektieren alle Beteiligten seinen Verlauf.

M 2 Verteidigung der eigenen Verschwörungstheorie

M 2

Die Protokolle der Weisen von Zion

3

Die Schülerinnen und Schülern lernen mit den Protokollen der Weisen von Zion eine der wichtigen antisemitischen Verschwörungstheorien kennen.
Mit dem Think-Pair-Share sollen die Schülerinnen und Schüler nun, ausgehend von den Informationen aus dem Text, Merkmale einer antisemitischen Verschwörungstheorie zusammentragen. Außerdem sollen sie überlegen, wie sich tatsächliche Verschwörungen von Verschwörungstheorien unterscheiden lassen. Sie tragen ihre Überlegungen im Plenum zusammen und greifen auf die Post-its der Eingangsphase zurück. Die Lehrperson sollte sich den Unterschied zwischen tatsächlichen Verschwörungen und Verschwörungstheorien vergegenwärtigen, um das Unterrichtsgespräch mit Fragen und Anregungen lenken zu können.

M 3 Die Protokolle der Weisen von Zion

M 3

Der Berner Prozess von 1934/35

4

Die Schülerinnen und Schüler erfahren über den Auszug aus einem Comic vom Berner Prozess, in dem 1934/35 unter anderem die Frage der Authentizität der Protokolle erörtert wurde. Mit diesem Arbeitsschritt wird den Lernenden deutlich gemacht, dass die Echtheit der „Protokolle“ schon lange widerlegt ist, diese Tatsache aber der Attraktivität der Schrift keinen Abbruch tut.

M 4 Der Berner Prozess von 1934/1935

M 4

Die Faszination der Verschwörungstheorien

5

Eine Verschwörung benötigt eine Gruppe von Verschwörerinnen und Verschwörern, die ein gemeinsames Ziel verfolgen. Die Verschwörung basiert häufig auf einem Plan, um dieses Ziel zu erreichen und agiert im Verborgenen. Eine tatsächliche Verschwörung kann konkrete Ziele verfolgen, wie beispielsweise den Mord an einem Staatsoberhaupt oder einen Putsch. Sie kann aber nicht über die Macht verfügen, alle weiteren Entwicklungen nach dem eventuell erreichten Ziel zu planen. Gesellschaftliche Entwicklungen sind komplex und lassen sich nicht intentionalistisch planen. Eine Verschwörungstheorie ist da-

gegen ein Erklärungsmuster – häufig sogar ein Welterklärungsmuster –, das alle gesellschaftlichen Ereignisse auf das Agieren von Verschwörerinnen und Verschwörern zurückführt. In einer Verschwörungstheorie wird den sich Verschwörenden eine unglaubliche Macht zugeschrieben. Eine Verschwörungstheorie ist eine Denkschablone, in der die Welt teleologisch, dualistisch und okkult gedeutet wird und die sich auf Scheinbeweise beruft.

→ Methoden-Werkstatt
Placemat

Die Schülerinnen und Schüler beschäftigen sich mit der Frage der Attraktivität der antisemitischen Verschwörungstheorie. In Fünfergruppen werden sie anhand der Placemat-Methode formulierten Fragen bearbeitet, warum der Mythos von der jüdischen Weltverschwörung, wie er in den „Protokollen" niedergeschrieben steht, so hartnäckig weiterlebt, auch wenn das Dokument nachweislich fingiert ist. Anschließend diskutieren die Lernenden im Plenum darüber, welche der Gründe sie als besonders wichtig erachten und welche Mittel und Wege denkbar sind, um Verschwörungstheorien zu begegnen.

M 5

M 5 Die Faszination der Verschwörungstheorien

6 Feedback und Arbeit mit dem Portfolio

→ Methoden-Werkstatt
Sesseltanz

Die Lerngruppe wählt eine Sequenz oder Arbeitsform für eine Auswertung aus. Die Schülerinnen und Schüler wählen für sie wichtige Materialien für ihr Portfolio aus und bilanzieren im Portfolio die Entwicklung ihrer eigenen Auffassungen und ihrer Sensibilität für antisemitische Äußerungen.
Sie schreiben auf, wie sie selbst auf antisemitische Äußerungen und Handlungen reagieren werden.
Das, was sie aufgeschrieben haben, können sie ihrer Lernpartnerin bzw. ihrem Lernpartner zum Lesen und Kommentieren geben.

IV. Überblick Materialien

→ beiliegende CD-ROM

M 1 Eigene Verschwörungstheorien entwickeln
M 2 Verteidigung der eigenen Verschwörungstheorie
M 3 Die Protokolle der Weisen von Zion
M 4 Der Berner Prozess von 1934/1935
M 5 Die Faszination der Verschwörungstheorien

V. Medien – Links – Kontakte

Benz, Wolfgang (2008): Was ist Antisemitismus? Bonn.

Bergmann (2000): So viel Geschichte wie heute war noch nie – historische Bildung angesichts der Allgegenwart von Geschichte. S. 95. In: Mayer, Ulrich u. a. (Hrsg.): Geschichtsdidaktik. Schwalbach.

Bildungsteam Berlin-Brandenburg e. V./Tacheles reden! e. V. (Hrsg.) (2007): Woher kommt der Judenhass? Mühlheim a. d. Ruhr.

Brauner, Sharon (2002): „Leben und leben lassen“ (2002), Kurzfilm 21 Min., Kontakt: Bildungsteam Berlin-Brandenburg. http://lernen-aus-der-geschichte.de/Online-Lernen/content/9207 (11.03.11)

„Die Judenschublade“: DVD, 60 Min., Kontakt: www.judenschublade.de (20.09.10) DGB-Bildungswerk Thüringen e. V. (Hrsg.): Baustein zur nicht-rassistischen Bildungsarbeit. www. baustein-dgb.de (20.09.10)

Fritz Bauer Institut u. a. (Hrsg.) (2006): Neue Judenfeindschaft? Frankfurt a. M.

Jung und jüdisch: Jugendorganisation der liberalen Juden in Deutschland. Kontakt: www.jungundjuedisch.de (20.09.10)

Knothe, Holger (2008): „Desch nicht ganz einfach“. S. 39. In: Einsichten und Perspektiven 1/08, München.

Schoeps, Julius; Schlör, Joachim (Hrsg.) (1999): Bilder der Judenfeindschaft. Antisemitismus, Vorurteile und Mythen. Augsburg.

Wuliger, Michael (2009): Der koschere Knigge: Trittsicher durch die deutsch-jüdischen Fettnäpfchen, Frankfurt a. M.

www.leben-und-leben-lassen.com (11.03.11)

Baustein V – Lernangebot C

GEWINN ODER MORAL – ETHISCHE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Baustein V – Lernangebot C

GEWINN ODER MORAL – ETHISCHE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

I. Überblick

Können Unternehmen ihre Ziele und ihre Geschäftspraxis an grundlegenden Werten orientieren? Und wenn ja: Wie können Unternehmensziele aussehen, die diesen Wertvorstellungen folgen? Welche Strategien gibt es dafür, dass Unternehmen auch tatsächlich nach moralischen Grundsätzen handeln?
Die Schülerinnen und Schüler setzen sich mit diesen Fragen auseinander, indem sie selbst ein Unternehmenskonzept für ein in einer Krise steckendes Unternehmen, das ethischen Grundsätzen folgt, entwickeln.

Aufbau

1 **Pachacuti: „Kaufe und rette die Welt“ – Fallbeispiele und Lösungsvorschläge**

2 **Was sagt die Wissenschaft zur Vereinbarkeit von Gewinn und Moral“?**

3 **Der Weg aus der Krise: ein neues Unternehmenskonzept für Pachacuti**

4 **Präsentation und Expertenbefragung**

5 **Veröffentlichung/weiterführende Untersuchung**

6 **Feedback und Arbeit mit dem Portfolio**

Kompetenzbezüge und Werte

Die Schülerinnen und Schüler

- analysieren Bedingungen ethischen Handelns für Unternehmen
- analysieren und diskutieren konträre theoretische Positionen zu den Zielen und Aufgaben von Unternehmen
- erarbeiten eigene Unternehmenskonzepte und diskutieren daran die Möglichkeiten der Verbindung von Gewinn- und Werteorientierung

- erfahren an betrieblichen Konfliktsituationen das Spannungsverhältnis von Werteorientierung und Handeln
- entwickeln ihre Fähigkeit zur Kooperation und zur Selbstorganisation

Vgl. Wertekreuz Einführung

Achtung vor dem Leben | Aufrichtigkeit | Bildung | Freiheit | Frieden | Gemeinwohl | **Gerechtigkeit** | Gleichheit | Kreativität | Respekt | **Selbstbestimmung** | Verantwortung | Verschiedenheit | Würde

II. Fachliche Informationen

Können Gewinninteresse und Moral im unternehmerischen Handeln in Einklang gebracht werden oder bilden sie grundsätzlich einen Gegensatz? Diese Grundfrage der ökonomischen Ethik durchzieht dieses Lernangebot. Am Beispiel eines Unternehmens, das faire Handelsbeziehungen zu seinen Produzentinnen und Produzenten in Südamerika unterhält, unter Konkurrenzdruck jedoch sein Geschäftsmodell überprüfen muss, wird diese Grundfrage theoretisch und praktisch bearbeitet. In der Wirtschaftsethik gibt es dazu zwei konträre und eine vermittelnde Position: Nach Milton Friedman ist es Aufgabe der Unternehmen, Profit zu machen, für die Bewältigung sozialer Probleme sei der Staat zuständig. Peter Ulrich, inzwischen emeritierter Professor an der Universität St. Gallen, vertritt eine konträre Position: Das Gewinnstreben sei ein markwirtschaftlich nützliches Motiv, könne aber niemals ethisches Ziel sein. Eine vermittelnde Position vertreten die deutschen Ökonomen Homann und Suchanek: Gewinn und Moral müssen füreinander fruchtbar gemacht werden; das könne gelingen, wenn die Unternehmen in das Gemeinwohl investierten.
Folgende Strategien für eine ethischen Orientierung von Unternehmen in der Geschäftspraxis werden in der Literatur vorgeschlagen:

Ein Unternehmen

- bietet Produkte an, mit denen menschliche und gesellschaftliche Bedürfnisse erfüllt werden können
- investiert kontinuierlich in die qualitative Entwicklung dieser Produkte
- entwickelt verbindliche Geschäftsgrundsätze, die eine klare Werteorientierung haben
- installiert ein System, mit dem die Einhaltung dieser Grundsätze gesichert wird
- investiert in die Qualifizierung und ethische Kompetenzbildung seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- beteiligt sich an der Entwicklung bzw. Erhaltung fairer Rahmenbedingungen des Wettbewerbs in seinen eigenen Geschäftsbeziehungen, innerhalb seiner Verbände und Interessenvertretungen

- versteht sich als „Bürger“ der Länder, in denen es Produktions- und Verkaufsstätten hat (Corporate Citizenship/das Unternehmen als „guter Bürger“) und handelt entsprechend

Corporate Citizenship ist ein Instrument, mit dem Gemeinwohl und Gewinnorientierung verbunden werden sollen. Es bezeichnet das bürgerschaftliche Engagement in und von Unternehmen, die eine mittel- und langfristige unternehmerische Strategie auf der Basis verantwortungsvollen Handelns verfolgen und sich über die eigentliche Geschäftstätigkeit hinaus als „gute Bürger“ aktiv für die lokale Zivilgesellschaft oder z. B. für ökologische oder kulturelle Belange engagieren. Viele Unternehmen stellen in ihren Geschäftsberichten solche Aktivitäten dar. Allerdings muss im Einzelfall genau geprüft werden, ob es sich um ein stimmiges Konzept handelt, das sich aus den ethisch begründeten Unternehmensgrundsätzen ableitet, oder nur Imagebildung und traditionelles Sponsoring im Vordergrund stehen.
Für die Geschäftsgrundsätze bzw. Unternehmensleitbilder – in den Geschäftsberichten wird zwischen beiden teilweise nicht so genau unterschieden – gibt es inzwischen Instrumente, mit denen ihre Einhaltung überprüft werden kann.

Ethische Kompetenzbildung ist ein erprobtes Programm, durch das Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter lernen können, in betrieblichen Konfliktsituationen nach ethischen Grundsätzen zu handeln. Im ersten Schritt macht sich die Mitarbeiterin bzw. der Mitarbeiter ihre bzw. seine Wertvorstellungen und Ziele bewusst und reflektiert, ob sie widerspruchsfrei sind. Im zweiten Schritt muss sie bzw. er in betrieblichen Konfliktsituationen Entscheidungen treffen bzw. diese simulieren und sie dann auf die eigenen Ziele und Werte hin überprüfen.

Die Firma „Pachacuti“, an der die Frage von Moral oder Gewinn als Unternehmensziel und ihre Vereinbarkeit behandelt wird, existiert wirklich und arbeitet sehr erfolgreich. Die Bedingungen, die zur Überprüfung des Geschäftsmodells und seinen Folgen führen, wurden für dieses Lernangebot speziell erdacht.

III. Didaktisch-methodische Anregungen

Die Schülerinnen und Schüler können dieses Lernangebot ohne ökonomische Vorkenntnisse erarbeiten, allerdings ist es von Vorteil, wenn sie schon ein Unternehmen (z. B. im Schülerbetriebspraktikum) kennengelernt haben.
Es ist nicht das Ziel, dass sie die drei Positionen in fachlicher Hinsicht umfassend beurteilen können, aber sie sollen durch die verschiedenen Aufgaben diese Positionen mit ihren Konsequenzen besser verstehen.
Pachacuti steht für Geschäftsmodelle von Unternehmen, die dem fairen Handel nahe stehen.
Mit der Modefirma Pachacuti lernen die Schülerinnen und Schüler eine Firma kennen, der es gelingt, ethische Orientierung und wirtschaftlichen Erfolg in

Einklang zu bringen. Für den Unternehmenserfolg nicht unwichtig ist auch die Persönlichkeit der Gründerin und Inhaberin, die künstlerische Kreativität, Geschäftssinn und ein moralisches Bewusstsein miteinander verbindet.
Die Analyse der Firmensituation und die Entwicklung von Konzepten kann auf unterschiedlichen Anforderungsniveaus erfolgen, die hier nicht im Einzelnen dargestellt werden (s. u.).
Der Informationstext zu Pachacuti liegt in deutscher und englischer Sprache vor; Geschäftsberichte und Konzepte zur Corporate Citizenship findet man häufig nur in englischer Sprache.
Statt mit dem Beispiel Pachacuti können die Schülerinnen und Schüler auch mit dem Beispiel Pharmavita arbeiten. Bei der Entwicklung eines Geschäftskonzepts können sie dann auf die Geschäftsberichte der Bayer Schering Pharma zurückgreifen.

1 Pachacuti: „Kaufe und rette die Welt" – Fallbeispiele und Lösungsvorschläge

Die Schülerinnen und Schüler erarbeiten sich wichtige Informationen zu dem Fallbeispiel.

- Den Schülerinnen und Schülern wird – z. B. anhand des Slogans – die Firma nahegebracht

M 1

- Die Schülerinnen und Schüler erarbeiten sich mit ihrer Lernpartnerin oder ihrem Lernpartner die wichtigsten Informationen zu der Firma Pachacuti anhand folgender Fragen:
  - Was ist das Unternehmensziel?
  - Welche Produkte bietet die Firma an?
  - Welche Käuferschicht spricht sie an?
  - Wie stark scheint ihre Marktposition zu sein?
  - Wie könnte sie sich weiterentwickeln?

M 1 Firmenporträt Pachacuti

M 2

Anschließend erhalten sie die Information, dass ein Konkurrent aufgetreten ist, der die Verkaufspreise so deutlich unterbietet, dass die Firma Pachacuti ihr Geschäftsmodell überdenken muss.

M 2 Pachacuti bekommt Konkurrenz

→ Methoden-Werkstatt

Zur Erweiterung kann auch ein weiteres Fallbeispiel vorgestellt werden: Ein Pharmaunternehmen soll die Preise für ein neu entwickeltes Medikament in Afrika senken. Dieses Fallbeispiel ist auch für eine Dilemma-Diskussion geeignet.

M 3

M 3 Pharmavita

- Erarbeitung von Lösungsvorschlägen: Wie soll Pachacuti nun reagieren? Zusammen mit ihrer Lernpartnerin bzw. mit ihrem Lernpartner er-

arbeiten die Schülerinnen und Schüler erste Vorschläge, wie Pachacuti reagieren sollte. Dazu können sie nach Unternehmen recherchieren, die ähnlich wie Pachacuti fairen Handel und Gewinnorientierung miteinander verbinden.
Die Schülerinnen und Schüler übergeben ihre Vorschläge (elektronisch oder auf Papier) der Pädagogin oder dem Pädagogen. Die Pädagogin oder der Pädagoge stellt für die weiterführende Diskussion ausgewählte Vorschläge der Schülerinnen und Schüler zusammen.

→ **Methoden-Werkstatt**
Autografen-sammlung

- Unterrichtsgespräch: Im Rahmen der Vorstellung dieser Vorschläge durch die Pädagogin oder den Pädagogen erläutern und diskutieren die Schülerinnen und Schüler ihre jeweiligen Vorschläge. Das Gespräch wird anhand der Fragen „Was sind die Aufgaben von Unternehmen?“ und „Lassen sich Gewinnorientierung und Moral miteinander verbinden?“ weitergeführt.

Was sagt die Wissenschaft zur Vereinbarkeit von Gewinn und Moral?

2

Die Schülerinnen und Schüler erhalten drei Texte, in denen jeweils eine andere Auffassung zur Vereinbarkeit von Gewinnstreben und ethischen Verpflichtungen vertreten wird. Sie erarbeiten sich die Texte in Einzelarbeit und erläutern ihrer Lernpartnerin bzw. ihrem Lernpartner anschließend die drei Auffassungen.

M 4

Nach M. Friedman sollen die Unternehmen Profit machen, das sei ihre ausschließliche Aufgabe; nach Peter Ulrich steht die ethische Orientierung über dem Gewinnprinzip; nach Andreas Suchanek sollen die Unternehmen in die gesellschaftliche Zusammenarbeit investieren und so Gewinn- und moralische Orientierungen miteinander verbinden.
Die Schülerinnen und Schüler stellen im Plenum ihre eigenen Auffassungen vor und begründen sie. Ziel ist nicht, dass die Lerngruppe einen Konsens findet, sondern dass in der Lerngruppe unterschiedliche Positionen entwickelt werden.

M 4 Sind Gewinn und Moral vereinbar? Was sagt die Wissenschaft?

3 Der Weg aus der Krise: ein neues Unternehmenskonzept für Pachacuti

Auf der Grundlage ihrer eigenen Auffassung von der Aufgabe eines Unternehmens entwickeln die Schülerinnen und Schüler ein Unternehmenskonzept für Pachacuti. Sie bilden mit Mitschülerinnen und Mitschülern, die ähnliche Auffassungen vertreten, Kleingruppen.

Die Kleingruppen haben die Aufgabe, Vorschläge für das Geschäftsmodell zu erarbeiten und Entscheidungen über die Standorte in Produktion und Handel zu treffen. Dabei sollen

- konkrete Standortentscheidungen
- verbindliche Geschäftsgrundsätze mit einer klaren Werteorientierung und
- Maßnahmen, die die gesellschaftliche Verantwortung von Pachacuti zeigen, berücksichtigt werden.

Sie bereiten eine Präsentation vor, in der sie das neue Unternehmenskonzept schriftlich darstellen und erläutern.

Die Materialien M 5 und M 6 enthalten die Aufgaben, Hinweise zum Vorgehen und zu Recherchemöglichkeiten. Ein solches Konzept kann auch für Pharmavita (M 3) entwickelt werden.

M 5, 6

M 5 Ein neues Unternehmenskonzept für Pachacuti

M 6 Corporate Citizenship

4 Präsentation und Expertenbefragung

Die Präsentation kann dezentral als Gallery-walk mit anschließender gemeinsamer Diskussion oder frontal erfolgen. Das neue Unternehmenskonzept soll von den Schülerinnen und Schülern selbst im Hinblick auf die innere Stimmigkeit bewertet werden. Um andere Gesichtspunkte einzubeziehen, sollen Expertinnen und Experten eingeladen werden (Vertreterinnen und Vertreter von Fair-Trade-Organisationen, von Verbraucherverbänden, Wirtschaftsverbänden oder Unternehmen), die die einzelnen Unternehmenskonzepte aus ihrer Sicht kommentieren.

Veröffentlichung/weiterführende Untersuchung

5

Die Schülerinnen und Schüler diskutieren die im Folgenden dargestellten Möglichkeiten zur Veröffentlichung und zu weiterführenden Untersuchungen oder entwickeln eigene Ideen.

Dokumentation und Diskussion in der schulischen Öffentlichkeit

Die Schülerinnen und Schüler stellen ihre Arbeit im Fachunterricht anderer Lerngruppen vor; sie präsentieren sie auf einer Veranstaltung mit den Kooperationspartnerinnen und -partnern der Schule.

Entwicklung von Geschäftsgrundsätzen für Schülerfirmen

Falls Schülerfirmen an der eigenen Schule existieren, können die Schülerinnen und Schüler mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die vorhandenen Geschäftsgrundsätze diskutieren oder neue Ideen mit ihnen entwickeln.

Befragung von Unternehmen

Die Schülerinnen und Schüler befragen Unternehmen, mit denen die Schule beim Schülerbetriebspraktikum kooperiert, nach der Werteorientierung im Unternehmenskonzept und der Geschäftspraxis. Sie präsentieren ihre Ergebnisse in der Schule und im regionalen Arbeitskreis Schule-Wirtschaft.

Feedback und Arbeit mit dem Portfolio

6

Die Schülerinnen und Schüler wählen eine Sequenz des Lernangebots und Instrumente für die Auswertung aus, z. B. die selbstständige Konzepterarbeitung in Gruppen. Sie sichten ihre Materialien und wählen die für sie passenden Teile für ihr Portfolio aus. Dabei schätzen sie ihren Lernerfolg ein.

➜ Methoden-Werkstatt

IV. Überblick Materialien

➜ beiliegende CD-ROM

M 1 Firmenporträt Pachacuti (englisch und deutsch)
M 2 Pachacuti bekommt Konkurrenz
M 3 Pharmavita
M 4 Sind Gewinn und Moral vereinbar? Was sagt die Wissenschaft?
M 5 Ein neues Unternehmenskonzept für Pachacuti
M 6 Corporate Citizenship

V. Medien – Links – Kontakte

CorA-Netzwerk für Unternehmensverantwortung: www.cora-netz.de

Homann, Karl; Suchanek, Andreas (2000): Ökonomik. Eine Einführung. Tübingen.

Informationen zu Puma: http://about.puma.com/DE/6/50/50/ (20.09.2010)

Lennick, Doug; Kiel, Fred (2006): Moral Intelligence. Wie Sie mit Werten und Prinzipien ihren Geschäftserfolg steigern. Heidelberg.

Suchanek, Andreas (2001): Ökonomische Ethik. Tübingen.

Ulrich, Peter (2002): Der entzauberte Markt. Eine wirtschaftsethische Orientierung. Freiburg/Basel/Wien.

Baustein V – Lernangebot D

JUGENDLICHE SUCHEN ORIENTIERUNG FÜR IHRE ZUKUNFT

Baustein V – Lernangebot D

JUGENDLICHE SUCHEN ORIENTIERUNG FÜR IHRE ZUKUNFT

Das Lernangebot „Jugendliche suchen Orientierung für ihre Zukunft“ wird im Rahmen einer Expertenrunde abgeschlossen und nachgereicht.

Es kann über das Landesinstitut für Schule und Medien Berlin-Brandenburg (LISUM), das American Jewish Committee Berlin oder die Deutsche Gesellschaft für Demokratiepädagogik e.V. Berlin bezogen werden.