

Management

Ida Hardegger Die St. Galler Unternehmerin und Juristin will den Frauenanteil in Verwaltungsräten erhöhen. **Seite 17**

MADELEINE STÄUBLI-RODUNER

Bisher habe ich in der Schule über Wirtschaft fast nichts gelernt; ich möchte aber gerne mehr darüber wissen.» Dies der Tenor von 14- bis 16-jährigen Davoser Schülern, der typisch ist für die Einstellung Jugendlicher gegenüber Wirtschaftsfragen: Viel Interesse, wenig Wissen, kein Schulthema. Genau hier setzen die Young Global Leaders an, ein am WEF entstandener Think Tank von internationalen Wirtschaftsführern unter 40. Sie haben letztes Jahr «Learn Money» gegründet, eine Initiative, welche die finanzwirtschaftlichen Kenntnisse von Jugendlichen und jungen Erwachsenen verbessern will. Zu den Ideengebern gehört auch die Schweizer Unternehmerin Carolina Müller-Möhl (siehe «Nachgefragt»).

Wie ist es denn bestellt um die wirtschaftliche Bildung an Schweizer Schulen? Primarschule: Null. Da kennt ein 10-Jähriger die Namen und kulinarischen Vorlieben von 30 Dinosauriern, dort kann eine 12-Jährige gar die Gleichung der Photosynthese aufsagen. Aber Wirtschaft? Die Funktion einer Kreditkarte? Die Aufgaben einer Bank? Keine Ahnung. Dafür trägt

Die Young Global Leaders treten an, zu zeigen, «dass Wirtschaft superspannend ist».

man Markenkleider und hat schon mit neun ein Handy in der Tasche, was die Eltern Unsummen kostet.

In der Sekundarschule oder im Untergymnasium wird schon eher einmal über ein wirtschaftspolitisches Thema gesprochen, aber meist bloss am Rand des Unterrichts, etwa im Fach Geschichte. Immerhin, Gymnasiasten, die sich nicht für das Wirtschaftsprofil entscheiden, geniessen im Lauf ihrer Schulkarriere eine einsemestrige Einführung in das Fach «Wirtschaft und Recht». Wer dagegen die gymnasiale Wirtschaftsabteilung wählt, läuft zuweilen Gefahr, in erster Linie als «karrieregeil» oder gar als unbegabt für alle anderen Profile zu gelten.

Überzeugungstäter

«Wir wollen Jugendlichen unsere eigene Begeisterung für Unternehmen weitergeben, ihnen die Freude an der Wirtschaft vermitteln.» Henrik Naujoks, Mitglied der Young Global Leaders, braucht seine Begeisterung gar nicht erst zu erwähnen. Der Partner der Strategieberatungsfirma Bain und Leiter ihrer deutsch-schweizerischen Praxisgruppe «Finanzdienstleistungen» setzt einen beträchtlichen Teil seiner Freizeit dafür ein, Politiker und Wirtschaftsvertreter an einen Tisch zu bringen, Investoren

Die Grammatik der Gesellschaft lehren

WIRTSCHAFT IN SCHULEN Die Young Global Leaders vom WEF wollen Wirtschaftswissen in die Schweizer Schulen bringen. Das Projekt «Learn Money» ist nötig - und aufwendig.



Schweizer Kinder und Jugendliche lernen in der Schule wenig über Wirtschaft - das soll sich dereinst ändern.

zu gewinnen, Lehrer wachzurütteln, Schüler zu befragen.

Die Überzeugung dahinter: «Die Schule dient der Vorbereitung auf das Leben, letztlich muss sie Jugendlichen beibringen, die Grammatik der Gesellschaft zu verstehen», sagt Naujoks. Finanzielle Mündigkeit bedeute Freiheit, Vermögensaufbau biete die Möglichkeiten, das Leben eigenverantwortlich zu gestalten. Daher diene wirtschaftliche Bildung der Stabilisierung der Demokratie. «Wer die

Gesellschaft nicht versteht, lehnt sie ab.»

«Wer die Grammatik nicht kennt, kann keine Sätze schreiben», zieht Naujoks eine weitere Parallele und spricht damit die brisante Verschuldung gerade unter jungen Menschen an. Angesichts des problematischen Umgangs mit Geld sei es von grosser gesellschaftlicher Relevanz, dass möglichst viele Jugendliche wüssten, wie man ein Budget erstelle und Schulden vermeide.

Dass ein 14-jähriges deutsches Mädchen in einer Befragung sagt, Wirtschaft sei «das langweiligste Schulfach», möchte Naujoks unbedingt ändern; daher ging er auch schon selber in ein Schulzimmer, hörte beim Unterricht mit und tauschte sich mit Lehrkräften aus. «Wir sind Überzeugungstäter und bringen unsere Passion möglichst direkt ein.»

Was sagt die Lehrerschaft zu einem Fach Wirtschaft? Dazu Naujoks: «Es gibt einige Vorbehalte

und Berührungsängste, aber wir befinden uns erst am Anfang unserer Reise.» Und diese wird noch einige Zeit dauern, das steht fest. Denn im laufenden Jahr plant «Learn Money» vorerst Sensibilisierungsarbeit. Im Oktober wird man in Zürich Politiker und Wirtschaftsvertreter zusammenbringen, also Interessengruppen vereinen. Diesen Dialog möchte Naujoks als jährlich wiederkehrenden Anlass institutionalisieren.

Mini-Pisa-Studie

Als zweites Projekt ist im deutschsprachigen Europa eine Mini-Pisa-Studie vorgesehen, die das Wirtschaftswissen bei 15- bis 17-Jährigen wissenschaftlich analysieren wird. Professionalität hält Naujoks für zentral, denn seine Initiative will mehr als bloss Aufmerksamkeit gewinnen und kämpft zudem gegen das Vorurteil, Wirtschaftsvertreter lullten die Jugendlichen ein und tätigten eigentlich fragwürdige Geschäfte.

Sieht man das heute wirklich so? Doch, doch, ist Naujoks überzeugt. Das Misstrauen gegenüber den Banken sei wegen der Finanzkrise dramatisch gewachsen, sagt er. Als Beispiel dafür, wie man dieser Entwicklung begegnen kann, nennt er die Deutsche Bank, welche die wirtschaftliche Bildung zum Top-Thema erklärt habe und Vertreter in Schulen schicke, dabei aber «extrem vorsichtig und höchst professionell» vorgehen müsse, um nicht abgewiesen zu werden.

Dass deutsche Schulen den helvetischen in Sachen Wirtschafts-bildung voraus seien, verneint Naujoks entschieden. Zwar gibt es in Deutschland manchenorts das Fach AWT (Arbeit, Wirtschaft, Technik), doch hätten die Jugendlichen unseres nördlichen Nachbarn nicht bessere Kenntnisse von Finanzthemen, ist er überzeugt.

Initiative braucht Zeit - und Geld

Wenn Wirtschaftstheorien Schiffbruch erleiden, stellt sich die Frage nach den Inhalten eines Wirtschaftsfachs. Von Theoriediskussionen will Naujoks allerdings nichts hören. Es gehe um einfache wirtschaftliche Mechanismen. «Wir vermitteln allgemeines praktisches Wissen über Wirtschaft und Geld.» Das Problem liege nicht bei den Lehrplänen, sondern in der Akzeptanz der Wirtschaftsbildung. Daher treten die Young Global Leaders mit dem Ziel an, alle Beteiligten für ihre Ideen zu gewinnen, und um zu zeigen, «dass Wirtschaft superspannend ist».

Diese lobenswerte Initiative braucht Zeit - und Geld. Die Wirtschaftsführer sind darum auf der Suche nach einem operativen Leiter und nach Institutionen, die ihre Projekte ideell und finanziell mittragen. Bis es so weit ist, werden sie allein getragen von ihrer Begeisterung.

CHEFSACHE

Firmenerfolg mit Frauen an der Spitze



URSULA RENOLD

Direktorin des Bundesamtes für Berufsbildung und Technologie, Bern.

Unternehmen mit einer angemessenen Vertretung von Frauen in Entscheidungspositionen sind erfolgreicher. Diese Einschätzung wurde mit gross angelegten Studien wiederholt belegt. Frauen setzen andere Prioritäten. Sie treiben beispielsweise eine familienfreundliche Firmenphilosophie voran, was die Firma auch für Männer attraktiver macht. Das Personal bleibt der Firma eher treu, hohe Einarbeitungskosten werden eingespart. Mit einem höheren Frauenanteil im Top-Kader steigen die Chancen, dass eine Firma auch Krisen gut bewältigt.

Was machen Frauen anders? Frauen haben bezüglich Belastbarkeit gegenüber ihren männlichen Kollegen die besseren Karten. Sie setzen wesentlich öfter Führungspraktiken ein wie etwa Inspiration, Mitarbeitendenentwicklung und Mitbestimmung. Diese Managementkompetenzen werden als wichtig gewertet, da sie sich messbar im Unternehmensergebnis niederschlagen.

Die qualifizierten Leute von morgen sind vermehrt Frauen. In Bildungsfragen haben sie die Männer längst überholt: An den Fachhochschulen liegt ihre Abschlussquote mit 13% vor jener der Män-

ner (12,5%) und an den Universitäten beträgt sie 16% gegenüber 15% männlichen Absolventen. Frauen stellen mit 44% bald die Hälfte aller Erwerbstätigen. Der seit Jahren unverändert geringe Frauenanteil in Führungspositionen steht dazu im Widerspruch: Im Jahre 2009 waren nur rund 15% der Chefposten mit Frauen besetzt. In Grosskonzernen betrug der Anteil gar nur knapp 5%.

Diese Divergenz sehe ich als Barometer dafür, wie unsere Wirtschaft Potenzial vergibt. Unternehmen sind klug beraten, mehr Führungspositionen mit Frauen zu besetzen. In gemischten Teams kommen mehr Lebensentwürfe und damit mehr Erfahrungen zusammen.»

Gender Diversity gewinnt eine strategische Bedeutung für den Unternehmenserfolg. Bewährt hat sich in der Praxis die Selbstverpflichtung des Top-Managements als erste und wichtigste Voraussetzung. Diversität im Unternehmen kann durch Mentoring, Veränderung im Personalmanagement, Verbesserung des Umfelds (flexible Arbeitszeitmodelle, Kinderkrippen etc.) erreicht werden. Frauen an der Spitze von Unternehmen sind ein wichtiges Signal, das Schule machen muss.

NACHGEFRAGT | CAROLINA MÜLLER-MÖHL, Unternehmerin und Mitinitiantin von «Learn Money»

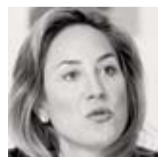
«Wirtschaft muss ein Schulfach werden»

Warum engagieren Sie sich für die Initiative «Learn Money»?

Carolina Müller-Möhl: Jeder vierte Jugendliche ist verschuldet. Das zeigt deutlich, dass die jungen Menschen in unserem Land den Umgang mit Geld nicht lernen. Daher wollen wir Wirtschaft in den Unterricht bringen. Auch die Finanzkrise hat gezeigt, dass es wertvoll ist, wenn sich die Bevölkerung in Sachen Finanzen und Wirtschaft auskennt. Finanzielles Wissen ist ein Grundstein für sozialen Wohlstand und damit für die Demokratie.

Sie haben selber Kinder. Was sollen diese in unserem Schulsystem über Wirtschaft mitbekommen?

Müller-Möhl: Ich möchte, dass sie



CAROLINA MÜLLER-MÖHL

sich für Wirtschaftsfragen interessieren, dass sie etwa lernen, wie man ein Jahresbudget plant. Die Schüler sollten eine Vorstellung von Steuersystem, Markt, Güter- oder Geldströmen entwickeln.

Was würden Sie konkret im Schweizer Schulsystem verändern?

Müller-Möhl: Die Kinder sollen früh Wirtschaftswissen akquirieren, denn die technologische Entwicklung ermöglicht den Kindern schon früh, viel Geld auszugeben.

Sie brauchen Wissen, um mit den Verführungen der heutigen Welt umgehen zu können.

Müsste man angesichts der grossen Verschuldung nicht auch die Eltern in die Pflicht nehmen?

Müller-Möhl: Ja, es ist wichtig, dass Eltern ihre Kinder einen verantwortungsvollen Umgang mit Geld lehren. Das setzt aber voraus, dass sie selbst über diese Bildung verfügen. Dort, wo dies nicht der Fall ist, muss die Schulbildung greifen.

Wie kann man die Verschuldungsproblematik konkret angehen?

Müller-Möhl: Wirtschaft muss ein Schulfach werden. Ich weiss, die Lehrpläne sind schon grenzenlos

überfüllt. Aber in dieser hochkomplexen Gesellschaft muss jede und jeder ein Grundverständnis von Volkswirtschaftlichen Zusammenhängen haben. Wenn das fehlt, haben wir auch als Gesellschaft ein Problem.

Ist Wirtschaftsbildung ein Thema für Gymnasien und Sekundarschulen oder bereits für Primarschüler?

Müller-Möhl: Es gibt bereits gutes Material für Primarschulkinder. Die Organisation Young Enterprise Switzerland etwa hat Modelle für die Volksschule entwickelt, wo die Kinder beispielsweise lernen, wie der Handel innerhalb einer Gemeinde funktioniert. Oder was unter wirtschaftlichen Aspekten der Unterschied zwi-

schon einem Brötchen vom Bäcker und einem von der Migros ist. Allerspätestens nach der Unterstufe sollte Wirtschaft ein obligatorisches Schulfach werden.

Wie sehen Sie die Rolle der Banken und der Schweizer Wirtschaft?

Müller-Möhl: Banken haben eine grosse Verantwortung, sie sollten in die Wirtschaftsbildung von jungen Menschen investieren. Da gibt es allerlei Möglichkeiten, dies zu tun. PostFinance etwa hat ein auf Jugendliche zugeschnittenes Anleiheispiel kreiert. Selbstverständlich laden wir alle dazu ein, mit «Learn Money» zusammenzuarbeiten.

INTERVIEW: MARTIN SPIELER