

Eberhard Karls Universität Tübingen  
Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät  
Lehrstuhl für Ökonomische Bildung und Wirtschaftsdidaktik

SoSe 2025

Vertretungsprof. Dr. Malte Ring

## **Masterarbeit**

Unternehmensethik im Schulkontext:  
Vorstellungen von Schüler\*innen zur Verantwortung von  
Unternehmen im Wirtschaftskreislauf

-eine qualitative Interviewanalyse-

Vorgelegt von:

Klingner, Meike

M. Ed. Wirtschaftswissenschaft

vorgelegt am:

07.08.2025

## **Inhaltsverzeichnis**

Abbildungsverzeichnis .....	III
Tabellenverzeichnis.....	IV
Abkürzungsverzeichnis .....	V
1 Einleitung.....	1
2 Stand der Literatur und der empirischen Forschung .....	2
2.1 Wirtschaftsethik als Bestandteil der ökonomischen Bildung .....	2
2.2 Wirtschaftskreislauf .....	7
2.3 Corporate Social Responsibility .....	8
2.3.1 Allgemeine Definitionen .....	8
2.3.2 CSR-Pyramide von Carroll .....	9
2.3.3 Gesetzliche Anforderungen der Wirtschaftsethik .....	12
2.4 Bisherige Forschung über die Vorstellungen der SuS von wirtschaftlichen Phänomenen und der Wirtschafts- sowie Unternehmensethik .....	13
3 Methodik.....	17
3.1 Stichprobe .....	17
3.2 Datenerhebung .....	18
3.3 Datenanalyse .....	19
4 Ergebnisdarstellung .....	21
4.1 Vorstellungen von Verantwortung der Unternehmen im Wirtschaftskreislauf.....	21
4.1.1 Verantwortung der Unternehmen gegenüber dem Ausland.....	22
4.1.2 Verantwortung der Unternehmen gegenüber dem Finanzsektor.....	23
4.1.3 Verantwortung der Unternehmen gegenüber dem Staat .....	23
4.1.4 Verantwortung der Unternehmen gegenüber den Haushalten .....	24
4.1.5 Verantwortung der Unternehmen gegenüber anderen Unternehmen.....	26
4.1.6 Verantwortung der Unternehmen gegenüber der Umwelt .....	28

4.2	Vorstellungen der SuS anhand der CSR-Pyramide nach Carroll.....	29
4.2.1	Ökonomische Verantwortlichkeiten.....	30
4.2.2	Gesetzliche Verantwortlichkeiten .....	32
4.2.3	Ethische Verantwortlichkeiten .....	34
4.2.4	Philanthropische Verantwortlichkeiten .....	36
5	Diskussion .....	36
6	Limitationen und Desiderate .....	43
7	Fazit .....	44
8	Literaturverzeichnis .....	46
	Anhang A Kategorienhandbuch Forschungsfrage 1 .....	59
	Anhang B Kategorienhandbuch Forschungsfrage 2.....	61
	Anhang C Themenmatrix Forschungsfrage 1 .....	63
	Anhang D Themenmatrix Forschungsfrage 2 .....	67
	Anhang E Interviewleitfaden .....	72
	Nutzung generativer KI.....	76
	Eidesstattliche Erklärung.....	77

## **Abbildungsverzeichnis**

<b>Abbildung 1</b> Wirtschaftsethik .....	5
<b>Abbildung 2</b> Ebenen der Wirtschaftsethik .....	7
<b>Abbildung 3</b> Der erweiterte Wirtschaftskreislauf .....	8
<b>Abbildung 4</b> Die CSR-Pyramide von Carroll .....	10
<b>Abbildung 5</b> Ablauf einer inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse ..	20
<b>Abbildung 6</b> Verantwortung von Unternehmen im Wirtschaftskreislauf.....	37
<b>Abbildung 7</b> Verantwortungsebenen der Unternehmen.....	38

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1 Kategoriensystem Forschungsfrage 1 .....	22
Tabelle 2 Kategoriensystem Forschungsfrage 2 .....	29
Tabelle 3 Kategorienverzeichnis 1 .....	59
Tabelle 4 Kategorienverzeichnis 2 .....	61
Tabelle 5 Themenmatrix Forschungsfrage 1 .....	63
Tabelle 6 Themenmatrix Forschungsfrage 2.....	67

## Abkürzungsverzeichnis

B2B.....	Business-to-Business
CSR .....	Corporate Social Responsibility
MKJS-BW.....	Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg
SuS .....	Schülerinnen und Schüler
WBS .....	Wirtschaft/ Berufs- und Studienorientierung

## 1 Einleitung

„In einem freien Wirtschaftssystem gibt es nur eine einzige Verantwortung für die Beteiligten: sie besagt, dass die verfügbaren Mittel möglichst gewinnbringend eingesetzt und Unternehmungen unter dem Gesichtspunkt der größtmöglichen Profitabilität geführt werden müssen, solange dies unter Berücksichtigung der festgelegten Regeln des Spiels geschieht.“ (Friedman, 1971, S. 175)

Mit dieser Aussage formulierte Milton Friedman Anfang der 1970er Jahre eine ökonomisch ausgerichtete Position, die bis heute kontrovers diskutiert wird (Ziegler, 2024). Als Gegenentwurf dazu hinterfragt Peter Ulrichs Unternehmensethik das Gewinnprinzip kritisch (Ulrich, 2008). Besonders im Zuge globaler Herausforderungen wie dem Klimawandel, sozialen Ungleichheiten und ethischen Unternehmensskandalen wird deutlich, dass Unternehmen in vielen Bereichen eine weitreichende Verantwortung tragen (Jaganjac et al., 2024; Suárez-Eiroa et al., 2019).

Da die Schülerinnen und Schüler (SuS) die wirtschaftlichen Entscheidungsträger\*innen von morgen sind, kommt der schulischen Auseinandersetzung mit Unternehmensethik eine zentrale Bedeutung zu (Montiel et al., 2020). Um mit wirtschaftlich geprägten Alltagssituationen verantwortungsbewusst umzugehen und dabei auch die Interessen anderer zu berücksichtigen, ist es notwendig, ökonomische Bildung um die ethische Dimension zu erweitern (Heiduk, 2019; Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg (MKJS-BW), 2016). Während bislang zahlreiche Studien wirtschaftliche Vorstellungen der SuS untersucht haben (z.B. Frese & Senn, 2025; Friebel et al., 2016), fehlen bislang vertiefende empirische Erkenntnisse, wie Jugendliche unternehmerische Verantwortung und ethisches Handeln im Wirtschaftskreislauf verstehen. Die vorliegende Masterarbeit greift diese Forschungslücke auf. Im Zentrum stehen zwei qualitative Forschungsfragen:

- 1) In welchen Beziehungen des Wirtschaftskreislaufs verorten SuS unternehmerische Verantwortung?
- 2) Welche Vorstellungen von Unternehmensverantwortlichkeiten haben die SuS in Bezug auf das Modell von Carrolls Corporate Social Responsibility (CSR)-Pyramide?

Diese Forschungsfragen werden anhand einer qualitativen Sekundäranalyse von leitfadengestützten Interviews, die durch Estler und Brahm (2025) erhoben wurden, untersucht.

Diese Arbeit leistet damit einen empirischen Beitrag zur ökonomischen Bildung und zeigt Einblicke in die individuellen Vorstellungen der SuS zum Thema Unternehmensethik. Die Ergebnisse zeigen, dass die SuS unternehmerische Verantwortung in verschiedenen Bereichen des Wirtschaftskreislaufs verorten, insbesondere in Bezug auf Haushalte und andere Unternehmen. Dabei führen die SuS ökonomische, ökologische, gesetzliche und soziale Gesichtspunkte an.

Diese Ergebnisse können genutzt werden, um eine effektive Lernumgebung zum Thema Wirtschaftsethik zu gestalten und die wirtschaftliche Urteils- und Handlungskompetenz von den SuS zu fördern.

Zunächst wird in Kapitel 2 die Rolle von Wirtschaftsethik in der ökonomischen Bildung beschrieben. Anschließend wird der Wirtschaftskreislauf und CSR beleuchtet und es erfolgt eine Einordnung in die bisherige Forschung.

Kapitel 3 beschreibt das methodische Vorgehen. In Kapitel 4 werden die Ergebnisse präsentiert, bevor in Kapitel 5 die Befunde im Kontext der theoretischen Modelle, die CSR-Pyramide von Carroll und der Wirtschaftskreislauf, diskutiert wird. Kapitel 6 fasst die zentralen Erkenntnisse zusammen, reflektiert Limitationen und zeigt praktische Implikationen auf.

## **2 Stand der Literatur und der empirischen Forschung**

Dieses Kapitel gibt einen Überblick über die Wirtschaftsethik als Bestandteil der ökonomischen Bildung. Anschließend werden der Wirtschaftskreislauf sowie Carrolls CSR-Pyramide dargestellt und es erfolgt ein Überblick über die bisherige Forschung.

### **2.1 Wirtschaftsethik als Bestandteil der ökonomischen Bildung**

Unternehmen können auf sehr unterschiedliche Weise gestaltet werden. Sie variieren nicht nur in Bezug auf Größe, Branche und Geschäftsmodell, sondern auch in ihrer Einstellung zur gesellschaftlichen Verantwortung. Heutzutage richten sich die öffentlichen und politischen Erwartungen zunehmend auf Unternehmen, insbesondere bei Themen wie Nachhaltigkeit und CSR. Das ethische Verhalten gegenüber Mitarbeiter\*innen, Umwelt und Gesellschaft, auch entlang globaler Lieferketten, steht spätestens seit dem Beschluss des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (2021a) im Fokus. Da die SuS die Arbeitnehmer\*innen und auch Arbeitgeber\*innen von morgen und ihre Perspektiven und Meinungen wichtig für die zukünftige Ausgestaltung unserer Wirtschaft sind, ist es von Vorteil Wirtschaftsethik in Hochschulen (Cowton & Cummins,

2003) und Schulen (Heiduk, 2019) zu integrieren. Die Auseinandersetzung mit ökonomisch geprägten Lebenssituationen stellt ein zentrales Bildungsziel dar, um mit Verantwortung und Berücksichtigung der Interessen anderer Handlungsoptionen abzuleiten und umzusetzen (MKJS-BW, 2016). Die Erkenntnisse aus dieser Masterarbeit können als mögliche Erklärung von Verständnisproblemen der SuS und zur Weiterentwicklung fachdidaktischer Konzepte dienen. Zudem kann so die Anschlussfähigkeit wirtschaftlicher Inhalte unter Einbezug der Lebenswelt der SuS verbessert werden.

Aktuell wird die ökonomische Bildung in weiterführenden Schulen in Deutschland in andere Fächer integriert oder als Wahlfach angeboten (Kaiser et al., 2015). Baden-Württemberg hat als erstes Bundesland das Pflichtfach Wirtschafts/ Berufs- und Studienorientierung (WBS) in Klasse 8 eingeführt, um die ökonomische Bildung der SuS zu stärken (Kaiser et al., 2020). Die SuS sollen sich im Rahmen des Unterrichts eine inhaltlich strukturierte Grundlage erarbeiten, um ökonomische Zusammenhänge zu verstehen und in der Gesellschaft selbst aktiv zu werden. Dabei ist zu beachten, dass der Bildungsplan für die Klassenstufe 8 bis 10 zusammengefasst ist und keine klare Abtrennung der Inhalte für die jeweiligen Schuljahre erfolgt. Daher wird in dieser Arbeit davon ausgegangen, dass sich die Lehrkräfte für die Unterrichtsinhalte an der Reihenfolge des Schulbuchs des C.C. Buchner Verlags „Wirtschaft & Co.“ (Riedel, 2018) orientieren.

Die Kompetenzziele, die in der Schule vermittelt werden sollen, legt das MKJS-BW fest, um die SuS auf ein mündiges Leben als Bürger\*innen der Gesellschaft vorzubereiten (MKJS-BW, 2016). Die SuS sollen „in die Lage versetzt werden, in ökonomisch geprägten Lebenssituationen gemeinwohlorientiert auch die Interessen anderer zu berücksichtigen, den Wert der Zusammenarbeit zu erkennen und zugleich für sich und andere Verantwortung zu übernehmen“ (MKJS-BW, 2016, S. 3). Diese Prämisse kann durch den Unterrichtsinhalt Wirtschaftsethik gefördert werden. Das Kompetenzmodell, auf dem der Lehrplan basiert, besteht aus drei Dimensionen: Die Wirtschaft aus Sicht des Verbrauchers, des Erwerbstätigen und des Wirtschaftsbürgers (Retzmann et al., 2010).

In der achten Klasse beschäftigen sich die SuS mit der Rolle des Verbrauchers, der individuellen Dimension, mit ökonomischem Handeln, dem Erstellen eines Haushaltsplans und mit den Wechselbeziehungen im erweiterten Wirtschaftskreislauf (siehe MKJS-BW, 2016; Riedel, 2018). Im Rahmen des Bereichs der Erwerbstätigen, werden neben dem Berufswähler auch die Arbeitnehmer und Unternehmer mit in den Fokus

genommen. Die SuS lernen, den Entscheidungsprozess für ihre Berufswahl zu gestalten und „die Interessen von Arbeitnehmern und Arbeitgebern im Rahmen eines Arbeitsverhältnisses [zu] erläutern“ (MKJS-BW, 2016). Im Teilbereich Unternehmer stehen insbesondere zwei Groblernziele im Fokus, die für diese Arbeit besonders relevant sind. Zum einen die Fähigkeit, Interessenkonflikte zwischen den Stakeholdern eines Unternehmens zu erläutern, und zum anderen die Auseinandersetzung mit der volkswirtschaftlichen Bedeutung von Unternehmen sowie deren Verantwortung gegenüber der Gesellschaft (MKJS-BW, 2016). Als letztes wird die systemische Perspektive, die des Wirtschaftsbürgers eingenommen, die über den Unternehmensfokus hinausgeht und Themen wie Wirtschaftsordnungen, Wettbewerbspolitik und Konjunkturzyklus umfasst (MKJS-BW, 2016).

Wirtschaftsethik trägt außerdem zu den Leitperspektiven Bildung für nachhaltige Entwicklung bei, indem die SuS unternehmerische Entscheidungen insbesondere in Bezug auf soziale und ökologische Nachhaltigkeit reflektieren (MKJS-BW, 2016). Auch die Leitperspektive Bildung für Toleranz und Akzeptanz von Vielfalt findet Berücksichtigung, indem bei Entscheidungssituationen, Argumente abgewogen werden müssen und dabei die Bedeutung von wertorientiertem Handeln und Solidarität deutlich wird. Ebenfalls soll durch ökonomische Bildung die Analysekompetenz gefördert werden. Besonders passend ist dabei die dritte Subkategorie, die beschreibt, dass die SuS Kategorien ökonomischen Verhaltens, wie z.B. Kooperation einordnen und Verhalten in Bezug auf andere Marktteilnehmer beschreiben können sollen. Ebenso lernen die SuS, ihre Urteilskompetenz zu stärken, indem sie „die Interessenkonstellationen zwischen ökonomisch Handelnden beurteilen“ (MKJS-BW, 2016, S. 10) sollen. Auch die Handlungskompetenz ist beim Thema Unternehmensethik erfordert, z. B. wenn die langfristigen, sozialen, ökonomischen und ökologischen Folgen ökonomischen Verhaltens anderer Akteure beurteilt und nachhaltige Handlungsoptionen überprüft werden sollen (MKJS-BW, 2016).

Der Begriff Wirtschaftsethik lässt sich nicht einheitlich definieren (Loerwald, 2010). Er eröffnet so viele Forschungsfelder, dass hier nur eine Einordnung in die zwei zentralen deutschen Theorien des Diskurses vorgenommen wird: Die Ordnungsethik von Karl Homann und die integrative Wirtschaftsethik, die hauptsächlich von Peter Ulrich vertreten wird (Homann & Blome-Drees, 1992; Ulrich, 2008).

Der Begriff der Ethik, wird auch als die „Lehre von der Moral“ (Macharzina & Wolf, 2023, S. 1066) beschrieben und wird in normative und deskriptive Ethik unterschieden

(Bak, 2024). Während die deskriptive Ethik Moralvorstellungen faktisch und ohne Bewertung erklärt, bewertet die normative Ethik (Macharzina & Wolf, 2023). Sowohl die Ordnungs- als auch die Wirtschaftsethik sind normative Ethiken, da sie Aussagen darüber treffen, wie gehandelt werden soll (Homann & Lütge, 2005; Ulrich, 2008). Die beiden wirtschaftsethischen Denkschulen werden von Aßländer (2022) im Bereich der politischen Ökonomie eingeordnet. Sie haben gemeinsam, dass sie die Ökonomie und die Moral zusammen beschreiben wollen, denn „Ziel der Wirtschafts- und Unternehmensethik ist es ja gerade, zwischen der rein instrumentellen Rationalität der Ökonomie und den moralischen Anforderungen der Gesellschaft an die Ökonomie zu vermitteln“ (Aßländer, 2024, S. 20). Statt die Disziplinen strikt zu trennen, wie es im 19. Jhd. geschah, „ist der jüngste Schritt, die Zusammenschau der Problembezüge wieder her[zus]ustellen, in der die ›Vernunft des Ganzen‹ zum Ausdruck kommt“ (Noll, 2013, S. 38) (siehe Abbildung 1).

**Abbildung 1** Wirtschaftsethik



Quelle: in Anlehnung an Karmasin und Litschka, 2008, S.21

Im wirtschaftsethischen Diskurs in Deutschland werden diese beiden dominierenden Denkrichtungen durch weitere theoretische Ansätze ergänzt, differenziert und teilweise modifiziert. Eine vertiefte Auseinandersetzung mit diesen Ansätzen kann im Rahmen dieser Arbeit jedoch aus Umfangsgründen nicht erfolgen.

Homann und Bloeme-Drees (1992) betrachten ethische Überlegungen nicht isoliert, sondern integrieren sie in ökonomische Modelle - unter Beachtung institutioneller Rahmenbedingungen. Die Unternehmensethik ist ein zentraler Teil der Wirtschaftsethik

und wird von Ihnen folgendermaßen definiert: „Unternehmensethik thematisiert das Verhältnis von Moral und Gewinn in der Unternehmensführung und befaßt sich mit

der Frage, wie moralische Normen und Ideale unter den Bedingungen der modernen Wirtschaft von den Unternehmen zur Geltung gebracht werden können“ (Homann & Blome-Drees, 1992, S. 117). Homann und Blome-Drees (1992) identifizieren dabei einen grundlegenden Konflikt zwischen Wettbewerb und Moral: Individuelle moralische Entscheidungen können, trotz regelkonformen Verhaltens, zu negativen Folgen für andere oder die gesamte Gesellschaft führen. Daher müsse Ethik auf der Ebene der Ordnung ansetzen, um dieses, als Dilemma bezeichnete Problem, durch funktionierende Wettbewerbsstrukturen institutionell zu lösen, um das gesellschaftliche Wohlergehen zu sichern (Homann & Blome-Drees, 1992)

Der diskursethische Ansatz der integrativen Wirtschaftsethik von Peter Ulrich möchte Ethik und Ökonomik miteinander verbinden, um eine tiefgreifende Sichtweise zu schaffen (Ulrich, 2008). Er hinterfragt mit Hilfe der Philosophie von Kant die Werte und Annahmen, auf der eine wirtschaftliche Entscheidung basiert (Ulrich, 2005). Er stellt dabei fest: „Dies sind im Kern ethische Fragen. Der Versuch, sich im Wirtschaftsdenken vernünftig zu orientieren, ist also von Grund auf ein Vorhaben *wirtschaftsethischer Orientierung*“ (Ulrich, 2005, S. 13). Ulrich (2008) unterscheidet dafür in seiner integrativen Wirtschaftsethik drei miteinander verschränkte Orte: Die Wirtschaftsbürgerethik, die Ordnungsethik und die Unternehmensethik. Die Unternehmensethik findet „ihren Ausgangspunkt im kritischen Hinterfragen des Gewinnprinzips“ (Schank, 2022, S. 287). Unternehmen sollen Verantwortung darüber hinaus übernehmen und aktiv zur gesellschaftlichen Wertschöpfung beitragen (Ulrich, 2008). Gleichzeitig obliegt es den Unternehmen zur Legitimation marktwirtschaftlicher Strukturen beizutragen (Ulrich, 2008). Ulrich (2008) plädiert in diesem Zusammenhang für eine Relativierung der Gewinnmaximierung zugunsten ethischer Leitprinzipien, um ökonomisches Handeln stärker an normativen Zielvorstellungen auszurichten.

Die drei beschriebenen Orte der Moral, die Individualethik, die Unternehmensethik und die Ordnungsethik, wurden von Retzmann und Grammes (2014) mit den inhaltlichen Ebenen der Wirtschaftsethik verknüpft (siehe Abbildung 2). Dies stimmt wiederum mit der dreigliedrigen Struktur Verbraucher, Arbeitnehmer und Wirtschaftsbürger des WBS-Bildungsplans der Klassen 8-10 in Baden-Württemberg überein (MKJS-BW, 2016; Seeber et al., 2012). Den SuS soll damit bewusst werden, dass eine ökonomische Entscheidungssituation sowohl auf ihrer individuellen Entscheidung beruht, aber auch in einem Beziehungsgefüge zu anderen Akteuren steht und innerhalb eines Ordnungssystems erfolgt (MKJS-BW, 2016).

**Abbildung 2** Ebenen der Wirtschaftsethik



Quelle: in Anlehnung an Retzmann & Grammes, 2014, S. 15

Während die Mikroebene der Wirtschaftsethik ihren Fokus auf die individuellen Pflichten und Tugenden einer Person richten, beleuchtet die Makroebene den Zusammenhang zwischen marktwirtschaftlichen System und ethischen Anforderungen im Rahmen der Wirtschaftsordnung (Karmasin & Litschka, 2008). Auf der Mesoebene wird das Unternehmen und einzelne Organisationen als „moralisch verantwortliche ... Institution“ (Karmasin & Litschka, 2008, S. 27) betrachtet. „Unternehmensethik thematisiert das Verhältnis von Moral und Gewinn in der Unternehmensführung und befaßt sich mit der Frage, wie moralische Normen und Ideale unter den Bedingungen der modernen Wirtschaft von den Unternehmen zur Geltung gebracht werden können“ (Homann & Blome-Drees, 1992, S. 117). Dabei wird betrachtet, wie Unternehmen ihre Rolle gegenüber verschiedenen Anspruchsgruppen nachhaltig und verantwortungsvoll gestalten können (siehe Karmasin & Litschka, 2008).

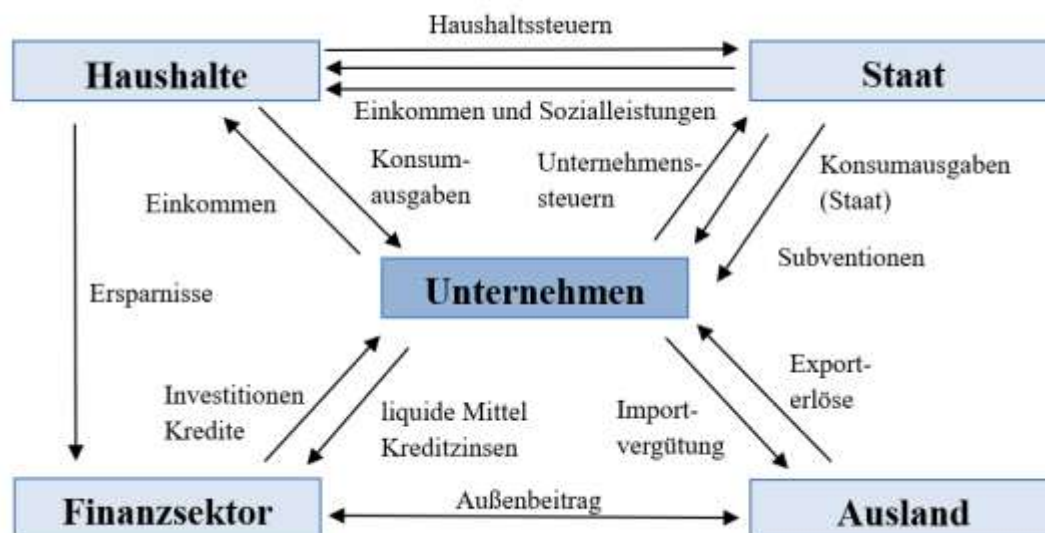
## 2.2 Wirtschaftskreislauf

Der Wirtschaftskreislauf wird definiert als die „Gesamtheit aller volkswirtschaftlichen Transaktionen, bei denen Wirtschaftsobjekte mit oder ohne Gegenleistung von einem Wirtschaftssubjekt auf ein anderes übergehen“ (Springer Fachmedien Wiesbaden, 2019, S. 3879). Er ist Folge der Arbeitsteilung in der modernen Industrie- und Dienstleistungsgesellschaft (Springer Fachmedien Wiesbaden, 2019). Der erweiterte Wirtschaftskreislauf erfasst alle fünf Sektoren einer offenen Volkswirtschaft: die Unternehmen, die Haushalte, den Finanzsektor, den Staat und das Ausland (Forner, 2024).

Eine vergleichbare Basis wird dadurch erreicht, dass die Interaktionen zwischen den Sektoren auf ihre finanzielle Dimension, also auf Geldströme, beschränkt werden (Ehnts, 2023) (siehe Abbildung 3). Die Erweiterung um die Akteure Staat, Finanzsektor und Ausland gegenüber dem Basiskreislauf lassen das Modell, trotz zunehmender Komplexität, näher an die reale Wirtschaftspraxis herankommen (Forner, 2024).

Den SuS wurde in den Interviews die Darstellung des erweiterten Wirtschaftskreislaufes aus dem Schulbuch Wirtschaft & Co. (Riedel, 2018, S. 38) gezeigt, die sich von Forner (2024) etwas unterscheidet. Da aber Forner (2024) die Unternehmen ins Zentrum seiner Betrachtung stellt, eignet sich diese Darstellung für die hier vorliegende Masterarbeit besser.

**Abbildung 3** Der erweiterte Wirtschaftskreislauf



Quelle: eigene Darstellung nach Forner (2024, S. 63)

## 2.3 Corporate Social Responsibility

### 2.3.1 Allgemeine Definitionen

Der Begriff der unternehmerischen Verantwortung wird je nach Kontext anders definiert und mit den Begriffen Corporate Social Responsibility, Corporate Citizenship und Corporate Governance näher beschrieben (Retzman, 2012). Die genaue Ein- und Abgrenzung der unterschiedlichen Begriffe zueinander fällt allerdings schwer, weil ihnen keine allgemeinen und wissenschaftlich akzeptierten Definitionen zugrunde liegen (Kurhofer, 2022). Häufig werden sie im politischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Diskurs synonym verwendet (Kurhofer, 2022).

Der Ursprung des Begriffs Verantwortung liegt im Rechtswesen und beschreibt eine

Rechtfertigung auf einen Verstoß gegen die bestehenden Gesetze, Normen und Werte (Heidbrink, 2022). Von dort wurde er auf den Bereich der Moral und Ethik übertragen (Heidbrink, 2022). Die Europäische Kommission (2011) definiert CSR als „die Verantwortung von Unternehmen für ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft“ (S. 7) und betont „[n]ur wenn die geltenden Rechtsvorschriften und die zwischen Sozialpartnern bestehenden Tarifverträge eingehalten werden, kann diese Verantwortung wahrgenommen werden.“ (S. 7). Eine genauere Definition des Verantwortungsbegriffs trifft Heidbrink: „Der Verantwortungsbegriff ist ein Grundprinzip der sozialen und nachhaltigen Verantwortung von Unternehmen sowie der guten Unternehmensführung, da er auf den legitimen Einsatz ökonomischer Mittel für gesamtgesellschaftliche Zwecke gerichtet ist“ (Heidbrink, 2022, S. 57). Durch das Verantwortungsprinzip soll nicht nur bewertet werden, ob das Gewinn-Erwirtschaften der Unternehmen mit den rechtlichen Rahmenbedingungen vereinbar ist, sondern auch, in welchem Ausmaß dabei moralische Grundsätze beachtet werden (Heidbrink, 2022).

### **2.3.2 CSR-Pyramide von Carroll**

Die unterschiedlichen Dimensionen des Verantwortungsbegriffs strukturierte der amerikanische Unternehmensethiker Archie B. Carroll in vier Kategorien: “The social responsibility of business encompasses the economic, legal, ethical, and discretionary expectations that society has of organizations at a given point in time.” (Carroll, 1979, S. 500). Die ”Pyramid of Corporate Social Responsibility“ von Archie B. Carroll (1991, S. 39) ist, trotz einer Überarbeitung und Überführung in eine andere Darstellung (Schwartz & Carroll, 2003), in ihrer ursprünglichen Form eine wichtige Diskussionsgrundlage des heutigen CSR-Diskurses geblieben (Altmeyden & Bracker, 2018) (siehe Abbildung 4). Carrolls Definition legt nicht den Grad der Verantwortung der Unternehmen in den einzelnen Kategorien fest, sondern ist vielmehr ein Klassifizierungsschema für die Arten der sozialen Verantwortung der Unternehmen (Carroll, 1979). Ebenfalls beachtet werden sollte, dass eine bestimmte unternehmerische Handlung mehrere Dimensionen sozialer Verantwortung gleichzeitig beinhalten kann (Carroll, 1991). Das Modell von Carroll (1991) besteht an der Basis aus der unternehmerischen Verantwortung und wird erweitert durch die rechtliche, ethische und schließlich die philanthropische Verantwortung, die an der Spitze steht.

**Abbildung 4** Die CSR-Pyramide von Carroll



Quelle: In Anlehnung an Carroll, 2016, S.5

Sicherlich existierten die verschiedenen Dimensionen bereits vor der Explikation durch Archie B. Carroll, allerdings wurden die ethische und die philanthropische Verantwortung in den vorherigen Jahren erstmals besonders wichtig (Carroll, 1991).

Die Dimension der ökonomischen Verantwortung wird von Carroll (1991) als dadurch charakterisiert, dass Unternehmen sich zu Profitabilität und zur Erwirtschaftung von Gewinnen verpflichten. Dafür ist es wichtig eine starke Wettbewerbsposition und ein hohes Maß an innerbetrieblicher Effizienz aufrechtzuerhalten (Carroll, 1991). Dies wird von Shareholdern, Stakeholdern und der Gesellschaft eingefordert und ist obligatorische Voraussetzung für alle weiteren Aktivitäten der Unternehmen (Heidbrink, 2022).

Die Dimension der rechtlichen Verantwortung zeigt die rechtlichen Verpflichtungen der Unternehmen auf (Carroll, 1979). Die Gesetze, Rahmenregeln und Ordnungsprinzipien der Volkswirtschaft sollen eingehalten werden und alle Leistungen der Unternehmen im Einklang mit den Erwartungen von Regierung und Gesetz stehen (Carroll, 1991). Dies ist kategorische Voraussetzung für die Legitimität von Unternehmen und wird ebenfalls von Share-, Stakeholdern und der Gesellschaft eingefordert (Heidbrink, 2022).

Die ethische Verantwortung eines Unternehmens bezieht sich darauf, dass seine Leistungen im Einklang mit den Erwartungen der gesellschaftlichen Sitten und ethischen Normen stehen (Carroll, 1991). Dabei ist wichtig zu erkennen, dass die moralischen Verantwortlichkeiten über die bloße Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften hinausgehen (Carroll, 1991) und „von Shareholdern, Stakeholdern und der Gesellschaft nicht eingefordert sondern erwartet“ (Heidbrink, 2022, S. 57) werden.

Während sich die Dimension der ethische Verantwortung der Unternehmen auf die Erwartungen der Anspruchsgruppen bezieht und versucht, diese zu erfüllen, deckt die philanthropische Dimension eher die Wünsche dieser Anspruchsgruppen ab (Schank & Beschorner, 2018). Darunter fällt das freiwillige Engagement von Unternehmen für gesellschaftliche Zwecke (Heidbrink, 2022), zum Beispiel die Unterstützung von privaten und öffentlichen Bildungseinrichtungen (Carroll, 1991).

Die Kategorien bauen sukzessiv aufeinander auf, denn erst unter “the premise of an economically sound and sustainable business“ (Carroll, 2016, S. 4) kann sich ein Unternehmen gesellschaftliche Aktivitäten leisten (Carroll, 2016). Wenn Unternehmen die rechtlichen Regeln befolgt haben, tragen moralische Verpflichtungen dazu bei, dass sich Unternehmen, auch über den rechtlichen Rahmen hinaus, an die sozialen Normen halten (Heidbrink, 2022). Darüber hinaus sorgen philanthropische Überzeugungen für das gesellschaftliches Engagement von Unternehmen, dass nur durch rechtliche Vorschriften und das moralisch Gebotene nicht zustande kommen würde (Heidbrink, 2022).

Ethische Verantwortung durchdringt die Pyramide zusätzlich in allen Dimensionen, da z.B. Gesetze auf ethischen Urteilen basieren und das Modell auf der ökonomischen Ebene implizit von einer kapitalistischen Gesellschaft ausgeht, in der das Streben nach Gewinn als legitime Erwartung angesehen wird (Carroll, 2016).

Das Pyramidenmodell von Carroll wird im wissenschaftlichen Diskurs kritisiert. Die Hierarchie der Pyramide legt nahe, dass ökonomische Verantwortung immer zuerst kommt, wodurch impliziert wird, dass die gesetzliche, ethische oder philanthropische Verantwortung nur zweitrangig sind (Carroll, 1991). Dies erscheint Beschorner et al. (2003) „nicht wirklich plausibel[, da] Organisationen ... in der Tat multireferentielle Systeme [sind]“ (S.198). Auch Schwartz und Carroll (2003) kritisieren das und veröffentlichten ein überarbeitetes und ein verändertes Modell, das sogenannte “Three-Domain Model of Corporate Social Responsibility“ (S. 509). In diesem sind die drei Dimensionen, ethische, rechtliche und ökonomische Verantwortung, gleichrangig

(Schwartz & Carroll, 2003).

Auch wird Carrolls CSR-Ansatz als karitativer Ansatz bezeichnet, der nur eine mangelhafte ökonomische Wirkungsanalyse des freiwillig übernommenen CSR-Managements macht (Brink & Schumann, 2020). Mit dem Modell wäre ein zufälliges, willkürliches und ökonomisch unbegründetes Engagement theoretisch möglich (Brink & Schumann, 2020). Aus Sicht der integrativen Wirtschaftsethik nach Peter Ulrich (2008) wäre ein solches Vorgehen „als *Ethik post festum* zu verstehen“ (Brink & Schumann, 2020, S. 417), also eine Ethik die nicht in unternehmerische Entscheidungen eingebettet ist, sondern erst in Nachhinein zur Legitimierung hinzugefügt wird.

Weiterhin merken einige Wissenschaftler an, dass das Modell zu wenig unterschiedliche kulturelle, rechtliche und wirtschaftliche Kontexte betrachtet und auf diese jeweils angepasst werden sollte (Carroll, 2016). Visser (2006) stellte fest, dass die verschiedenen Dimensionen in Afrika anders in der Pyramide gestapelt sind. Am wichtigsten ist die ökonomische Ebene gefolgt von der philanthropischen Verantwortung, erst danach folgen die rechtliche und dann die ethische Dimension (Visser, 2006).

Spence (2016) erweiterte das Modell, um die Relevanz für kleinere Unternehmen zu erhöhen. Dabei wurden die Ethik der Fürsorge und feministische Perspektiven benutzt, um Pyramiden für die jeweiligen Unternehmenspartner zu entwerfen.

Trotz der Kritik und den Weiterentwicklungen ist Carrolls Pyramide weiterhin präsent als Theorie der möglichen Verantwortungsebenen von Unternehmen (Altmeyen & Bracker, 2018).

Weitere Modelle die einen möglichen theoretischen Rahmen bieten, wäre die Triple Bottom Line von Elkington (1997), die sich auf die drei Dimensionen People, Planet, Profit bezieht, und die Stakeholder Theorie von Freeman (2010), bei der das Unternehmen die Interessen verschiedener Akteure berücksichtigt.

Da die CSR-Pyramide von Carroll eine gute Übersichtlichkeit bietet, ist es für die Anwendung auf die SuS-Aussagen geeignet. Auch die klar definierte Abgrenzung der unterschiedlichen Domänen bietet einen geeigneten Einstieg in die Auswertung der Forschungsdaten. Daher wird dieses Modell für die Analyse der Vorstellungen der SuS zur Verantwortung von Unternehmen im Wirtschaftskreislauf herangezogen.

### **2.3.3 Gesetzliche Anforderungen der Wirtschaftsethik**

Während die Wirtschaftsethik in Deutschland in den 1980er und 1990er Jahren stark

theoretischer Natur war und sich von der US-amerikanischen Diskussion stark unterschied, näherten sie sich im Laufe der Zeit an und sind jetzt fast nicht mehr zu trennen (Aßländer, 2024). Unter anderem wurde dieser Internationalisierungsprozess durch zahlreiche Initiativen staatlicher und suprastaatlicher Organisationen befördert (Aßländer, 2024). Darunter fallen die „Sustainable Development Goals“ (United Nations Department of Economic and Social Affairs, 2025) und die „Guiding Principles on Business and Human Rights“ (United Nations, 2011) der Vereinten Nationen, die „DIN ISO 26000- Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung von Organisationen“ (Bundesministerium für Arbeit und Soziales, 2011) der International Organization for Standardization und das Grünbuch „Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen“ der Europäischen Kommission (2001). Ziel dieser Initiativen ist es, Standards für die soziale Verantwortung von Unternehmen zu formulieren und Unternehmen bei Themen wie Einhaltung der Menschenrechte und weiteren sozialen Entwicklungszielen in die Verantwortung zu ziehen. „Mithin erweist sich insbesondere aus Sicht der Wirtschaftspraxis die Politik als wohl stärkster Einflussfaktor auf die Ausgestaltung und Umsetzung CSR-relevanter Aspekte in der Unternehmenspolitik“ (Aßländer, 2024, S. 10). Denn die europäischen Richtlinien werden in nationale Rechtsvorschriften umgewandelt, wie z.B. das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (2021a) oder das CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz (2017).

#### **2.4 Bisherige Forschung über die Vorstellungen der SuS von wirtschaftlichen Phänomenen und der Wirtschafts- sowie Unternehmensethik**

Für die Erhebung zum Thema Wirtschaftsethik wird davon ausgegangen, dass die SuS bereits Vorwissen, ihr Alltagswissen, besitzen (Chi & Roscoe, 2002). „Mental representations are hypothetical internal knowledge structures and ... are considered relatively stable personal traits.“ (Aprea, 2015, S. 14). Der Conceptual-Change-Ansatz geht davon aus, dass man das Vorwissen nutzen kann, um neue Wissensstrukturen daran zu knüpfen (Vosniadou, 2008).

Auch das Modell der didaktischen Rekonstruktion, das ursprünglich für die Naturwissenschaftsdidaktische Forschung entwickelt wurde, setzt an diesen SuS-Vorstellungen an (Kattmann et al., 1997). Ziel ist es die fachlichen Vorstellungen so mit SuS-Perspektiven in Beziehung zu setzen, dass daraus ein Unterrichtsgegenstand entwickelt werden kann (Kattmann et al., 1997). Es stellt einen theoretischen und methodischen Rahmen dar, der Unterrichtsplanung und fachdidaktische Lehr-Lernforschung

vereint (Reinfried et al., 2009). Die Erhebung der SuS-Vorstellungen hat zum Ziel kognitive Konstrukte, die über reines Wissen hinausgehen und dieses interpretieren, zu erkennen (Lenk, 2011). Die SuS „sollen da abgeholt werden, wo sie stehen“ (Lenk, 2011, S. 151). So kann es ermöglicht unternehmensethische Ansätze möglichst sinnvoll in den Unterricht einzubetten.

Die aktuelle Forschungslage zu Vorstellungen von SuS konzentriert sich überwiegend auf ökonomische Fragestellungen. Zu den Vorstellungen von SuS in Bezug auf Wirtschaft im Allgemeinen liegen mehrere Studien vor (Bergmann et al., 2024; Fuhrmann, Grohs-Müller, et al., 2016; Fuhrmann, Kronberger, et al., 2016; Szoncsitz, 2020). Andere Studien behandeln spezifischere Themen wie Arbeit und Beruf (Frese & Senn, 2025), Handel mit Strom (Friebel et al., 2016), die Finanzkrise von 2008 (Aprea, 2015b; Aprea & Sappa, 2014), kostenlose Bereitstellung von Waren und Dienstleistungen (Davies & Lundholm, 2012), den regionalen Wirtschaftsraum (Friebel et al., 2013), Angebot und Nachfrage (Pang & Marton, 2005; Pang & Meyer, 2010), Mehrwertsteuer (Pang & Marton, 2003), Mietpreisobergrenzen (Brandts et al., 2021), Geld (Grohs-Müller & Greimel-Fuhrmann, 2018; Kahler, 2011), Lohn- und Preisbildung (Birke & Seeber, 2012) und Kredite (Speer & Seeber, 2012).

Besonders interessant ist die Studie von Fuhrmann, Grohs-Müller, et al. (2016). Neben dem Thema Wirtschaft und Geld untersuchten sie auch Vorstellungen der SuS der achten Klasse in Österreich zu Unternehmen, Unternehmertum und Einkommenserwerb. Zur Funktion von Wirtschaft haben sie drei Vorstellungstypen herausgearbeitet. Die Schaffung von geordneter und gerechter gesellschaftlicher Verhältnisse sieht ein Teil der SuS als die Funktion der Wirtschaft. Ein anderer Teil nennt vor allem die Aufrechterhaltung des Geldkreislaufs. Die dritte Gruppe sieht als Funktion die Befriedigung der eigenen Bedürfnisse durch Arbeitsteilung und Handel. Außerdem stellten Fuhrmann, Grohs-Müller, et al. (2016) fest, dass ein Großteil der Jugendlichen den Wirtschaftsbezug der Unternehmen an der Generierung von Einnahmen festmacht. Ein weiterer Teil der SuS sieht die Hauptaufgabe von Unternehmen in der Leistungserbringung und dem Eingehen von Leistungsbeziehungen mit unterschiedlichen Akteuren wie den Kunden, den Lieferanten und dem Staat in einem umfassenderem Kreislaufdenken. Das Unternehmertum bringen die SuS vor allem mit Freiheit, aber auch mit Verantwortung in Verbindung. Dabei differenzieren die Jugendlichen zwischen der Eigenverantwortung für den eigenen Geschäftserfolg und der Verantwortung als Arbeitgeber für die Angestellten. Laut den SuS stellt diese erhöhte Verantwortung den

Preis für die unternehmerische Freiheit der Selbstständigkeit dar. Außerdem stellten die Autoren fest, dass viele SuS der Auffassung sind, dass nur bestimmte Branchen wie die Industrie und der Finanzsektor mit der Wirtschaft zu tun haben (Fuhrmann, Grohs-Müller, et al., 2016).

Rumpold (2018) benennt klare Wissensdefizite bei den SuS der achten Klasse in Österreich. Er stellt fest, dass einzelne Zusammenhänge wie die Auswirkungen von Angebots- und Nachfrageänderungen auf die Preisbildung „vergleichsweise gut beherrscht werden“ (Rumpold, 2018, S. 16), während wirtschaftliche Gesamtstrukturen wie die Zusammenhänge der Akteure Haushalte, Unternehmen und dem Staat in der sozialen Marktwirtschaft den SuS Verständnisschwierigkeiten bereiten.

Dem schließen sich Greimel-Fuhrmann und Riess (2020) an, die feststellen: „Es scheint den Schüler\*innen in der Sekundarstufe I also schwer zu fallen, den Wirtschaftskreislauf als das große Ganze sowie ihre eigene vielfältige Teilhabe am Wirtschaftsgeschehen erkennen zu können.“ (S. 178).

Im Vergleich sind außerdem die Ergebnisse der Wirtschaftsbildung SuS der Sekundarstufe 2 interessant. Dort sehen manche SuS sehen ausschließlich das Gewinnstreben als Ziel der Unternehmen, während andere die Aufgaben wie die Rolle als Arbeitgeber, Anbieter von Gütern und Dienstleistungen und Steuerzahler betonen (Greimel-Fuhrmann & Riess, 2020). Einige erkennen, dass es auch andere unternehmerische Zielsetzungen als Profitstreben gibt. Insgesamt wird die Unterschiedlichkeit der Unternehmen und das Gestaltungspotenzial darin nur selten erkannt (Greimel-Fuhrmann & Riess, 2020). Szoncsitz (2019) erkennt in den Vorstellungen der SuS unterschiedliche Beschreibungskategorien, was aufzeigt, in welchem großen Spektrum die SuS ihre Antworten geben und welche unterschiedlichen Ansichten sie haben. Außerdem wird deutlich, dass sich die SuS, abgesehen von Unternehmen und Banken, unsicher sind, ob und in welchem Ausmaß die Akteure Staat und Haushalte Teil der Wirtschaft sind (Szoncsitz, 2018). In der Befragung zeigt sich bei der Funktion und dem Zweck der Wirtschaft, dass Finanzielles, Politik, Strukturen und Macht durchgehend eine große Rolle spielen (Szoncsitz et al., 2017).

Nur wenige Studien haben sich mit den Vorstellungen der SuS zu Wirtschaftsethik befasst (z.B. Ignell et al., 2013, 2017; Lemme & Neuhof, 2015). Es gibt eine Studie zum Thema Nachhaltigkeit und deren Umsetzung im Wirtschaftsunterricht, dabei wird von den SuS vor allem die ökologische Nachhaltigkeit hervorgehoben (Bloemen,

2009). Die Vorstellungen zu globaler Ungleichheit wurden ebenfalls untersucht. Hierbei stellte sich heraus, dass zwar koloniale Strukturen wie Über- und Unterlegenheit genannt, aber Macht und Ausbeutung übersehen wurden (Kleinschmidt et al., 2015). Darüber hinaus entdeckte Lenk (2011) eine starke Verbindung zwischen Vorstellungen zu sozialer Gerechtigkeit und den Alltagserfahrungen der SuS. Fragen der sozialen Marktwirtschaft werden laut Kaiser et al. (2015) von den SuS aus einer einzigen und unreflektierten Perspektive beurteilt. Ekström und Lundholm (2021) stellten fest, dass die SuS unterschiedliche epistemische Überzeugungen über Wertvorstellungen und Unparteilichkeit haben.

Spannend ist es zu sehen, wie Unternehmen tatsächlich die Ausgestaltung von CSR wahrnehmen und umsetzen. Dies untersuchte die Bertelsmann Stiftung mit fast zehn Jahren Abstand im Vergleich (Bertelsmann Stiftung, 2006, 2015). Aus Sicht der befragten Führungskräfte ist es die Aufgabe von Unternehmen, soziale und ökologische Belange in die Wirtschaftstätigkeit einzubeziehen. Nur elf Prozent sagen 2015, dass die Profitmaximierung das einzige Ziel unternehmerischen Handelns ist, 2005 waren es noch fast doppelt so viele. Die Führungskräfte assoziieren mit gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung hauptsächlich die Verantwortung für die Mitarbeiter, einem gerechten Lohn und gesamtgesellschaftlicher Verantwortung. Auch genannt werden die Verantwortung für die Umwelt, das Ziel Arbeitsplätze zu erhalten, Verantwortung für die Region sowie einen Antrieb der Wirtschaft mit Innovationen. Am wenigsten genannt werden Kultur, Wissenschaft und Sport sowie ethische Werte zu fördern, Verantwortung gegenüber Kunden und Lieferanten sowie Steuerzahlung und andere demokratische Pflichten (Bertelsmann Stiftung, 2015). Außerdem fühlen sich Unternehmen hauptsächlich gegenüber ihren Share- und Stakeholdern verantwortlich - am meisten gegenüber Mitarbeiter und Kunden gefolgt von den Eigentümern (Bertelsmann Stiftung, 2015). Am wenigsten verantwortlich fühlen sie sich gegenüber dem Staat (Bertelsmann Stiftung, 2015). Die Bereiche, in denen sich die Unternehmen engagieren, sind vielfältig, z.B. in der Bildung, bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf, für Integration und Diversität sowie für Gesundheit (Bertelsmann Stiftung, 2016).

Zusammenfassend zeigt sich, dass sich viele Studien auf spezifische wirtschaftliche Konzepte der SuS konzentrieren und nur wenige, die hauptsächlich aus Österreich stammen, das Thema Vorstellungen von SuS zu Wirtschaft allgemein in den Blick

nehmen. Da das Bildungssystem dort anders funktioniert als das deutsche, ist es wichtig die Ergebnisse mit Hilfe von Erhebungen in Deutschland zu bestätigen oder zu verwerfen. Außerdem ist es interessant, die Ergebnisse der Sekundarstufe 2 mit den der Sekundarstufe 1 zu vergleichen, um zu erkennen, wie sich die Vorstellungen der SuS weiterentwickeln. Insgesamt gibt es nur wenige Studien zu wirtschaftsethischen Vorstellungen von SuS. Diese Sekundäranalyse soll mit Hilfe der folgenden qualitativen Forschungsfragen die bisherige Forschung ergänzen:

1. In welchen Beziehungen des Wirtschaftskreislaufs verorten SuS unternehmerische Verantwortung?
2. Welche Vorstellungen von Unternehmensverantwortlichkeiten haben die SuS im Bezug zum Modell von Carroll's CSR Pyramide?

### **3 Methodik**

Um das Verständnis der SuS der achten Klasse zum Thema Unternehmensethik zu analysieren, wurde ein qualitativer Forschungsansatz gewählt. Es wurde eine Sekundäranalyse durchgeführt, die sich auf die bereits erhobenen und transkribierten Daten, der durch Estler und Brahm (2025) erhobenen Interviewstudie, stützt. Die Sekundäranalyse ermöglicht es, Datenerhebung von Auswertung und Interpretation zu trennen und neue Forschungsfragen anhand der bestehenden Daten zu erforschen (Medjedović, 2014).

#### **3.1 Stichprobe**

Die Studie wurden durch Estler und Brahm (2025) im Jahr 2023 durchgeführt und 2025 publiziert. Sie umfasst eine Stichprobe von 33 SuS der achten Klasse. Die Interviews wurden mit SuS von 17 Klassen an sieben öffentlichen Sekundarschulen, die im Südwesten Deutschlands liegen, durchgeführt. In diesen Schulen ist das Fach WBS in den Lehrplan integriert (MKJS-BW, 2016). Für eine bessere Vergleichbarkeit der Daten wurde die Umfrage in der achten Klasse durchgeführt, da die SuS keine wirklichen Vorkenntnisse außer ein halbes Jahr wirtschaftswissenschaftlichen Unterricht hatten. Eine mögliche Verzerrung der Ergebnisse, die durch unterschiedliche Lehrpersonen ausgelöst werden könnte, wurde damit verringert. Die befragten Jugendlichen einer Klasse wurden nach dem Zufallsprinzip ausgewählt. Die jeweilige Lehrperson wurde angewiesen, immer die Nummer 7 und 16 aus der Klassenliste auszuwählen. Falls diese SuS das gleiche Geschlecht besaßen, wurde die Lehrperson angewiesen, entweder die Nummer 15 oder die 17 zu wählen. Im Allgemeinen waren die Jugendlichen

zwischen 13 und 14 Jahre alt. Durch die Befragung eines Jungen und eines Mädchens aus jeder Klasse wurde mit einer Ausnahme eine ausgewogene Geschlechterverteilung erreicht. Diese Ausnahme ist aber für die Datenanalyse der Masterarbeit nicht relevant, da die hier ausgewerteten Daten sich aus 7 männlichen und 7 weiblichen Interviews, die randomisiert aus der großen Stichprobe gezogen wurden, zusammensetzen.

### **3.2 Datenerhebung**

Die Datenerhebung erfolgte mit einer qualitativen Methode durch individuelle semi-strukturierte Interviews. Eine qualitative Erhebung bietet den Vorteil, dass die SuS ihre Ideen und Erfahrungen teilen können, sodass man einen umfang- und detailreichen Einblick in die Vorstellungen der SuS bekommen kann (Kuckartz & Rädiker, 2022). Der Dialog orientiert sich am Interview-Leitfaden, kann aber durch Umformulierungen und Vertiefungsfragen der interviewende Person flexibler gestaltet werden (Döring, 2023). Um die SuS nicht zu überfordern, können bei Verständnisschwierigkeiten die Fragen nochmals genauer oder anders erläutert werden, während die Grundstruktur erhalten bleibt. Aprea (2015) geht davon aus, dass ein völlig offener Ansatz artikulative und inhaltliche Fähigkeiten erfordert, über die SuS der achten Klasse noch nicht verfügen, weshalb ein semistrukturiertes Interview die Dialoge erleichtern sollte. Die Interviews wurden im Juni und Juli 2023 von Estler und Brahm (2025) während der regulären Unterrichtsstunden in einem separaten Klassenzimmer durchgeführt und dauerten zwischen 15 bis 35 Minuten. Für ein halbstrukturiertes Interview benötigt man ein halbstandardisiertes Erhebungsinstrument, einen Interviewleitfaden (Döring, 2023). Dieser soll offene Fragen ohne Antwortvorgaben beinhalten (Döring, 2023). Die konkreten Interviewfragen wurden durch Estler und Brahm (2025) entworfen und in einem Pre-Test mit zwei Interviews getestet. Ziel war es das Verständnis der Fragen durch den Befragten, die Kontinuität und Dauer des Interviews sowie die Wirkung der Strukturierung des Erhebungsinstruments zu testen (Kaiser, 2021). Diese Interviews gingen nicht in die anschließende Analyse der Daten mit ein. Basierend auf der phänomenographischen Analyse nach Åkerlind (2005) wurden offene und situative Fragen im Interview gestellt. Dies hat den Vorteil, dass man herausfinden kann welche Bedeutung Wirtschaftsethik für die SuS hat und um konkrete Beispiele für ihre Vorstellungen zu erhalten (Estler & Brahm, 2025).

Der Interviewleitfaden umfasst vier Schlüsselkategorien, die aus dem WBS-Bildungsplan der achten Klasse abgeleitet sind (MKJS-BW, 2016) (siehe Anhang E). Die erste

Kategorie umfasst das Verbraucher\*innenverhalten (Konsum und Verzicht), darauf folgen Fragen zum Wirtschaftskreislauf. Auch das Thema Marktformen ist relevant und am Ende sollen die SuS noch ihre Vorstellungen zu Machtverhältnissen darlegen. Dabei werden die Fragen auf drei unterschiedlich konzeptionellen Ebenen gestellt, die Ulrich (2008) in seiner Theorie der integrativen Wirtschaftsethik beschreibt. Insgesamt wurden 23 Fragen gestellt, eventuelle Folgefragen, die sich aus dem halbstrukturierten Interview ergaben, nicht miteinbezogen. Unter Einbezug der Ebenen der integrativen Wirtschaftsethik von Peter Ulrich wurden elf Fragen auf ordnungsethischer Ebene, sieben Fragen auf Unternehmensebene und fünf individualethische Fragen gestellt.

### **3.3 Datenanalyse**

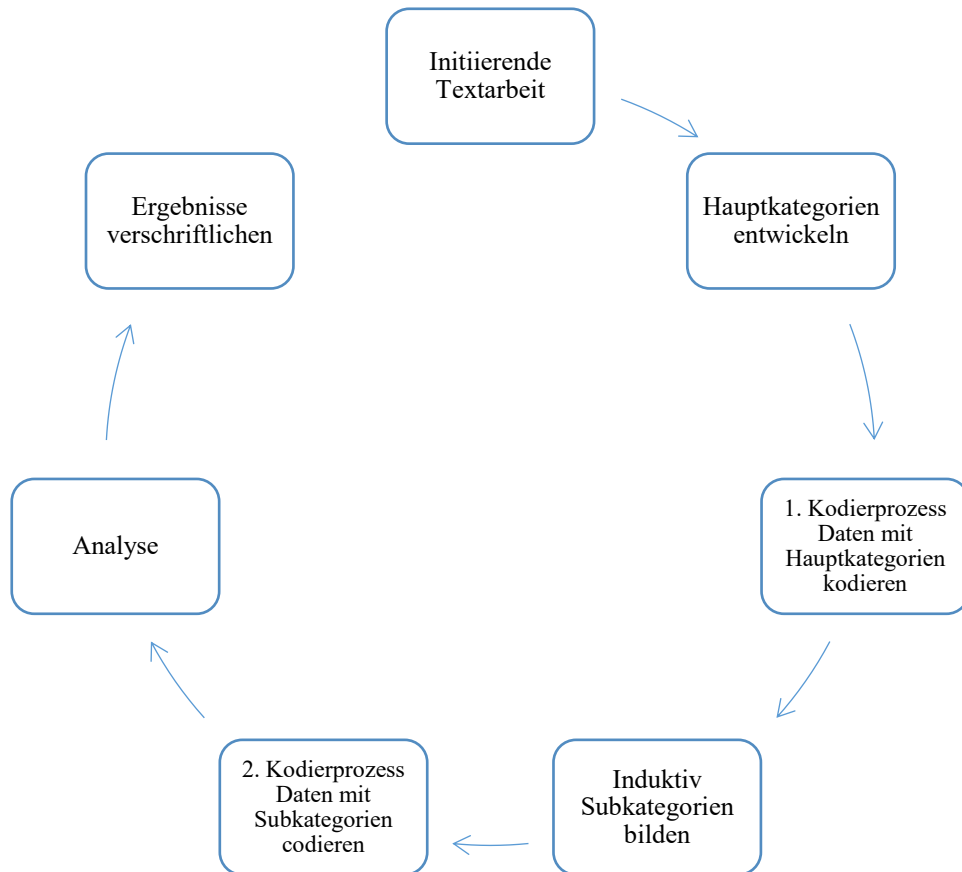
Nach der Datenerhebung wurden alle Interviewaufzeichnungen durch (Estler & Brahm, 2025) wörtlich transkribiert und vollständig anonymisiert. Daraus wurden zufällig je acht männliche und acht weibliche Interviews ausgewählt, die in dieser Masterarbeit auf die Vorstellungen von SuS zur Verantwortung von Unternehmen genauer untersucht wurden. Für die Datenanalyse wurde die Software MAXQDA 24 verwendet. Die Daten wurden kategorienbasiert mit Hilfe der qualitativen Inhaltsanalyse nach Kuckartz und Rädiker (2022) ausgewertet.

Für beide Forschungsfragen wurde eine inhaltlich strukturierende Analyse angewendet, welche in der Literatur als „inhaltsanalytische[s] Kernverfahren“ (Kuckartz & Rädiker, 2022, S. 111) gesehen wird. Der Analyseprozess erfolgte in sieben Phasen (siehe Abbildung 5).

Der Einstieg erfolgte über eine initiiierende Textarbeit, bei der ein Überblick über die Interviewdaten geschaffen wurde und erste Besonderheiten oder einzelne Textpassagen markiert wurden (Kuckartz & Rädiker, 2022). Die zweite Phase ist das Entwickeln der Hauptkategorien. Für die erste Frage „In welchen Beziehungen des Wirtschaftskreislaufs verorten Schüler\*innen unternehmerische Verantwortung?“ wurde ein deduktives Vorgehen gewählt, bei dem „die in der Theorie enthaltenen Konstrukte und Konzepte in Kategorien übersetzt werden“ (Kuckartz & Rädiker, 2022, S. 72). Das bedeutet, dass sich die Oberkategorien der Analyse aus den Akteuren des Wirtschaftskreislaufs zusammensetzen. Allerdings wurden bei der Codierung der Daten diese

Hauptkategorien um die Kategorie Umwelt ergänzt, da diese häufig in den SuS-Antworten benannt wurde.

**Abbildung 5** Ablauf einer inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse



Quelle: in Anlehnung an Kuckartz und Rädiker, 2022, S. 132

Für die zweite Forschungsfrage „Welche Vorstellungen von Unternehmensverantwortlichkeiten haben die Schüler\*innen im Bezug zum Modell von Carroll's CSR Pyramide?“ wurden die Hauptkategorien anhand der Kategorien der CSR-Pyramide definiert. Zu jeder Kategorie wurde ein charakteristisches Beispiel aus den SuS-Aussagen bestimmt. Die Kategorienarten begrenzten sich daher auf theoretische Kategorien, da diese sich aus der Theorie ableiten lassen und über die Texte hinausgehen (Kuckartz & Rädiker, 2024). Die entstandenen Beschreibungskategorien sollen folglich unterschiedliche Verständnisse eines Phänomens klassifizieren (Birke & Seeber, 2011). Um aussagekräftige Resultate zu gewährleisten gelten drei Qualitätskriterien, die von (Marton & Booth, 1997) beschrieben wurden (Åkerlind, 2005):

- (1) Jede der Beschreibungskategorien muss sich von den anderen unterscheiden und sollte etwas Neues eröffnen.

- (2) Die Kategorien sollten in einer Bedeutungsstruktur logisch miteinander verknüpft sein.
- (3) Es sollte die minimal möglichste Anzahl an Beschreibungskategorien gefunden werden.

Dies soll in der hier vorliegenden Masterarbeit beachtet und durchgeführt werden.

In der nächsten Phase wurden die Daten mit den Hauptkategorien codiert. In Hinblick auf die Forschungsfragen wurden im vierten Schritt weitere Subkategorien induktiv aus den Daten gebildet. Diese bestehen aus thematischen und analytischen Kategorien. Die thematischen Kategorien wurden durch die Codierung passender und spezifischer Textstellen herausgearbeitet, während die analytischen Kategorien abstrakter und interpretativer sind (Kuckartz & Rädiker, 2024).

Im fünften Schritt wurden die Daten mit den genauen Subkategorien kodiert und anschließend ausgewertet. Dies erfolgte über Analysen, die zu jeweils einer Themenmatrix der unterschiedlichen Kategorien führte (siehe Anhang C und D). In der abschließenden Phase Nummer sieben wurden die Ergebnisse verschriftlicht, um das Vorgehen genaustens zu dokumentieren (Kuckartz & Rädiker, 2024).

Im Rahmen der beiden Forschungsfragen wurden insgesamt 288 Segmente codiert.

## **4 Ergebnisdarstellung**

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse präsentiert. In die Untersuchung wurden nur solche Aussagen miteinbezogen, die einen unmittelbaren Zusammenhang mit den Forschungsfragen und der zentralen Problemstellung aufwiesen.

### **4.1 Vorstellungen von Verantwortung der Unternehmen im Wirtschaftskreislauf**

Das zentrale Thema der ersten Forschungsfrage war, welche Verantwortung Unternehmen gegenüber anderen Akteuren im Wirtschaftskreislauf haben. Dazu haben die SuS verschiedene Vorstellungen und benennen unterschiedliche Verantwortlichkeiten, die in die Oberkategorien Staat, Unternehmen, Ausland, Finanzsektor und Umwelt eingeordnet wurden. Das Ergebnis der Analyse der SuS-Antworten ist ein umfassendes Kategoriensystem (siehe Tabelle 1), welches im Kategorienhandbuch 1 (siehe Anhang A) genauer beschrieben wird. Die einzelnen Aussagen der SuS werden zusammengefasst in der Themenmatrix in Anhang C dargestellt. Im folgenden Abschnitt sollen die Kategorien jeweils konkretisiert werden.

**Tabelle 1** Kategoriensystem Forschungsfrage 1

Hauptkategorien	Subkategorien
Ausland	Globale Beschaffung
Finanzsektor	
Staat	Politische Mitwirkung Steuern zahlen
Haushalte	Konsument*in Arbeitnehmer*in
Unternehmen	Konkurrenzfähigkeit Business-to-Business (B2B) Markt Unternehmensübernahmen Kooperationen Unternehmerische Selbstverantwortung
Umwelt	Faires Produkt Tierschutz Umweltschutz

Während die meisten SuS lediglich bilaterale Austauschbeziehungen konkretisieren, versucht ein Schüler den Kreislaufgedanken des Modells herzustellen. Er beschreibt die Zusammenhänge wie folgt: „Unternehmen geben halt zum einen die Arbeitsstellen und durch Unternehmen ist ja auch dieser Geldkreislauf /. Also, ich glaube, das ist ja auch so der zentrale Knotenpunkt. Wenn ich jetzt ein Unternehmen habe, das Geld gibt für die Jobs und das ja auch wieder einzieht für die Waren, die es verkauft.“ (B9, Pos.23). Er hat dabei die Vorstellung, dass das Unternehmen das Geld „wieder einzieht“ (B9, Pos. 23).

#### **4.1.1 Verantwortung der Unternehmen gegenüber dem Ausland**

Ein Schüler fasst die Rolle des Auslands mit „Ich glaube, Unternehmen sind ziemlich wichtig, weil durch Unternehmen ist ja auch Kontakt ins Ausland zum Beispiel, weil die importieren oder exportieren ja Waren“ (B16, Pos.29) zusammen.

##### *Globale Beschaffung*

Mehrere SuS sind der Ansicht, dass die Unternehmen die Verantwortung dafür tragen, zu gewährleisten, wo und wie sie produzieren (siehe B1, Pos. 9; B2, Pos. 13; B4, Pos. 9; B5, Pos. 11; B7, Pos. 11). Auch wenn Unternehmen aus Deutschland in anderen

Ländern bei anderen Unternehmen produzieren lassen, sollen sie auf die Arbeitsbedingungen achten (siehe B16, Pos. 11), anstatt „die Schuld auf die Länder zu schieben“ (B4, Pos. 9). Besonders betont wird durch die SuS, dass die Unternehmen aus Deutschland durch die Vergabe eines Auftrags die Verantwortung über die Art und Weise der Produktion übernehmen sollten (siehe B11, Pos. 9; B14, Pos. 9; B15, Pos.11).

#### **4.1.2 Verantwortung der Unternehmen gegenüber dem Finanzsektor**

Eine Schülerin äußert gegenüber dem Finanzsektor die Vermutung, dass Unternehmen bei der Gründung einen finanziellen Vorschuss erhalten (siehe B2, Pos. 53), was auf eine unklare Vorstellung von staatlicher oder institutioneller Unternehmensförderung hindeutet. Ein anderer verweist auf die Rolle von Sponsoren, mit der Aussage, dass „es ja auch manchmal Sponsoren [braucht]“ (B3, Pos. 57), wodurch externe Finanzierungsquellen thematisiert werden.

Andere Studienteilnehmende entwickeln hingegen eine generelle und abstraktere Perspektive auf die Wirtschaftsstruktur: So wird beispielsweise argumentiert, dass Banken „ohne Unternehmen nicht funktionieren [würden]“ (B11, Pos. 21), womit ein erstes Verständnis von interdependenten Beziehungen im Wirtschaftskreislauf deutlich wird. Daraufhin erweitert der Schüler diese Sichtweise und erklärt, dass „wenn es keine Jobs gibt, ... unser ganzes Finanzsystem nicht [funktioniert]“ (B11, Pos. 37). Schließlich wird BlackRock als Beispiel angeführt und in Beziehung zu Unternehmen gesetzt, indem die Vorstellung geäußert wird, dass diese von BlackRock kontrolliert würden (siehe B11, Pos. 45).

Eine andere Schülerin versucht, die Funktionsweisen von Krediten zu erklären, indem sie feststellt: „Wenn die jetzt zu viele Kredite aufnehmen und so, dann. Haben die /, also dann haben die Kapitalsammelstellen nicht mehr ganz so viel Geld. Aber die Unternehmen haben dann immer mehr Geld, um halt Sachen anzubieten und so.“ (B8, Pos. 27).

#### **4.1.3 Verantwortung der Unternehmen gegenüber dem Staat**

Nur wenige SuS verfügen über konkrete Vorstellungen zur Verantwortung von Unternehmen gegenüber dem Staat.

##### *Politische Mitwirkung*

Eine Schülerin äußert die Vorstellung: „[D]ann tun die ja auch so eine Konferenz auch machen. Mit dem Staat zum Beispiel, dass der halt dann zustimmt, dass sie so viel Macht haben“ (B8, Pos.61). Dies deutet darauf hin, dass die Schülerin den Eindruck

hat, dass Unternehmen sich gegenüber dem Staat rechtfertigen müssten und ohne dessen Zustimmung keine weitreichenden Entscheidungen treffen, geschweige denn politisch Mitwirken dürften.

In anderen Fällen äußern SuS jedoch eine positivere Vorstellung. Sie glauben, dass sich Unternehmen gemeinschaftlich an staatliche Instanzen wenden können, um gesellschaftliche Veränderungen zu initiieren (siehe B9, Pos. 57; B14, Pos. 35). Diese Vorstellung impliziert eine gewisse politische Mitgestaltungskompetenz der Wirtschaft. Jedoch wird diese Zusammenarbeit zwischen dem Staat und den Unternehmen von den Lernenden ambivalent bewertet. So beschreibt eine Schülerin ein Szenario, in dem Unternehmen „Deals mit dem Staat“ (B1, Pos.53) schließen und verknüpft damit eine Vermutung über korruptionsähnliche Tendenzen auf Seiten politischer Entscheidungsträger: „[D]er Staat oder halt bestimmte Politiker oder so, ich weiß es auch nicht, die wollen dann halt auch manchmal einfach das Geld haben“ (B1, Pos.53). Diese Aussage geht über eine bloße Beschreibung hinaus und enthält eine moralische Bewertung, wie durch die Bemerkung „es ist halt nicht gut, finde ich“ (B1, Pos.53) deutlich wird. Die verwendete Sprache bleibt alltagsnah und vage.

#### *Steuern zahlen*

Eine weitere relevante Beziehung gegenüber dem Staat ist es, dass Unternehmen „Steuern richtig zahlen“ (B2, Pos. 29). Eine Schülerin erkennt den Zusammenhang zwischen Höhe des Gewinns und Steuerlast: „Also schon, aber auch nicht wirklich, weil wenn sie ganz viel Geld haben, müssten sie auch mehr Steuern zahlen“ (B3, Pos. 81). Ein Schüler benutzt den Begriff „Gewerbesteuern“ (B11, Pos. 21), die dem Staat gezahlt werden müssen. Eine umfangreiche Analyse der Kategorie *Steuern zahlen* erfolgt unter dem Stichpunkt 4.2.2 gesetzliche Verantwortlichkeiten von Unternehmen.

#### **4.1.4 Verantwortung der Unternehmen gegenüber den Haushalten**

Im Rahmen der Analyse zeigt sich, dass sich die Vorstellungen der SuS von unternehmerischen Beziehungen zu Haushalten in zwei grundlegende Kategorien einteilen lassen: Zum einen in die Arbeitnehmer\*innen, die als Teil der unternehmerischen Wertschöpfung betrachtet werden, und zum anderen in die Konsument\*innen, die durch ihre Konsumhandlungen mit Unternehmen in Beziehung stehen (Ehnts, 2023). Aufgrund der Vielzahl und Heterogenität der geäußerten Vorstellungen erscheint diese Trennung nicht nur analytisch sinnvoll, sondern auch notwendig, um die unterschiedlichen Perspektiven der SuS differenziert abbilden zu können.

### *Konsument\*innen*

In der Subkategorie wird in vielen SuS-Aussagen die grundlegende Wechselwirkung zwischen Angebot und Nachfrage erkannt. Ein Schüler erklärt, dass Unternehmen „dadurch finanziert werden, dass halt viele Haushalte bei diesen Unternehmen irgendwelche Produkte oder Dienstleistungen kaufen“ (B16, Pos. 29). Ähnliche Aussagen werden auch von anderen Studienteilnehmern getroffen und verdeutlichen, dass Unternehmen maßgeblich durch die Kaufentscheidungen der Haushalte finanziert werden (siehe B3, Pos. 29; B7, Pos. 7 & 57). Schüler B13 formuliert es drastisch: „Dieses Produkt kaufen wir jetzt nicht mehr. Dann können die Unternehmen auch nichts mehr machen. Weil was können sie machen, wenn die Leute die Produkte gar nicht mehr kaufen.“ (Pos.83). Dabei wird auf das grundlegende Prinzip der Nachfrageelastizität verwiesen und auf die daraus resultierende Marktanpassung seitens des Unternehmens (Springer Fachmedien Wiesbaden, 2019, S. 2393) (siehe B16, Pos. 61). Denn die Unternehmen sollten sich am Konsumentenwohl orientieren, um dauerhaft wirtschaftlich erfolgreich zu bleiben (siehe B3, Pos. 29; B4 Pos. 35; B14, Pos. 23 & 37;). Darüber hinaus finden sich Vorstellungen einer moralisch-ethischen Verantwortung von Unternehmen gegenüber Konsument\*innen. Ein Schüler fordert, dass Unternehmen sozial gerecht agieren sollten (siehe B16, Pos.65) und eine andere ergänzt, dass das sonst „unfair eigentlich gegenüber den Ärmeren, halt die mit weniger Geld“ (B1, Pos.53) wäre. Auch tragen die Unternehmen die Verantwortung dafür, dass ihre Produkte oder Dienstleistungen keine gesundheitlichen Schäden bei Kund\*innen verursachen, sowohl im rechtlichen als auch im ethischen Sinne (siehe B8, Pos. 43).

Zudem benennen einige SuS in Ihren Aussagen einen gesellschaftspolitisch motivierten Konsumverzicht: „Aber, wenn zum Beispiel viele Leute wegen Klimawandel und Protesten etwas nicht kaufen, dann hat es schon einen kleinen Einfluss auf das Unternehmen“ (B11, Pos. 5). Dadurch wird eine nachhaltige Konsumhaltung sichtbar, die Rückwirkungen auf die unternehmerische Angebotsseite hat.

### *Arbeitnehmer\*innen*

In dieser Subkategorie wird in den SuS-Aussagen deutlich, dass Unternehmen auf dem Arbeitsmarkt als zentrale Akteure auftreten, indem sie Arbeitsplätze anbieten. Die Unternehmen sollen die Arbeitnehmer aus den Haushalten einstellen (siehe B3, Pos. 37; B13, Pos. 53; B16, Pos. 29) und im Gegenzug Entgelt in Form von Löhnen und Gehältern zahlen (siehe B1, Pos. 23). Dabei zeigen viele Lernende ein Bewusstsein für

arbeitsrechtliche und soziale Aspekte: Gute Arbeitsbedingungen werden als grundlegend angesehen (siehe B1, Pos. 8-9; B2, Pos. 29 & 35; B3, Pos. 65).

Eine Konkretisierung erfolgt zum Thema Geschlechtergerechtigkeit und Entgelttransparenz: „Also da gab es jetzt zum Beispiel letztlich ein Fallbeispiel, wo halt ein Unternehmen /, wo in einem Unternehmen eine Umfrage gemacht wurde, dass Frauen weniger Gehalt im Durchschnitt in diesem Unternehmen bekommen als Männer. Und ich glaube, da hat das Unternehmen volle Verantwortung für“ (B9, Pos. 51). Die interviewte Person reflektiert das Fallbeispiel kritisch, was auf ein grundlegendes Verständnis von unternehmerischer Verantwortung verweist. Darüber hinaus erkennt eine befragte Person die Notwendigkeit unternehmerischer Präsenz auf dem Arbeitsmarkt als Überlebensfaktor im Wettbewerb (siehe B3, Pos. 55). Auch Verhandlungen über den Lohn spricht ein SuS an (B12, Pos. 43) und ein anderer, dass die Belegschaft demonstrieren könnte, um etwas zu verändern (B14, Pos. 5).

#### **4.1.5 Verantwortung der Unternehmen gegenüber anderen Unternehmen**

Der Teilbereich interorganisationaler Beziehungen zwischen Unternehmen umfasst vielfältige ökonomische Aspekte, wie zum Beispiel Kooperationen, Unternehmensübernahmen und -fusionen, unternehmerische Selbstverantwortung, konkurrenzfähig zu sein und auf dem B2B-Markt zu bestehen.

##### *Konkurrenzfähigkeit*

Besonders häufig äußerten sich die SuS zu der Konkurrenzfähigkeit zwischen Unternehmen (siehe B5, Pos. 49, B10, Pos. 57; B11, Pos. 37). Ein Lernender erkennt, dass Unternehmen im Wettbewerb agieren, Gewinne erzielen und versuchen, sich gegenüber Mitbewerbern zu behaupten (siehe B7, Pos. 43). Exemplarisch wird dies durch einen anderen Schüler erläutert, der ausführlich eine Konkurrenzsituation in der Fast-food-Branche mit McDonald's und Burger King beschreibt (siehe B15, Pos. 47).

Einige Lernende heben hervor, dass ein funktionierender Wettbewerb klare ordnungspolitische Rahmenbedingungen erfordert. Eine faire Konkurrenz kann nur mit Regeln erfolgen, sonst könnte der Wettbewerb ins Negative kippen und es „letztendlich darum [gehen], wer die unfairsten Ideen hat“ (B9, Pos. 41). In diesem Zusammenhang verweist eine andere befragte Person auf den Schutz geistigen Eigentums, indem ein Unternehmen nichts von einem anderen kopieren solle, da es die eigene Wettbewerbsposition schwäche (siehe B14, Pos. 37).

Auch wird der ökonomische Wettbewerb thematisiert, der sowohl als potenzielle Bedrohung durch die Marktaustrittsgefahr, sollte das Unternehmen im Wettbewerb nicht bestehen können (siehe B7, Pos. 43), als auch als funktionale Notwendigkeit für Entwicklung und Fortschritt verstanden wird (siehe B1, Pos. 49).

#### *Business-to-Business-Markt*

Darüber hinaus zeigen einzelne SuS ein grundlegendes Verständnis für Marktbeziehungen im Business-to-Business (B2B) -Segment. Zwei SuS betonen, dass Unternehmen ihre Produkte und Dienstleistungen nicht nur direkt an die Verbraucher, sondern auch an andere Unternehmen verkaufen (siehe B12, Pos. 103; B16, Pos. 11).

#### *Unternehmensübernahmen*

In Bezug auf Unternehmensübernahmen wird von einer Person erwähnt, dass dies als Folge einer guten Preisgestaltung geschehen kann (siehe B1, Pos. 57). Ebenso wird herausgestellt, dass aggressive Preispolitiken zu Marktdominanz führen können, wobei das Unternehmen Nestlé als Beispiel genannt wird (siehe B1, Pos. 53 & 57).

Kritisch hinterfragt wird jedoch auch die Konzentration ökonomischer Macht, die durch solche Unternehmensübernahmen und -fusionen entstehen kann. Ein Schüler hat die Vorstellung, dass kein Unternehmen so viel Macht haben sollte, dass es andere durch wirtschaftliche Erpressung unter Druck setzen könnte (siehe B12, Pos. 84-87).

#### *Kooperationen*

Andere SuS fordern sogar, dass sich die Unternehmen „zusammentun“ (B9, Pos. 59) und miteinander kooperativ wirtschaften (B16, Pos. 11) oder sich zumindest bezüglich unternehmerischen Wissens und Praxiserfahrungen austauschen (siehe B6, Pos. 47).

#### *Unternehmerische Selbstverantwortung*

Ein weiterer Themenkomplex betrifft die unternehmerische Selbstverantwortung, was einem Teil der SuS wichtig ist (B2, Pos. 53; B5, Pos. 49). Einige SuS betonen die Notwendigkeit, dass Unternehmen nicht nur für den Verkauf und die Vermarktung ihrer Produkte verantwortlich seien (siehe B12, Pos. 83 & 110-113), sondern auch für deren Qualität und die Art der Herstellung (siehe B3, Pos. 33). Ebenso wird die Verantwortung für interne Prozesse wie Arbeitsgestaltung (siehe B6, Pos. 45; B12, Pos. 83) und Qualitätssicherung durch Kontrollmechanismen (siehe B7, Pos. 43) betont. Einem Schüler ist wichtig: „Also ich glaube, so wie sich ein Unternehmen alleine aufbaut, muss es Unternehmen alleine bestehen bleiben“ (B9, Pos. 47). Es ist also selbstverantwortlich und sollte laut dieser Aussage keine Hilfe von anderen Akteuren bekommen (siehe B9, Pos. 47).

#### **4.1.6 Verantwortung der Unternehmen gegenüber der Umwelt**

Einzelne SuS äußerten Vorstellungen darüber, welche ökologische Verantwortung Unternehmen im Rahmen ihres wirtschaftlichen Handelns übernehmen sollten. Diese Vorstellungen lassen sich in die Themenbereiche faires Produkt, Tierschutz und Umweltschutz einordnen. Auch Nachhaltigkeit ist relevant, eine Schülerin sieht dies als große Verantwortung von Unternehmen (siehe B6, Pos.27).

##### *Faires Produkt*

Die Frage nach fairen Produkten und deren Absatzchancen wird von mehreren SuS thematisiert. Ein Schüler fordert staatliche Fördermaßnahmen, um Unternehmen zu einer stärkeren Produktion nachhaltiger Produkte zu bewegen und den Absatz dieser zu erhöhen (siehe B16, Pos. 9). Eine weitere Schülerin äußert den Wunsch, dass faire Produkte preislich erschwinglich sein sollen und Unternehmen dennoch Gewinn erzielen (B4, Pos.21).

##### *Tierschutz*

Auch der Tierschutz wird von mehreren SuS in den unternehmerischen Verantwortungsbereich eingeordnet. Eine Schülerin wünscht sich, dass weniger Fleisch bei den Unternehmen gekauft wird, um Tierleid zu vermeiden (siehe B2, Pos. 5). Außerdem betont sie, dass die Unternehmen „wenn sie jetzt mit Tieren handeln oder so, die Tiere möglichst gut behandeln und ja, dass sie gucken, dass es fair und gerecht gestaltet wird“ (B2, Pos. 29). Einer weiteren befragten Person ist es aus Tierschutzgründen wichtig, dass die Konsumenten z.B. Bio-Hähnchen konsumieren und dass das staatlich subventioniert werden sollte (siehe B4, Pos.15).

##### *Umweltschutz*

Mehrere SuS haben ein Verständnis für Umwelt- und Klimaschutz. Eine Schülerin erkennt, dass Unternehmen, die auf Nachhaltigkeit verzichten, oft preisgünstiger anbieten können (siehe B1, Pos. 7), allerdings mit der negativen Folge, dass die Herstellung der Produkte einen schlechten Einfluss auf die Umwelt hat (siehe B1, Pos. 7). In dieser Aussage wird der Zielkonflikt zwischen ökonomischer Rentabilität und ökologischer Verantwortung deutlich (Pathiranage, 2024).

Von einem Schüler wird Umweltschutz als ein Teil der Verantwortung von Unternehmen gesehen (siehe B9, Pos. 47). Als Beispiel wurde „umweltfreundliche[r] Treibstoff für Flugzeuge“ (B9, Pos. 47) angeführt, der durch staatliche Subventionen gefördert werden soll (siehe B9, Pos. 47).

In Bezug auf den Klimawandel besteht die Vorstellung, dass der Konsumverzicht auf

Produkte nicht-nachhaltiger Unternehmen deren Umsätze schwächen könnte (siehe B11, Pos.5). Zudem wird die Umstellung von Plastikverpackungen auf Pappe gefordert, um den Verbraucher vor dem Klimawandel zu schützen (siehe B4, Pos. 31 & 35). Der damit einhergehende Preisanstieg des Produkts und ein eventueller Konsumrückgang sollte zunächst toleriert werden, um langfristig eine nachhaltigere Umsetzung der Produktionsweise zu fördern (siehe B4, Pos. 35).

#### 4.2 Vorstellungen der SuS anhand der CSR-Pyramide nach Carroll

Mithilfe der CSR-Pyramide lassen sich die Vorstellungen der SuS in vier Oberkategorien einteilen: die ökonomischen, die rechtlichen, die ethischen und die philanthropischen Verantwortlichkeiten. Das folgende Kategoriensystem (siehe Tabelle 2) zeigt die verschiedenen Vorstellungen, die im Kategorienhandbuch (siehe Anhang B) ausführlich dargestellt werden. Die Themenmatrix in Anhang D zeigt die einzelnen Aussagen der SuS im Überblick. Die Ergebnisse sollen im Folgenden ausgeführt werden.

**Tabelle 2** Kategoriensystem Forschungsfrage 2

Hauptkategorien	Subkategorien
ökonomisch	Arbeitsplätze schaffen und erhalten Anbieter von Produkten und Dienstleistungen Art der Produktionsweise Gewinnmaximierung Profitabel sein
gesetzlich	Gesetze einhalten die Pflicht, Löhne zu zahlen Produktsicherheit und -qualität Steuern zahlen
ethisch	Faire Preise Faire Löhne Gerechtigkeit Transparenz Marktmacht und Einfluss gute Arbeitsbedingungen
philanthropisch	Spenden und Sponsoring

## 4.2.1 Ökonomische Verantwortlichkeiten

### *Arbeitsplätze schaffen und erhalten*

Als zentral sehen die SuS an, dass die Unternehmen für die Haushalte Arbeitsplätze schaffen und erhalten (siehe B1, Pos. 23; B9, Pos. 23; B11, Pos. 37; B13, Pos. 53; B16, Pos. 29). Viele erkennen zudem, dass der Wegfall von Arbeitsplätzen negative Folgen für den Einzelnen und für die jeweilige Region haben kann (siehe B9, Pos. 33; B13, Pos. 41; B14, Pos. 27; B16, Pos. 33). Eine Schülerin betont, dass die Arbeitsplätze nicht nur wichtig für die Haushalte, sondern auch für das Unternehmen sind, damit die Produktion uneingeschränkt läuft und die Wertschöpfung erhalten bleibt (siehe B6, Pos. 45). Eine fachlich treffende Beschreibung liefert ein anderer Schüler: „Und auch, tun noch Leuten Arbeitsplätze geben, sodass sie selbst Geld verdienen können und dann von anderen Unternehmen etwas kaufen können.“ (B15, Pos.29).

### *Anbieter von Produkten und Dienstleistungen*

Neben ihrer Rolle als Arbeitgeber nehmen die SuS Unternehmen auch als Anbieter von Produkten und Dienstleistungen wahr (siehe B8, Pos. 45; B13, Pos.31; B15, Pos.11). Ein Schüler konkretisiert diese Vorstellung um Produkte, die „die Haushalte halt nicht selbst machen können“ (B14, Pos. 43). Damit verweist er auf das arbeitsteilige Wirtschaftssystem, in dem Unternehmen durch Spezialisierung zur Versorgung der Gesellschaft beitragen (Geisen, 2011). Insbesondere im Bereich der Grundversorgung, etwa mit Lebensmitteln, sehen einige SuS eine Verantwortung der Unternehmen (siehe B13, Pos. 33; B15, Pos. 29). Die Konsumentenbedürfnisse sollen durch das Wirtschaftssystem abgedeckt werden (siehe B16, Pos. 63). Vor allem der Preis sollte dabei so niedrig sein, dass „alle das kaufen können“ (B13, Pos. 33). Zugleich äußert eine andere Schülerin die Vorstellung, dass Unternehmen selbstständig darüber entscheiden dürfen, welche Produkte sie auf den Markt bringen (siehe B8, Pos. 45).

### *Art der Produktionsweise*

Auch die Produktionsweise wird von den SuS thematisiert. So wird gefordert, dass Unternehmen darauf achten, wie sie etwas herstellen (siehe B3, Pos. 33; B4, Pos.21; B6, Pos. 27; B16, Pos. 45). Viele SuS stellen fest, dass die Herstellung der Produkte von der Kundennachfrage abhängt (siehe B3, Pos. 29; B4, Pos. 15; B5, Pos. 19; B7, Pos. 17; B10, Pos. 7; B14, Pos. 17; B16, Pos. 23 & 61). Parallel dazu betont eine Schülerin, dass sich die Unternehmen an den Konsumentenwünschen orientieren und diese möglichst gut erfüllen sollen (siehe B4, Pos. 5 & 35). Eine weitere Schülerin erkennt den Zusammenhang zwischen Arbeitnehmer\*innen und Produktion: Wenn

weniger Angestellte da sind, kann weniger produziert werden (siehe B2, Pos. 35). Ein Schüler findet „gewisse Regeln sollte es schon geben. Zum Beispiel für die Unternehmen, wie die produzieren“ (B16, Pos. 45), um Standards einzuhalten.

### *Profitabel sein*

Mehrere SuS verweisen auf die Notwendigkeit, dass Unternehmen wirtschaftlich tragfähig sein müssen, um ihre Existenz zu sichern (siehe B3, Pos. 55; B7, Pos. 7 & 43). Der Fortbestand des Unternehmens ist Voraussetzung dafür, dass Arbeitsplätze erhalten bleiben und die Beschäftigten ein existenzsicherndes Einkommen verdienen können (siehe B13, Pos. 69).

Gleichzeitig ist das Unternehmen vom Konsumverhalten der Haushalte abhängig (siehe B7, Pos. 7) und sollte die Produkte, die einen guten Absatz haben, produzieren (siehe B14, Pos.17). Wird ein Produkt nicht mehr nachgefragt (siehe B13, Pos. 83; B16, Pos. 23), sehen ein Schüler das Unternehmen in seiner wirtschaftlichen Existenz bedroht: „Dann können die ... auch nichts mehr machen“ (B13, Pos. 83). Sollte das Unternehmen zahlungsunfähig werden, drohe laut einer Schülerin die Schließung des Betriebs (B7, Pos. 43 & 59). Um Zahlungsunfähigkeit zu verhindern, äußert ein Schüler die Vorstellung, dass Unternehmen ihre „Preise günstiger machen soll[en]“ (B16, Pos. 51). Mit Hilfe dieser strategischen Preisbildung sollen die Unternehmen wettbewerbsfähig zu bleiben (siehe B16, Pos. 51).

Gleichzeitig wird ein Verständnis für die Kosten eines Unternehmens deutlich: Steigende Herstellungskosten rechtfertigen laut einem Schüler Preiserhöhungen (siehe B10, Pos. 59). In diesem Kontext stellt ein Schüler heraus, dass Unternehmen eigenverantwortlich aufgebaut und erhalten werden müssen (siehe B9, Pos. 47), was den Fokus auf eine kostendeckende Produktion richtet.

### *Gewinnmaximierung*

Die befragten SuS erkennen vielfach die Gewinnerzielung als zentrales Ziel unternehmerischen Handelns (B2, Pos. 59; B3, Pos. 9; B4, Pos.15 & 21; B7, Pos. 17; B13, Pos. 7). Teilweise wird diese rein ökonomische Zielsetzung sehr einseitig interpretiert: Zwei Lernende formulieren, dass es das einzige Ziel der Unternehmen sei, „nur“ (B4, Pos. 5) Geld zu verdienen (siehe B4, Pos.5; B11, Pos.7 & 35). Besonders deutlich wird dies in der Aussage eines Schülers, der das Unternehmensziel auf: Es geht „nur um Gewinn, Gewinn und Gewinn“ (B11, Pos. 45) reduziert. Die Begründung der Gewinnmaximierung liegt darin, dass „die Unternehmen ... die Aktionäre befriedigen“ (B11,

Pos.7) sollen. Außerdem bringen einige SuS die Gewinnerzielungsabsicht in Verbindung mit problematischen Unternehmenspraktiken wie der Missachtung angemessener Arbeitsbedingungen (siehe B10, Pos. 73; B16, Pos. 11).

Auch wird ein unternehmerisches Vorgehen benannt, bei dem durch den Einkauf günstiger Produkte im Ausland und teuren Verkauf im Inland hohe Gewinnmargen realisiert werden (siehe B10, Pos. 11). Eine Schülerin erkennt in der verlagerten Produktion den Zusammenhang zwischen sehr niedrigen Lohnkosten und hohen Gewinnspannen (siehe B3, Pos. 73). Eine andere Person stellt fest, dass höhere Standards bei den Arbeitsbedingungen zwangsläufig dazu führen würden, dass die „Produkte halt teurer“ (B14, Pos.9) werden.

Die Vorstellung, dass sich Unternehmen zwischen Wirtschaftlichkeit und ethischer Verantwortung bewegen, zeigt sich auch in folgender Einschätzung:

„Also ich glaube, die haben vielleicht auch einen großen Punkt an, vielleicht auch der Nachhaltigkeit oder wie sie produzieren oder ob das jetzt vielleicht zum Beispiel gute Arbeitslöhne gibt, die die Arbeiter dann bekommen, oder ob es eher schlechtere gibt. Und es hängt ja dann auch vom Preis ab. Also ich meine, sie müssen es dann ja auch für sich optimieren, damit sie dann auch noch Profit machen. Aber ich denke schon, dass es eher so vom Geld oder so daran abhängt“ (B6, Pos. 27).

Eine andere Schülerin äußert die Vorstellung, dass Unternehmen ihre Preissetzung selbständig bestimmen dürfen, was auf ein liberales Marktverständnis hindeutet (siehe B8, Pos. 9).

#### **4.2.2 Gesetzliche Verantwortlichkeiten**

##### *Produktsicherheit und -qualität*

Einige SuS erwarten Qualität und Sicherheit von unternehmerischen Produkten. So wird gefordert, dass Produkte „so sind, wie sie sein sollen“ (B1, Pos. 23) und eine gute Produktqualität besitzen (siehe B5, Pos. 29). Eine Schülerin hebt dabei nicht nur die Qualität des Endprodukts hervor, sondern betont auch die Beachtung von Qualität bei allen Zwischenschritten in der Herstellung (siehe B4, Pos. 21). Zusätzlich spricht ein Schüler die Bedeutung von Produktgarantien als Maßstab für Produktsicherheit an (siehe B11, Pos. 35). Er äußert die Einschätzung, dass ohne gesetzliche Rahmenbedingungen „dem Unternehmen egal [wäre], wie gut das Produkt ist“ (B11, Pos. 35) und diese potenziell die Qualität vernachlässigen würden.

### *Die Pflicht, Löhne zu zahlen*

Mehrere befragte SuS betonen, dass Unternehmen dazu verpflichtet sind, ihren Beschäftigten einen Lohn zu zahlen (siehe B1, Pos. 23; B9, Pos. 23; B12, Pos. 43; B16, Pos. 29).

### *Steuern zahlen*

Unternehmen sind gesetzlich dazu verpflichtet, Steuern zu zahlen (siehe B1, Pos. 23; B2, Pos. 29; B3, Pos. 33; B10, Pos. 37; B11, Pos. 21; B16, Pos. 27). Eine weitere Befragte erkennt, dass mit wachsendem Gewinn eines Unternehmens auch die Steuerlast steigt (siehe B3, Pos. 81).

Eine Schülerin erkennt einen Zielkonflikt zwischen Unternehmensinteresse und Gemeinwohl. Denn aus Sicht der Unternehmen, die die Steuer abgeben, sei die Abgabe eher negativ zu beurteilen, aber gesamtgesellschaftlich gesehen fair (siehe B2, Pos. 47). Die Bedeutung der Steuerzahlungen für die Gesellschaft wird ebenfalls benannt. Ein Schüler erkennt, dass der Wegfall von Unternehmenssteuern, negative Folgen für die Region hätte (siehe B9, Pos. 33).

### *Gesetze einhalten*

Unternehmen sind dazu verpflichtet geltende Gesetze einzuhalten (siehe B2, Pos. 53; B4, Pos. 35; B7, Pos. 41; B14, Pos. 21). Exemplarisch wird benannt, dass Unternehmen keine Steuern hinterziehen oder Konten mit Geld im Ausland verschweigen (siehe B10, Pos. 37). Als weiteres Beispiel wird benannt, dass keine Drogen verkauft werden dürfen (siehe B7, Pos. 41). Die Unternehmen müssen sich an Vorschriften im Bereich Nachhaltigkeit halten (siehe B4, Pos. 31) und dürfen im Rahmen des Verbraucherschutzes z.B. keine abgelaufenen Produkte verkaufen (siehe B8, Pos. 41 & 43). Auch Gesetze für die Produktsicherheit müssen eingehalten werden (siehe B11, Pos. 35). Ein Schüler erklärt, dass Unternehmen bei der Einstellung niemanden diskriminieren dürfen und die geltenden Gesetze beachten müssen (siehe B13, Pos. 51). Auch bei Informationen über Entlassungen müssen Unternehmen geltende Gesetze einhalten (siehe B14, Pos. 29), ebenso wie beim Schutz geistigen Eigentums (siehe B14, Pos. 37). Ein Schüler nimmt Regeln als wichtig wahr, damit „zum Beispiel Unternehmen [nicht] den Staat irgendwie ausrauben“ (B16, Pos. 47).

Die SuS stellen fest, dass Gesetze einschränken (siehe B4, Pos. 31; B10, Pos. 49). Laut einer Schülerin sind sie aber notwendig, um eine faire Konkurrenzsituation herzustellen und zu erhalten (siehe B9, Pos. 41). Eine Schülerin bringt die Notwendigkeit ge-

setzlicher Regelungen auf den Punkt: Ohne rechtliche Vorgaben „würde halt jeder machen, was er will“ (B1, Pos. 33).

### **4.2.3 Ethische Verantwortlichkeiten**

#### *Faire Preise*

Die Preisgestaltung von Unternehmen sollte, laut einem Schüler, so aussehen, dass sich alle Menschen die Produkte leisten können, die sie zum Leben benötigen (siehe B13, Pos. 33 & 51). Dabei werden auch die lebensnotwendigen Güter, wie z.B. Nahrungsmittel benannt (siehe B13, Pos. 33). Die Preisgestaltung sollte zudem moderat bleiben und nicht sonderlich teurer werden, damit die Kaufkraft der Konsumenten nicht eingeschränkt wird (siehe B13, Pos. 51).

#### *Faire Löhne*

Eine befragte Person fordert faire Löhne, um gute Arbeitsbedingungen zu gewährleisten (siehe B11, Pos. 9). Kritisch wird auf Praktiken verwiesen, bei denen Unternehmen im Ausland „sehr, sehr günstig produzieren mit sehr, sehr günstigen Arbeitskräften“ (B3, Pos. 73). Mehrere SuS sprechen sich dafür aus, dass sich Unternehmen bewusst für faire Löhne entscheiden und diese auch umsetzen sollen (siehe B5, Pos. 27; B6, Pos. 27; B7, Pos. 25; B10, Pos. 37). Ein Befragter gibt zu bedenken, das Unternehmen, wenn sie „zu niedrige Löhne haben“ (B11, Pos. 37) Gefahr laufen, Arbeitskräfte an andere Arbeitgeber zu verlieren (siehe B11, Pos. 37). Ein Schüler nennt Lohnverhandlungen als Mittel, um faire Löhne zu erreichen (siehe B12, Pos. 43).

#### *Gerechtigkeit*

Schüler B16 hat die Vorstellung, dass im Wirtschaftssystem Gerechtigkeit herrschen solle (siehe Pos. 63). Anschließend ergänzt er, dass die Unternehmen sich dabei insbesondere gegenüber den Haushalten moralisch gerecht verhalten sollten (siehe B16, Pos. 65). Eine andere Schülerin fordert Gerechtigkeit auch für die „Ärmeren, halt die mit weniger Geld“ (B1, Pos. 53).

Ebenfalls werden Aspekte der Gleichberechtigung thematisiert (siehe B9, Pos. 51; B13, Pos. 51). Ein Schüler weist auf die bestehenden Lohnunterschiede zwischen Frauen und Männern hin und betont, dass Unternehmen hierfür „volle Verantwortung“ (B9, Pos. 51) tragen (siehe B9, Pos. 51). Ein anderer Befragter spricht mögliche Diskriminierung bei der Auswahl von Bewerber\*innen an. Er findet, dass „Unternehmen ... jetzt auf einmal jetzt irgendwie nicht sagen [dürfen], wer da arbeiten darf und wer nicht“ (B13, Pos. 51).

### *Transparenz*

Einer Schülerin ist Transparenz besonders wichtig, denn sie möchte, dass Unternehmen offenlegen, wo sie ihre Produkte herstellen und Verantwortung dafür übernehmen (siehe B4, Pos. 9).

### *Marktmacht und Einfluss*

B3 ist der Ansicht, je mehr Gewinn die Unternehmen machen, umso mehr Macht haben sie, wofür sie selbst verantwortlich seien (siehe Pos. 81). Eine andere Schülerin sieht dies differenzierter. Sie weist daraufhin, dass kleinere Unternehmen schlechtere Chancen hätten, was nicht automatisch bedeutet, dass diese „schlechter“ (B4, Pos. 47) seien. Diese Aussage lässt vermuten, dass sie davon ausgeht, dass größere Unternehmen tendenziell als einflussreicher wahrgenommen werden. Schülerin B5 stellt einen direkten Zusammenhang zwischen Unternehmensgröße und Marktmacht her: „[I]ch glaube, die Größe spielt dabei eine ganz entscheidende Rolle“ (Pos. 65). Diese Annahme wird von B6 durch ein eigenes Beispiel gestützt, in dem zwei Eisverkäufer mit unterschiedlicher Unternehmensgröße und Marktmacht beschrieben werden (siehe Pos. 62). Auch andere SuS schließen von der Größe des Unternehmens auf deren Marktmacht (siehe B1, Pos. 53; B10 Pos. 75; B11 Pos. 47; B16, Pos. 65). Ein Schüler erkennt „wenn jetzt zum Beispiel irgendein Unternehmen total groß ist und irgendwelches Essen importiert, dann, wenn das wegfällt, dann gibt es irgendein Problem“ (B16, Pos. 65) und zeigt damit mögliche Probleme bei der Nahrungsmittelversorgung auf. Ein anderer ist der Meinung, dass Unternehmen, um viel Macht zu haben, „halt auch einerseits den Staat dafür [brauchen], dass der die halt auch machen lässt und, dass die halt Kunden auch bei denen regelmäßig einkaufen und auch das halt finanzieren“ (B14, Pos. 49). Ein weiterer Befragter liefert mögliche Gründe für Marktmacht, z.B. „kleinere Unternehmen aufkaufen ... und niedrigere Preise haben“ (B11, Pos. 49). Amazon und Nestlé werden als Unternehmen mit viel Macht benannt und kritisch hinterfragt (siehe B1, Pos. 53; B11, Pos. 47).

### *Gute Arbeitsbedingungen*

Mehrere Teilnehmende verbinden mit unternehmerischer Verantwortung die aktive Gestaltung guter Arbeitsbedingungen (siehe B3, Pos. 65; B5, Pos. 51; B6, Pos. 12-13; B8, Pos. 9; B10, Pos. 61). Eine Schülerin bringt es besonders deutlich auf den Punkt: Unternehmen hätten „Verantwortung über die Arbeiter auf jeden Fall, dass es denen gut geht, dass die gute Arbeitsbedingungen haben“ (B7, Pos. 25). In mehreren Aussa-

gen wird auch dem „Chef“ (B8, Pos. 47) persönlich Verantwortung für die Arbeitsverhältnisse zugeschrieben (siehe B5, Pos. 51; B8, Pos. 9, B16, Pos. 53).

Deutlich wird zudem, dass das Streben nach Gewinn nicht zulasten der Beschäftigten erfolgen sollte (siehe B10, Pos. 73). Schlechte Arbeitsbedingungen werden unter anderem mit niedrigen Löhnen oder gesundheitlichen Folgen wie Krankheiten durch die Arbeitsstelle verbunden (siehe B13, Pos. 65). Gleichzeitig besteht bei einem SuS die Vorstellung, dass „man ... da schon sich so beschweren [kann] oder so und dann wird vielleicht auch etwas geändert“ (B16, Pos. 53).

#### **4.2.4 Philanthropische Verantwortlichkeiten**

##### *Spenden und Sponsoring*

Nur eine befragte Person trifft Aussagen zu Spenden. Sie möchte gerne, „dass die [Unternehmen] da ein bisschen Geld spenden und sowas“ (B7, Pos. 23). Sie hat die Vorstellung, dass die Unternehmen den Arbeitskräften eine Abfindung zahlen, wenn sie diese entlassen (siehe B7, Pos. 23). Außerdem wünscht sich die Schülerin, dass Unternehmen „nochmal ein bisschen Geld geben, in der Zeit, wo die arbeitslos sind und dann denen ein bisschen helfen oder so. Auf die Art“ (B7, Pos. 33). Sie vertritt die Vorstellung, dass diese Zahlungen nicht nur einmalig erfolgen, sondern die komplette Dauer der Arbeitslosigkeit abdecken, um die betroffenen Personen zu unterstützen (B7, Pos. 33). Im Falle einer Unternehmensauflösung geht die befragte Person davon aus, dass das verbleibende Vermögen unter den ehemaligen Mitarbeitenden aufgeteilt wird: „und dann wird halt das restliche Geld, das sie noch übrig haben, ein bisschen noch an die Arbeiter, die da ihren Job verlieren, ausgegeben“ (B7, Pos. 43).

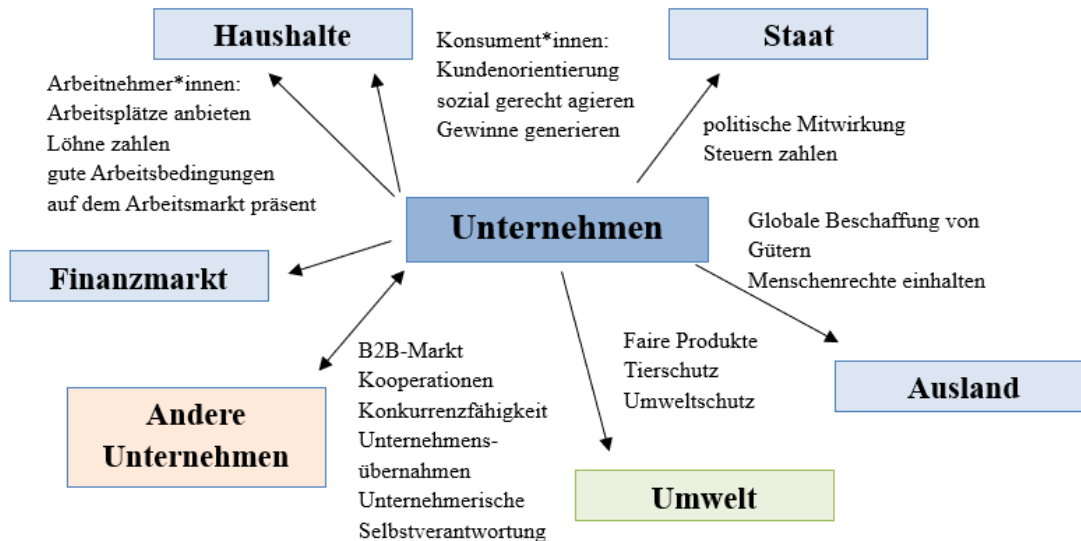
## **5 Diskussion**

Im Folgenden werden die zentralen Ergebnisse eingeordnet und vor dem Hintergrund der aktuellen Studienlage interpretiert.

Es zeigt sich, dass die SuS der achten Klasse über vielfältige und zum Teil bereits differenzierte Vorstellungen zu Unternehmen und deren Wirtschaftsbeziehungen verfügen. Sie benennen Beziehungen zu den Haushalten, die als Konsument\*innen und Arbeitnehmer\*innen mit Unternehmen agieren, sowie den Staat, das Ausland, den Finanzmarkt, andere Unternehmen und die Umwelt. Dabei orientieren sie sich allerdings nicht systematisch am Wirtschaftskreislauf, sondern benennen die Ideen, die ihnen in dem Moment einfallen. Dies zeigen die Kombinationen unterschiedlicher Aspekte in der Themenmatrix 1 in Anhang C. Einen Überblick über die für die SuS relevantesten

Aspekte der Verantwortung der Unternehmen zu anderen Akteuren im Wirtschaftskreislauf bietet Abbildung 6.

**Abbildung 6** Verantwortung von Unternehmen im Wirtschaftskreislauf



Quelle: eigene Darstellung

Viele SuS nannten die Gewinnerzielung als zentrales Motiv des unternehmerischen Wirtschaftens, ein Ergebnis, das sich mit den Ergebnissen von Fuhrmann, Grohs-Müller, et al. (2016) deckt. Einige SuS der Stichprobe sehen ausschließlich das Gewinnstreben als Ziel der Unternehmen, was Greimel-Fuhrmann und Riess (2020) in der Sekundarstufe 2 ebenso feststellten. Dies steht im Gegensatz zu den Aussagen der Führungskräfte in der Bertelsmann Studie (2015), in der nur elf Prozent Profitmaximierung als einziges Unternehmensziel angaben.

Dass die SuS, wie bei diesem Beispiel zur Gewinnerzielung, Themen oft einseitig und unreflektiert beurteilen, deckt sich mit der Studie von Kaiser et al. (2015). Alternative Zielsetzungen, wie z.B. gute Arbeitsbedingungen und faire Preise, sowie das Zahlen faire Löhne, erkennen nur wenige SuS. Bei Greimel-Fuhrmann und Riess (2020) ist dies auch „nur sehr wenigen klar“ (S.179) und es zeigt sich, „dass das gestalterische Potential von Unternehmen und Unternehmertum nur selten erkannt wird“ (S.179).

Darüber hinaus erkennen die SuS die Rolle der Unternehmen als Anbieter von Produkten und Dienstleistungen. Dies ist konsistent mit der Studie von Fuhrmann, Grohs-Müller, et al. (2016), in der ein Teil der SuS die Hauptaufgabe von Unternehmen in der Leistungserbringung sieht, und auch mit dem Befund von Greimel-Fuhrmann und Riess (2020). Das breite Meinungsspektrum, wie es sich hier darstellt, zeigt die Studie

von Szoncsitz (2019) in der Sekundarstufe 2 detaillierter mit einer Einteilung in vier Konzeptgruppen auf.

Bei Fuhrmann, Grohs-Müller, et al. (2016) zeigen die SuS eine klare Präferenz für ein Angestelltenverhältnis gegenüber einer Selbständigkeit, da sie sich davon mehr Arbeitsplatzsicherheit versprechen. Die Bereitstellung von Arbeitsplätzen wird sowohl in der Studie von Greimel-Fuhrmann und Riess (2020) als auch in den Aussagen der befragten SuS als eine zentrale Aufgabe unternehmerischen Handelns verstanden.

Viele SuS trafen Aussagen zu den entlang der Carroll'schen Pyramide entwickelten Kriterien. Eine Ergebnisübersicht bietet Abbildung 7.

**Abbildung 7** Verantwortungsebenen der Unternehmen



Quelle: eigene Darstellung

Das Unternehmertum bringen die SuS sowohl mit unternehmerischer Selbstverantwortung in Verbindung als auch mit Verantwortung für die Angestellten. Dies deckt sich mit den Erkenntnissen von Fuhrmann, Grohs-Müller, et al. (2016).

Die Unternehmen haben eine zentrale ethischen Verantwortung für die Ausgestaltung des Arbeitsplatzes der Arbeitnehmer\*innen. Dabei sind den SuS vor allem gute Arbeitsbedingungen, faire Löhne, Gerechtigkeit, sowie einigen auch Gleichberechtigung,

wichtig. Die Führungskräfte assoziieren mit gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung hauptsächlich die Verantwortung für die Mitarbeiter, einen gerechten Lohn und gesamtgesellschaftliche Verantwortung (Bertelsmann Stiftung, 2015), alles Punkte, welche die SuS ebenso nennen. Nur ein Schüler benennt Demonstrationen als Mittel um Arbeitnehmer\*innenrechte geltend zu machen. Dabei ist die Aussage zwar noch unpräzise formuliert, zeigt aber ein erstes Verständnis für betriebliche Abläufe in Unternehmen und Beschwerdemechanismen, wie sie im deutschen Recht vorgesehen sind (Betriebsverfassungsgesetz, § 84, o. J.). Diese Unterrepräsentation stellt auch Kleinschmidt et al. (2015) fest.

Auch das Verantwortungsbewusstsein gegenüber Konsument\*innen wurde sichtbar, etwa bei der Forderung nach fairen Preisen, Transparenz, Produktsicherheit und guter Qualität. Diese Vorstellungen sind jedoch noch alltagssprachlich geprägt und manchmal aus persönlicher Sicht, der Individualethik, formuliert (Retzmann & Grammes, 2014). Die SuS erkennen die wechselseitige Beziehung zwischen Konsumverhalten und Absatz des Unternehmens und sprechen ethische Aspekte wie soziale Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit an. Dies zeigt, dass die Leitperspektive Bildung für nachhaltige Entwicklung den SuS schon zu Beginn wichtig ist (MKJS-BW, 2016).

Damit zeigt sich eine klare Stakeholder-Priorisierung, die am ehesten Mitarbeitende und Konsument\*innen umfasst, wie Führungskräfte der Unternehmen in der Erhebung der Bertelsmann Stiftung (2015) betonen.

Auffällig ist jedoch, dass Eigentümer\*innen und Aktionär\*innen nicht in den Vorstellungen der SuS vorkommen. Sie werden aber von den Führungskräften der Umfrage der Bertelsmann Stiftung (2015) als dritt wichtigster Stakeholder betrachtet. Diese Lücke weist auf ein rudimentäres Verständnis innerbetrieblicher Abläufe hin. Aspekte der unternehmerischen Selbstverantwortung hingegen wurden vereinzelt benannt. Unternehmen werden insgesamt als eigenverantwortlich wahrgenommen, um sich am Markt zu behaupten. Die SuS thematisieren in der Kategorie Verantwortung gegenüber anderen Unternehmen vor allem Wettbewerb und Konkurrenzfähigkeit. Vorstellungen zu Kooperationen, B2B-Beziehungen oder Unternehmensübernahmen bleiben hingegen eher randständig. Die Kategorien tauchen damit zwar im Kategoriensystem auf, bleiben aber unterrepräsentiert.

Zur Verantwortung gegenüber dem Ausland lassen sich verschiedene Aussagen feststellen. Vor allem bei der ausgelagerten Produktion wurde die Verantwortung für faire

Arbeitsbedingungen angesprochen. Diese Ergebnisse stehen im Einklang mit dem Gerechtigkeitsempfinden, das auch Lenk (2011) in den Konzepten der SuS identifiziert hat. So zeigt sich insbesondere in den Aussagen zur Preisgestaltung und zu Arbeitsplätzen ein deutliches Gerechtigkeitsverständnis. Auch spiegeln die Aussagen der SuS ein Bewusstsein für globale Ungleichheiten wieder, wie es auch Fuhrmann, Grohs-Müller et al. (2016) beschrieben haben.

Die Vorstellungen der SuS zur Verantwortung von Unternehmen gegenüber dem Finanzsektor sind bei den meisten SuS nur rudimentär oder nicht vorhanden. Die befragten SuS verfügen über heterogene und teils noch wenig elaborierte ökonomische Konzepte: Während viele SuS nicht oder nur teilweise Sponsoren oder Banken als Bereich ansprachen, zeigte einer ein breites Verständnis für die Beziehungen zum Finanzsektor. Indem er BlackRock anspricht, zeigt sich, dass er ein bemerkenswert differenziertes Verständnis globaler Kapitalverflechtungen hat und es wird verdeutlicht, dass er zentrale Zusammenhänge zwischen dem Finanzsektor und Unternehmen erkennt.

In Bezug auf den Staat werden einerseits politische Mitwirkung andererseits aber auch Korruption angesprochen. Dabei haben die SuS noch unsichere, alltagssprachlich geprägte, aber kritisch reflektierte Konzepte.

Laut Greimel-Fuhrmann und Riess (2020) betonen die SuS die Rolle des Steuerzahlers für Unternehmen, dies wird in den hier vorliegenden SuS-Antworten auch deutlich.

Weitere gesetzliche Anforderungen an Unternehmen wurden von den SuS benannt, z.B. Gesetze einhalten, Löhne zu zahlen und Produktsicherheit zu gewährleisten. Die politische Mitwirkung der Unternehmen wird erkannt, aber auch problematisiert.

Die in dieser Masterarbeit gewonnenen Erkenntnisse, dass SuS viel über Machtstrukturen sprechen, wenn sie zur Funktion und zum Zweck der Wirtschaft befragt werden, stellte auch Szoncsitz et al. (2017) in ihrer Studie Vorstellungen, Wahrnehmungen und Erwartungen von Schülerinnen und Schülern der gymnasialen Oberstufe zur ökonomischen Bildung fest. Bei Kleinschmidt et al. (2015) in einer Erhebung zu globalen Ungleichheiten in Klasse 9 wird hingegen postuliert, dass SuS Macht und Ausbeutung übersehen. Es zeigt sich, dass während die Macht in alltäglichen Zusammenhängen, wie z.B. dem Einfluss von Unternehmen, von SuS oft benannt wird, bleibt eine tiefere und explizite Auseinandersetzung mit strukturellen Machtverhältnissen häufig aus. Dementsprechend sollte ökonomische Bildung explizit um ethische Dimensionen erweitert werden, um das Wissen über globale Machtstrukturen und soziale Gerechtig-

keit zu vertiefen. Darüber hinaus verweisen die SuS implizit und zum Teil auch explizit in der ethischen Dimension Carroll's CSR-Pyramide auf Macht und Ausbeutung durch die Kategorien Gerechtigkeit, faire Löhne und gute Arbeitsbedingungen. Die in der Studie von Szoncsitz (2019) und hier herausgearbeiteten Aussagen stehen im Gegensatz zu Kleinschmidt et al. (2015). Dieser Gegensatz könnte möglicherweise dadurch erklärt werden, dass in den letzten zehn Jahren globale Gerechtigkeit mit z.B. dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (2021a) in den Fokus der Gesellschaft gerückt ist.

Beim Thema Nachhaltigkeit wird von den SuS laut Bloemen (2009) vor allem die ökologische Nachhaltigkeit hervorgehoben (Bloemen, 2009). Das wird hier in der Kategorie Umwelt auch genannt, besonders in Bezug auf Umwelt- und Tierschutz aber z.B. auch zur Ausgestaltung von fairen Produkten.

Interessant ist, dass die philanthropische Verantwortung von den SuS, bis auf eine Ausnahme, nicht angesprochen wird. Die Schülerin hat die Vorstellung, dass die Unternehmen den Arbeitskräften eine Abfindung zahlen, wenn sie diese entlassen. Es entspricht tatsächlich der Praxis in manchen Fällen: Eine Abfindung kann gezahlt werden, ist jedoch nur unter bestimmten Bedingungen gesetzlich verpflichtend (Kündigungsschutzgesetz, 2021b). Der karitative Gedanke dahinter ist groß: Die Schülerin wünscht sich, dass Unternehmen die betroffene Person über die komplette Dauer der Arbeitslosigkeit unterstützen. Diese Vorstellung entspricht jedoch eher der Funktion des Arbeitslosengeldes, welches vom Staat getragen wird (Bundesagentur für Arbeit, 2024). Im Falle einer Unternehmensauflösung geht die befragte Person davon aus, dass das verbleibende Vermögen unter den ehemaligen Mitarbeitenden aufgeteilt wird: In der Realität werden bei einer Liquidation eines Unternehmens zunächst alle offenen Verbindlichkeiten und alle vorrangigen Gläubiger bedient, bevor die Mitarbeitenden eine Auszahlung erhalten (Gesetz betreffend die Gesellschaften mit beschränkter Haftung (GmbHG), §§ 60-75, 2024a; Insolvenzordnung, § 199, 2024b). Während diese Schülerin sehr sozial denkt und dabei aber einige falsche Vorstellungen hat, werden andere Wünsche der Gesellschaft an die Unternehmen, wie z.B. Bildungsangebote, Einsatz für Gesundheit oder auch Vereinbarkeit von Familie und Beruf, wie es die befragten Unternehmen bei der Bertelsmann Stiftung (2015) umsetzen, in den SuS-Aussagen nicht geäußert. Das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen, dass nur durch rechtliche Vorschriften und das moralisch Gebotene nicht zustande kommen würde, ist in den Vorstellungen der SuS nicht präsent und wird nicht gewünscht. Diese

fehlende Thematisierung könnte sich mit der Alltagsferne der philanthropischen Ebene, dass z.B. Spenden und Bildungsprojekte weniger sichtbar sind, erklären lassen. Außerdem sehen die SuS Unternehmen primär als gewinnorientierte Akteure, dass diese freiwillig zum gemeinschaftlichen Wohl beitragen, könnte den SuS wenig plausibel erscheinen.

Im Hinblick auf die Vorstellungen und Überzeugungen der SuS zeigen sich Spannungen zwischen normativen Erwartungen wie z.B. fairen Löhnen, Verantwortung für die Region und funktionalen Perspektiven wie etwa Wettbewerbsdruck oder Kostensenkungen, wie auch Ekström und Lundholm (2021) in ihrer Studie feststellten.

Die Vorstellungen der SuS zu Unternehmensverantwortung im Wirtschaftskreislauf bleiben insgesamt fragmentarisch: Zwar werden wechselseitige Beziehungen erkannt, z.B. zwischen Konsumverhalten und Unternehmensstrategien oder zwischen Unternehmen und Staat, doch ein übergreifendes Kreislaufverständnis fehlt häufig. Dies bestätigen auch Rumpold (2018) und Greimel-Fuhrmann und Riess (2020). Bei einem Schüler lässt sich der Kreislaufgedanke erkennen. Er bemüht sich dabei ökonomische Fachbegriffe anzuwenden, jedoch sind ebenfalls Wissenslücken und Fehlvorstellungen zu erkennen. Der Schüler vermischt mehrere ökonomische Rollen und Prozesse ohne klare Trennung der verschiedenen Funktionen von Unternehmen, verfolgt aber als einziger einen Kreislaufgedanken.

Die anderen SuS jedoch treffen Aussagen zu mehreren Akteursbeziehungen, wie sich in der Themenmatrix (siehe Anhang C) erkennen lässt. Szoncsitz et al. (2017) beschreibt diese treffend als „untereinander entkoppelten Wissensinseln [sind] ..., die nur bedingt miteinander in Verbindung gebracht werden“ (S.54) können. Das im Bildungsplan verankerte Ziel, dass die SuS die Interessenkonstellationen zwischen den Akteuren beurteilen können sollen (MKJS-BW, 2016), ist in den vorliegenden Aussagen der SuS (noch) nicht erkennbar. Umso wichtiger ist es die entsprechenden Kompetenzen im Verlauf des Wirtschaftsunterrichts zu erlernen.

Rumpold (2018) erkennt „in einigen Bereichen klare Wissensdefizite“ (S.16) bei den SuS der 8. Klasse in Österreich. Dem schließt sich diese Sekundäranalyse an, vor allem in Bezug auf die Themen Finanzsystem und Shareholder. Auch einige begriffliche Unklarheiten und unrealistische Erwartungen werden sichtbar.

Insgesamt zeigen die Ergebnisse dieser Masterarbeit, dass die Vorstellungen der SuS über unternehmerische Verantwortung stark von persönlichen Alltagserfahrungen, medialen Eindrücken und vereinfachten ökonomischen Annahmen geprägt sind. Dies

deckt sich mit den Studienergebnissen von Aprea (2015). Die SuS nehmen alltagsrelevante ökonomische Themen wahr und betonen die ethische Dimension. Dennoch bleibt das Gesamtverständnis lückenhaft und komplexe Strukturen werden nur selten erfasst.

## **6 Limitationen und Desiderate**

Im Rahmen dieser Masterarbeit konnten aus Kapazitätsgründen lediglich 16 der insgesamt 33 geführten Interviews ausgewertet werden. Die Einbeziehung der restlichen Interviews hätte möglicherweise weitere Perspektiven auf die Fragestellung aufgezeigt oder bestehende Ergebnisse validiert. Ebenso wurden die Auswirkungen unterschiedlicher sozioökonomischer Hintergründe und weiterer Einflüsse auf die Vorstellungen der SuS nicht berücksichtigt und hätten die Ergebnisse beeinflussen können. Zudem ist zu berücksichtigen, dass die Interviewantworten durch soziale Erwünschtheit verzerrt sein könnten. Eine methodisch sinnvolle Erweiterung bestünde zudem in einer geografisch breiter angelegten Stichprobe, die über Süddeutschland hinausgeht. Ebenso könnten mehr Probanden befragt werden, um potenzielle Differenzen im Verständnis der SuS zu erfassen und damit die Generalisierbarkeit der Ergebnisse zu erhöhen. Auch SuS anderer Schulformen wie Realschulen, Gemeinschaftsschulen oder Werkrealschulen, die in der vorliegenden Untersuchung nicht betrachtet wurden, könnten neue, milieuspezifische Aspekte zu wirtschaftsethischen Fragestellungen liefern. Schließlich könnte man auch einen Blick über die Ländergrenzen hinauswagen, um zu sehen, inwieweit dort ethische Fragestellungen zu Unternehmen im Wirtschaftsunterricht implementiert sind und welchen Einfluss diese auf das Verständnis der SuS hat.

Weiteres Potenzial für vertiefende Forschung würde ein längsschnittliches Studiendesign bieten. So könnte derselbe Interviewleitfaden erneut mit SuS der zehnten Klasse durchgeführt und die Ergebnisse verglichen werden. Ebenfalls interessant wäre es die SuS dieser Befragung nach Vollendung der 10. Klasse erneut zu befragen. Durch den Vergleich mit den Ergebnissen aus der 8. Klasse, könnte herausgefunden werden inwieweit sich das Wissen der SuS, durch den WBS-Unterricht und die Medien, verändert hat. Ergänzend ließe sich der Erkenntnisgewinn durch eine Kontrollgruppe steigern, die keinen WBS-Unterricht erhält. Darüber hinaus wäre eine Untersuchung mit SuS zu Beginn der achten Klasse, also vor dem Einsetzen des WBS-Unterrichts, hilfreich, um eine Vergleichsbasis hinsichtlich des ökonomischen Vorwissens und des

Verständnisses von Unternehmen und deren Beziehungen zu schaffen.

Neben der hier durchgeführten qualitativen Erhebungsmethode, die sich für die explorative Erfassung von subjektiven Denkmustern der SuS besonders eignet, wäre es sinnvoll, quantitative Erhebungen in zukünftigen Studien durchzuführen. Diese können mittels standardisierter Erhebungsinstrumente zu objektiveren, statistisch auswertbaren Ergebnissen führen. Qualitative Forschung bringt, trotz ihrer Differenziertheit, methodisch bedingte Herausforderungen mit sich, insbesondere im Hinblick auf die Interpretationsoffenheit der SuS-Aussagen. Dies kann zu einer eingeschränkten Inter-coder-Reliabilität führen, da unterschiedliche, codierende Personen Aussagen divergierend interpretieren und in andere Kategorien klassifizieren könnten. Der Einsatz eines formalen Kodierschemas, das bei dieser Arbeit verwendet wurde, oder die Nutzung eines Mixed-Method Ansatzes, könnte zur Erhöhung der Ergebnisvalidität beitragen.

Trotz der genannten Limitationen bietet die Forschung erste Ansätze und eröffnet Möglichkeiten für weiterführende Studien, den Einfluss von unternehmensethisch geprägtem Unterricht auf die SuS künftig umfassender zu untersuchen.

## **7 Fazit**

Die von Friedman vertretene Position, wonach Gewinnmaximierung das einzige Ziel unternehmerischen Handelns sei, scheint vor dem Hintergrund aktueller wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklungen zu kurz zu greifen. Während einige SuS von dem Prinzip der Gewinnmaximierung überzeugt sind, benennen andere SuS weitere Zielsetzungen von Unternehmen, allerdings unstrukturiert und alltagsbasiert. Ihre Aussagen weisen auf vielfältige ethische Anforderungen an Unternehmen hin, die sich im Sinne der Unternehmensethik in der integrativen Wirtschaftsethik nach Ulrich (2008) verorten lassen. Da nicht alle SuS eine so differenzierte Sichtweise vorweisen können, wäre es sinnvoll, reale Unternehmensbeispiele im Unterricht zu thematisieren, um die Vielfalt unternehmerischer Zielsetzungen strukturiert aufzuzeigen. Dies gilt insbesondere für die philanthropische Ebene unternehmerischer Verantwortung, die von den SuS kaum angesprochen wurde. Beispiele wie die Förderung von Bildung und die Unterstützung von gemeinnützigen Projekten könnten dabei helfen, ein umfassenderes Verständnis von CSR bei den SuS zu entwickeln.

Die SuS sind zukünftige Arbeitnehmer\*innen und Arbeitgeber\*innen, die das Wirtschaftsgeschehen aktiv mitgestalten können. Sie sollen eine fundierte Urteils- und

Handlungskompetenz entwickeln, um als mündige Wirtschaftsbürger\*innen agieren zu können. Dazu gehört, dass sie die Akteure des Wirtschaftskreislaufes kennen und die Verantwortlichkeiten der Unternehmen verstehen. In dieser Arbeit zeigt sich, dass die SuS die Rolle der Unternehmen gegenüber Konsument\*innen und Arbeitnehmer\*innen verstehen und viele Teilbereiche dieser Beziehungen aufzeigen. Gegenüber dem Ausland und dem Finanzmarkt besitzen die SuS nur wenig Vorwissen und haben nur selten konkrete und inhaltlich richtige Vorstellungen. Es zeigt, dass das Finanzsystem im WBS-Unterricht eine Rolle spielen sollte, um die Urteils- und Handlungskompetenz der SuS zu stärken. Ebenso wäre es von Vorteil, das Ausland und die internen Strukturen von Unternehmen mit Aktionär\*innen und Teilhaber\*innen zu thematisieren. Auch das Gesamtkonzept des Wirtschaftskreislaufs, mit seinen verflochtenen und wechselseitigen Beziehungen zwischen den Akteuren, ist vielen SuS noch wenig vertraut. Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich die SuS noch am Beginn ihres ökonomischen Bildungsprozesses befinden und erst im weiteren Verlauf das entsprechende Wissen und die erforderlichen Kompetenzen entwickeln können.

In Hinblick auf den Bildungsplan des Fachs WBS in Baden-Württemberg zeigt sich, dass diese Themen bereits curricular verankert sind und ihre didaktische Relevanz durch die vorliegende Masterarbeit gestützt wird (MKJS-BW, 2016).

Insgesamt stellt sich heraus, dass die wirtschaftlichen und ethischen Vorstellungen der Lernenden wichtige Anknüpfungspunkte für den Unterricht bieten. Um den WBS-Unterricht passgenau auf diese Vorstellungen auszurichten, erscheint es sinnvoll, mit der Einführung des Fachs eine kollektive Perspektive einzunehmen. Ziel sollte es sein, vorhandene Vorstellungen und mögliche Missverständnisse systematisch aufzugreifen und die SuS auf ihrem Weg zu mündigen Wirtschaftsbürger\*innen zu begleiten.

## 8 Literaturverzeichnis

- Åkerlind, G. S. (2005). Variation and commonality in phenomenographic research methods. *Higher Education Research & Development*, 31(1), 115–127. <https://doi.org/10.1080/07294360.2011.642845>
- Altmepfen, K.-D., & Bracker, I. (2018). Nur Kommunikation macht Verantwortung sichtbar. In H. Backhaus-Maul, M. Kunze, & S. Nährlich (Hrsg.), *Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen in Deutschland: Ein Kompendium zur Erschließung eines sich entwickelnden Themenfeldes* (S. 235–256). Springer Fachmedien. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-02585-4\\_13](https://doi.org/10.1007/978-3-658-02585-4_13)
- Apra, C. (2015a). Secondary school students' informal conceptions of complex economic phenomena. *International Journal of Educational Research*, 69, 12–22. <https://doi.org/10.1016/j.ijer.2014.09.002>
- Apra, C. (2015b). Secondary school students' informal conceptions of complex economic phenomena. *International Journal of Educational Research*, 69, 12–22. <https://doi.org/10.1016/j.ijer.2014.09.002>
- Apra, C., & Sappa, V. (2014). Variations of Young Germans' Informal Conceptions of Financial and Economic Crises Phenomena. *JSSE - Journal of Social Science Education*. <https://doi.org/10.4119/jsse-710>
- Abländer, M. S. (Hrsg.). (2022). *Handbuch Wirtschaftsethik*. J.B. Metzler. <https://doi.org/10.1007/978-3-476-05806-5>
- Abländer, M. S. (2024). *Wirtschafts- und Unternehmensethik: Einführung*. Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. <https://doi.org/10.5771/9783748918981>
- Bak, P. M. (2024). *Wirtschafts- und Unternehmensethik: Eine Einführung*. Schaffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft Steuern Recht GmbH. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/unitueb/detail.action?docID=31526930>
- Bergmann, D., Jahn, R. W., Wisnewski, J., & Arndt, L. (2024). Lernvoraussetzungen in der ökonomischen Bildung. *Zeitschrift für ökonomische Bildung*, 13, 368–398.

- Bertelsmann Stiftung (Hrsg.). (2006). *Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen: Detailauswertung. Dokumentation der Ergebnisse einer Unternehmensbefragung der Bertelsmann Stiftung*. [https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/GP\\_Gesellschaftliche\\_Verantwortung\\_von\\_Unternehmen.pdf](https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/GP_Gesellschaftliche_Verantwortung_von_Unternehmen.pdf)
- Bertelsmann Stiftung (Hrsg.). (2015). *Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen: Ergebnisse der Umfrage*. <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/publikationen/publikation/did/gesellschaftliche-verantwortung-der-unternehmen/>
- Bertelsmann Stiftung (Hrsg.). (2016). *Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen angesichts neuer Herausforderungen und Megatrends*. [https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/Studie\\_BS\\_Die-gesellschaftliche-Verantwortung-von-Unternehmen-angesichts-neuer-Herausforderungen-und-Megatrends\\_2016.pdf](https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/Studie_BS_Die-gesellschaftliche-Verantwortung-von-Unternehmen-angesichts-neuer-Herausforderungen-und-Megatrends_2016.pdf)
- Birke, F., & Seeber, G. (2011). Heterogene Schülerkonzepte für ökonomische Phänomene: Ihre Erfassung und Konsequenzen für den Unterricht (Students' Heterogeneous Concepts of Economic Phenomena: How to Ascertain These and Consequences in the Classroom). *JSSE - Journal of Social Science Education*. <https://doi.org/10.4119/jsse-565>
- Birke, F., & Seeber, G. (2012). Lohnunterschiede im Schülerverständnis: Eine phänomenographische Untersuchung. In T. Retzmann (Hrsg.), *Entrepreneurship und Arbeitnehmerorientierung. Leitbilder und Konzepte für die ökonomische Bildung in der Schule*. (S. 223–237). Wochenschau-Verlag.
- Bloemen, A. (2009). Fachliche Vorstellungen und Schülervorstellungen zum Thema Nachhaltigkeit: Ein Beitrag zur Politikdidaktischen Rekonstruktion. In Finke Klaus, H. Freiwald, D. Lange, & G. Moldenhauer (Hrsg.), *Oldenburger Beiträge zur historisch-politischen Bildung. Band 12*. BIS-Verlag.
- Brandts, J., Busom, I., Lopez-Mayan, C., & Panadés, J. (2021). *DISPELLING MISCONCEPTIONS IN ECONOMICS*. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3384538](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3384538)

- Brink, A., & Schumann, O. J. (2020). Einleitung zu Teil IV: Wirtschafts- und Unternehmensethik. In T. Beschorner, A. Brink, B. Hollstein, M. C. Hübscher, & O. Schumann (Hrsg.), *Wirtschafts- und Unternehmensethik* (S. 415–436). Springer Fachmedien.
- Bundesagentur für Arbeit. (2024). *Merkblatt für Arbeitslose: Ihre Rechte-ihre Pflichten*. [https://www.arbeitsagentur.de/datei/merkblatt-fuer-arbeitslose\\_ba036520.pdf](https://www.arbeitsagentur.de/datei/merkblatt-fuer-arbeitslose_ba036520.pdf)
- Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (1972) *Betriebsverfassungsgesetz § 84 Beschwerderecht*. [https://www.gesetze-im-internet.de/betrvg/\\_84.html](https://www.gesetze-im-internet.de/betrvg/_84.html)
- Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (2017). *Gesetz zur Stärkung der nichtfinanziellen Berichterstattung der Unternehmen in ihren Lage- und Konzernlageberichten (CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz)*. [https://www.bmjv.de/SharedDocs/Downloads/DE/Gesetzgebung/BGBl/BGBl\\_CSR-RiLi\\_Umsetzungsg.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=3?\\_\\_blob=publicationFile&v=3](https://www.bmjv.de/SharedDocs/Downloads/DE/Gesetzgebung/BGBl/BGBl_CSR-RiLi_Umsetzungsg.pdf?__blob=publicationFile&v=3?__blob=publicationFile&v=3)
- Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. (2021a). *Gesetz über die unternehmerischen Sorgfaltspflichten zur Vermeidung von Menschenrechtsverletzungen in Lieferketten (Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz—LkSG)*. <https://www.gesetze-im-internet.de/lksg/BJNR295910021.html>
- Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. (2021b). *KSchG - Kündigungsschutzgesetz*. <https://www.gesetze-im-internet.de/kschg/BJNR004990951.html>
- Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. (2024a). *Gesetz betreffend die Gesellschaften mit beschränkter Haftung (GmbHG): Abschnitt 5 Auflösung und Nichtigkeit der Gesellschaft, §§ 60-75*. <https://www.gesetze-im-internet.de/gmbhg/BJNR004770892.html#BJNR004770892BJNG006701140>
- Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. (2024b). *Insolvenzordnung (InsO) § 199 Überschuß bei der Schlußverteilung*. [https://www.gesetze-im-internet.de/inso/\\_199.html](https://www.gesetze-im-internet.de/inso/_199.html)

- Bundesministerium für Arbeit und Soziales. (2011). *Die DIN ISO 26000 „Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung von Organisationen“ – Ein Überblick*. [https://www.bmas.de/SharedDocs/Downloads/DE/Publikationen/a395-csr-din-26000.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=2](https://www.bmas.de/SharedDocs/Downloads/DE/Publikationen/a395-csr-din-26000.pdf?__blob=publicationFile&v=2)
- Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *The Academy of Management Review*, 4(4), 497–505. <https://doi.org/10.2307/257850>
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Carroll, A. B. (2016). Carroll’s pyramid of CSR: Taking another look. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1(1), 3. <https://doi.org/10.1186/s40991-016-0004-6>
- Chi, M. T. H., & Roscoe, R. D. (2002). The Processes and Challenges of Conceptual Change. In M. Limón & L. Mason (Hrsg.), *Reconsidering Conceptual Change: Issues in Theory and Practice* (S. 3–27). Kluwer Academic Publishers. [https://doi.org/10.1007/0-306-47637-1\\_1](https://doi.org/10.1007/0-306-47637-1_1)
- Cowton, C. J., & Cummins, J. (2003). Teaching Business Ethics in UK Higher Education: Progress and Prospects. *Teaching Business Ethics*, 7(1), 37–54. <https://doi.org/10.1023/A:1022665221990>
- Davies, P., & Lundholm, C. (2012). Students’ understanding of socio-economic phenomena: Conceptions about the free provision of goods and services. *Journal of Economic Psychology*, 33(1), 79–89. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.08.003>
- Döring, N. (2023). *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften*. Springer Fachmedien. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-64762-2>
- Ehnts, D. (2023). *Makroökonomik: Wirtschaftstheorie für das 21. Jahrhundert*.

Springer Fachmedien. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-41055-1>

Ekström, L., & Lundholm, C. (2021). 'How Much Politics Is There'? Exploring Students' Experiences of Values and Impartiality from an Epistemic Perspective. *Journal of Political Science Education*, 17, 616–633.

<https://doi.org/10.1080/15512169.2020.1730863>

Elkington, J. (1997). *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone.

Estler, V., & Brahm, T. (2025). Responsible behaviour in the context of utility maximisation – An interview study on pupils' business ethics conceptions. *Social Sciences & Humanities Open*, 11, 101386.

<https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.101386>

Europäische Kommission. (2001). *Grünbuch: Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen*. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/dd331f0e-82d2-4d3d-8cd0-6c8eee07bb99/language-de>

Europäische Kommission. (2011). *Mitteilung der Kommission an das europäische Parlament, den Rat, den europäischen Wirtschafts- und Sozialsausschuss und den Ausschuss der Regionen: Eine neue EU-Strategie (2011-14) für die soziale Verantwortung der Unternehmen (CSR)*. <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:DE:PDF>

Förner, A. (2024). *Volkswirtschaftslehre: Eine praxisorientierte Einführung*. Springer Fachmedien.

Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A Stakeholder Approach*. Cambridge University Press.

Frese, I., & Senn, C. (2025). Arbeit ist mehr als Erwerbsarbeit – Vorstellungen von Schülerinnen und Schülern der Sekundarstufe I. In D. Loerwald & N. Goldschmidt (Hrsg.), *Evidenzbasierter Wirtschaftsunterricht: Jahresband der Deutschen Gesellschaft für Ökonomische Bildung 2024* (S. 129–139). Springer Fachmedien.

- Friebel, S., Kirchner, V., & Loerwald, D. (2013). Der regionale Wirtschaftsraum als sozialer Aneignungsraum für Schülerinnen und Schüler. *Zeitschrift für ökonomische Bildung*, 2, S. 42-61. [https://www.zfoeb.de/2013\\_2/friebel\\_kirchner\\_loerwald.pdf](https://www.zfoeb.de/2013_2/friebel_kirchner_loerwald.pdf)
- Friebel, S., Kirchner, V., & Loerwald, D. (2016). Schülervorstellungen zum Handel mit Strom. *Zeitschrift für ökonomische Bildung*, 5, S. 169-189. [https://www.zfoeb.de/2016\\_5/2016-5\\_friebel\\_kirchner\\_loerwald\\_stromhandel.pdf](https://www.zfoeb.de/2016_5/2016-5_friebel_kirchner_loerwald_stromhandel.pdf)
- Friedman, M. (1971). *Kapitalismus und Freiheit*. Seewald Verlag.
- Fuhrmann, B., Grohs-Müller, S., & Rumpold, H. (2016). Die Vorstellungen von Jugendlichen zu Wirtschaft und Geld—Implikationen für die Entrepreneurship Erziehung. In B. Greimel-Fuhrmann, & R. Fotmüller (Eds.), *Facetten der Entrepreneurship Education. Festschrift für Josef Aff anlässlich seiner Emeritierung* (pp. 37 - 51). Manz Verlag Schulbuch.
- Fuhrmann, B., Kronberger, R., & Rumpold, H. (2016). Befunde und Desiderata zur Wirtschaftsbildung österreichischer Mittelschüler/innen. *Wirtschaftspolitische Blätter*, 63(1), 249–263.
- Geisen, T. (2011). *Arbeit in der Moderne*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-93147-0>
- Greimel-Fuhrmann, B., & Riess, J. (2020). „Die Wirtschaft, das sind wir“ – und wie sehen das die Menschen? Befunde zur Wirtschaftsbildung in Österreich. In D. Loerwald (Hrsg.), *Ökonomische Erkenntnisse verständlich vermitteln: Herausforderungen für Wirtschaftswissenschaften und ökonomische Bildung* (S. 169–187). Springer Fachmedien. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-32753-8\\_9](https://doi.org/10.1007/978-3-658-32753-8_9)
- Grohs-Müller, S., & Greimel-Fuhrmann, B. (2018). Students' money attitudes and financial behaviour. A study on the relationship between two components of financial literacy. In *Empirische Pädagogik*, 32 (3-4), 369–386.

Heidbrink, L. (2022). Der Verantwortungsbegriff der Wirtschaftsethik. In M. S. Aßländer (Hrsg.), *Handbuch Wirtschaftsethik* (S. 51–62). J.B. Metzler.  
[https://doi.org/10.1007/978-3-476-05806-5\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-476-05806-5_6)

Heiduk, N. (2019). Kontroverse Kompetenzprofile: Welche Fähigkeiten erfordert mündiges Konsumverhalten? In C. Bala, M., Buddensiek, P. Maier & W. Schuldzinski (Hrsg.), *Verbraucherbildung: Ein weiter Weg zum mündigen Verbraucher* (S. 61–82). [https://doi.org/10.15501/978-3-86336-924-8\\_4](https://doi.org/10.15501/978-3-86336-924-8_4)

Homann, K., & Blome-Drees, F. (1992). *Wirtschafts- und Unternehmensethik*. Vandenhoeck & Ruprecht (UTB).

Homann, K., & Lütge, C. (2005). *Einführung in die Wirtschaftsethik* (2., korrigierte Auflage). LIT Verlag.

Ignell, C., Davies, P., & Lundholm, C. (2013). Swedish Upper Secondary School Students' Conceptions of Negative Environmental Impact and Pricing. *Sustainability*, 5(3), 982–996. <https://doi.org/10.3390/su5030982>

Ignell, C., Davies, P., & Lundholm, C. (2017). Understanding 'Price' and the Environment: Exploring Upper Secondary Students' Conceptual Development. *JSSE - Journal of Social Science Education*, 16(1).  
<https://doi.org/10.4119/jsse-822>

Jaganjac, B., Abrahamsen, L. M., Olsen, T. S., & Hunnes, J. A. (2024). Is It Time to Reclaim the 'Ethics' in Business Ethics Education? *Journal of Business Ethics*, 190(1), 1–22. <https://doi.org/10.1007/s10551-023-05400-5>

Kahler, M. (2011). *Ökonomische Grundbildung bei Kindern unter besonderer Berücksichtigung des Thema Geld*. Abgerufen am 31.07.2025 unter <https://hilpub.uni-hildesheim.de/entities/publication/668a4c47-47ba-459a-967e-bdc43804e0fe>

Kaiser, R. (2021). *Qualitative Experteninterviews: Konzeptionelle Grundlagen und praktische Durchführung*. Springer Fachmedien. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-30255-9>

Kaiser, T., Birke, F., & Lutter, A. (2015). Schülerkonzepte zu ordnungspolitischen

- Fragen. Eine phänomenologische Untersuchung. In *Zeitschrift für Didaktik der Gesellschaftswissenschaften*, 6 (1), 92–110.
- Kaiser, T., Oberrauch, L., & Seeber, G. (2020). Measuring Economic Competence of Secondary School Students in Germany. *The Journal of Economic Education*, 51(3–4), 227–242. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/EMWYJ>
- Karmasin, M., & Litschka, M. (2008). *Wirtschaftsethik-Theorien, Strategien, Trends* (Bd. 8). LIT Verlag.
- Kattmann, U., Duit, R., Gropengießer, H., & Komorek, M. (1997). Das Modell der didaktischen Rekonstruktion- Ein Rahmen für die naturwissenschaftsdidaktische Forschung und Entwicklung. *Zeitschrift für Didaktik der Naturwissenschaften*, 3(3), 3–18.
- Kleinschmidt, M., Sebastian, F., Fischer, Florian, & Lange, Dirk. (2015). Globalisierung, globale Ungleichheit und Entwicklung in den Vorstellungen von Schüler/inne/n. Die empirische Untersuchung von Lernvoraussetzungen als Ausgangspunkt für die Gestaltung Globalen Lernens. *ZEP: Zeitschrift für internationale Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik*, 38(3), 26–30. <https://doi.org/10.25656/01:14055>
- Kuckartz, U., & Rädiker, S. (2022). *Qualitative Inhaltsanalyse: Methoden, Praxis, Computerunterstützung: Grundlagentexte Methoden* (5. Auflage). Beltz Juventa.
- Kuckartz, U., & Rädiker, S. (2024). *Fokussierte Interviewanalyse mit MAXQDA: Schritt für Schritt*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-40212-9>
- Kurhofer, K. (2022). *Gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen und die Rolle der Unternehmensberichterstattung: Eine Untersuchung unter besonderer Berücksichtigung der Entwicklung in der EU und in Deutschland*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-36231-7>
- Lemme, L., & Neuhof, J. (2015). Verstehensweisen von Staat – eine empirische Untersuchung der Lernersicht. In G. Weißeno & C. Schelle (Hrsg.), *Empirische*

- Forschung in gesellschaftswissenschaftlichen Fachdidaktiken* (S. 111–125). Springer Fachmedien Wiesbaden. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-06191-3\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-658-06191-3_8)
- Lenk, L.-U. (2011). Schülervorstellungen von sozialer Gerechtigkeit. In D. Lange & S. Fischer (Hrsg.), *Politik und Wirtschaft im Bürgerbewusstsein. Untersuchungen zu den fachlichen Konzepten von Schülerinnen und Schülern in der Politischen Bildung*. (S. 149–162). Wochenschau Verlag.
- Loerwald, D. (2010). Wirtschaftsethik im Ökonomieunterricht. Zum Spannungsverhältnis von ethischer Ökonomie und ökonomischer Ethik aus wirtschaftsdidaktischer Sicht. In A. Fischer & G. Hahn (Hrsg.), *Schule—Der Zukunft voraus. Was wäre wenn ...? Lese- und Lehrbuch für zukunftsorientierte Ansätze in der beruflichen Bildung* (S. 75–92). Schneider Verlag Hohengehren.
- Macharzina, K., & Wolf, J. (2023). *Unternehmensführung: Das internationale Managementwissen Konzepte – Methoden – Praxis*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-41053-7>
- Marton, F., & Booth, S. (1997). *Learning und Awareness*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Medjedović, I. (2014). *Qualitative Sekundäranalyse: Zum Potenzial einer neuen Forschungsstrategie in der empirischen Sozialforschung*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-05488-5>
- Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg (Hrsg.). (2016). *Wirtschaft/ Berufs- und Studienorientierung (WBS), Bildungsplan des Gymnasiums*. Neckar-Verlag GmbH.
- Montiel, I., Delgado-Ceballos, J., Ortiz-de-Mandojana, N., & Antolin-Lopez, R. (2020). New Ways of Teaching: Using Technology and Mobile Apps to Educate on Societal Grand Challenges. *Journal of Business Ethics*, 161(2), 243–251. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04184-x>
- Noll, B. (2013). *Wirtschafts- und Unternehmensethik in der Marktwirtschaft* (2. Aufl.). W. Kohlhammer GmbH. <https://doi.org/10.17433/978-3-17-023292-1>

- Pang, M., & Marton, F. (2003). Beyond ``lesson study``: Comparing two ways of facilitating the grasp of some economic concepts. *Instructional Science*, *31*, 174–194.
- Pang, M., & Marton, F. (2005). Learning Theory as Teaching Resource: Enhancing Students' Understanding of Economic Concepts. *Instructional Science*, *33*(2), 159–191. <https://doi.org/10.1007/s11251-005-2811-0>
- Pang, M., & Meyer, J. H. F. (2010). Modes of Variation in Pupils' Apprehension of a Threshold Concept in Economics. In J. H. F. Meyer, R. Land & C. Baillie (Hrsg.), *Threshold Concepts and Transformational Learning* (S.365–381). Brill. [https://doi.org/10.1163/9789460912078\\_023](https://doi.org/10.1163/9789460912078_023)
- Pathiranage, H. S. K. (2024). Navigating the trade-offs between economic growth and environmental sustainability: A global analysis of long-term trends and strategic policies. *Sustainable Environment*, *10*(1), 2419161. <https://doi.org/10.1080/27658511.2024.2419161>
- Reinfried, S., Mathis, C., & Kattmann, U. (2009). Das Modell der Didaktischen Rekonstruktion. Eine innovative Methode zur fachdidaktischen Erforschung und Entwicklung von Unterricht. *Beiträge zur Lehrerinnen- und Lehrerbildung*, *27*(3), 404–414. <https://doi.org/10.36950/bzl.27.3.2009.9826>
- Retzman, T. (Hrsg.). (2012). *Entrepreneurship und Arbeitnehmerorientierung: Leitbilder und Konzepte für die ökonomische Bildung in der Schule*. Wochenschau Verlag.
- Retzmann, T., & Grammes, T. (Hrsg.). (2014). *Wirtschafts- und Unternehmensethik: 15 Unterrichtsbausteine für die ökonomische und gesellschaftspolitische Bildung*. Wochenschau Verlag.
- Retzmann, T., Seeber, G., Remmele, B., & Jongebloed, H.-C. (2010). *Ökonomische Bildung an allgemein bildenden Schulen: Bildungsstandards für die ökonomische Bildung und Standards für die Lehrerbildung* (WIDA-Diskussionspapier Nr. 1001). Lehrstuhl für Wirtschaftswissenschaften und Didaktik der Wirt-

- schaftslehre, Universität Duisburg-Essen. [https://wida.wiwi.uni-due.de/fileadmin/fileupload/BWL-WIDA/RePEc/pdf/wp1001\\_Retzmann\\_ua2010\\_Gutachten.pdf](https://wida.wiwi.uni-due.de/fileadmin/fileupload/BWL-WIDA/RePEc/pdf/wp1001_Retzmann_ua2010_Gutachten.pdf)
- Riedel, H. (Hrsg.). (2018). *Wirtschaft & Co.: Wirtschaft, Berufs- und Studienorientierung für das Gymnasium. Gesamtband. Baden-Württemberg*. C. C. Buchner Verlag GmbH & Co KG.
- Rumpold, H. (2018). Das ökonomische Wissen von Schüler/inne/n am Ende der Sekundarstufe I: Entwicklung und Erprobung eines Testinstruments für die 8. Schulstufe. *bwp@Spezial AT-1*, 1–18.
- Schank, C. (2022). Integrative Wirtschaftsethik (Peter Ulrich). In M. S. Aßländer (Hrsg.), *Handbuch Wirtschaftsethik* (S. 283–291). J.B. Metzler. [https://doi.org/10.1007/978-3-476-05806-5\\_26](https://doi.org/10.1007/978-3-476-05806-5_26)
- Schank, C., & Beschorner, T. (2018). Unternehmensverantwortung aus wirtschaftswissenschaftlichen Perspektiven. In H. Backhaus-Maul, M. Kunze, & S. Nährlich (Hrsg.), *Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen in Deutschland: Ein Kompendium zur Erschließung eines sich entwickelnden Themenfeldes* (S. 175–196). Springer Fachmedien. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-02585-4\\_10](https://doi.org/10.1007/978-3-658-02585-4_10)
- Schwartz, M. S., & Carroll, A. B. (2003). Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach. *Business Ethics Quarterly*, 13(4), 503–530. <https://doi.org/10.5840/beq200313435>
- Seeber, G., Retzmann, T., Remmele, B., & Jongebloed, H.-C. (2012). *Bildungsstandards der ökonomischen Allgemeinbildung: Kompetenzmodell – Aufgaben – Handlungsempfehlungen*. Wochenschau Verlag.
- Speer, S., & Seeber, G. (2012). Financial Understanding: A Phenomenographic Access to Students' Concepts of Credits. *JSSE - Journal of Social Science Education*, 12 (2), 41-51. <https://doi.org/10.4119/UNIBI/JSSE-V12-I2-121>
- Spence, L. J. (2016). Small Business Social Responsibility: Expanding Core CSR Theory. *Business & Society*, 55(1), 23–55.

- Springer Fachmedien Wiesbaden (Hrsg.). (2019). *Gabler Wirtschaftslexikon* (19. Aufl.). Springer Gabler.
- Suárez-Eiroa, B., Fernández, E., Méndez-Martínez, G., & Soto-Oñate, D. (2019). Operational principles of circular economy for sustainable development: Linking theory and practice. *Journal of Cleaner Production*, 214, 952–961. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.12.271>
- Szoncsitz, J. (2018). Persönlich fühle ich mich halt nicht betroffen: Über Schüler/i-nen/vorstellungen von Wirtschaft und Wirtschaftsunterricht. In *bwp@ Spezial AT-1: Wirtschaftspädagogische Forschung und Impulse für die Wirtschaftsdidaktik – Beiträge zum 12. Österreichischen Wirtschaftspädagogikkongress*, 1-19.
- Szoncsitz, J. (2019). Wirtschaft in den Vorstellungen von Schülerinnen und Schülern der gymnasialen Oberstufe. In *bwp@ Spezial AT-2, Beiträge zum 13. Österreichischen Wirtschaftspädagogik-Kongress*, 1–24.
- Szoncsitz, J. (2020). *Ökonomische Bildung aus der Perspektive von Schülerinnen und Schülern der gymnasialen Oberstufe: Eine empirische Studie zu Vorstellungen von Wirtschaft und Wirtschaftsunterricht* (B. Greimel-Fuhrmann & R. Fortmüller, Hrsg.). Facultas Verlags- und Buchhandels AG.
- Szoncsitz, J., Günther, A., Greimel-Fuhrmann, B., & Bank, V. (2017). Sind wir Naina?: Vorstellungen, Wahrnehmungen und Erwartungen von Schülerinnen und Schülern der gymnasialen Oberstufe zur ökonomischen Bildung. *Zeitschrift für ökonomische Bildung*, 6, 29-61.
- Ulrich, P. (2005). *Zivilisierte Marktwirtschaft: Eine wirtschaftsethische Orientierung* (2. Auflage). Herder.
- Ulrich, P. (2008). *Integrative Wirtschaftsethik: Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie* (4., vollst. neu bearb. Aufl.). Haupt.
- United Nations. (2011). *Guiding Principles on Business and Human Rights: Implementing the United Nations “Protect, Respect and Remedy” Framework*.

<https://www.ohchr.org/en/publications/reference-publications/guiding-principles-business-and-human-rights>

United Nations Department of Economic and Social Affairs. (2025). *The Sustainable Development Goals Report 2025*. <https://unstats.un.org/sdgs/report/2025/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2025.pdf>

Visser, W. (2006). Revisiting Carroll's CSR pyramid: An African perspective. In E. Pedersen & M. Huniche (Hrsg.), *Corporate Citizenship in Developing Countries- new partnership perspectives* (S. 29–56). Copenhagen Business School Press.

Vosniadou, S. (Hrsg.). (2008). *International Handbook of Research on Conceptual Change* (1. publ). Routledge.

Ziegler, M. T. (2024). Critical Intuitions in Stakeholder Theory and Political CSR: The Effect of Identity Constituting Values on the Dynamics of Business Ethical Debates. *Humanistic Management Journal*.  
<https://doi.org/10.1007/s41463-024-00204-9>

## Anhang A Kategorienhandbuch Forschungsfrage 1

Kategorienhandbuch 1: „In welchen Beziehungen des Wirtschaftskreislaufs verorten Schüler\*innen unternehmerische Verantwortung?“

**Tabelle 3** Kategorienverzeichnis 1

Kategorie	Ankerbeispiel
<b>Unternehmen:</b> Diese Kategorie umfasst alle Vorstellungen und Aussagen von SuS, die sich auf Austauschbeziehungen, Kooperationen, Konkurrenz oder andere Formen der Interaktion zwischen Unternehmen beziehen.	
Kooperationen	positiv: Oder vielleicht auch von anderen Unternehmen, die vielleicht auch vielleicht so Tipps geben. Oder aber nicht wirklich, weil dann wäre es ja wieder irgendwie, ja. (B6, Pos. 47) Negativ: Und wäre es dann auch fair, wenn jetzt ein Unternehmen ganz viel Macht hat, dass es ihre Macht auch ausüben darf? #00:14:02-1# B: Nein. #00:14:03-9# I: Warum nicht? #00:14:05-8# B: Dann sind ja sozusagen die anderen Märkte und Läden halt sozusagen so ERPRESST sozusagen, würde ich jetzt sagen und machen keinen Gewinn. (B12, Pos. 84-87)
Unternehmensübernahmen	auf die Größe von dem Konzern an und falls es dann auch noch andere aufkauft und dann immer größer wird, wie zum Beispiel bei Nestle, (B1, Pos. 53)
B2B Markt	Ja, weil die ja die Produkte herstellen, sozusagen. Und die dann halt an ihre /, an weitere Firmen oder sozusagen andere Unternehmen verkaufen. (B12, Pos. 103)
Konkurrenzfähigkeit	Damit die eben für die ganze Konkurrenz und so einfach bestehen bleiben. (B5, Pos. 49)
Unternehmerische Selbstverantwortung	Und deswegen denke ich, dass die da voll verantwortlich sind für ihr Unternehmen. (B2, Pos. 53)
<b>Umwelt:</b> Alle Vorstellungen von SuS, in denen Unternehmen Verantwortung gegenüber ökologischen Aspekten übernehmen sollten. Dabei geht es sowohl um konkrete Erwartungen, als auch allgemeine Anforderungen auf unternehmerisches Umweltverhalten.	
Klimawandel	Aber, wenn zum Beispiel viele Leute wegen Klimawandel und Protesten etwas nicht kaufen, dann hat es schon einen kleinen Einfluss auf das Unternehmen. (B10, Pos. 5)

Faires Produkt	Weil man so vielleicht auch fördern kann, dass eher Produkte gekauft werden, die nachhaltiger produziert sind. (B16, Pos. 9)
Tierschutz	und, dass sie, wenn sie jetzt mit Tieren handeln oder so, die Tiere möglichst gut behandeln und ja, dass sie gucken, dass es fair und gerecht gestaltet wird da (B2, Pos. 29)
Umweltschutz	Natürlich gibt es dann wieder solche Sparten, wie der Umweltschutz. Und wenn wir jetzt einen Produzenten für zum Beispiel umweltfreundlichen Treibstoff für Flugzeuge haben, was eine ganz große Rolle spielt gerade (B8, Pos. 47)
<b>Ausland:</b> Diese Kategorie umfasst Aussagen, in denen Unternehmen in Beziehung zu ausländischen Akteuren stehen, z.B. durch Produktion, Handel, Auslagerung oder soziale Verantwortung.	Ich glaube, Unternehmen sind ziemlich wichtig, weil durch Unternehmen ist ja auch Kontakt ins Ausland zum Beispiel, weil die importieren oder exportieren ja Waren. (B16, Pos. 29)
Globale Beschaffung	Aber die Unternehmen, die das dann von da kaufen, die entscheiden ja auch, woher sie es kaufen. (B2, Pos. 13)
<b>Finanzsektor:</b> Hierunter fallen Vorstellungen über die Interaktion von Unternehmen mit Banken, Investoren oder anderen finanziellen Institutionen.	Weil zum Beispiel Banken würden ohne Unternehmen nicht funktionieren (B10, Pos. 21)
<b>Staat:</b> Diese Kategorie erfasst Äußerungen, in denen der Staat als Regelsetzer, Kontrollinstanz oder Kooperationspartner von Unternehmen genannt wird, wie z.B. durch Gesetze, Steuern oder Subventionen.	
Politische Mitwirkung	Ja, aber vielleicht können die Unternehmen auch noch den Staat fragen, ob sie vielleicht da was, ich sage jetzt mal, anpassen könnten (B14, Pos. 35)
Steuern zahlen	Also, wenn die Unternehmer die Steuern zahlen müssen, dann ist es ja für die jetzt nicht so gut, weil die dann das ganze Geld irgendwie abgeben müssen und es ist aber trotzdem fair, (B2, Pos. 47)
<b>Haushalte:</b> Diese Kategorie beinhaltet Aussagen, die sich auf das Verhältnis zwischen Unternehmen und privaten Haushalten beziehen, wie etwa in ihrer Rolle als Konsument*innen, Arbeitnehmer*innen oder Betroffene unternehmerischer Entscheidungen.	
Konsument*in	Also zum Beispiel, wie viel sie durch den Konsumenten, durch die Haushalte auch verdienen. (B7, Pos. 57)
Arbeitnehmer*in	Ja und wir können dann auch bei den Unternehmen arbeiten. (B13, Pos. 53)

## Anhang B Kategorienhandbuch Forschungsfrage 2

Kategorienhandbuch 2: Welche Vorstellungen von Unternehmensverantwortlichkeiten haben die Schüler\*innen im Bezug zum Modell von Carroll's CSR Pyramide?

**Tabelle 4** Kategorienverzeichnis 2

Kategorien	Ankerbeispiele
<p><b>Ökonomisch:</b> Unternehmen verpflichten sich zu Profitabilität und zur Erwirtschaftung von Gewinnen. Dafür ist es wichtig eine starke Wettbewerbsposition und ein hohes Maß an innerbetrieblicher Effizienz aufrechtzuerhalten. Dies wird von Shareholdern, Stakeholdern und der Gesellschaft eingefordert und ist obligatorische Voraussetzung für alle weiteren Aktivitäten der Unternehmen.</p>	
Arbeitsplätze schaffen und erhalten	Unternehmen geben halt zum einen die Arbeitsstellen (B9, Pos. 23)
Profitabel sein	keine Unternehmen mehr gibt, die jetzt nicht mit Fairtrade und so behandeln, sondern, dass da die Arbeiter immer auch viel verdienen. Also jetzt nicht viel, sondern, dass es einfach reicht, dass sie leben können. (B13, Pos. 69)
Art der Produktionsweise	Also die Unternehmen sind halt /. Die machen halt die Produkte und die können halt so entscheiden, was sie halt machen wollen, und die werden halt, wie schon gesagt, ein bisschen vom Staat beeinflusst. Aber die machen halt das hauptsächlich für sich. Und dann schauen die halt, was jetzt so mit dem allgemeinen Unternehmen passiert, und dann passen die das halt so an, dass es halt für die Haushalte so passt. Also für die Consumer. (B14, Pos. 23)
Gewinnmaximierung	weil die natürlich auch auf die Nachfragen antworten wollen und dadurch auch Geld verdienen. (B4, Pos. 15)
Anbieter von Produkten	Aber das Unternehmen macht halt auch, dass die Haushalte etwas bekommen, weil die es halt nicht selbst machen können. Aber ich glaube, dass die Kunden schon die größte Macht haben. (B14, Pos. 43)
<p><b>Gesetzlich:</b> Einhaltung der Rechtspflichten und gesetzlichen Regelungen eines Unternehmens ebenso wie die Erfüllung der wirtschaftlichen Verpflichtungen.</p>	
Steuern zahlen	Also, wenn die Unternehmer die Steuern zahlen müssen, dann ist es ja für die jetzt nicht so gut, weil die dann das ganze Geld irgendwie abgeben müssen und es ist aber trotzdem fair, (B2, Pos. 47)
Gesetze einhalten	weil so sehr der Produzent davon vielleicht oder die Firma davon vielleicht profitieren könnte, ist es auch so, dass die Konkurrenz auch davon profitiert. Und ohne Regeln könnten ja ganz unfaire Register gezogen werden. Und dann geht es letztendlich darum, wer die unfairsten Ideen hat

(B9, Pos. 41)

---

die Pflicht Löhne zu zahlen	die dann von diesen Unternehmen Löhne bekommen (B16, Pos. 29)
Produktsicherheit und -qualität	Also Unternehmen, finde ich, sollten schon darauf achten, dass sie die besten Produkte verkaufen können. Sei es drum von der Qualität bis zu den Herstellungs? ja /. Also wie das hergestellt wurde. (B4, Pos. 21)

---

**Ethisch:**

Die Einhaltung von über den reinen rechtlichen Verpflichtungen hinausgehenden gesellschaftlichen Standards, Wert- und Moralvorstellungen.

---

faire Preise	Ja doch, also natürlich die Produkte jetzt nicht /, was man jeden Tag braucht. Jetzt einfach so 10.000 € machen, dass es so viel kostet, sondern einfach, dass die Leute es kaufen können, was natürlich, was sehr wichtig ist, wie jetzt halt Nahrungsmittel usw. Das brauchen alle und ja, die sollten es halt nicht so teuer machen. Und ja, dass alle das kaufen können (B13, Pos. 33)
faire Löhne	richtige Löhne und sowas. (B7, Pos. 25) weil wenn sie zum Beispiel zu niedrige Löhne haben, dann gehen alle zum anderen Unternehmen (B11, Pos. 37)
Gerechtigkeit	Ja, oder, dass die Unternehmen sagen, ja, ihr dürft jetzt da arbeiten. Also manche Leute dürfen da arbeiten, aber manche Leute nicht. Also die Unternehmen dürfen jetzt auf einmal jetzt irgendwie nicht sagen, wer da arbeiten darf und wer nicht (B13, Pos. 51)
Transparenz	Ich finde, sie sollten das natürlich auch dazuschreiben, aber so allgemein sollte, finde ich, die sind schon verantwortlich dafür. (B4, Pos. 9)
Marktmacht und Einfluss	Also ich glaube, das mit der Macht hängt davon ab, wie groß das Unternehmen ist oder gerade das mit dem Arbeitgeber einfach /. Ja, ich glaube, die Größe spielt da eine ganz entscheidende Rolle. (B5, Pos. 65)
gute Arbeitsbedingungen	Verantwortung über die Arbeiter auf jeden Fall, dass es denen gut geht, dass die gute Arbeitsbedingungen haben (B7, Pos. 25)

---

**Philanthropisch:**

Kategorie unter der alle freiwilligen wohltätigen Leistungen des Unternehmens zusammengefasst werden können.

---

Spenden und Sponsoring	Oder, dass das das Unternehmen macht, quasi denen nochmal ein bisschen Geld geben, in der Zeit, wo die arbeitslos sind und dann denen ein bisschen helfen oder so. Auf die Art. (B7, Pos. 33)
------------------------	---

---

## Anhang C Themenmatrix Forschungsfrage 1

Es wird die in den folgenden Tabellen der Einfachheit halber in Anhang C und D die Abkürzung UN für Unternehmen und AN für Arbeitnehmende benutzt. **Tabelle 5** Themenmatrix Forschungsfrage 1

Fälle	Kategorien					
	Ausland	Finanzmarkt	Haushalte		Staat	
	Globale Beschaffung		Arbeitnehmer*innen	Konsument*innen	politische Mitwirkung	Steuern zahlen
B1	Verantwortung von deutschen UN im Ausland		Faire Arbeitsbedingungen, Arbeitsstellen stellen	Abspraken sind unfair gegenüber Ärmern	Geld und Lobbyismus	Steuern zahlen
B2	Entscheidung, woher UN kaufen	Finanzieller Vorschuss beim Gründen des UNs	Gute Arbeitsbedingungen Arbeitsstellen stellen			Abgabe von Steuern
B3		Rolle von Sponsoren	Auf dem Arbeitsmarkt präsent sein, gute Arbeitsbedingungen, Arbeitsstellen stellen	UN verdienen Geld durch Konsumenten, achten auf die Nachfrage		Mehr Gewinn, mehr Steuern
B4	Verantwortung von deutschen UN im Ausland			UN achten auf die Nachfrage, da sie dadurch Geld verdienen, machen Werbung und sollen umweltfreundlichere Produkte anbieten		
B5						
B6						
B7	Entscheidung, woher UN kaufen		Um Arbeitnehmer*innen kümmern, nach Insolvenz Geld an diese auszahlen	UN verdienen Geld durch Konsumenten, achten auf die Nachfrage, Schutz vor Drogen		

B8		Funktionsweise von Krediten		Produkte dürfen keine gesundheitlichen Folgen für den Konsument haben	Macht der UN durch Staat begrenzt	
B9			Faire und gleichberechtigte Löhne für alle Geschlechter, Arbeitsstellen stellen		Gemeinschaftliche Mitwirkung der UN in der Politik	Steuern an die Region
B10		Finanzsystem funktioniert ohne UN nicht		UN achten auf die Nachfrage		Keine Steuerhinterziehung
B11			Arbeitsstellen stellen	UN achten auf die Nachfrage, v. a., wenn Konsumenten nicht nachhaltige Produkte nicht mehr kaufen		Gewerbesteuern
B12			Faire Löhne, Arbeitsstellen stellen			
B13			Arbeitsstellen stellen	Bereitstellung von Produkten, Abhängigkeit von der Nachfrage (falls diese sinkt)		
B14	Entscheidung woher UN kaufen		Demonstrationen- Arbeitnehmerrechte	UN achten auf die Nachfrage, Fokus auf Kundenwohl, UN verdienen Geld durch die Konsumenten	Gemeinschaftliche Mitwirkung der UN in der Politik	
B15	Entscheidung woher UN kaufen		Menschenrechte einhalten			
B16	Import und Export von Waren ins Ausland		Arbeitsstellen stellen	UN verdienen Geld durch die Konsumenten, Abhängigkeit von der Nachfrage (falls diese sinkt), Gerechtigkeit ggü. der Konsumenten		Staat nimmt sich Steuern

Fälle	Kategorien							
	Umwelt			Unternehmen				
	Faires Produkt	Tierschutz	Umweltschutz	B2B-Markt	Konkurrenzfähigkeit	Kooperationen	Unternehmerische Selbstverantwortung	Unternehmensübernahmen
B1			günstige, nicht nachhaltige Produkte und deren Auswirkungen auf die Umwelt		Ökonomischer Wettbewerb und Entwicklung			-UN-Übernahmen in Folge guter Preisgestaltung -Marktdominanz Nestlé
B2		weniger Massentierhaltung, Tiere gut behandeln					Selbstverantwortung für das UN	
B3							Verantwortung für Produktion	
B4	Faire Herstellung	Subventionen für Bio-Produkte	Umstieg von Plastikverpackungen auf Papier					
B5					Konkurrenzfähigkeit		Verantwortung für Unternehmensleitung	
B6			Begriff Nachhaltigkeit					
B7					Im Wettbewerb agieren -Gewinne erzielen -gegen Mitbe-		Kontrolle über Unternehmensprozesse	

					werber behaupten -Marktaustrittsgefahr			
B8								
B9			Staatliche Subventionen für UN Umweltschutz		Faire Konkurrenz mit Regeln	Zusammenarbeit	Selbstverantwortung	
B10					Konkurrenzfähigkeit			
B11			Einfluss der Nachfrage auf das Angebot von nachhaltigen Produkten		Konkurrenzfähigkeit			
B12				Verkauf von Produkten an andere UN			Verantwortung für Arbeit, Produkte, Werbung und Verkauf	wirtschaftliche Erpressung durch Macht verhindern
B13								
B14					Schutz geistigen Eigentums			
B15					Konkurrenz Beispiel McDonald's und Burger King			
B16	nachhaltig produzierte Produkte			Verkauf von Produkten an andere UN		Kooperatives Wirtschaften		

## Anhang D Themenmatrix Forschungsfrage 2

**Tabelle 6** Themenmatrix Forschungsfrage 2

Fälle	Kategorien								
	ökonomisch					gesetzlich			
	Anbieter von Produkten und Dienstleistungen	Arbeitsplätze schaffen und erhalten	Art der Produktionsweise	Gewinnmaximierung	Profitable Produktion zur Sicherung des Fortbestandes	Gesetze einhalten	Die Pflicht Löhne zu zahlen	Produktsicherheit und -qualität	Steuern zahlen
B1		Arbeitsplätze schaffen und erhalten				Gesetze werden benötigt	Löhne zahlen	Produkt soll wie in Vorstellung sein	Steuern zahlen
B2			Weniger Arbeitnehmer- weniger produzieren			Pflicht Gesetze einzuhalten			Steuern zahlen, Steuer für UN negativ aber gesamtgesellschaftlich gesehen fair
B3			Nachfrage bestimmt was produziert wird, Verantwortung für Art und Weise der Produktion		UN muss profitabel sein um Existenz zu sichern				Steuern zahlen, mit dem Gewinn steigt die Steuer
B4			Verantwortung für Art und Weise der Produktion, Nachfrage bestimmt was produziert wird			(Nachhaltigkeits-)gesetze einhalten, Einschränkung durch Gesetze		Qualität beim Produktionsprozess beachten	
B5			Nachfrage bestimmt was produziert wird					Gute Produktqualität	
B6		Arbeitsplätze sind wichtig	Verantwortung für Art und						

		damit Produktion uneingeschränkt läuft	Weise der Produktion						
B7			Nachfrage bestimmt was produziert wird		Zahlungsunfähigkeit droht Schließung, Finanzieren ihre Produktion mit den Einnahmen, UN ist vom Konsumverhalten der HH abhängig	Pflicht Gesetze einzuhalten, Beispiel: UN dürfen keine Drogen verkaufen			
B8	Anbieter von Produkten und Dienstleistungen, freie Entscheidung der UN über Produktproduktion					Keine abgelaufenen Produkte verkaufen			
B9		Arbeitsplätze erhalten, Wegfall von Arbeitsplätzen mit negativen Folgen			UN muss eigenverantwortlich aufgebaut werden und erhalten bleiben	Gesetze sind für eine faire Konkurrenz notwendig	Löhne zahlen		Wegfall von UN-Steuern hat negative Folgen für die gesamte Region
B10			Nachfrage bestimmt was produziert wird		Steigende Herstellungskosten rechtfertigen Preiserhöhungen	Keine Steuern hinterziehen, Einschränkung durch Gesetze			Steuern zahlen
B11		Arbeitsplätze schaffen und erhalten				Gesetze zur Produktsicherheit müssen		Produktgarantie als Maßstab für Produktsicherheit, gesetzliche	Steuern zahlen

						sen eingehalten werden		Rahmenbedingungen ermöglicht	
B12							Löhne zahlen		
B13	Anbieter von Produkten und Dienstleistungen Sicherstellen der Grundversorgung (Lebensmittel) für alle zugänglich durch niedrigen Preis	Arbeitsplätze schaffen und erhalten, Wegfall von Arbeitsplätzen mit negativen Folgen			Mit dem Gewinn Arbeitsstellen erhalten und die Arbeitnehmer*innen gut entlohnen, Bei wenig Nachfrage Existenzbedrohung des UNs	Gesetze bei Einstellung von Mitarbeitenden beachten			
B14	Produkte herstellen, die die Haushalte nicht selbst machen können	Wegfall von Arbeitsplätzen mit negativen Folgen	Nachfrage bestimmt was produziert wird		Produkte mit hoher Nachfrage produzieren	Pflicht Gesetze einzuhalten, z.B. bei Information über Entlassung, Schutz geistigen Eigentums			
B15	Anbieter von Produkten, Sicherstellen der Grundversorgung (Lebensmittel)	Arbeitsplätze-Geld verdienen-konsumieren							
B16	Konsumentenbedürfnisse decken	Arbeitsplätze schaffen und erhalten, Wegfall von Arbeitsplätzen mit negativen Folgen	Verantwortung für Art und Weise der Produktion, Nachfrage bestimmt was produziert wird		Auf dem Markt bestehen bleiben, strategische Preisbildung	Gesetze sind wichtig, damit UN den Staat nicht ausrauben	Löhne zahlen		Steuern zahlen

Fälle	Kategorien						philantrophisch Spenden und Sponsoring
	ethisch						
	Faire Preise	Faire Löhne zahlen	Gerechtigkeit	Gute Arbeitsbedingungen	Marktmacht und Einfluss	Transparenz	
B1					Größe spielt für die Marktmacht entscheidende Rolle, z.B. Nestlé		
B2					Preise erhöhen bei viel Macht		
B3		Kritik an billigen Löhnen im Ausland		Verantwortung der UN	Macht kommt auf den Gewinn an		
B4					Kleine UN haben schlechtere Chancen	UN sollten in ihrer Produktionsweise transparent sein	
B5		Faire Löhne zahlen		Verantwortung des Vorgesetzten und UNs	Größe spielt für die Marktmacht entscheidende Rolle		
B6		Faire Löhne zahlen		Verantwortung der UN	Größe spielt für die Marktmacht entscheidende Rolle, am Beispiel Eisverkäufer		
B7		Faire Löhne zahlen		Verantwortung der UN über gute Arbeitsbedingungen			Geld geben. Abfindung zahlen, bei UN-Auflösung Geld auf AN verteilen
B8				Verantwortung des Vorgesetzten und UNs			

B9			Gleichberechtigung bei noch bestehenden Lohnunterscheiden?				
B10		Faire Löhne zahlen		Verantwortung der UN, keine Unterdrückung der Mitarbeiter	Je größer, umso mehr Macht		
B11		Faire Löhne zahlen, Gefahr bei zu niedrigen Löhnen Arbeitnehmer*innen zu verlieren			Je größer, umso mehr Macht, Amazon hat zu viel Macht, UN haben die Macht kleinere UN aufzukaufen oder Preise niedrig zu halten		
B12		Lohnverhandlungen					
B13	Alle Menschen sollen sich die Produkte leisten können, die sie benötigen, z.B. Nahrungsmittel, moderate Preisgestaltung		Gleichberechtigung, mögliche Diskriminierung bei Einstellungsverfahren in UN	Beispiele für schlechte Arbeitsbedingungen			
B14					Macht ausüben geht nur, wenn Staat und Haushalte es tolerieren		
B15							
B16			Gerechtigkeit im Wirtschaftssystem, Unternehmen gegenüber Haushalten	Verantwortung des Vorgesetzten	Größe gleich Macht und relevant falls Probleme auftreten, z.B. beim Essen importieren		

## Anhang E Interviewleitfaden

### Leitfaden – Interviewstudie Wirtschaftsethik durchgeführt von Estler und Brahm

Der folgende Interviewleitfaden wurde im Rahmen der Studie zum Thema Wirtschaftsethik von Victoria Estler und Taiga Brahm (2025) erstellt und für diese Arbeit mit Genehmigung verwendet.

Überthema: Verantwortung

Icebreaker-Frage: Wie gefällt dir das Fach WBS?

#### 1. Verbraucher:innen-Verhalten (Konsum und Verzicht)

- Inwieweit denkst du, dass du durch deine Konsumententscheidungen die Unternehmen beeinflussen kannst?

*Ordnungsethisch (Makroebene)*

- Bist du der Meinung, dass der Staat dafür verantwortlich ist, das Verbraucher:innen-Verhalten zu steuern?

[Falls nichts kommt: Ein Beispiel wäre, dass der Staat höhere Steuern auf Produkte erhebt, bei denen die Unternehmen bei der Herstellung nicht auf Nachhaltigkeit achten?]

*Unternehmensethisch (Mesoebene)*

- Sind Unternehmen dafür verantwortlich, darauf zu achten, dass ihre Produkte beispielsweise unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt werden, oder denkst du, die Verantwortung liegt dabei nicht bei den Unternehmen in Deutschland, sondern den jeweiligen Firmen, die Personen unter schlechten Arbeitsbedingungen arbeiten lassen? Wie kommst du zu deiner Einschätzung?

*Individualethisch (Mikroebene)*

- Inwieweit kannst du bereits Verantwortung für deinen Konsum übernehmen?

[Falls nichts kommt: Ein Beispiel wäre, dass du nur nachhaltige Produkte kaufst?]

Ich habe dir noch ein Fallbeispiel mitgebracht:

Die Firma Wiesenhof schlachtet pro Sekunde sieben Hähnchen. Das sind 4,5 Millionen Hähnchen pro Woche. Während der 30-tägigen Aufzucht haben die Tiere kaum Platz und ihre Knochen sind manchmal so schwach, dass sie unter

dem eigenen Gewicht brechen. Nur 10.000 von ihnen sind privilegiert. Die Bio-Hähnchen haben mehr Platz und mehr Zeit zum Wachsen. Sie haben ein besseres Leben. Das Problem ist nur: Kaum einer will sie kaufen. Darum schlachtet Wiesenhof nur 10.000 Hähnchen pro Woche. Fragt man allerdings die Deutschen, ob sie bereit wären, mehr Geld für Fleisch auszugeben, wenn es dadurch weniger Massentierhaltung gäbe, stimmen mehr als 70 Prozent zu.

(Quelle: C.C. Buchner Wirtschaft & Co, 2018, S. 79)

Was denkst du, was ist die Ursache dieses Unterschieds?

Glaubst du, Verbraucher:innen können mit ihrem Kaufverhalten bewirken, dass Unternehmen ihre Produktionsweisen verändern?

## 2. Der Wirtschaftskreislauf

Zur Einführung in den Themenblock:

Kennst du den Wirtschaftskreislauf? Habt ihr den im WBS-Unterricht schon behandelt? [Falls nein: Wirtschaftskreislauf als Abbildung zeigen]

*Ordnungsethisch (Makroebene)*

- Welche Verantwortung kommt dem Staat im Wirtschaftskreislauf deiner Meinung nach zu?

*Unternehmensethisch (Mesoebene)*

- Welche Verantwortung haben Unternehmen im Wirtschaftskreislauf?

*Individualethisch (Mikroebene)*

- Bist du der Meinung, dass jede einzelne Person eigenverantwortlich handeln sollte? Ein Beispiel wäre, dass ein:e Jugendliche:r sich von dem Geld, dass er oder sie durch einen Nebenjob (also z.B. beim Zeitungen Austragen) bekommt, etwas zur Seite legt und nicht alles direkt ausgibt.

Fallbeispiel:

Siemens ist eines der größten Unternehmen Deutschlands. Es produziert alle Arten von Technik – von Lokomotiven bis zu riesigen Kraftwerken. Schlagzeilen machte der Münchner Konzern im Jahr 2017 gerade aber vor allem, weil sein Vorstandsvorsitzender Joe Kaeser den Abbau von 7.000 Arbeitsplätzen angekündigt hat. Zwei Werke in Leipzig und Görlitz, in denen über 900 Angestellte Dampfturbinen herstellen, sollen ganz geschlossen werden. Dafür musste der Siemenschef viel Kritik einstecken. Zuletzt hat der Konzern einen Jahresgewinn von 6,2 Milliarden Euro gemacht. Daher ist für viele unverständlich, dass ganze Werke dichtmachen sollen, die noch dazu aktuell gar nicht schlecht laufen. Siemens hat ein Problem: Durch die Energiewende und die Digitalisierung muss das Unternehmen sein Angebot umstrukturieren, wenn es in dem schnellen internationalen Wettbewerb auch künftig mithalten will. Kohlekraftwerke etwa wird es immer weniger geben [...]. Siemens will daher nun zum Beispiel statt in diese Technik intensiver in zukunftsfähige Sparten investieren, wie etwa in die erneuerbaren Energien.

(Quelle: Westermann Praxis WBS 2, 2018, S. 132)

Wie wäre deine Einschätzung: Welche Auswirkungen hat es auf die Region, wenn der größte Arbeitgeber dort wegfällt?

Kann und darf der Staat eingreifen?

### 3. Marktformen

- Braucht es Regeln für ein Wirtschaftssystem? Wenn ja, warum?

Was würdest du sagen, schränken solche Regeln die jeweiligen Akteure ein oder beschützen sie diese?

[Evtl. nochmal Position bestätigen bzw. widerlegen lassen, falls nicht deutlich: Sollte jeder ohne große Einschränkungen handeln dürfen?]

*Ordnungsethisches (Makroebene)*

- Steht der Staat in der Pflicht, rechtliche Rahmenordnungen für das Handeln am Markt vorzugeben? Bitte begründe deine Einschätzung?

*Unternehmensethisches (Mesoebene)*

- Inwieweit sollten Unternehmen dafür Verantwortung tragen, auf dem Arbeitsmarkt zu bestehen? Falls ja, wäre es fair, dass sie dann ihre Macht auch ausüben dürfen?

*Individualethisches (Mikroebene)*

- Würdest du sagen, jede einzelne Person ist selbst für seine/ihre Arbeit und beispielsweise die umgebenden Arbeitsbedingungen verantwortlich? Wie kommst du zu deiner Einschätzung?

Fallbeispiel:

Drei Tübinger Eisdielenbesitzer haben 2017 gleichzeitig den Preis pro Kugel von 1,20 auf 1,50 Euro angehoben. Zwei sagten dem Tagblatt gegenüber, dass man sich dabei abgesprochen habe. Weil Preisabsprachen aber verboten sind, ermittelt nun das Wirtschaftsministerium in Stuttgart bezüglich einer möglichen „Eisabsprache“ in Tübingen. [...] Ebenfalls am Wochenende regte sich Tübingens Oberbürgermeister Boris Palmer auf Facebook über die hohen Eispreise auf: [...] „Liebe Eisdielenbesitzer, es ist unfair, die Kunden zu schröpfen durch Preisabsprachen. Nein, es ist verboten. Ich würde euch raten, das nochmal zu überdenken und die Preise auf das Niveau zu senken, das mit gestiegenen Kosten objektiv begründbar ist. Sonst macht es womöglich das Kartellamt und verhängt auch noch Strafen.“

(Quelle: Westermann Wirtschaft & DU, 2017, S. 51)

Wie wäre deine Einschätzung: Glaubst du, staatliche Eingriffe sind sinnvoll? Würdest du sagen, dass der Staat in der Verantwortung steht, dafür zu sorgen, dass die Eisdielen sich nicht absprechen?

### 4. Machtverhältnisse

- Welcher Akteur sollte im Wirtschaftssystem die größte Macht ausüben können?

Warum denkst du, dass A / B / C die größte Macht ausüben können sollten?

*Ordnungsethischesch (Makroebene)*

- Inwieweit steht der Staat in der Pflicht, die Machtverhältnisse im Wirtschaftssystem zu regeln?

*Unternehmensethischesch (Mesoebene)*

- Sind die Unternehmen selbst dafür verantwortlich, wie viel Macht sie im Wirtschaftssystem haben? Wie kommst du zu deiner Einschätzung?

*Individualethischesch (Mikroebene)*

- Wie schätzt du als Verbraucher:in deine Macht im Wirtschaftssystem ein?

Fallbeispiel:

Wer mit öffentlichen Verkehrsmitteln durch Deutschland reisen will, ist seit 2013 nicht mehr nur ausschließlich auf die Bahn angewiesen. Grund dafür ist das durch die Bundesregierung geänderte Personenbeförderungsgesetz. Seitdem dürfen Fernbusse der Bahn Konkurrenz machen. Viele Anbieter drängten in diesen neuen Markt. Die Passagierzahlen und die Zahl der angebotenen Strecken steigen stetig. Doch der Wettbewerb unter den Fernbusanbietern ist hart. Nur wenige können mit der Preispolitik des Marktführers Flixbus mithalten. Inzwischen hat das Unternehmen die meisten Mitanbieter aufgekauft, wie zuletzt Postbus im Jahr 2016. Damit besitzt Flixbus 90,8 Prozent des Marktanteils bei 20 Fernbussen (nach angebotenen Fahrplankilometern).

(Quelle: C.C. Buchner Wirtschaft & Co, 2018, S. 80)

Wie wäre deine Einschätzung: Findest du es fair, dass das Unternehmen Flixbus so viel Marktmacht besitzt? Wie kommst du zu deiner Einschätzung?

## **Nutzung generativer KI**

Für die vorliegende Masterarbeit wurde in geringem Umfang generative KI (Chat-GPT 4.0) als Inspirationsquelle genutzt. Dabei wurde die Nutzung kritisch reflektiert und Inhalte hinterfragt.

Die genauere Nutzung bezog sich zu Beginn vor allem auf das Ideen generieren für eine mögliche Forschungsfrage sowie dem Erstellen möglicher Gliederungen. Ich habe mir dabei eigenständig Gedanken gemacht und diese durch Chat GPT mit alternativen Formulierungen und weiteren Vorschlägen ergänzen lassen. Auf diesen Anregungen basierend habe ich mir eine finale Forschungsfrage überlegt und ein Thema der Masterarbeit formuliert.

Chat GPT wurde zudem zur Einholung von Feedback verwendet, um einige Textpassagen auf Grammatik- und Rechtschreib- sowie inhaltliche Fehler zu prüfen. Allerdings musste diese Anmerkungen kritisch reflektiert und auch manchmal verworfen werden, wenn sie nicht korrekt oder wenig zielführend waren.

Darüber hinaus fragte ich Chat GPT nach Synonymen für Worte oder alternativen Formulierungen, was mir half Schreibblockaden zu überwinden und im Schreibprozess voranzukommen. Ebenfalls nutzte ich es als Hilfsmittel für inhaltliche Übersetzungen englischer Texte. Alle durch ChatGPT generierten Inhalte wurden kritisch hinterfragt und von mir überarbeitet. Die inhaltliche Verantwortung und die finale Formulierung lagen jederzeit bei mir als Autor.

## **Eidesstattliche Erklärung**

Hiermit versichere ich, Meike Klingner die vorliegende Masterarbeit mit dem Titel: „Unternehmensethik im Schulkontext: Vorstellungen von Schüler\*innen zur Verantwortung von Unternehmen im Wirtschaftskreislauf“ selbstständig und nur mit den in der Arbeit angegebenen Hilfsmitteln verfasst zu haben.

Mir ist bekannt, dass ich alle schriftlichen Arbeiten, die ich im Verlauf meines Studiums als Studien- oder Prüfungsleistung einreiche, selbständig verfassen muss. Zitate sowie der Gebrauch von fremden Quellen und Hilfsmitteln müssen nach den Regeln wissenschaftlicher Dokumentation von mir eindeutig gekennzeichnet werden. Ich darf fremde Texte oder Textpassagen (auch aus dem Internet) nicht als meine eigenen ausgeben (s. auch unten generative KI). Meine Arbeit ist weder vollständig noch in wesentlichen Teilen Gegenstand eines anderen Prüfungsverfahrens gewesen. Ich habe die Arbeit weder vollständig noch in wesentlichen Teilen bereits veröffentlicht. Das in Dateiform eingereichte Exemplar stimmt mit eingereichten gebundenen Exemplaren überein. Verstoße ich gegen diese Grundregeln wissenschaftlichen Arbeitens, gilt dies als Täuschungs- bzw. Betrugsversuch und zieht entsprechende Konsequenzen nach sich. Im mindesten Fall wird die Leistung mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet. In schwerwiegenden Fällen kann der Prüfungsausschuss die betreffende Person darüber hinaus vom Ablegen weiterer Prüfungsleistungen ausschließen.

Ergänzung zur Nutzung von Generativer KI: Eine der zwei Optionen ist in Absprache zwischen Prüfenden und Geprüften verbindlich auszuwählen.

Option 1: Keine Nutzung generativer KI

Ich versichere, dass ich die vorliegende Arbeit vollständig eigenständig verfasst habe, also keine generativen KI-Tools verwendet habe.

Option 2: Erlaubte Nutzung generativer KI mit Kennzeichnungspflicht

Mir ist bewusst, dass die Nutzung mittels generativer KI erstellter Texte oder Inhalte keine Garantie für deren Qualität gewährleistet und ich die Verantwortung trage, falls es durch die Verwendung solcher Hilfsmittel zu fehlerhaften Inhalten, zu Verstößen gegen das Datenschutzrecht, Urheberrecht oder zu wissenschaftlichem Fehlverhalten (z. B. Plagiate) kommt.

Ich versichere außerdem, dass ich im Falle der Nutzung generativer KI:

- diese lediglich als Hilfsmittel genutzt habe und in der vorliegenden Arbeit mein gestalterischer Einfluss überwiegt;
- angegeben habe, welche KI-gestützten Tools ich zu welchen Zwecken und in welchem Umfang eingesetzt habe.
- Ich habe der Arbeit im Falle der Nutzung generativer KI einen Anhang beigefügt, in dem ich auf max. einer Seite meinen Umgang mit generativer KI beschrieben und reflektiert habe.

Datum: 07.08.2025 Unterschrift: H. Klingner