



FRÜH ÜBT SICH ...

VERMISSEN SIE ETWAS?

AUS ÖKOLOGISCHEN GRÜNDEN VERZICHTEN WIR AB SOFORT
AUF DIE FARBIG BEDRUCKTE VERSANDHÜLLE.



Impressum

Redaktion: Julia Niles (V.I.S.D.P.), Sarah Schuppener
Lektorat: Die Zeichen | Manufaktur
Artredaktion: Claudia Weinhold
Gestalterische Unterstützung: Katja Hoffmann
Druck: Bonifatius GmbH

Herausgegeben von:
Dr. Mandy Pastohr, Geschäftsführerin,
RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrum der
Deutschen Wirtschaft e. V., RKW Kompetenzzentrum,
Düsseldorfer Straße 40 A, 65760 Eschborn

www.rkw-kompetenzzentrum.de



Gefördert durch:

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Kontakt zur Redaktion:
magazin@rkw.de, 06196-495 0, www.rkw-magazin.de

Dem RKW Kompetenzzentrum ist eine genderechte Kommunikation wichtig. Daher wird primär die neutrale Form verwendet, die für alle Geschlechter gilt. Ist dies nicht möglich, wird sowohl die weibliche als auch die männliche Form genannt. Die Verwendung der o. g. Gender-Möglichkeiten wurde aufgrund der besseren Lesbarkeit gewählt und ist wertfrei. Externen Autoren ist der Umgang mit der geschlechtsneutralen Schreibweise freigestellt. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Die in diesem Magazin enthaltenen Angaben werden nach bestem Wissen erstellt und mit großer Sorgfalt auf ihre Richtigkeit überprüft. Trotzdem sind inhaltliche und sachliche Fehler nicht vollständig auszuschließen. Das RKW übernimmt keinerlei Garantie für die Richtigkeit, Aktualität und Vollständigkeit der bereitgestellten Informationen.

Erscheinungsweise: 4 x jährlich;
Auflage dieser Ausgabe: 6.500

Bildnachweise:

iStock: popovaphot (Cover, S. 2, S. 49 – 50), wilmurth (S. 3, S. 49 – 50), Chansom Pantip (S. 5), Duncan Cuthbertson (S. 6), wilmurth (S. 10), Floorije (S. 14 – 15), deepblue4you (S. 17), HomePixel (S. 21 – 23), Deagreez (S. 24), AYakovlev (S. 32, S. 34), Vladmax (S. 36, S. 38), Lalnspiratriz (S. 40, S. 42)

Bildkraftwerk: F. Kraufmann (S. 44 – 46), C. Schmidt (S. 44 – 46)



* Schwerpunkt: **Entrepreneurship Education**

... WER WAS WAGEN WILL



INHALT

- 6 Leitartikel
Born or made?
- 10 Expertenbeitrag
Entrepreneurship Education in Deutschland und Europa
- 14 Initiative
Unternehmergeist in die Schulen!
- 16 Interview
Entrepreneurship Education ganz praktisch
- 20 Expertenbeitrag
(Berufliche) Selbstbestimmtheit fördern
- 24 Aus der Praxis
Entrepreneurship Education im Schulalltag!
- 28 Expertenbeitrag
Wie Entrepreneurship Education die Bildung der Zukunft gestaltet
- 32 Interview
Eine Idee ausprobieren und zu Ende denken
- 36 RKW Expertise
Unternehmensnachfolge für junge Köpfe
- 40 Exkurs
Tanz, Musik, Theater und Literatur?!
- 44 RKW Projekt
Unternehmergeist erleben!
- 47 Aus dem RKW
- 48 RKW Termine

FRÜH ÜBT
SICH, WER WAS
WAGEN
WILL

LIEBE LESERIN, LIEBER LESER,

neulich war ich zu Besuch bei einer Freundin. Während wir Kaffee tranken, kam ihre Tochter und verkündete: „Mama, zum Geburtstag wünsche ich mir einen Zitronenbaum.“ Die Freundin stutzte und sagte: „Ok, wieso?“ Die Tochter: „Weil ich im Sommer einen Limonadenstand auf der Straße machen will. Dann verkaufe ich so viel Limo, dass ich schon bald genug Geld für ein eigenes Pferd habe.“ Ok. Nun muss man nicht in Mathe promoviert haben, um schnell im Kopf zu überschlagen, dass man eine ganze Menge Limo verkaufen muss, damit der Gewinn für ein Pferd reicht. Nichtsdestotrotz, das Kind zeigt Engagement. Ich wollte gerade ansetzen, da hakte die Mutter ein und meinte, dass Zitronenbäume in unserer Gegend (vermutlich aktuell noch) nicht so wachsen würden wie an der Amalfiküste und vermutlich bei einem kleinen Bäumchen gerade mal eine, zwei oder mit Glück drei Zitronen zu ernten wären. Also kein großes Erntefest und kein Einstieg ins Limonadengeschäft und ergo auch kein Pferd. Das Kind zog enttäuscht ab, gescheitert mit der Idee, als selbstständige Limonadenverkäuferin ein Imperium aufzubauen.

Doch warum merzen wir Träume und Ideen manchmal so herzlos aus wie Unkraut in der Straßenfuge? Warum schauen wir nicht, wie wir Unternehmergeist wecken und gute Ideen noch besser machen können? Natürlich hätte man an der Limo-Idee noch ein bisschen feilen müssen, gerade wenn es an Zitronen aus dem eigenen Anbau mangelt ... Und auch Startkapital, Location, Produktions- und Personalkosten, Werbung ... Ja, all das ist wichtig, und doch heißt es in dem alten Volkslied: „Die Gedanken sind frei.“ Also lassen wir ihnen und uns doch auch die Freiheit und schauen, wohin uns unsere Gedanken tragen. Manchmal ist das höher, als wir und die Skeptiker in unserem Leben gedacht hätten.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen eine angenehme und inspirierende Lektüre!




Dr. Mandy Pastohr
Geschäftsführerin



BORN OR MADE? WORAUF ENTREPRENEURSHIP EDUCATION ABZIELT

Entrepreneurship Education ist ein wirklich sperriger Anglizismus, der nur schwer ins Deutsche übersetzt werden kann. In der Regel wird darunter die Sensibilisierung sowie Aus- und Weiterbildung von Kompetenzen verstanden, die für eine Unternehmensgründung von Bedeutung sind. Dazu gehört die Förderung von Fähigkeiten, um komplexe und unsichere Situationen zu meistern, kreative Lösungen zu entwickeln und Offenheit gegenüber Veränderungen und Innovationen zu zeigen. Doch warum ist das für uns von Bedeutung und wie ist der Stand der Dinge?



Autorin:

Prof. Dr. Simone Chlosta leitet den Fachbereich „Gründung“ beim RKW Kompetenzzentrum.
chlosta@rkw.de

Untersuchungen aus den 1980er-Jahren zeigen, dass Unternehmensgründungen und die wirtschaftliche Entwicklung eines Landes in positivem Zusammenhang stehen. Zwar lässt sich daraus nicht ableiten, dass das Wirtschaftswachstum alleine von Entrepreneurship Education abhängt, aber in Ländern mit ausgeprägter unternehmerischer Tätigkeit waren die Arbeitslosenquoten geringer. Als Konsequenz aus diesen Feststellungen folgten in Deutschland Ende der 1990er-Jahre erste staatliche Förderprogramme für Gründerinnen und Gründer wie z. B. die EXIST-Förderung. Damit sollten gründerfreundliche Bedingungen geschaffen und mehr Menschen zu einer selbstständigen unternehmerischen Tätigkeit gebracht werden. Gleichzeitig entstand der erste Lehrstuhl für Entrepreneurship (an der EBS Universität für Wirtschaft und Recht) und gemeinnützige Stiftungen wie z. B. die Karl Schlecht Stiftung förderten nicht nur die Vermittlung von Entrepreneurship im universitären Bereich, sondern auch das unternehmerische Denken und Handeln an Schulen.

Mittlerweile gibt es in Deutschland 141 Professuren im Bereich Entrepreneurship. Dennoch bleibt die Frage offen, wie verbreitet Entrepreneurship Education an deutschen Schulen ist. Im Gegensatz zu anderen europäischen Ländern existiert in Deutschland noch keine einheitliche Strategie, wie unternehmerische Bildung in der Schule verankert wird. Aufgrund ihrer Kultushoheit sind die Bundesländer originär dafür zuständig, Entrepreneurship Education in den Unterricht zu integrieren. Gemäß eigenen Angaben wird in jedem Bundesland wirtschaftliches Wissen vermittelt, jedoch mit starken Variationen je nach Bundesland und Schulform. Das Fach Wirtschaft gibt es im allgemeinbildenden Bereich nur in ausgewählten Bundesländern wie z. B. Baden-Württemberg, häufiger wird es als Kombinationsfach angeboten. Es finden sich jedoch auch übergreifende Initiativen, die sich dafür einsetzen, den Unternehmergeist stärker in der Schulbildung zu verankern, wie z. B. die BMWi-Initiative „Unternehmergeist in die Schulen“. Diese Initiativen bringen unterschiedliche Akteure an einen Tisch und sehen sich als Schnittstelle zwischen Schule und Wirtschaft.

Wie funktioniert die Ausbildung von unternehmerischem Denken und Handeln?

Das Verständnis, was die Ausbildung von (angehenden) Gründerinnen und Gründern leisten soll, war in den letzten 20 Jahren einigem Wandel ausgesetzt. Gestartet mit der Vorstellung, die zukünftige Gründungsperson zu qualifizieren, hat sich das Verständnis u. a. durch die Strategien der

Europäischen Kommission erweitert: Zunächst wurde unternehmerische Kompetenz als eine der Kernkompetenzen für lebenslanges Lernen definiert, mit dem Ziel, möglichst in breiten Teilen des Bildungssystems implementiert zu werden. Die jüngere Initiative der Europäischen Kommission für allgemeine und berufliche Bildung im Jahr 2016 hat zudem die Auswirkungen des unternehmerischen Handelns auf die Gesellschaft hervorgehoben.

Diese Erweiterungen sind für die Entrepreneurship-Ausbildung von großer Bedeutung, da eine Fokussierung auf die Person der Gründerin oder des Gründers die Frage aufgeworfen hatte, ob Gründende überhaupt ausgebildet werden können oder einfach „geboren“ werden. Dieser Ende des letzten Jahrhunderts entstandene „born“-Ansatz stellte das Individuum in den Mittelpunkt und prognostizierte die Vererbung von Persönlichkeitseigenschaften wie z. B. Risikoneigung, die sich förderlich auf Entrepreneurship auswirken und so einige Menschen befähigen ein Unternehmen zu gründen und andere nicht. Trotz einer Phase der strittigen Auseinandersetzung herrscht heutzutage weitgehender Konsens darüber, dass Gründende nicht geboren, sondern ausgebildet werden können. Julian Lange, Entrepreneurship Professor am Babson College in Boston, beschreibt es ganz treffend: „In some ways we can say there is a certain element of entrepreneurs that are born, not made. But some entrepreneurs can be made better.“

Vorbilder und eigenständiges Ausprobieren

Für die Entrepreneurship-Ausbildung hat das zur Folge, dass der Fokus auf einem erlernbaren Prozess mit der Entwicklung von erwerbbaaren unternehmerischen Kompetenzen liegt. Eine große Rolle spielt hierbei das Lernen von Vorbildern. Studien konnten zeigen, dass Schülerinnen und Schüler, die an einem Entrepreneurship-Programm teilgenommen haben und Gründungsvorbilder haben, eine positivere Einstellungen gegenüber Unternehmertum haben als Kinder ohne Vorbilder. Neben der positiven Einstellung geben Vorbilder vor allem einen realistischen Einblick in den Alltag eines Unternehmers und somit eine fundierte Entscheidungsgrundlage für oder gegen eine Gründung.

Reale Erfahrungen und eigenständiges Ausprobieren haben sich ebenfalls als mögliche Weichensteller für eine spätere Gründung erwiesen. Studien konnten zeigen, dass Schülerinnen und Schüler, die z. B. an einer Schülerfirma beteiligt waren, mit einer höheren Wahrscheinlichkeit später ihr eigenes Unternehmen gründen.

Doch nicht nur bei Schülerinnen und Schülern selbst entfaltet Entrepreneurship Education ihre Wirkung. Das Projekt „Unternehmergeist erleben“ des RKW Kompetenzzentrums, gefördert durch die Karl Schlecht Stiftung, spricht die Lehrkräfte von morgen an. Lehramtsstudierende erleben in diesem Projekt das Gründen eines eigenen Unternehmens selbst. Zusammen mit dem Projektteam entwickeln sie eigene Geschäftsideen, präsentieren diese gegenüber potenziellen Kunden und werden durch diese Erfahrung in die Lage versetzt, unternehmerisches Denken und Handeln später selbst unterrichten zu können.

Quo vadis Entrepreneurship Education?

Der Bedarf nach einer Weiterentwicklung von Entrepreneurship Education ist durch aktuelle Trends wie die Globalisierung und den damit einhergehenden Wettbewerb am Arbeitsmarkt, den demografischen Wandel oder die Digitalisierung weiter gestiegen. Wirtschaftliche und gesellschaftliche Veränderungen stellen große Anforderungen an die Entwicklung der zukünftigen Arbeitswelt und beinhalten neue Herausforderungen für Berufstätige und veränderte Zukunftsbilder der Arbeit. Dadurch ist es erforderlich, den Bildungsprozess an die neuen Gegebenheiten anzupassen. Entrepreneurship Education sollte durch die Selbsterfahrung und den Erwerb von unternehmerischen Handlungskompetenzen schon früh eine Entscheidungsmündigkeit bieten, um die eigenen beruflichen Möglichkeiten (ein Leben lang) realistisch abwägen zu können.

Obwohl das Angebot an Entrepreneurship Education in den letzten Jahren gewachsen ist, geben die Gründungszahlen des Global Entrepreneurship Monitor (GEM) in Deutschland folgendes Bild ab:

- Anzahl der Gründungsinteressierten: ca. 7 Prozent
- Anzahl der Gründerinnen und Gründer: ca. 2 Prozent

Daraus ergibt sich eine große Lücke zwischen dem Interesse an einer Gründung und einer tatsächlichen Gründung: Weniger als ein Drittel der Gründungsinteressierten gründet. Als mögliche Erklärungen werden in Deutschland noch immer das Fehlen einer Gründungskultur, die Angst zu scheitern und die damit einhergehende Stigmatisierung genannt. Hier sollte Entrepreneurship Education ansetzen und neben der Sensibilisierung für Gründungen und dem Vermitteln von Kompetenzen auch den reflektierten Umgang mit Fehlern und dem Scheitern lehren, sowohl auf individueller als auch auf gesellschaftlicher Ebene. Über

eine positive Fehlerkultur in der Gesellschaft könnte Gründungsinteressierten der Weg zur Gründung erleichtert werden.

Wichtig für die zukünftigen Entrepreneurship-Education-Programme ist es auch, vermehrt Wirksamkeitsstudien in die Programme aufzunehmen, um deren langfristige und nachhaltige Effekte überprüfen und eine kontinuierliche Anpassung der Programme (an Zielgruppen, Bedarfe etc.) sicherstellen zu können. Auch haben bisherige Programme häufiger Entrepreneurship (unternehmerisches Denken und Handeln im eigenen Unternehmen) oder Intrapreneurship (unternehmerisches Denken und Handeln im Angestelltenverhältnis) ins Visier der Ausbildung genommen. Der Vollständigkeit halber ist u. a. auch die Unternehmensnachfolge als Teil von Entrepreneurship Education anzudenken und zu berücksichtigen.

Literatur & Links:

Bijedic, T. (2013): Entwicklung unternehmerischer Persönlichkeit im Rahmen einer Entrepreneurship Education. Didaktische Lehr-Lern-Konzeption und empirische Analyse für die Sekundarstufe II. Mering: Rainer Hampp Verlag.

Bjedic, T., Ebbers, I., Halbfas, B. (2019): Entrepreneurship Education. Begriff – Theorie – Verständnis. (Hrsg.) Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.

Daley, J. (2013): Starting A Business. Are Entrepreneurs Born or Made? <https://www.entrepreneur.com/article/228273> (letzter Zugriff: 30.01.20)

Ivanova, M., Michels, J., Mittelstädt, E. (2018): Endbericht Unternehmergeist in die Schulen – aktuelle Trends und Entwicklungen, Nachhaltigkeit der Projekte, Transparenz und Erfolgsindikatoren. Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie. Düsseldorf: Kienbaum Consultants International GmbH & Fachhochschule Südwestfalen.

Sternberg, R., Wallisch, M., Gorynia-Pfeffer, N., von Bloh, J., Baharian A. (2018): Global Entrepreneurship Monitor 2017/2018.

O. V. (o. J.): www.fqf-ev.de (letzter Zugriff: 30.01.20)

O. V. (o. J.): www.unternehmergeist-macht-schule.de (letzter Zugriff: 30.01.20)



ENTREPRENEURSHIP EDUCATION IN DEUTSCHLAND UND EUROPA

Seit dem PISA-Schock 2001 sind die deutschen Kultusbehörden mit Struktur-reformen beschäftigt. Und so verwundert es nicht, dass weder in der Bildungs-politik noch in der bildungsinteressierten Öffentlichkeit in Deutschland die europäischen Initiativen zur Förderung der Entrepreneurship Education aufge-griffen wurden. So hat sich die Europäische Kommission seit 2003 in mehreren Schlüsseldokumenten der Förderung von Unternehmertum (Entrepreneurship) und unternehmerischer Bildung (Entrepreneurship Education) angenommen und mit Bezug zu den Zielen der Europäischen Union kontinuierlich ausge-baut. Das Europäische Parlament hat 2015 eine Resolution zur Förderung von unternehmerischer Bildung bei Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen verabschiedet. Darin werden die EU-Kommission sowie die Mitgliedsländer aufgefordert, die Entwicklung unternehmerischer Fähigkeiten in der Schule politisch und finanziell zu unterstützen. Deutschland hat diesbezüglich noch etwas Aufholbedarf.

Doch was ist unternehmerische Bildung, welche Trends und Entwicklungen gibt es und wie können Projekte zur Förderung unternehmerischer Bildung nach-haltig, transparent und erfolgreich gestaltet werden?



Autor:

Prof. Dr. Dr. h. c. Ewald Mittelstädt leitet das Fachgebiet Entrepreneurship Education an der Fachhochschule Südwestfalen und ist der wissenschaftliche Leiter der Studie „Unternehmergeist in die Schulen“ im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (<https://www.unternehmergeist-macht-schule.de>).
mittelstaedt.ewald@fh-swf.de

Stereotypen hemmen Unternehmergeist

Zunächst muss mit einem zentralen, gesellschaftlich geteilten Stereotyp über Unternehmertum aufgeräumt werden. Dort findet sich Unternehmergeist in der Erzählung über zumeist männliche Helden wieder, die es aufgrund angeborener Charakterzüge einsam und gegen alle Widerstände schaffen, ein Unternehmen aufzubauen. Dieses Stereotyp eignet sich gerade nicht für die Förderung von Unternehmergeist in Bildungseinrichtungen. Es wirkt (unter anderem auf Mädchen) ausgrenzend, verdrängt Verantwortung für die eigene persönliche Entwicklung, negiert das Potenzial von Teamarbeit und reproduziert übersimplifizierende Zerrbilder von Unternehmertum. Zudem wird es dem wissenschaftlichen Stand der Forschung zum Konstrukt „unternehmerisch Denken und Handeln“ nicht gerecht. Das Konstrukt wird als ein Bündel aus Prinzipien, Entscheidungslogiken und Techniken modelliert, das sich jeder zu einem gewissen Grad erschließen kann.

Ist Learning-by-Doing gleich unternehmerische Bildung?

Die nähere wissenschaftliche Betrachtung zeigt, dass Entrepreneurship als das Kreieren von Wertschöpfung, ob durch das Gründen einer innovativen Organisation oder innerhalb einer vorhandenen Organisation verstanden wird. Es bezieht sich nicht nur auf das Individuum, sondern auch auf die unternehmerische Gelegenheit und die Beziehung zwischen Individuum und Gelegenheit in einem Kontext. Zentral für Entrepreneurship ist die Definition als Prozess, durch den Individuen kontextbezogenen Gelegenheiten ergreifen ohne zunächst auf verfügbare Ressourcen zu achten, es findet eine Wertschöpfung (Value Creation) für andere statt. Dies ist nicht auf kommerzielle oder profitorientierte Wertschöpfung limitiert, sondern bezieht gerade auch kulturelle, künstlerische oder soziale Wertschöpfung mit ein. Unternehmerische Bildung wird sehr unterschiedlich definiert. Neben einer sehr engen Abgrenzung, die sich darauf bezieht Schülerinnen und Schüler dazu zu ermutigen sich selbstständig zu machen (Unternehmerinnen und Unternehmer zu werden), kann eine weite Fassung zugrunde gelegt werden. Diese besteht darin, Schülerinnen und Schüler

für alle Lebenslagen zu befähigen kreativer, chancenorientierter, proaktiver und innovativer zu sein (unternehmerisch werden). Die enge Fassung wird regelmäßig mit Bezug auf den volkswirtschaftlichen Nutzen von Unternehmertum begründet und ist daher bildungstheoretisch nicht unumstritten als kompatibel zum Bildungsauftrag

von allgemeinbildenden Schulen zu sehen. Die weite Fassung als Überdehnung des Unternehmerischen birgt die Gefahr von Beliebigkeit unternehmerischer Bildung und führt zu Abgrenzungsproblemen. Ist jedes Learning-by-Doing – wie es auch beim problembasierten oder projektorientierten Lernen bekannt ist – unternehmerische Bildung? Eine Mindestabgrenzung ist im Rückgriff auf wissenschaftliche Entrepreneurship-Definitionen als Learning-by-Creating Value zu sehen.

„The greatest danger in times of turbulence is not the turbulence, it is to act with yesterday's logic.“

Peter Drucker
US-amerikanischer Ökonom

Keine einheitliche Definition von unternehmerischer Bildung

Die Arbeitsgruppe Entrepreneurship Education der Europäischen Kommission hat unternehmerische Bildung wie folgt definiert:

„Entrepreneurship education is about learners developing the skills and mind-set to be able to turn creative ideas into entrepreneurial action. This is a key competence for all learners, supporting personal development, active citizenship, social inclusion and employability. It is relevant across the lifelong learning process, in all disciplines of learning and to all forms of education and training (formal, non-formal and informal) which contribute to an entrepreneurial spirit or behaviour, with or without a commercial objective.“

Die europäische Definition betont unternehmerische Bildung als Erwerb von lebensweltlicher Schlüsselkompetenz in einer weiten Fassung mit unternehmerischem Kern („entrepreneurial action“) und wird in circa der Hälfte der Mitglieds- und assoziierten Länder unmittelbar angewendet, circa ein Drittel der Länder haben nationale Definitionen, die ebenfalls eine weite Fassung aufweisen. In 10 weiteren Ländern, darunter Deutschland, gibt es keine nationalen Strategien beziehungsweise keine einheitliche Definition.

Nicht nur Gründungsneigung steigt durch Entrepreneurship Education

Schülerinnen und Schüler, die an Entrepreneurship Education teilnehmen, zeigen eine wesentlich höhere Gründungsneigung als Kontrollgruppen. Gleichwohl profitieren auch Jugendliche, die sich später nicht selbstständig machen, von unternehmerischer Bildung, da es ihre Teilhabe, zum Beispiel durch Beschäftigungsfähigkeit, steigert und Unternehmen hilft, innovativer zu sein. Neben der Förderung der Gründungsneigung und der sozialen Inklusion ist unternehmerische Bildung auch unmittelbar schulisch von großer Bedeutung. So haben Schülerinnen und Schüler, die an Entrepreneurship Education teilnahmen (im Gegensatz zu Nicht-Teilnehmenden), höhere Aspirationen in Bezug auf ihre Berufs- und Studienorientierung, eine höhere Motivation zur Schule zu gehen und sie engagieren sich stärker an der Schule. Insbesondere Mädchen steigerten ihre unternehmerischen Fähigkeiten und lernten es, besser mit Ungewissheit umzugehen.

Doch worauf kommt es dabei an? Worauf und wie wirksam kann in der Schule Einfluss genommen werden? Einen wesentlichen Beitrag zur Beantwortung leistet die Theory of Planned Behavior. Unternehmergeist in Bezug zur Theory of Planned Behavior modelliert bedeutet, dass sich zunächst eine unternehmerische Haltung (Ich kann/will ...) etabliert, bevor es zu unternehmerischen Absichten (Ich plane ...) und dann zu unternehmerischen Handlungen (Ich bin unternehmerisch ...) kommt. Die unternehmerische Haltung bildet sich durch Selbstwirksamkeit und ein hinreichendes Maß an Wissen, Fähigkeiten und Erfahrungen aus. Daher ist es Aufgabe von Bildungseinrichtungen Lehr-Lern-Arrangements anzu-

bieten, die unternehmerische Aufgaben setzen. Durch die Aufgaben werden Emotionen, Situationen und Aktivitäten angeregt, zum Beispiel Interaktion mit der Außenwelt, Aushalten von Ungewissheit, Teamarbeit, Präsentationen vor anderen. Die Bewältigung dieser Aufgaben und die darin angelegte Überwindung von Hindernissen fördert unternehmerische Kompetenzen und steigert Selbstwirksamkeitsüberzeugungen. Daher steht im Mittelpunkt wirksamer unternehmerischer Bildung die Förderung von Selbstwirksamkeit der Kinder, Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Nur wenn sie daran glauben, dass sie die Welt verändern können, werden sie es auch probieren.

Literatur & Links:

Bandura, A. (1977): Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84: 191–215.

Boyd, N./Vozikis, G. (1994): The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63–77.

EU Kommission (2012): Entrepreneurship Education at School in Europe - National Strategies, Curricula and Learning Outcomes. Brüssel: Eurodyce.

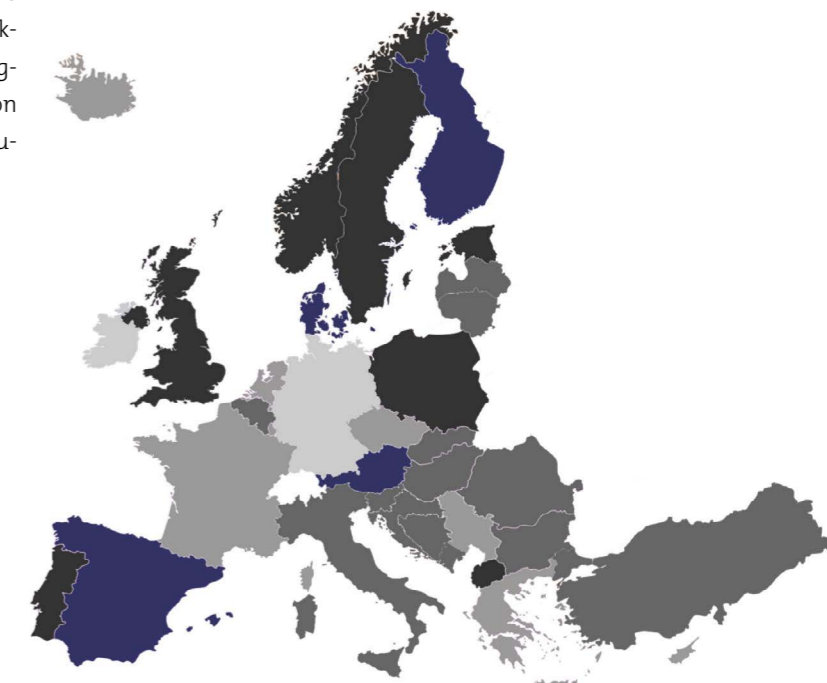
Lackeus, M. (2015): Entrepreneurship in Education – What, Why, When, How. Paris.

Moberg, K. (2014): Assessing the impact of entrepreneurship education: From ABC to PhD, Kopenhagen.



Abb. 1:

Definition von Entrepreneurship als Schlüsselkompetenz in Europa



UNTERNEHMERGEIST IN DIE SCHULEN

EIN INITIATIVKREIS DES BUNDEMINISTERIUMS
FÜR WIRTSCHAFT UND ENERGIE (BMW) FÜR MEHR UNTERNEHMERISCHES DENKEN UND
HANDELN AN SCHULEN

Schule ist heute mehr als ein Ort der puren Wissensvermittlung. Schule sollte im besten Fall auch auf das berufliche Leben nach einem Abschluss vorbereiten und Orientierung bieten. Es geht darum, Schülerinnen und Schülern die Vielfalt des Berufslebens aufzuzeigen und dafür nötige Qualifikationen schon früh zu fördern. Eine der Möglichkeiten ist die Unternehmensgründung und genau hier setzt der Initiativkreis „Unternehmergeist in die Schulen“ an, welcher vom BMW ins Leben gerufen wurde. Mit zahlreichen Projekten und Initiativen bietet dieser vor allem den Lehrverantwortlichen ganz praktische Hilfestellungen, wirtschaftliche Inhalte in den Schulunterricht oder in Arbeitsgruppen zu integrieren. Er bündelt die bundes- und landesweiten Aktivitäten, Initiativen und Projekte, die zur Stärkung von Unternehmergeist und ökonomischem Wissen an Schulen beitragen. Die Initiativen und Projekte befähigen Jugendliche, selbstbewusst und kompetent an der Gestaltung der digitalen Gesellschaft und Arbeitswelt teilzuhaben. Die Projekte fördern kreative

Potenziale bei Schülerinnen und Schülern, unterstützen sie bei der Berufsorientierung und stärken nicht zuletzt Schlüsselqualifikationen wie Eigeninitiative, Team- und Kommunikationsfähigkeit, Problemlösungsverhalten sowie Verantwortungsbewusstsein.

Die Partner des Initiativkreises „Unternehmergeist in die Schulen“ erreichen mit ihren Projekten jährlich rund 40.000 Schülerinnen und Schüler. Insgesamt nahmen an den verschiedenen Unternehmergeist-Projekten seit deren Start etwa 500.000 Schülerinnen und Schüler teil. Neben der Koordinierung des Initiativkreises unterstützt das BMW einzelne Initiativen durch Projektförderungen. Zudem werden in Preisverleihungen der Unternehmergeist-Wettbewerbe – wie dem Deutschen Gründerpreis für Schülerinnen und Schüler und dem JUNIOR-Bundeswettbewerb – regelmäßig die besten Schülerfirmen ausgezeichnet.

www.undernehmergeist-macht-schule.de

Im Initiativkreis arbeiten derzeit folgende Institutionen/Initiativen zusammen:

Bildungswerk der Bayerischen Wirtschaft e. V., www.bbw.de business@school – A BCG INITIATIVE, www.business-at-school.net Deutscher Gründerpreis für Schüler (DGPS), www.dgp-schueler.de Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V. www.dihk.de Die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung (DKJS), www.dkjs.de Ideen machen Schule, www.hans-lindner-stiftung.de JUGEND GRÜNDET, www.jugend-gruendet.de JUNIOR Wirtschaft, www.junior-programme.de Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau Baden-Württemberg mit seiner Landeskampagne Start-up BW, www.startupbw.de/themen/young-talents Netzwerk Berliner Schülerfirmen (NEBS), www.asiq-berlin.de NFTE Deutschland e. V., www.nfte.de SCHULBANKER, www.schulbanker.de Schülergenossenschaften, www.schuelergeno.de TheoPrax, www.theo-prax.de Wissensfabrik, www.wissensfabrik.de

ENTREPRENEURSHIP EDUCATION GANZ PRAKTISCH - VON DER **PROJEKT-SCHÜLERFIRMA** ZUM (RICHTIGEN) **UNTERNEHMEN**

Die Wirtschaftswelt nicht nur theoretisch kennenzulernen, sondern hautnah zu erleben, Dinge auszuprobieren und zu verwirklichen – das ist das erklärte Ziel verschiedener aktueller Entrepreneurship-Education-Projekte. Beispiele für solche Projekte sind sogenannte Planspiel-Wettbewerbe für Schülerinnen und Schüler sowie Auszubildende. Sie sollen ein tieferes Verständnis für ökonomische Zusammenhänge vermitteln und erklären, wie Wirtschaft funktioniert und welchen Einfluss sie auf die Gesellschaft hat. Aber nicht nur das ökonomische Wissen wird durch solche Projekte vertieft, es geht hier vor allem auch um die Förderung der eigenen Persönlichkeitsentwicklung. Durch die Wettbewerbe sollen Selbstbewusstsein, Kreativität und Teamfähigkeit gefördert und zum Umdenken angespornt werden. So werden aus den Jugendlichen mündige Personen.



Ein Beispiel für ein solches Business-Planspiel stellt das Programm JUNIOR der IW JUNIOR gGmbH dar. Vom Institut der deutschen Wirtschaft Köln begründet, haben seit 1994 bereits über 135.000 Schülerinnen und Schüler in Deutschland ihre eigene Schülerfirma gegründet. JUNIOR wird dabei unter anderem durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie und das Institut der deutschen Wirtschaft gefördert. Es gibt vier verschiedene Programme – JUNIOR primo, JUNIOR basic, JUNIOR advanced und JUNIOR expert, die jeweils für unterschiedliche Altersstufen mit entsprechenden Schwierigkeitsstufen konzipiert wurden.

Im Rahmen des JUNIOR-expert-Projekts entstand am Helene-Lange-Gymnasium in Rendsburg die Schülerfirma „meehr“. Die Schülerin Tetiana Prykhodko und ihre Mitschüler Marten Rohwer, Fabian Nissen, Kevin Ledwinka und Nico Hinz besuchen dort die Oberstufe und sind Teil des Teams. „meehr“ stellt Obst- und Brotbeutel aus recycelten Stoffen her. Mit dieser Idee wurden sie als „Bestes JUNIOR Unternehmen Deutschland 2019“ ausgezeichnet und gewannen beim Europawettbewerb in Lille den Social-Entrepreneurship-Preis.

Literatur & Links:

„Unsere Förderer“, JUNIOR gGmbH (2020):

<https://www.junior-programme.de/de/ueber-uns/unsere-foerderer/> (letzter Abruf am 05.02.2020)

„Unsere Junior Programme“, JUNIOR gGmbH (2020):

<https://www.junior-programme.de/de/junior-angebote/junior-schuelerfirmen/> (letzter Abruf am 05.02.2020)

Ihr habt am Entrepreneurship Education-Projekt „IW JUNIOR“ teilgenommen. Worum ging es dabei?

Kevin: In dem Projekt ging es darum, eine eigene Schülerfirma zu gründen, diese zu verwalten und die damit verbundenen Aufgaben untereinander zu verteilen.

Marten: So erhalten junge Menschen wie wir die Möglichkeit, das Unternehmertum schon in der Schule kennenzulernen.

Eure Firma heißt „meehr“ – was sind Eure Produkte und wie vermarktet Ihr diese?

Tetiana: Unser Hauptprodukt ist der Fischernetzbeutel „Helene“, diesen haben wir aus alten Fischernetzen und recycelten Leinenstoffen genäht.

Marten: Unsere Zielgruppe besteht aus umweltbewussten, normal verdienenden Menschen, die keine Einwegverpackungen wie Plastiktüten „meehr“ benutzen möchten. Da wir zwischen den Meeren wohnen, war uns von Anfang an klar, dass wir etwas gegen den Plastikmüll machen wollen. Unsere Produkte vertreiben und vermarkten wir auf unserer Website und über den Online-Shop sowie auf unseren Social-Media-Kanälen.

Wie fühlt es sich an, eine eigene Firma zu gründen? Inspiriert Euch die Schülerfirma dazu, später einmal Vollzeit-Unternehmerin und -Unternehmer zu werden?

Marten: Es fühlt sich gut an, selber etwas zu unternehmen, etwas zu schaffen. So kann man etwas bewegen. Neben dem Schulalltag und der Arbeit zu Hause ist es natürlich zusätzlicher Stress, aber wir sind ein gutes Team und haben bis jetzt alles sehr gut gemeistert.

Nico: Auf jeden Fall! Einige von uns – mich eingeschlossen – sind gerade dabei, aus der Schülerfirma „meehr“ das Startup „meehr“ zu machen. Damit sind wir auf dem besten Weg zum Vollzeitunternehmer.

Fabian: Genau, unser Produkt ist ja super angekommen. Wir werden jetzt den Fokus auf den Fischernetzbeutel legen und versuchen „meehr“-Verkaufsstellen zu finden. Wir haben bereits in dem JUNIOR-Jahr unsere Freizeit für die Firma genutzt und werden dies weiter tun. Allerdings müssen wir uns manchmal von der Schule freistellen lassen, wenn wir einen Termin haben.

Das war eine aufregende Zeit! Was sind die wichtigsten Erkenntnisse und Fähigkeiten, die Ihr aus dem Projekt mitgenommen habt?

Nico: Wir haben alle sehr viel daraus mitgenommen, viel mehr als nur unternehmerische Fähigkeiten und fachliche Kompetenzen im Bereich Wirtschaft erlangt, die weit über unseren Unterricht hinausgehen. Viel wichtiger sind die persönlichen Erfahrungen, die man in diesem Jahr gemacht hat. Unsere Offenheit, das Selbstbewusstsein und vor allem auch Kritikfähigkeit haben sich dadurch deutlich verbessert. Mir hat es nicht nur unglaublich viel Spaß gemacht, in diesem Projekt mitzumachen, es hat mir auch als Person weitergeholfen mich zu entwickeln und zu lernen, mit verschiedensten Situationen umzugehen.

Fabian: Wir haben viel Erfahrungen dahingehend gesammelt, wie man ein eigenes Unternehmen leitet. Dies wird uns zukünftig weiterhelfen.

Hättet Ihr auch ohne die Unterstützung aus dem Projekt eine Schülerfirma – und ja jetzt auch eine „richtige“ Firma – gegründet?

Nico: Nein, ohne die Unterstützung und den Rahmen des JUNIOR-Projekts hätte ich in dieser Phase meines Lebens sicher keine Firma oder Schülerfirma gegründet. Dazu fehlte es an nötigen Anhaltspunkten und einem Leitfaden.

Wäre also Eurer Meinung nach Entrepreneurship Education als Unterrichtsfach oder verpflichtender Projektinhalt der richtige und vor allem ausreichende

Rahmen, um die nötigen Einstellungen und Skills für eine (spätere) Selbstständigkeit zu erwerben?

Nico: Momentan ist EE nicht ausreichend in der Schule vertreten. Vor allem die Projektarbeit in diesem Feld ist sehr nützlich, um notwendige Kenntnisse und Skills zu erarbeiten, jedoch in vielen Schulen nicht Pflicht und oft gar nicht vorhanden. Die Skills für eine Selbstständigkeit werden in der Schule nicht wirklich vermittelt, aber das ist auch nicht unbedingt nötig. Wer sich selbstständig machen möchte, sollte im Klaren darüber sein, dass das Ganze mit viel Arbeit und einem großen Lernprozess verbunden ist. Und Letzterer findet vor allem außerhalb der Schule statt, da es ein sehr individueller ist. Dennoch finde ich, dass die Schule bei der Grundlage für die Selbstständigkeit, also Fragen wie „Was ist das eigentlich?“ und „Wie geht das eigentlich?“, noch deutlich mehr machen müsste, um jungen Leuten eine bessere Grundlage für einen Start ins Unternehmertum geben zu können.

Habt Ihr noch Tipps für andere Schüler?

Marten: Ich rate jedem, der die Chance dazu hat, bei einem Projekt mitzumachen, diese auch zu nutzen, weil man so viel mitnimmt und lernt – auch wenn man nicht unbedingt einen Preis gewinnt.

Kevin: Die wichtigste Sache ist wohl, an seine Idee und sein Team zu glauben.

Tetiana: Einfach machen und ausprobieren, keine Angst davor haben Fehler zu machen, denn dann traut man sich auch später Risiken einzugehen.

Vielen Dank für Eure Antworten!



Von links nach rechts: Kevin Ledwinka, Fabian Nissen, Kira Broll, Michael Früchtenicht, Tanja Prykhodko, Marten Rohwer, Nico Hinz. Alle besuchen die Oberstufe des Helene-Lange-Gymnasiums in Rendsburg und sind Gründer der Schülerfirma „meehr“ (www.meehr.net).

Das Interview führte **Katrin Cremers**. Sie ist Mitarbeiterin im Fachbereich „Gründung“ beim RKW Kompetenzzentrum. cremers@rkw.de

(BERUFLICHE) SELBST- BESTIMMTHEIT FÖRDERN

Wenn es darum geht, junge Menschen gut auf die Arbeitswelt vorzubereiten, sind vor allem die Schulen und Berufsschulen gefragt. In seinem Positionspapier „Schulpolitische Leitlinien 2019“ hat der Deutsche Industrie und Handelskammertag (DIHK) Handlungsfelder entwickelt, um Schülerinnen und Schüler in der Vorbereitung auf ihr Berufsleben besser zu unterstützen. Eine verbesserte ökonomische Grundbildung, der enge Austausch mit der Wirtschaft und die Förderung von unternehmerischem Denken und Handeln – also Entrepreneurship Education – spielen hier eine besondere Rolle. Wir sprachen mit Jana Heiberger und Dr. Marc Evers.



Jana Heiberger ist Referatsleiterin Berufsorientierung, Berufsschule, MINT Förderung im Bereich Ausbildung des Deutschen Industrie- und Handelskammertags. heiberger.jana@dihk.de

Dr. Marc Evers ist Referatsleiter Mittelstand, Existenzgründung, Unternehmensnachfolge im Bereich Wirtschafts- und Finanzpolitik, Mittelstand des Deutschen Industrie- und Handelskammertags. evers.marc@dihk.de

Das Interview führte **Stephanie Kropf**. Sie ist Mitarbeiterin im Fachbereich „Gründung“ beim RKW Kompetenzzentrum. kropf@rkw.de



Frau Heiberger, Herr Dr. Evers, woher kommt für den DIHK der Impuls, sich dem Thema Entrepreneurship Education anzunehmen?

Dr. M. Evers: Eine gute ökonomische Bildung ist eine wichtige Grundlage für die Ausbildung von zukünftigen Fachkräften und die Wettbewerbsfähigkeit unserer Wirtschaft. Neben mündlichem und schriftlichem Ausdrucksvermögen, elementaren Rechenfertigkeiten, digitalen, technischen und sozialen Kompetenzen müssen Schulen jungen Menschen auch Wirtschaftswissen mit auf den Weg geben.

Das gilt für volkswirtschaftliche Zusammenhänge ebenso wie für ökonomische Alltagsentscheidungen. Auch die Perspektive einer Selbstständigkeit, einer Unternehmensgründung und -führung sollte in der Berufsorientierung sowie im Wirtschaftsunterricht stärker berücksichtigt werden. Hierzu können z. B. Unternehmerinnen und Unternehmer in den Unterricht kommen oder Betriebsbesichtigungen genutzt werden. Auch Planspiele und Schülerfirmen können unternehmerische Kompetenzen fördern. Lehrbücher sollten dem Rechnung tragen, ein positives und realistisches Unternehmerbild vermitteln und Lust auf Unternehmertum machen.

Inwiefern ist dabei die Förderung von unternehmerischen Kompetenzen nicht nur für das Gründungsverhalten wichtig, sondern auch für die wirtschaftliche Entwicklung insgesamt?

Dr. M. Evers: Umfragen ergeben immer wieder, dass Jugendliche – und auch Erwachsene – zu wenig über die soziale Marktwirtschaft und ihre Funktionsweise wissen, um fundiert wirtschaftliche Entscheidungen treffen zu können. Dabei ist das Interesse da. Über 70 Prozent der Jugendlichen haben nach eigenen Aussagen in der Schule nur sehr wenig über Wirtschaft gelernt. Über 80 Prozent wünschen sich hierüber mehr Informationen, wie die Jugendstudie 2018 des Bundesverbands deutscher Banken gezeigt hat. Hier schlummert noch viel Potenzial für Unternehmertum, Innovation und Wachstum. Und gerade in Zeiten von Digitalisierung, Klimadebatte und steigenden wirtschaftlichen Unsicherheiten brauchen wir findige unternehmerische Ideen.

Welche Fähigkeiten kann Entrepreneurship Education Ihrer Meinung nach dabei besonders fördern – auch in Hinsicht auf spätere Fachkräfte und Angestellte?

J. Heiberger: Entrepreneurship Education zielt nicht nur auf die Perspektive einer unternehmerischen Selbstständigkeit ab, sondern auch auf die Förderung einer beruflichen Selbstbestimmtheit von zukünftigen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern. Unternehmerisches Denken und Handeln ist auch bei sogenannten Intrapreneuren, also Unternehmerinnen und Unternehmern im Unternehmen gefragt.

Praxisorientiertes Lernen und die Entwicklung handlungsorientierter Kompetenzen wie Kreativität, Problemlösungsfähigkeit und Eigeninitiative spielen dabei eine Schlüsselrolle. In Form von Projektarbeiten können Schülerinnen und Schüler eigenständig Ideen entwickeln und praktisch umsetzen, die zur Lösung wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Problemstellungen beitragen. Dies schult auch wichtige Zukunftskompetenzen für die Ausbildungsreife und Arbeitsmarktfähigkeit.

Durch Entrepreneurship Education setzen sich Jugendliche oft erstmalig mit dem Thema Unternehmertum auseinander und lernen ökonomische Handlungskompetenz. Leider kommt der Wirtschaftsunterricht in der Schule jedoch oft zu kurz. Ökonomische Bildung wird entweder in den Wahlpflichtbereich abgedrängt oder im Verbund mit anderen Fächern unterrichtet, wo sie eine untergeordnete Rolle spielt. Die unternehmerische Perspektive, also Wirtschaft nicht nur als Konsumierende und Beschäftigte zu betrachten, fehlt in der Schule nahezu komplett – es sei denn, es gibt zufällig eine Schülerfirma, in der aber immer nur einige wenige Schülerinnen und Schüler unternehmerisch aktiv sind.

Sehen Sie da Unterschiede in der Wirksamkeit bei Mädchen und Jungen bzw. jungen Frauen und Männern?

J. Heiberger: Viele Jugendliche wählen nach wie vor klassische Ausbildungsberufe oder folgen Geschlechterklischees und schränken damit ihre Berufswahl ein. Die Top-Ausbildungsberufe bei Jungen sind seit Jahren Kraftfahrzeugmechatroniker, Elektroniker, Fachinformatiker oder Anlagenmechaniker für Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik. Bei den Mädchen stehen die Kauffrau für Büromanagement, Medizinische Fachangestellte, Kauffrau im Einzelhandel und Friseurin hoch im Kurs. Vor allem bei den fast 100 Berufsbildern der insgesamt 325 Ausbildungsberufe in den Themenfeldern Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik, den sogenannten MINT-Berufen, gibt es einen Gender-Gap. Der Frauenanteil an den Beschäftigten in MINT-Berufen steigt zwar langsam, ist mit 15,4 Prozent jedoch immer noch deutlich unterdurchschnittlich.

Der DIHK engagiert sich daher in der Initiative Klischeefrei für eine Berufsorientierung frei von Geschlechterstereotypen und die 79 Industrie- und Handelskammern sind bundesweit in rund 250 Projekten der Berufsorientierung aktiv.

Dr. M. Evers: Bei der Unternehmensgründung zeigt sich ein ähnliches Bild. Der Anteil der Frauen an denjenigen, die ein Unternehmen im Vollerwerb gründen, oszilliert seit Jahren um die 30 Prozent. Dabei gibt es hier eine Menge Potenzial. Das zeigen die Erfahrungen der Industrie- und Handelskammern. Immerhin sind 43 Prozent der Gründungsinteressierten bei IHK-Seminaren weiblich, bei den Einstiegsgesprächen sind es sogar 44 Prozent. Über die Jahre ist der Anteil der Gründerinnen kontinuierlich gestiegen. In der IHK-Beratung berichten gerade Frauen von Schwierigkeiten, unternehmerische Selbstständigkeit und Familie zu vereinbaren, wie unser DIHK-Gründerreport 2019 zeigt.

Vielen Dank für das Gespräch, Frau Heiberger, vielen Dank, Herr Dr. Evers!



Wir haben einige Lehrkräfte, Schülerinnen und Schüler zur aktuellen Situation von Entrepreneurship Education im Schulalltag befragt.

Welchen Stellenwert hat das Thema momentan an Schulen in Deutschland? Welche Projekte werden wie im Unterricht umgesetzt? Welche Erfahrungen konnten die Jugendlichen dabei machen?

Die Antworten geben einen kleinen Überblick!

ENTREPRENEURSHIP EDUCATION IM SCHULALLTAG!

Daniel Schroth, Lehramtsanwärter an der Gemeinschaftsschule Frickenhausen und Lehrbeauftragter an der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg



Herr Schroth, Sie setzen bereits Entrepreneurship-Education-Projekte um, wie wird das in Ihrem Schulumfeld angenommen?

Wir bekommen nur positive Rückmeldungen! Die Schülerinnen und Schüler, die bei uns das Projekt ‚Social Entrepreneurship Education‘ (SEEd) besucht haben, waren begeistert. Diese Rückmeldung kommt so auch von den Eltern. Wenn Lehrkräfte sehen, dass Schülerinnen und Schüler im und am Unterricht Spaß haben, ist das für alle eine Bereicherung, so auch an unserer Schule. Aus diesem Grund gehen die Lehrkräfte sehr positiv mit dem Thema um. Dies ist nicht zuletzt den Programmen und ausgearbeiteten Materialien geschuldet, die von externen Bildungsträgern entwickelt wurden.

Wie gut lässt sich dieses Thema im bestehenden Unterrichtsplan integrieren?

Bis jetzt ist das Thema noch nicht im regulären Unterricht in Baden Württemberg angekommen, da Entrepreneurship Education erst in der zehnten Klasse angesiedelt ist und erst im nächsten Schuljahr mit dem Bildungsplan von 2016 startet. Im alten Bildungsplan war das Thema nicht im Fokus, wobei viele Schulen das Thema durch Schülerfirmen schon seit längerem in AGs im Angebot haben. Entrepreneurship Education wird von uns an der Schule aber als wichtig erachtet, deshalb haben wir bereits SEEd zu uns an die Schule geholt und gemeinsam ein Projekt umgesetzt.

Schülerin der 8. Klasse an der Gemeinschaftsschule Frickenhausen

Warum ist es Deiner Meinung nach wichtig, sich schon in der Schule mit dem Thema zu beschäftigen?

Welche Skills hast Du persönlich durch das Entrepreneurship-Education-Projekt mitgenommen?



Ich habe definitiv meine Fähigkeiten im Planen verbessert. Wir haben gelernt, wie man Abläufe strukturiert und umsetzen kann. Natürlich haben wir auch gelernt, wie man eine Geschäftsidee entwickelt und diese schlussendlich auch gut präsentiert.

Für mich hat Entrepreneurship Education eine Bedeutung für die Zukunft. Gerade mit Blick auf spätere berufliche Möglichkeiten ist es wichtig, sich mit dem Thema Geschäftsideen und deren Umsetzung zu beschäftigen.

Hatte das auch Einfluss auf Deinen Berufswunsch?

Den Wunsch, Innenarchitektin zu werden, hatte ich schon davor. Aber innerhalb des Projekts konnte ich schon weiter an diesem Wunsch arbeiten. Ich habe ein Plakat für einen Pitch entworfen. Dabei habe ich festgestellt, dass ich sehr gerne kreativ arbeite.



TIPP: Die Interviews in kompletter Länge finden Sie online unter www.rkw.link/unternehmergeisterleben

Die Fragen stellte **Rabena Ahluwalia**. Sie ist Mitarbeiterin im Fachbereich „Gründung“ beim RKW Kompetenzzentrum. ahluwalia@rkw.de



Jürgen Frentz, Studienrat an einer Gemeinschaftsschule und akademischer Mitarbeiter am Institut für Ökonomische Bildung und ihre Didaktik an der Pädagogischen Hochschule Karlsruhe

Herr Frentz, was meinen Sie, welchen Stellenwert hat Entrepreneurship Education momentan an Schulen?

Das Thema wird in der Schule dahingehend stiefmütterlich behandelt, als dass es von den meisten Lehrkräften sowie Schülerinnen und Schülern nicht als explizites Fach benannt werden kann. Es gibt Entrepreneurship Education sehr wohl im Zuge von Gründungen von Schülerfirmen oder aber bei den zu absolvierenden Praktika in Unternehmen, jedoch erfüllt dies das Konzept nur in kleinem Umfang.

In Baden-Württemberg wurde durch die Institutionalisierung des Schulfachs Wirtschaft in „Wirtschaft, Studien- und Berufsorientierung“ (WBS) durch den

Bildungsplan 2016 auf Schulebene bereits eine wichtige Basis geschaffen. Ich sehe Entrepreneurship Education als interdisziplinär an, wodurch es sich anbietet, in der Schule fächerübergreifend zu unterrichten, z. B. WBS und Mathematik bei Umsatzkalkulationen, WBS und Gemeinschaftskunde beim Erklären gesellschaftlicher Einstellungen auf die Unternehmenskultur oder WBS und Geografie bezüglich Unternehmen auf globalen Märkten.

Ich denke, dass die Entrepreneurship Education insgesamt noch keinen hohen Stellenwert an Schulen einnimmt, vielleicht auch, weil WBS nach wie vor von vielen Lehrkräften fachfremd unterrichtet wird – darin liegt auch mein Hauptkritikpunkt. Um einer effektiven und effizienten Vermittlung der Entrepreneurship Education in der Schule gerecht zu werden, benötigen im Dienst stehende Lehrkräfte vor allem mehr Unterstützung und mehr Angebote im Bereich der Fort- und Weiterbildung.



Levana Kliner, Oberstudienrätin und Fachbetreuerin der wirtschaftswissenschaftlichen Fächer sowie Koordinatorin der Beruflichen Orientierung am St. Marien-Gymnasium Regensburg

Frau Kliner, wie sieht die Umsetzung bei Ihnen an der Schule in Regensburg aus?

Am St. Marien-Gymnasium, einem Mädchengymnasium mit starkem Wirtschaftszweig, legen wir besonderen Wert darauf, dass unsere Schülerinnen das in der Schule erworbene theoretische Wissen mit der Praxis abgleichen können. Regelmäßige Betriebsrundfahrten und Expertenbesuche, vor allem auch der Kontakt mit Unternehmerinnen als weiblichen Rollen Vorbildern, bieten unseren Schülerinnen die Chance, ins Gespräch zu kommen und Informationen aus erster Hand zu bekommen. Ein Highlight war in diesem Zusammenhang die Gründerinnenwoche, eine Woche mit zahlreichen Veranstaltungen in und außerhalb der Schule zu dem Thema. Es finden zum Beispiel regelmäßig Workshops zum unternehmerischen

Denken statt: In diesem Schuljahr der 3-stündige Workshop „In 7 Schritten zum Unternehmerischen Denken“ des RKW Kompetenzzentrums in der achten Jahrgangsstufe oder der zweitägige Unternehmensplanspielworkshop „TOPSIM“ mit Computersimulation des Marktgeschehens der Hans Linder Stiftung für die neunte Jahrgangsstufe.

Was sagen Ihre Schülerinnen zum Entrepreneurship-Education-Angebot?

Die Schülerinnen sind immer wieder voll konzentriert bei der Sache und das Feedback ist entsprechend durchweg positiv: „Das hat richtig Spaß gemacht!“, „Da lernen wir wenigstens was, was wir später mal brauchen können“ oder: „Jetzt kapiere ich, worauf es ankommt, um als Unternehmerin am Markt bestehen zu bleiben“, sind typische Rückmeldungen. Am schönsten ist es, wenn Schülerinnen durch ihr eigenes Denken und Tun auf Fragestellungen kommen, bei denen wir ihnen als Lehrkraft mit entsprechendem Fachwissen und durch die Herstellung von Kontakten zu „echten Unternehmen“ weiterhelfen können.



Frank Wagner, Lehrer für Wirtschaft und Informatik an den Beruflichen Schulen Bebra

Herr Wagner, wie wird Entrepreneurship Education Ihrer Meinung nach in der Schullandschaft wahrgenommen?

Ich beobachte und begleite die Umsetzung des Themas Entrepreneurship Education auf (berufs-)schulischer Ebene mittlerweile seit 13 Jahren und habe in dieser Zeit eine deutliche Veränderung wahrgenommen. In den Anfängen war es eher ein Exotenthema und ich war fast alleine auf weiter Flur. Mittlerweile gibt es mehrere schulische Wettbewerbe zu diesem Themenfeld, und auch die neuen Fernsehformate schaffen Aufmerksamkeit, Lehrstühle an Universitäten bringen das Thema in die (Berufsschul-)Lehramtsausbildung und nicht zuletzt unterstützen verschiedene Initiativen z. B. www.unternehmergeist-macht-schule.de oder Interessenverbände, wie Wirtschaftsjuvenoren oder der Bundesverband Mittelständische Wirtschaft, bei der konkreten Umsetzung des Themas.

Wie integrieren Sie das Thema in die schulische Praxis?

In unserer 12. Klasse der Fachoberschule, Fachrichtung Wirtschaft und Verwaltung, lassen sich durch das Fach „Unternehmensgründung“ nahezu idealtypisch Theorie und Praxis verbinden: Die Schülerinnen und Schüler können z. B. im Rahmen des Planspiels www.jugendgründet.de ihr erlerntes Wissen in einer realitätsnahen Umgebung anwenden. Im Beruflichen Gymnasium, Fachrichtung Wirtschaft, kann dies nur in zusätzlichen AGs stattfinden, das erfordert einen hohen persönlichen Einsatz von den interessierten Schülerinnen und Schülern. In diesem Rahmen lassen sich aber Veranstaltungen, wie der „Unternehmergeist-Tag“ vom RKW Kompetenzzentrum, gut integrieren.

Welches Feedback erhalten Sie?

Trotz der zeitlich hohen Mehrbelastung durch solche Projekte erhalte ich ein sehr gutes Feedback. Durch die intensive Zusammenarbeit und Lernbegleitung weit über die gemeinsame Unterrichtszeit hinaus und die damit veränderte Rolle als Lehrkraft werde ich auch anders wahrgenommen und wertgeschätzt. Die Eltern sind in der Regel sehr beeindruckt, welche Leistungen ihre Kinder vollbringen können und wie sie an den erlebten Erfolgen wachsen.

Lukas Brostmeyer, Theophil Richter, Niklas Rummel und Tim Habermann, Schüler an den Beruflichen Schulen Bebra und Team „Shary Global GmbH“ beim diesjährigen „Jugend gründet“-Wettbewerb

Warum ist es wichtig, sich schon in der Schule mit Entrepreneurship Education zu beschäftigen?

Unserer Meinung nach ist es sehr wichtig sich mit dem Thema schon frühzeitig zu beschäftigen, um sich mit dem komplexen Vorgang der Firmengründung bereits im schulischen Umfeld vertraut zu machen. Entrepreneurship Education hilft uns Schülern außerdem auch in anderen Unterrichtsstunden wie z. B. Wirtschaftslehre oder Rechnungswesen zu einem tieferen Verständnis der dort behandelten Themen. Entrepreneurship Education ist oft die praktische Anwendung des theoretisch Erlernten in Planspielen oder Wettbewerben als Ergänzung zum Unterricht.

Was habt Ihr aus den Erfahrungen mit Entrepreneurship Education gelernt?

Ganz direkt haben wir in unserem Fach Unternehmensgründung die schwierige Suche nach einer Produktidee und dann die Erstellung und Ausarbeitung des dazugehörigen Businessplans kennengelernt. Da wir immer auch Quellen für unsere Aussagen angeben mussten, haben wir auch schon erste Grundlagen für wissenschaftliches Arbeiten erlernt. Und nicht zuletzt ist das eigenverantwortliche Anpacken großer Projekte sowie die Präsentation der ausgearbeiteten Idee zu nennen.



WIE ENTREPRENEURSHIP EDUCATION DIE BILDUNG DER ZUKUNFT GESTALTET

Wir schreiben das Jahr 2020 – den Beginn eines neuen Jahrzehnts. Die Welt befindet sich im Wandel: Zeit darüber nachzudenken, wie wir junge Menschen befähigen können, ihre Talente und Fähigkeiten bei Zukunftsthemen einzubringen – der Design-Thinking-Ansatz und das Bildungsfeld Entrepreneurship Education liefern mögliche Ideen. Ein Diskussionsbeitrag.

Die Welt im Wandel

Wenn wir in die Zeitung blicken, dokumentiert diese den kontinuierlichen Wandel: Globalisierung, Digitalisierung, Künstliche Intelligenz, Energiewende, Verkehrswende und Klimawende – um exemplarisch wegweisende Entwicklungen herauszugreifen. Große Aufgaben, die es zu lösen gilt. Der Wandel bedingt auch, dass Wissen und bewährte Lösungsansätze schneller obsolet werden.

In Deutschland wurden im Schuljahr 2019/2020 insgesamt 733.000 Kinder eingeschult (Destatis 2019). Die Kinder, die heute eingeschult werden, gehen voraussichtlich im Jahr 2080 in Rente. Bis dahin verbringen sie im aktuellen System 10.000 Stunden in der Schule. Welche Bildung werden sie für ihr (Berufs-)Leben brauchen? Was müssen sie wissen und was müssen sie können? Die Anforderungen der zukünftigen Lebens-

und Arbeitswelt verlangen nach kreativen Problemlösern, die dem Wandel optimistisch begegnen und die sich bietenden Chancen in wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Hinsicht nutzen. Um die Zukunft aktiv gestalten zu können, sind u. a. die Fähigkeit innovativ zu denken und eigene Ideen umzusetzen elementar.

Entrepreneurship Education – Schlüssel zu innovativem Denken

Bezogen auf Schulen und Hochschulen stellt sich nun die Frage, wie die oben beschriebenen Fähigkeiten vermittelt werden können? Hier kann „Entrepreneurship Education“ einen entscheidenden Beitrag leisten. Damit sind – im weiten Definitionsverständnis – Lernformen gemeint, durch die eine proaktive Handlungs- und Denkweise, ökonomisches Wissen sowie Innovationsmethoden zur Entwicklung von tragfähigen Ideen im wirtschaftlichen oder gesellschaftlichen Kontext



Autorin und Autor:

Hannah Laura Schneider bearbeitet das Thema Entrepreneurship Education an der Hochschule der Medien in Stuttgart. schneiderh@hdm-stuttgart.de

Armin Baharian ist Mitarbeiter im Fachbereich „Gründung“ beim RKW Kompetenzzentrum. baharian@rkw.de

	Konventionelle Bildung		Bildung der Zukunft
Die Frage	Was ist?	➔	Wie könnte es sein?
Die Zukunft	Die Zukunft ist berechenbar	➔	Die Zukunft ist ungewiss
Probleme	Definierbar, lösbar	➔	Komplex, wicked
Denkmodus	Rational, linear, kausal	➔	Human-Centred, iterativ, effectual
Pädagogik	Wissensbasiert, Schülerinnen und Schüler als passive Rezipienten von Wissen	➔	Erfahrungsbasiert, Schülerinnen und Schüler als aktive Gestalter von Wissen

Basierend auf Nielsen/Stovang, 2015; Henricksen et al. (2017)

vermittelt werden. Bereits vor mehr als zehn Jahren hat die Europäische Kommission die unternehmerische Kompetenz als eine von acht Schlüsselkompetenzen für das 21. Jahrhundert definiert: „Unternehmerische Kompetenz ist die Fähigkeit Ideen in die Tat umzusetzen“. Dabei werden auch wichtige Persönlichkeitsfähigkeiten wie Kreativität, Kommunikationsfähigkeit, Präsentationsfähigkeit, Teamfähigkeit, Analysefähigkeit, Beharrlichkeit, Selbstwirksamkeit sowie Mut und Selbstvertrauen trainiert.






Neue Ansätze in der Entrepreneurship Education liefern weitere interessante Anknüpfungspunkte. Unter dem Titel „Value-Creation Pedagogy“ entwickelte der schwedische Wissenschaftler Martin Lackeus basierend auf seiner Forschung zu Entrepreneurship Education eine neue Bildungsphilosophie, die den Ansatz des Lernens durch Wertschöpfung in den Fokus rückt. Ziel ist es, Lernen relevanter zu machen, indem Schülerinnen, Schüler und Studierende lernen, einen Wert für andere zu schaffen. Die Frage, die sich für sie stellt, ist also nicht nur „Was ist?“ (Beschreibung, Erkenntnis eines Zustands) sondern „Wie könnte es sein?“ (Vorstellung, Gestaltung eines Zustands).

Im Grunde leistet der Ansatz damit einen Beitrag, in allen Schulfächern und Studiengängen nicht nur darüber nachzudenken, „was“ wir vermitteln, sondern „wie“ sich dies verwendbar machen lässt. Da Wissen – wie eingangs beschrieben – in einer „Welt im Wandel“ immer kürzer aktuell bleibt, ist die Ergänzung der Handlungs- und Anwendungsebene sowie die Förderung nicht-kognitiver Fähigkeiten in der Bildung aus unserer Sicht elementar. Um diese Handlungsebene in der Praxis umzusetzen, liefert der Design-Thinking-Ansatz wichtige Ideen. Schülerinnen und Schüler sowie Studierende lernen, selbst systematisch innovative Lösungen für komplexe Probleme zu erarbeiten. Sie explorieren und identifizieren ein relevantes Problem, entwickeln eigene Ideen und setzen diese direkt in Prototypen um – siehe Infokasten Design Thinking.

Der Design-Thinking-Ansatz in der Entrepreneurship Education unterstützt dadurch die Förderung einer unternehmerischen Einstellung: sich selbst als aktive Gestaltende wahrzunehmen, Probleme als Chancen zu erkennen und mit Freude am Machen einen Wert und einen Beitrag für die Gesellschaft zu leisten – dies sind nicht nur Ziele des Design Thinking oder der Entrepreneurship Education, sondern einer Bildung von morgen.

Was ist Design Thinking?

Im Kern beschreibt Design Thinking einen kreativen Problemlösungsansatz, der hilft innovative Lösungen zu entwickeln. Der Begriff Design Thinking umfasst dabei ein Methoden-Set, einen Denkansatz und einen Prozess (Hassi & Laakso, 2011). Dabei stehen die Bedürfnisse der Nutzerinnen und Nutzer im Fokus des Innovationsansatzes. Design Thinking beschreibt damit einen Ansatz, der sich aus dem Toolkoffer von Designern bedient – und somit dabei hilft anhand eines iterativen Prozesses, gemeinschaftlich in einem kollaborativen Team, kreative und innovative Lösungsideen für komplexe Probleme auf systematische Art und Weise zu erarbeiten. Die wichtigsten Prinzipien des Design Thinking im Überblick:

-  1. Macher-Denke + Experimentierfreude
-  2. Kollaborative + interdisziplinäre Teamarbeit
-  3. Vertrauen in den kreativen Prozess
-  4. Empathie + Nutzerorientierung
-  5. Iteratives Vorgehen + positive Fehlerkultur

Ist eine ungewisse Zukunft denn wirklich schlimm?

Wie die Bildung von morgen schon heute funktioniert, beweisen innovative Schulen, die vorausdenken. Wie die Dorfschule in Wütoschingen, die jüngst von der Robert Bosch Stiftung mit dem „Deutschen Schulpreis“ ausgezeichnet wurde. Der Rektor der Schule zeigt, wie die Prinzipien in der Praxis umgesetzt werden können: Wände wurden herausgerissen, eine neue Raumatmosphäre geschaffen – Lehrende sind hier Lernbegleitende, Jahrgangsklassen werden durchgemischt, die Schülerinnen und Schüler lernen selbstständig – voneinander. Durch vielfältige Maßnahmen ist hier ein innovativer Lernraum entstanden, indem sich die Schülerinnen und Schüler „ohne Angst auf eine ungewisse Zukunft einlassen können“, so heißt es in der Laudatio. Da ist sie also wieder – die ungewisse Zukunft. Aber ist das denn so schlimm? Wenn Schülerinnen und Schüler lernen, ihre Zukunft aktiv selbst zu gestalten, können sie ihre Zukunft selbst erfinden. Design Thinking und Entrepreneurship Education liefern hierfür Impulse für eine neue Lehr- und Lernkultur für die Bildung des 21. Jahrhunderts.

Was denken Sie? – Mailen Sie uns Ihre Gedanken zu unserem Artikel!

Literatur & Links:

- Bijedić, T. (2013):** Entwicklung unternehmerischer Persönlichkeit im Rahmen einer Entrepreneurship Education – Didaktische Lehr-Lern-Konzeption und empirische Analyse für die Sekundarstufe II, Mering: Rainer Hampp Verlag.
- Bosch Stiftung (2019):** Der Deutsche Schulpreis – Die Preisträger 2019: https://www.bosch-stiftung.de/sites/default/files/publications/pdf/2019-07/Deutscher_Schulpreis_Broschuere_2019.pdf
- Europäische Kommission (2005):** Empfehlung des Europäischen Parlaments und Rates zu Schlüsselkompetenzen für lebenslanges Lernen, in: Amtsblatt L394. [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2004_2009/documents/com/com_com\(2005\)0548_/com_com\(2005\)0548_de.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2004_2009/documents/com/com_com(2005)0548_/com_com(2005)0548_de.pdf)
- Hassi, L., Laakso, M. (2011):** Conceptions of Design Thinking in Design and Management Discourses, 10.
- Henricksen, D., Richardson, C., Metha, R. (2017):** Design thinking: A creative approach to educational problems of practice.
- Lackeus, M., Lundqvist, M. (2013):** How can Entrepreneurship Bridge Between Traditional and Progressive Education?: http://publications.lib.chalmers.se/records/fulltext/175433/local_175433.pdf
- Nielsen, S., Stovang, P. (2015):** DesUni: university entrepreneurship education through design thinking.



**EINE IDEE
AUSPROBIEREN UND ZU
ENDE DENKEN**

Die Förderung von unternehmerischen Kompetenzen qualifiziert nicht nur für die Gründung eines Startups oder die Übernahme eines bestehenden Unternehmens. Sie stärkt darüber hinaus vor allem auch Selbstbewusstsein sowie Durchhaltevermögen und bereitet Studierende damit optimal auf ihr späteres Berufsleben vor. Die beiden Rheingauer Hochschulen Geisenheim University und EBS Universität für Wirtschaft und Recht wollen den Unternehmergeist ihrer Studierenden künftig gemeinsam stärken und mit dem entstehenden Gründungszentrum Rheingau einen Ort für die Entwicklung und Umsetzung neuer Idee schaffen.

Über die Bedeutung von Entrepreneurship Education und das gemeinsame Vorhaben sprachen wir mit Frau Dr. Elena Siebrecht von der Hochschule Geisenheim University.



Dr. Elena Siebrecht ist Wissenstransfermanagerin an der Hochschule Geisenheim University (HGU).
elena.siebrecht@hs-gm.de

Die Fragen stellte **Stephanie Kropf**. Sie ist Mitarbeiterin im Fachbereich „Gründung“ beim
RKW Kompetenzzentrum. kropf@rkw.de



Frau Dr. Siebrecht, die Hochschule Geisenheim University (HGU) hat sich gemeinsam mit der EBS Universität für Wirtschaft und Recht das Ziel gesetzt, das Thema Unternehmertum stärker an die Studierenden heranzutragen.

Wie sieht das in der Praxis aus?

Wir möchten einen gemeinsamen Raum schaffen, in dem sich die Studierenden und Mitarbeitenden beider Hochschulen intensiv dem Thema Gründen widmen können – ein Gründungszentrum. Die EBS und die HGU sind ähnlich klein, ähnlich international ausgerichtet und liegen nur acht Kilometer voneinander entfernt. Als großen Vorteil sehen wir die komplementären Schwerpunkte: zum einen den naturwissenschaftlichen Schwerpunkt entlang der gesamten Wertschöpfungskette der Spezialkulturen im Wein- und Gartenbau und insbesondere deren betriebswirtschaftliche Aspekte, sowie die Landschaftsplanung an der HGU und zum anderen die Entrepreneurship-, BWL- und Jura-Spezialisierung der EBS. Sie bilden unserer Meinung nach einen besonders fruchtbaren Nährboden für innovative Geschäftsideen. Neues entsteht oftmals in der Mitte mehrerer Disziplinen. Ein weiterer Vorteil ist die enge Kooperation mit der Hochschulstadt Geisen-

heim, der Rheingauer Volksbank sowie den regionalen Unternehmen. Denn das Gründungszentrum soll ein Ort sein, an dem erfahrene Unternehmen auf gründungsinteressierte „Beginner“ treffen. Das Ziel ist also, gemeinsam mit erfahrenen Leuten aus der Praxis qualifizierende Angebote zu schaffen sowie einen Raum zu kreieren, der Verbindungen knüpft und Wege aufzeigt. Mit der Förderzusage des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi) im Rahmen des Programms EXIST-Potentiale bietet sich uns jetzt die Möglichkeit, das geplante Vorhaben mit enormem Rückenwind aufzubauen. Darüber freuen wir uns außerordentlich.

Durch Ihre Arbeit an der Hochschule stehen Sie in regem Austausch mit den Studierenden. Ist das Thema Unternehmertum denn überhaupt etwas, das die Studierenden neben der wissenschaftlichen Laufbahn auf dem Schirm haben?

Das war natürlich genau die Frage, die wir uns anfangs auch gestellt haben. Im Rahmen der Konzeptphase des Förderprogramms EXIST-Potentiale haben wir Mittel des BMWi, unter anderem für eine Zielgruppenanalyse, erhalten. Das zentrale Ergebnis der Studie war, dass beide Hochschulen über ein hohes Gründungspotenzial verfügen, welches aber bislang weder systematisch erhoben, unterstützt oder auch nur annähernd ausgeschöpft wurde. Knapp die Hälfte (47 Prozent) der Befragten hatte bereits eine konkrete Gründungsidee, ein weiteres Drittel (33 Prozent) erste Ansätze für eine Idee. Bemerkenswert ist auch, dass 10 Prozent der aktuellen HGU-Studierenden und rund 14 Prozent der aktuellen EBS-Studierenden, die an der Studie teilgenommen haben, bereits gegründet haben. Insgesamt bewerteten die Befragten die Planung eines gemeinsamen

Gründungszentrums extrem positiv (4,4 von 5 Punkten). Beflügelt von diesen Ergebnissen haben wir uns dann an die Ausgestaltung des Konzepts gemacht.

Wo sehen Sie den größten Unterstützungsbedarf? Mangelt es den Studierenden da eher an Mut, an ausreichend Informationen über den Schritt in die Selbstständigkeit oder an speziellen Fähigkeiten?

Auch dies war Thema der oben genannten Studie. Neben einer klassischen Umfrage haben wir zwei Workshops mit Studierenden und Unternehmen realisiert. Basis-Know-how zu erhalten und sich mit erfahrenen Gründerinnen, Gründern sowie Mentorinnen und Mentoren auszutauschen, waren zentrale Bedürfnisse der Teilnehmenden. Auch der enge Austausch mit Aktiven aus dem gesamten Startup-Ökosystem und regelmäßige Veranstaltungen mit Netzwerkcharakter zum Thema Gründung werden gewünscht. All das werden wir zukünftig anbieten.

Sie wollen also bei den Studierenden mehr Unternehmergeist wecken, warum ist Ihnen das wichtig?

Unternehmergeist stärkt zunächst einmal das Selbstbewusstsein der Studierenden, weil sie zusätzliche Qualifikationen erhalten können. Und größer gedacht macht Unternehmergeist auch den Studienstandort sowie die Region zusätzlich attraktiv. Und ganz besonders wichtig ist uns, dass die HGU sich weiterentwickelt und zeitgemäße Angebote schafft. Dies ermöglicht es uns, im nationalen und internationalen Kontext im Bereich Wissenstransfer sichtbarer zu werden. Denn Entrepreneurship ist eine relevante Komponente des Wissenstransfers. Ein stetiger Austausch mit den Kolleginnen und Kollegen anderer Hochschulen ist für uns dabei von zentraler Bedeutung, um

besser zu werden und unser Vorhaben langfristig zu implementieren.

Und wie profitieren die Studierenden von Entrepreneurship Education?

Auf sehr vielfältige Weise. Zum einen soll Entrepreneurship Education es ermöglichen, eine Idee auszuprobieren und zu Ende zu denken. Aber Entrepreneurship Education soll nicht nur innovative Startups ermöglichen, sondern auch die Studierenden qualifizieren, innerhalb von bestehenden Unternehmen selbstbewusster zu wirken – als Intrapreneure. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Unternehmensübernahme und die damit einhergehende Neuausrichtung von Betrieben. Die Studierenden der HGU stehen oft vor dieser Herausforderung. Auch dahingehend kann Entrepreneurship Education neben den Studienangeboten zusätzlich qualifizieren und Unterstützung bieten.

Wir haben mit vielen potenziellen Gründerinnen und Gründern, Startups sowie erfahrenen gründungsunterstützenden Initiativen gesprochen. Unsere zentrale Erkenntnis ist, dass sobald eine Plattform mit Angeboten erst einmal zur Verfügung steht, diese auch genutzt wird. Im Umkehrschluss kann man davon ausgehen, dass das Sensibilisieren und Motivieren von Personen mit Gründungspotenzial scheitern, wenn kein Angebot da ist. Wir sind daher sehr optimistisch, dass das Unterstützungsangebot den Gründergeist aufweckt – und noch wichtiger – am Leben erhält. Daher möchten wir Entrepreneurship Education in unserer Region verankern und auch das Durchhaltevermögen von Gründungsteams stärken, denn der Gegenwind wird kommen.

Vielen Dank für das Interview, Frau Dr. Siebrecht.



Mit der Förderzusage des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi) im Rahmen des Programms EXIST-Potentiale bietet sich uns jetzt die Möglichkeit, das geplante Vorhaben mit enormem Rückenwind aufzubauen. Darüber freuen wir uns außerordentlich.



Unternehmergeist stärkt zunächst einmal das Selbstbewusstsein der Studierenden, weil sie zusätzliche Qualifikationen erhalten können. Und größer gedacht macht Unternehmergeist auch den Studienstandort sowie die Region zusätzlich attraktiv.



UNTERNEHMENSNACHFOLGE FÜR JUNGE

KÖPFE

Es wird viel von den Lehrkräften unserer Kinder, Enkelkinder, Nichten und Neffen erwartet. Neben dem Vermitteln des gängigen Unterrichtsstoffs – von Algebra bis Zellbiologie – werden auch immer häufiger ganz praktische, auf die direkte berufliche Zukunft der Schülerinnen und Schüler bezogene Anforderungen an Lehrende und Curriculum gestellt. Viele Unternehmerinnen und Unternehmer wünschen sich beispielsweise, dass das Thema Unternehmensnachfolge als bedeutender Aspekt des Unternehmertums im Rahmen von Entrepreneurship Education im Wirtschafts- oder Gesellschaftsunterricht in den Lehrplan aufgenommen wird.



Autorin:

Stefanie Bechert ist Mitarbeiterin im Fachbereich „Gründung“ beim RKW Kompetenzzentrum. bechert@rkw.de



Unternehmensnachfolge – ein wichtiges Thema für die Wirtschaft, aber auch für die Gesellschaft. Was tun, wenn tatsächlich, wie vom Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) bei den Mitgliedsbetrieben der Handwerkskammern erfragt, jeder vierte Inhaber eines Handwerksbetriebs entweder sein Unternehmen innerhalb der nächsten fünf Jahre an einen Nachfolger übergeben möchte, es aber schließen muss, falls die Nachfolge nicht gelingt? Daher wird es immer dringlicher, nach Möglichkeiten zu suchen, jungen Menschen die Unternehmensnachfolge als eine mögliche und vor allem attraktive Option zur Gestaltung des späteren Erwerbslebens ins Bewusstsein zu bringen.

Der Ansatz des RKW Kompetenzzentrums, mit dem Entrepreneurship Education bereits in der Praxis an Schulen und Hochschulen in Baden-Württemberg und mit der Unterstützung vieler Lehrkräfte erprobt, verbessert und angewandt wird, lässt sich sehr leicht auch auf den Themenbereich Unternehmensnachfolge erweitern. Bisher wird daran gearbeitet, zum einen ein ökonomisches Basiswissen und zum anderen moderne Methoden zur Entwicklung der damit in Zusammenhang stehenden elementaren Persönlichkeitskompetenzen zu vermitteln. Da-

bei ist es wichtig, junge Menschen nicht festlegen zu wollen, sondern Wissen und Kompetenzen für ein späteres Berufsleben als selbstständige Unternehmerinnen oder Unternehmer oder alternativ als unternehmerisch denkende Persönlichkeiten im Angestelltenverhältnis zu verstehen. Zukünftig könnte mit der beschriebenen Ausweitung von Entrepreneurship Education auf die Unternehmensnachfolge ein weiterer Teil der facettenreichen Erwerbsbiografien unternehmerisch denkender Persönlichkeiten abgedeckt werden, indem die Nachfolgerin und der Nachfolger in einem etablierten Unternehmen im Fokus stehen.

Dass es sich lohnt, junge Menschen noch stärker für Entrepreneurship Education zu begeistern und dabei den Aspekt Nachfolge mitzudenken, zeigen auch Studienergebnisse aus der Gründungsforschung. Beim Global Entrepreneurship Monitor Deutschland (GEM) geben 73 Prozent der befragten Experten an, dass die Förderung von Kreativität, Selbstständigkeit und Eigeninitiative an deutschen Schulen noch ausbaufähig wäre. Gleichzeitig entfalten die Maßnahmen von Politik, Kammern, Verbänden und Schule-Wirtschaftswettbewerben messbar positive Wirkungen. Dennoch sind in einer Untersu-

Literatur & Links:

https://www.familienunternehmen.de/media/public/pdf/publikationen-studien/studien/Deutschlands-naechste-Unternehmergeneration_Studie_Stiftung-Familienunternehmen.pdf (letzter Abruf am 12.02.2020)

<https://www.rkw-kompetenzzentrum.de/gruendung/leitfaden/ambiguitaetstoleranz-durch-experimentieren-lernen-mit-ungewissheit-umzugehen/> (letzter Abruf am 12.02.2020)

<https://www.rkw-kompetenzzentrum.de/gruendung/leitfaden/workbook-entrepreneurship-education/> (letzter Abruf am 12.02.2020)

<https://www.rkw-kompetenzzentrum.de/gruendung/studie/infografiken-global-entrepreneurship-monitor-2019/> (letzter Abruf am 12.02.2020)

https://www.unternehmergeist-macht-schule.de/DE/AusderPraxis/Praxiserfahrungen/erfahrungen_node.html (letzter Abruf am 12.02.2020)

<https://www.zdh.de/fachbereiche/wirtschaft-energie-umwelt/konjunktur-umfragen/sonderumfragen/betriebsnachfolge-im-handwerk-2015/> (letzter Abruf am 12.02.2020)

chung der Zeppelin Universität in Friedrichshafen nur 57 Prozent der Befragten 16- bis 40-Jährigen aus deutschen Familienunternehmen der Meinung, über das notwendige Wissen zu verfügen, um ein Unternehmen leiten zu können. Es kann davon ausgegangen werden, dass dieser Anteil bei jungen Menschen ohne Unternehmensbezug in der Familie noch geringer ausfallen würde. Hieran wird deutlich, dass die Erweiterung der Gründungsdidaktik im deutschen Bildungssystem auch in Bezug auf das Themenfeld Unternehmensnachfolge einen gewinnbringenden Schritt darstellen könnte.

Für junge Menschen ist die Vorstellung, (Startup-)Gründerin oder Gründer zu sein, ganz sicher zunächst einmal interessant. Zumindest bietet es eine Alternative zu dem, was viele Schülerinnen und Schüler aus dem eigenen Elternhaus kennen. Selbstständig zu sein bedeutet Selbstverwirklichung, etwas ganz Neues zu machen, Arbeit sinnvoll zu gestalten oder endlich Verantwortung für die eigenen Entscheidungen zu haben. Und in den vielen Schülerfirmen landauf, landab bestätigt sich, dass man nicht alles können muss, um es zu wagen, sondern jeden Tag dazulernt, wenn man es erst einmal gewagt hat. Hierüber erzählen uns immer wieder die Gründerinnen

und Gründer von Schülerfirmen, die wir im Interview für die Initiative „Unternehmergeist in die Schulen“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie portraituren. ✨

Aber längst nicht jede junge Persönlichkeit setzt das interessante Spiel mit den Möglichkeiten einer Selbstständigkeit auch um. Denn auch Risiken sind Teil einer Entscheidung für oder gegen das Unternehmertum. Und natürlich erfährt man im eigenen Umfeld auch von den Schattenseiten im Leben von Gründerinnen und Gründern: Lange Durststrecken mit viel Ungewissheit, ob die eigene Geschäftsidee wirklich so gut ist, ob sie sich im Markt etabliert und man davon leben kann, möglichst auch noch mit der Partnerin oder dem Partner und später einmal mit der Familie. Hier kommt die Option ins Spiel, in ein bestehendes Unternehmen mit der Idee einzutreten, es später einmal selbstverantwortlich zu führen. Die Vorteile: Der Laden läuft, die Mitarbeitenden können ihren Job, die Kundinnen und Kunden sind schon da und mit dem digitalen Wissen der jungen Generation kann man zu diesem wertvollen Bestand noch etwas sehr Wichtiges beitragen: Zukunftsfähigkeit.

✨
Lesen Sie hierzu auch das Interview mit der Schülerfirma „meehr“ ab Seite 16.

„TANZ, MUSIK, THEATER UND LITERATUR?!“



ÜBER DIE EFFEKTE VON KULTURELLER BILDUNG AUF ENTREPRENEURSHIP EDUCATION – EIN EXKURS

Was haben „Tanz, Musik, Theater und Literatur“ mit ökonomischer Bildung und Entrepreneurship Education zu tun? Welche Gemeinsamkeiten haben die Bildungsbereiche und warum ist das relevant?

Kulturelle Bildung vs. ökonomische Bildung

Fangen wir von vorne an. Zum einen ist da der Begriff der „Bildung“ an sich: Bildung ist gemäß Artikel 26 der Erklärung der Vereinten Nationen ein Menschenrecht und gilt außerdem als Voraussetzung für die äußerst wichtige Fähigkeit des Menschen, sich für die eigenen Rechte einzusetzen.

Was ist unter den verschiedenen Bildungsbereichen zu verstehen? Kulturelle Bildung soll laut Definition des Deutschen Kulturrats „eine Teilhabe am kulturellen Leben der Gesellschaft erschließen“ und „zum differenzierten Umgang mit Kunst und Kultur befähigen“, etwa in den Bereichen Musik, Tanz, Spiel, Theater, Literatur, Bildende Kunst und Film. Sie trägt auch mit ihren verschiedenen Mitteln der ästhetischen Wahrnehmung und Gestaltung wesentlich zur Reflexion und zu gesellschaftlichen Diskursen bei. Der Rat für Kulturelle Bildung formuliert es genereller und spricht von der „Allgemeinbildung in den Künsten und durch die Künste“.

Ganz ähnlich beschreibt die Deutsche Gesellschaft für Ökonomische Bildung ihren Bereich, indem sie ebenso vom „ganzheitlichen und unverzichtbaren Teil der Allgemeinen Bildung, [...] zur Vorbereitung für das Leben“

spricht. Das Institut für Ökonomische Bildung beschreibt in seinem Leitbild, dass (junge) Menschen durch ökonomische Bildung mit „Kenntnissen, Fähigkeiten, Fertigkeiten und Einstellungen“ ausgestattet werden sollen, die es ermöglichen, sich mit den ökonomischen Zusammenhängen auf verschiedenen Ebenen auseinanderzusetzen. „Ziel soll sein, sie zur Bewältigung und Gestaltung gegenwärtiger und zukünftiger Lebenssituationen zu befähigen.“

Gemeinsamkeiten und Effekte

Fasst man diese Auswahl an Beschreibungen zusammen, lassen sich leicht folgende Gemeinsamkeiten von kultureller und ökonomischer Bildung nennen:

- sie orientieren sich an Menschenrechten und tragen zu Allgemeinbildung bei,
- sie vermitteln entsprechende Kenntnisse und Fertigkeiten,
- ermöglichen die Gestaltung des eigenen Lebens sowie eine gesellschaftliche Teilhabe und
- tragen mit (Selbst-)Erfahrungen und Kompetenzerwerb
- letztlich zur Förderung der individuellen Persönlichkeitsbildung bei.



Autorin:

Rabena Ahluwalia ist Mitarbeiterin im Fachbereich „Gründung“ beim RKW Kompetenzzentrum. ahluwalia@rkw.de



Kontakt zur Projektleitung:

Prof. Dr. Barbara Lämmlein, Frankfurt University of Applied Sciences. blaemmlein@fb3.fra-uas.de

Prof. Dr. Ulrike Gerdiken, Katholische Hochschule Mainz sowie Frankfurt University of Applied Sciences. u.gerdiken@fb3.fra-uas.de

Diejenigen, die im kulturellen Bereich aktiv sind, kennen das nützliche Geduldsspiel bei Musikproben, das aufwendige, aber lohnende Textlernen in der Theatergruppe oder auch das begeisterte Reflektieren eines Films oder einer Ausstellung – um nur einen kleinen Ausschnitt zu nennen. Die Beschäftigung mit den Künsten setzt kreative Energie frei!

Die Gesellschaft brauche gerade in Zeiten der tiefgreifenden Umbrüche Menschen, die sich ihrer Stärken und Möglichkeiten bewusst sind, die die Zukunft aktiv mitgestalten und mutig, auch angesichts von Risiken des Scheiterns, Lösungsideen entwickeln. Das gelte in Kunst und Wirtschaft gleichermaßen, so der Vorsitzende des Rats für Kulturelle Bildung, Prof. Eckart Liebau.

„Es geht um spielerische Elemente, Rollenambiguitäten, darum, Widersprüche einzuführen, Kontroversen auszuhalten, und vielfach solche Szenen auch auf eine Bühne zu bringen, wie dies insbesondere in den darstellenden Künsten täglich passiert“. Die Erfahrungen und erworbenen Kompetenzen im Umgang mit Vielfalt, dem Ungeplanten und dem Improvisieren können sinnvoll eingesetzt werden – so auch um Herausforderungen und Hemmnissen im unternehmerischen Handeln zu begegnen. Vor allem in der Digitalisierung und der Arbeitswelt geht es immer mehr um „nichtkognitive soziale und kulturelle Fähigkeiten und Persönlichkeitseigenschaften – die human relations“, so Prof. Liebau. Dringend benötigt werden innovative und kreative Kommunikationsformen sowie die Fähigkeit, damit umzugehen. Dazu gehört auch eine große Portion Verständnis und Toleranz im vielfältigen Miteinander!

Ansätze für die Zukunft

Sollen jetzt alle, die können, einen Tanzkurs buchen, bei einer Theater AG mitmachen oder zu einem Buchkreis einladen? Sehr gerne! Allerdings kann auch lediglich das Bewusstsein, dass kulturelle und ökonomische Bildung mehr gemeinsam haben, als auf den ersten Blick gedacht, der erste Schritt sein. Das Wissen darum kann dazu genutzt werden, von beiden Bildungsbereichen zu profitieren, diese zu unterstützen und wertzuschätzen.

Gerade im Sinne der Entrepreneurship Education, wenn es darum geht, junge Menschen auf die Zukunft vorzubereiten, sie als selbstsichere, mündige Gestalterinnen und Gestalter ihres eigenen Lebens zu formen, sind neue Ansätze denkbar. Zum Beispiel durch die Einführung neuer Formate in der Schule, im Studium, bei der Ausbildung oder im Weiterbildungsbereich, die sich explizit auf beide Bildungsbereiche beziehen. Das Potenzial ist hierbei sicher noch nicht erschöpft!

Ein aktuelles Forschungsprojekt mit angehenden Führungskräften unterstützt diese These:

Durch kulturelle Bildung Führungskompetenzen fördern?

Im Projekt „Durch Kulturelle Bildung zu Good Leadership?“, das von der Karl Schlecht Stiftung gefördert wird, wird untersucht, inwieweit Kunst und Kultur Führungskompetenzen fördern können. Ausgangspunkt ist die Erkenntnis, dass aufgrund des gesellschaftlichen Wandels Unternehmen und angehende Führungskräfte vor neuen Herausforderungen stehen, die es zu bewältigen gilt.



Interview mit Prof. Dr. Barbara Lämmlein und Prof. Dr. Ulrike Gerdiken, Projektleiterinnen des Forschungsprojekts „Durch Kulturelle Bildung zu Good Leadership?“

Was bearbeiten Sie in Ihrem Forschungsprojekt genau?

Prof. B. Lämmlein: In unserem Forschungsprojekt beschäftigen wir uns mit der Frage, ob und wie die Auseinandersetzung mit Kunst und Kultur bei angehenden Führungskräften die Entwicklung ethisch-moralischer und sozial-kommunikativer Kompetenzen im Sinne eines Good Leadership fördern kann.

Was bedeutet „Good Leadership“ in Ihrem Zusammenhang?

Prof. U. Gerdiken: Wir verstehen darunter ein Führungshandeln, das durch Subjektorientierung, Wertschätzung und einen auf Dialog basierenden gleichberechtigten Umgang miteinander geprägt ist. Mitarbeitenden soll größtmögliche Handlungs- und Gestaltungsfreiheit gewährt werden. Die ersten Ergebnisse unserer Befragungen zeigen, dass angehende Führungskräfte eine solche Form der Führung bevorzugen würden.

Welche Erwartungen haben Sie an die Ergebnisse am Ende der Projektlaufzeit?

Prof. U. Gerdiken: Da wir ergebnisoffen forschen, ist es schwierig, Erwartungen zu benennen. Good Leadership könnte sich aber als zukunftsweisende und humane Form der Führung etablieren. Kulturelle Bildung als Bildungskonzept kann im Sinne des Good Leadership die Auseinandersetzung mit Vorstellungen, Werten und moralischer Ethik anstoßen und Selbst- und Mitbestimmung von angehenden Führungskräften fördern. Die Frage, inwiefern die aktive Auseinandersetzung mit Kunst und Kultur einen Einfluss auf das

Führungshandeln hat, wird die zweite Interviewrunde zeigen.

Wie kann sich Ihrer Meinung nach kulturelle Bildung positiv auf Führungskompetenzen auswirken?

Prof. U. Gerdiken: Die Auseinandersetzung mit Kunst und Kultur fordert heraus, sich mit dem Fremden und Ungewohnten auseinanderzusetzen. Führungskräfte, die sich auf kulturpädagogische Projekte einlassen, müssen ihre Komfortzone verlassen und sich auf andere Sichtweisen einlassen. Diese Erfahrungen können sie auf ihren Führungsalltag übertragen. In Unternehmen wie Globus, Alnatura oder dm werden künstlerische Elemente seit langem in der Ausbildung, aber auch in der Arbeit mit Führungskräften eingesetzt. Die Unternehmen würden nicht daran festhalten, wenn sie nicht einen entsprechenden Outcome hätten.

Wo sehen Sie weitere Erkenntnisse, die für die Zukunft spannend sein können?

Prof. B. Lämmlein: In unserem Forschungsprojekt untersuchen wir die Wahrnehmung und Entwicklung von Studierenden, die demnächst als Führungskräfte tätig sein werden. Für die Zukunft wäre es spannend zu erforschen, wie unsere Probanden ihr Führungshandeln tatsächlich gestalten werden. Ebenso interessant ist die Frage, ob Führungskräfte, die künstlerisch aktiv sind, anders handeln als solche ohne künstlerisch-kulturelle Bezüge. Mit unserer Arbeit legen wir den Grundstein für weitere Forschungen im Bereich „Kulturelle Bildung und Leadership“.



Bildquelle: Bildkraftwerk – F. Kraufmann

„Wer unternehmerisch denkt, kann selbstbestimmter leben. Wir möchten durch das Projekt ‚Unternehmergeist erleben!‘ jungen Menschen in Baden-Württemberg ermöglichen, sich ihrer persönlichen Stärken und ihrer unternehmerischen Selbstwirksamkeit bewusst zu werden, bevor sie in ihr Berufsleben starten.“

– Dr. Katrin Schlecht, Vorstand der Karl Schlecht Stiftung –

„UNTERNEHMERGEIST ERLEBEN!“ ENTREPRENEURSHIP EDUCATION AN SCHULEN UND HOCHSCHULEN FÖRDERN

Junge Menschen zu selbstbestimmtem, unternehmerischem Denken und Handeln inspirieren und ermutigen – das ist das Ziel des Projekts „Unternehmergeist erleben!“ des RKW Kompetenzzentrums, unterstützt von der Karl Schlecht Stiftung.

Interaktive Workshops, spannende Vorträge und lebendige Diskussionen – bei den bisher über 20 Veranstaltungen des Projekts steht vor allem Entrepreneurship Education an Hochschulen und Schulen im Fokus. So werden insbesondere Lehramtsstudierende für das Thema sensibilisiert, denn sie sind es, die in Zukunft Impulse im Unterricht setzen

können. Ihnen werden Mittel und Wege aufgezeigt, wie sie Jugendliche dabei unterstützen können

- Persönlichkeitskompetenzen zu entwickeln,
- sie in den Kontakt mit ihrem Wissen um Stärken und Interessen zu bringen sowie
- ein unternehmerisches Wertebewusstsein herauszubilden.



Bildquelle: Bildkraftwerk – F. Kraufmann



Bildquelle: Bildkraftwerk – F. Kraufmann



Bildquelle: Bildkraftwerk – F. Kraufmann



Bildquelle: Bildkraftwerk – F. Kraufmann



Bildquelle: Bildkraftwerk – F. Kraufmann



Bildquelle: Bildkraftwerk – C. Schmidt

IM RAHMEN DES PROJEKTS SIND FOLGENDE PUBLIKATIONEN ENTSTANDEN:

Grundlagenheft „Entrepreneurship Education: Ansätze aus Wissenschaft und Praxis“, bestellbar unter: www.rkw.link/grundlagenheft

Das Grundlagenheft „Entrepreneurship Education - Ansätze aus Wissenschaft und Praxis“ gibt einen Ein- und Überblick über unterschiedliche Facetten der Gründungsdidaktik.

Die Gründungsausbildung vermittelt Schülern und Studierenden wichtiges (wirtschaftliches) Grundlagenwissen sowie Persönlichkeitsfähigkeiten und Problemlösungsmethoden.

Workbook „Entrepreneurship Education: Workshop- und Unterrichtsmaterialien für Schulen und Hochschulen“, bestellbar unter: www.rkw.link/workbook

Das Workbook bietet praxiserprobte Lehr- und Lernmaterialien, um junge Menschen für Entrepreneurship zu begeistern und unternehmerisches Denken und Handeln für sie erlebbar zu machen.

Der Einsatz von kreativen Methoden unterstützt sowohl bei der Vermittlung von ökonomischem Grundverständnis als auch bei der Förderung wichtiger Persönlichkeitskompetenzen.

Weitere Informationen zum Projekt und Kontakt unter: www.rkw.link/unternehmergeisterleben

DIRK E. O. WESTERHEIDE FEIERT 60. GEBURTSTAG



Das RKW Netzwerk gratuliert dem Vorstandsvorsitzenden des Bundesvereins zu dessen rundem Geburtstag und wünscht auch weiterhin Gesundheit und Erfolg.

vergangenen Jahr Vorstandsvorsitzender des RKW ist, legt den Finger in die Wunden. Digitalisierung, KI, Führungskräfteemangel, Nachfolgeprobleme. All das wird Folgen für kleine und mittlere Unternehmen haben und es gilt nun, die Weichen zu stellen, um auch in der Zukunft erfolgreich bleiben zu können.

Der 60. Geburtstag ist für viele Menschen eine Zäsur. Ein Großteil des Erwerbslebens liegt hinter ihnen, die meisten der angestrebten Ziele wurden erreicht, die Kinder sind erwachsen. Ein gutes Resümee, nicht wahr? Für Dirk E. O. Westerheide ist es eine Momentaufnahme, ein Zwischenstand. Während nicht wenige Menschen in seinem Alter sich nach mehr Zeit für sich sehnen, gestaltet er aktiv die Zukunft des deutschen Mittelstands. Der Unternehmer und Investor, der u. a. von 1997 bis 2001 Geschäftsführender Gesellschafter des Mehrwegverpackungsunternehmens Stucki Kunststoffverarbeitung GmbH war und seit dem

Gemeinsam mit dem RKW ermittelt Dirk E. O. Westerheide Bedarfe und Unterstützungsmöglichkeiten, ist im Dialog mit Politik und Wirtschaft, sieht Synergien und hilft bei der Vernetzung; stets die kleinen und mittleren Unternehmen im Blick habend. Denn sie, so sagt Westerheide, müssen die gleichen Herausforderungen schultern wie die großen Firmen, nur mit weniger Mitteln. Und weil diese Rechnung nicht aufgeht, wird Dirk E. O. Westerheide auch in den kommenden Jahren an der Seite des RKW weiter für die kleinen und mittleren Unternehmen aktiv sein. Und dafür sagt das RKW von Herzen Danke!

DAS RKW NETZWERK

RKW Baden-Württemberg
0711 229980, info@rkw-bw.de

RKW Projekt GmbH in Berlin und Brandenburg
030 346554259, projekt@rkw.de

RKW Bayern
089 6700400, info@rkwbayern.de

RKW Rheinland-Pfalz
06131 8937771, info@rkw-rlp.de

RKW Bremen
0421 3234640, info@rkw-bremen.de

RKW Sachsen
0351 832230, info@rkw-sachsen.de

RKW Hessen
06196 970200, kelsterbach@rkw-hessen.de

RKW Sachsen-Anhalt
0391 736190, info@rkw-sachsenanhalt.de

RKW Nord
0511 3380360, info@rkw-nord.de

RKW Thüringen
0361 551430, info@rkw-thueringen.de

RKW Nordrhein-Westfalen
06196 4952100, nrw-verein@rkw.de

saarland.innovation&standort e. V. (saaris)
0681 9520470, info@saaris.de



Bildquelle: Bildkraftwerk – F. Kraufmann

Bildquelle: Bildkraftwerk – F. Kraufmann

Bildquelle: Bildkraftwerk – F. Kraufmann

UNSERE VERANSTALTUNGEN

22. April 2020	Seminar „Die 5-S-Methode“, Böblingen	Nicole Jung, 0711 2299823, jung@rkw-bw.de
23. April 2020	Seminar „Zeit- und Selbstmanagement für Führungskräfte“, Böblingen	Nicole Jung, 0711 2299823, jung@rkw-bw.de
23./24. April 2020	Seminar „Betriebswirtschaft kompakt – für Techniker“, Sindelfingen	Nicole Jung, 0711 2299823, jung@rkw-bw.de
28. April 2020	Seminar „Coachingkompetenzen für Führungskräfte“, Sindelfingen	Nicole Jung, 0711 2299823, jung@rkw-bw.de
24. April 2020	Seminar „Fit für den Azubi“, München	Gaby Ferdinandi, 089 67004013, ferdinandi@rkwbayern.de
29. April 2020	Seminar „Rhetorik und Persönlichkeit“, Ingolstadt	Gaby Ferdinandi, 089 67004013, ferdinandi@rkwbayern.de
5. Mai 2020	Erfahrungsaustauschkreis für Personalverantwortliche, Ulm	Sabine Pfister, 089 67004035, pfister@rkwbayern.de
5. Mai 2020	Erfahrungsaustauschkreis für Ausbildungsverantwortliche, Nürnberg	Sabine Pfister, 089 67004035, pfister@rkwbayern.de
6. Mai 2020	Erfahrungsaustauschkreis für Personalverantwortliche, München	Sabine Pfister, 089 67004035, pfister@rkwbayern.de
6. Mai 2020	Seminar „Aktuelles Arbeitsrecht 2020“, München	Gaby Ferdinandi, 089 67004013, ferdinandi@rkwbayern.de
12. Mai 2020	Seminar „Konfliktmanagement wirksam und erfolgreich“, München	Gaby Ferdinandi, 089 67004013, ferdinandi@rkwbayern.de
12. Mai 2020	Erfahrungsaustauschkreis für Ausbildungsverantwortliche, München	Sabine Pfister, 089 67004035, pfister@rkwbayern.de
13. Mai 2020	Seminar „Kanban – die einfache Steuerung des Materialflusses“, Nürtingen	Nicole Jung, 0711 2299823, jung@rkw-bw.de
13. Mai 2020	Seminar „Arbeitsrecht Grundlagen – Intensiv“, Nürnberg	Gaby Ferdinandi, 089 67004013, ferdinandi@rkwbayern.de
13. Mai 2020	Seminar „Vom Kollegen zur Führungskraft (Basis)“, Regensburg	Gaby Ferdinandi, 089 67004013, ferdinandi@rkwbayern.de
13. Mai 2020	Seminar „Betriebswirtschaft kompakt“, Nürnberg	Gaby Ferdinandi, 089 67004013, ferdinandi@rkwbayern.de
13. Mai 2020	Erfahrungsaustauschkreis für Personalverantwortliche, Bayreuth	Sabine Pfister, 089 67004035, pfister@rkwbayern.de
13./14. Mai 2020	Workshop „Elektromobilität und Geschäftsmodelle“, Böblingen	Nicole Jung, 0711 2299823, jung@rkw-bw.de
14. Mai 2020	Erfahrungsaustauschkreis für Personalverantwortliche, Würzburg	Sabine Pfister, 089 67004035, pfister@rkwbayern.de
26. Mai 2020	Workshop Unternehmensnachfolge „Den Suchprozess richtig gestalten“, Hanau	Armin Domesle, 06196 970243, a.domesle@rkw-hessen.de
26. Mai 2020	Erfahrungsaustauschkreis für Personalverantwortliche, Kempten	Sabine Pfister, 089 67004035, pfister@rkwbayern.de



Datum	Titel	Ansprechperson
26. Mai 2020	Lehrgang „Der Manager für ERP - Enterprise Resource Planning 2020“, Nürtingen	Nicole Jung, 0711 2299823, jung@rkw-bw.de
27. Mai 2020	Erfahrungsaustauschkreis für Personalverantwortliche, Augsburg	Sabine Pfister, 089 67004035, pfister@rkwbayern.de
28. Mai 2020	Seminar „Modernes Marketing für messbare Ergebnisse und erfolgreiche Kampagnen“, Leonberg	Nicole Jung, 0711 2299823, jung@rkw-bw.de
28. Mai 2020	Erfahrungsaustauschkreis für Personalverantwortliche, Ingolstadt	Sabine Pfister, 089 67004035, pfister@rkwbayern.de
16. Juni 2020	Informationsveranstaltung - Vorstellung des Projekts „Digiscouts“, Lüchow-Dannenberg	Birte Zeltmann, 06196 4953223, zeltmann@rkw.de
17. Juni 2020	Informationsveranstaltung - Vorstellung des Projekts „Digiscouts“, Berlin	Birte Zeltmann, 06196 4953223, zeltmann@rkw.de
17. Juni 2020	Informationsveranstaltung - Vorstellung des Projekts „Digiscouts“, Borken	Birte Zeltmann, 06196 4953223, zeltmann@rkw.de
18. Juni 2020	Abschlussveranstaltung APRODI „Arbeits- und prozessorientiert digitalisieren - Wie geht das?“, Schweinfurt	Gabriele Held, 06196 4953226, held@rkw.de
18. Juni 2020	IQ Fachtagung Niedersachsen „Mangelware Fachkraft“, Hannover	Monika Opitz, 0511 3380329, opitz@rkw-nord.de
22. Juni 2020	Seminar „Lohn- und Gehaltspfändung“, Nürnberg	Gaby Ferdinandi, 089 67004013, ferdinandi@rkwbayern.de
23. Juni 2020	Erfahrungsaustauschkreis für Personalverantwortliche, Deggendorf	Sabine Pfister, 089 67004035, pfister@rkwbayern.de
30. Juni 2020	Seminar „Mentale Stärke im Beruf“, Ingolstadt	Gaby Ferdinandi, 089 67004013, ferdinandi@rkwbayern.de
30. Juni 2020	Seminar „Datenschutzmanagement Intensivseminar“, Ingolstadt	Gaby Ferdinandi, 089 67004013, ferdinandi@rkwbayern.de
21. April 2020	Workshop „Geschäftsideen entwickeln“, Göttingen	Ernst Grund, 0511 3380327, grund@rkw-nord.de

WORKSHOP-REIHE „CHEFSACHEN 2020“

Datum	Titel	Ansprechperson
28. April 2020	Workshop „Arbeitgeberattraktivität mit Weitblick“, Suhl	Patrick Großheim, 06196 4953215, grossheim@rkw.de
4. Mai 2020	Workshop „Führen in Veränderungsprozessen“, Fulda	Thomas Fabich, 0561 9309992, t.fabich@rkw-hessen.de
12. Mai 2020	Workshop „Zusammenarbeit anders denken“, Eschwege	Thomas Fabich, 0561 9309992, t.fabich@rkw-hessen.de
26. Mai 2020	Workshop „Zusammenarbeit anders denken“, Jena	Patrick Großheim, 06196 4953215, grossheim@rkw.de
10. Juni 2020	Workshop „Arbeitgeberattraktivität mit Weitblick“, Wittenberg	Patrick Großheim, 06196 4953215, grossheim@rkw.de
17. Juni 2020	Workshop „Arbeitgeberattraktivität mit Weitblick“, Göttingen	Ernst Grund, 0511 3380327, grund@rkw-nord.de
18. Juni 2020	Workshop „Führen in Veränderungsprozessen“, Coburg	Josef Wissinger, 089 6700400, wissinger@rkwbayern.de
19. Juni 2020	Workshop „Zukunftslabor: Digitale Geschäftsideen entwickeln“, Haldensleben	Patrick Großheim, 06196 4953215, grossheim@rkw.de
19. Juni 2020	Workshop „Zukunftslabor: Digitale Geschäftsideen entwickeln“, Erfurt	Patrick Großheim, 06196 4953215, grossheim@rkw.de
24. Juni 2020	Workshop „Arbeitgeberattraktivität mit Weitblick“, Kassel	Thomas Fabich, 0561 9309992, t.fabich@rkw-hessen.de
30. Juni 2020	Workshop „Führen in Veränderungsprozessen“, Nürnberg	Josef Wissinger, 089 6700400, wissinger@rkwbayern.de
1. Juli 2020	Workshop „Zusammenarbeit anders denken“, Bitterfeld	Patrick Großheim, 06196 4953215, grossheim@rkw.de
2. Juli 2020	Workshop „Geschäftsideen entwickeln“, Goslar	Patrick Großheim, 06196 4953215, grossheim@rkw.de



Chefsachen 2020

Workshops für alle, die kleine und mittlere Unternehmen führen und entwickeln

Tauschen Sie sich in 15 Workshops in der Mitte Deutschlands kostenfrei mit anderen Geschäftsführerinnen und Geschäftsführern zu den Themen Geschäftsideenentwicklung, Führung, Arbeitgeberattraktivität und neue Arbeitsformen aus, lernen voneinander und nehmen frische Impulse aus unserer Entwicklungsabteilung mit.

Mehr unter www.chefsachen.de oder rkw.link/chefsachen
Ihr Ansprechpartner: Patrick Großheim, grossheim@rkw.de, 06196 4953215

** Eine gemeinsame Initiative des RKW Bayern e. V., der RKW Hessen GmbH, der RKW Nord GmbH, der RKW Sachsen-Anhalt GmbH, der RKW Thüringen GmbH und des RKW Kompetenzzentrums.*

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages



Neues Workbook „Entrepreneurship Education“

Mit Workshop- und Unterrichtsmaterialien für Schulen und Hochschulen
unternehmerisches Denken und Handeln fördern!

Bildquelle: iStock_Geber86

Hier kostenfrei bestellen oder downloaden: www.rkw.link/workbook

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Unterstützt durch die



Karl Schlecht
Stiftung

Initiativen des Bundeswirtschaftsministeriums:



Das BMWi-Infoportal zu
Wirtschaftsprojekten in der Schule



GUT FÜR DICH. GUT FÜR DEUTSCHLAND.