

An der Idee arbeiten statt am Businessplan

Oft scheitern neu gegründete Firmen nicht am fehlenden Kapital, sondern an mangelhaft ausgearbeiteten Konzepten. Die heutige Ausbildung von Unternehmern setzt den Schwerpunkt zu sehr auf Management. Wichtiger wäre die Förderung des unkonventionellen, innovativen Denkens.

Von Désirée Anja Jäger. Sie ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Berufsbildung der Universität Zürich und Gründerin der Entwicklungs- und Forschungsstelle für Entrepreneurship-Education.

— Die Berufsbildung ist primär auf eine anhängige Beschäftigung ausgerichtet. Berufslernende können jedoch immer weniger darauf vertrauen, dass ihnen nach Ausbildungsende eine Stelle zur Verfügung steht. Ein Grund ist der stetig sinkende Bedarf an Arbeitskräften im gewerblich-industriellen Sektor, für den die Berufsbildung am stärksten ausgebildet. Gemäss einer Studie von Avenir Suisse gibt es dort bereits jetzt 20 000 Lehrstellen zu viel. Jugendliche sollten deshalb während ihrer Ausbildung darauf vorbereitet werden, ihre Arbeitsplätze selbst zu schaffen. Dass dieses Problem erkannt wurde, zeigen zahlreiche Initiativen zur «Entrepreneurship-Education» in der Schweiz. Dies ist an sich erfreulich, es lohnt sich aber, genauer hinzusehen.

Den meisten Initiativen, ob dies nun Businessplan-Wettbewerbe oder Kurse an Berufsschulen sind, mangelt es an einem pädagogischen Konzept. Inhaltlich sind die Angebote stark von der «Business Administration» geprägt. Sie drehen sich um Betriebswirtschaft, Management und Businesspläne. Der hohe Prozentsatz neu gegründeter Firmen, die nach kurzer Zeit wieder verschwinden, legt nahe, dass dieser gängige Ansatz am falschen Ort greift. Grund für das Scheitern ist in der Regel nicht fehlendes Kapital, sondern das mangelhaft ausgearbeitete (Ideen-)Konzept.

Hier setzt der Entrepreneurship-Begriff des österreichischen Ökonomen Joseph Schumpeter an. Für ihn bedeutet Entrepreneurship innovative, konzept-

kreative Gründungen. Die Ausbildung sollte demnach auf den innovativen Teil des Gründens ausgerichtet sein, also auf die Arbeit an einem Unternehmen, und nicht in einem Unternehmen. Entscheidend ist zudem, dass Jugendliche lernen, dass sich ein Ideenkonzept nicht innerhalb weniger Wochen in Wettbewerbsmanier erarbeiten lässt.

Wichtig ist, Entrepreneurship-Education als zielorientierten Prozess zu betrachten. Eine Praxis, die auf der blossen Vermittlung von angeblichen unternehmerischen Kompetenzen oder Unternehmertypen aufbaut, ist nicht nur statisch, sondern auch selektiv: Sie impliziert, dass es Jugendliche gibt, die sich diese Eingangsvoraussetzungen zu Entrepreneurship nie aneignen können. Doch Entrepreneurship sollte gerade eines nicht sein: Elitenbildung.

Neue Querschnittsaufgabe

Einen neuen Ansatz, der die genannte Mehrfachproblematik aufgreift, setzt ein aktuelles Projekt an der Universität Zürich um: Entrepreneurship soll zielorientiert, nachhaltig und pädagogisch fundiert in den Berufsschullehrplan integriert werden. Sie wird als kontinuierliche Querschnittsaufgabe verstanden, die den bestehenden Lehrplan nicht überlastet. Zudem findet eine enge Zusammenarbeit mit den Lehrpersonen statt, sodass die Umsetzung schulindividuell ausgestaltet und so auch nach Projektende im Lehrplan beibehalten werden kann. In den Unterrichtselementen wird unter anderem die Neugier für

Ökonomie und die Fähigkeit zu ökonomisch unkonventionellem, innovativem Denken gefördert.

Ein Beispiel, das dies gut veranschaulicht, ist ein spielerisches Wirtschaften lernen mit Ressourcen oder Produkten, die auf den ersten Blick nichts miteinander zu tun haben. Was dabei herauskommen kann, zeigt Skype: Die Software kombinierte die vormals getrennten Produkte Telefonie und Internet und revolutionierte den Markt. Jugendliche lernen in diesem Unterrichtselement eine neue Sichtweise, die es ihnen erlaubt, in vorhandenen Ressourcen nicht nur eine Möglichkeit zum passiven Konsum zu sehen, sondern aktiv das produktive Potenzial zu nutzen. Auch mit Blick auf die fortschreitende Ressourcenverknappung wird diese Fähigkeit immer entscheidender. —



Unternehmertum braucht kreative Ideen: Tom Sawyer wusste, wie es geht.