

*Elisabeth Riebenbauer/Thomas Köppel (Karl-Franzens-Universität Graz)*

## **Kreative Zerstörung im Klassenzimmer: Erfolgsfaktoren junger Unternehmen und ihre Förderung im Rahmen der Entrepreneurship Education**

### **Abstract**

Schon Joseph Schumpeter erkannte, dass nur Entrepreneurure durch kreative Zerstörung und nachhaltige Innovation die wirtschaftliche Entwicklung revolutionieren können. Aber was macht Entrepreneurure nachhaltig erfolgreich? Im Beitrag werden bisherige empirische Ergebnisse über Gründungsprozesse junger Unternehmen vorgestellt und daraus Erfolgsfaktoren herausgefiltert, die sich im Rahmen der Entrepreneurship Education fördern lassen. Im Fokus stehen dabei innovative Methoden für die kreative Verarbeitung dieser erfolgskritischen Faktoren im Unterricht.

### **1 Kreative Zerstörung nach Schumpeter**

Wirtschaft ist Veränderung von Märkten, Veränderung der Gesellschaft und nicht zuletzt Veränderung von Menschen. Neue Produkte begründen neue Absatzmöglichkeiten und machen ihre Vorgänger/innen obsolet. Technische Neuerungen – wie Telefon oder Internet – verbinden bisher weit entfernt gelegene Orte oder verändern Berufsanforderungen – der Hufschmied wandelte sich zur KFZ-Mechanikerin. Diese Veränderungen, denen noch eine Liste von nahezu unendlich vielen ähnlichen Umbrüchen der (Wirtschafts-)Geschichte hinzugefügt werden könnte, müssen jedoch einen Ursprung oder einen Auslöser haben. Der österreichische Ökonom Joseph A. Schumpeter fand diesen Auslöser – diesen Träger der wirtschaftlichen Entwicklung – in der Person des Unternehmers/der Unternehmerin. Schumpeter kritisierte die vorherrschende Theorie, die besagte, dass sich Veränderungen in geregelten Bahnen vollziehen und immer wieder Gleichgewichtspunkte erreicht werden. Er war der Meinung, dass die wirtschaftliche Entwicklung sich diskontinuierlich, spontan und ruckweise vollzieht. Für ihn gibt es daher folgende fünf Möglichkeiten, wie sich Wirtschaft ruckartig verändern kann (vgl. Schumpeter 1934, S. 99ff):

1. Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen beziehungsweise die Verbesserung derselben
2. Einführung eines neuen Produktionsprozesses
3. Erschließung eines neuen Absatzmarktes
4. Erschließung einer neuen Rohstoff- oder Halbfabrikatsquelle
5. Schaffung eines Monopols beziehungsweise eine Monopolerschlagung

Zur Realisierung dieser Veränderungen ist es nach Schumpeter notwendig, alte Strukturen aufzubrechen, da diese vorherrschenden Strukturen von sich aus wenig geneigt sind, Veränderungen zuzulassen. Das Aufbrechen und darauffolgende Durchsetzen neuer Strukturen ist ein Prozess, in dem Wettbewerb um Produktionsmittel und Kapital entsteht. Schumpeter nennt dies **schöpferische Zerstörung**. Entfacht wird dieses Niederringen durch die bereits angesprochene Unternehmerperson (vgl. Schumpeter 1934, S. 101ff). Diese Unternehmerpersonen betreiben kein alteingesessenes Geschäft im Sinne der Kreislaufbetrachtung. Sie betreten gänzlich neues Terrain außerhalb dieser Bahnen, weshalb ihnen auch keine Erfahrungen oder Handlungsanleitungen zur Verfügung stehen. Ferner argumentiert Schumpeter, dass es dem Menschen widerstrebt, gewohnte Bahnen zu verlassen, was Entrepreneurure noch erstaunlicher erscheinen lässt,

da sie durch Innovationen und das Nutzen von Marktchancen die wirtschaftliche Entwicklung vorantreiben. In Summe betrachtet Schumpeter die Unternehmer/innenpersönlichkeit als Führungspersönlichkeit, die eine besondere Art, die Dinge zu sehen, aufweist und daraufhin Wille, Kraft und Fähigkeit besitzt, diese Dinge in Angriff zu nehmen (vgl. Schumpeter 1934, S. 122ff).

## 2 Unternehmerische Erfolgsfaktoren

Was ist nun diese besondere, unternehmerische Sicht auf die Dinge? Welche Charaktereigenschaften und Fähigkeiten muss die Unternehmer/innenperson – der Entrepreneur – aufweisen, um erfolgreich zu sein?

Um sich den Eigenschaften und Besonderheiten der Unternehmer/innenpersönlichkeit zu nähern, werden nachfolgend einige Attribute, die Entrepreneuren nachgesagt werden, mit Studien verglichen und auf ihre wissenschaftliche Haltbarkeit hin untersucht. Wesentlich hierfür ist die Studie von Walter und Walter (2009), in der die Autoren 99 Untersuchungen heranziehen, in denen ein Großteil dieser erfolgskritischen Eigenschaften beleuchtet wurde. Als Ergebnis erhielten die Autoren den Einfluss, den die betrachtete Determinante auf die Gründungsneigung ausübt. Dieser Einfluss konnte positiv, negativ, nicht signifikant und nicht linear sein.

Neben den Charaktereigenschaften von Entrepreneuren spielen auch demografische Daten eine wichtige Rolle. Für den Zusammenhang zwischen **Alter** und Gründungswahrscheinlichkeit kann keine eindeutige theoretische Wirkungsrichtung festgelegt werden. Es ist sowohl denkbar, dass ältere Personen Unternehmen gründen – beispielsweise aufgrund ihrer Erfahrung – als auch, dass Jüngere – aufgrund ihres Tatendrangs – selbstständig werden. Diese Ambivalenz zeigt sich auch in der Literatur. Acht Studien attestieren einen positiven Einfluss, d.h. ältere Personen neigen eher zur Gründung als jüngere Personen. Vier Studien jedoch zeigen negative Zusammenhänge an. Ferner ergaben elf Untersuchungen, dass kein linearer Zusammenhang besteht, und sieben Studien zeigen, dass kein signifikanter Zusammenhang besteht. Alles in allem ergibt sich daher ein sehr unklares Bild von den Auswirkungen von Alter und Unternehmer/innentum.

Eine weitere Überlegung der Entrepreneurship-Forschung liegt darin, sich zu fragen, ob Personen mit höherem **Einkommen** beziehungsweise Arbeitslose eher zur Gründung neigen. Hier bestätigen die empirischen Ergebnisse die theoretischen Überlegungen: Je höher das Einkommen einer Person ist, desto weniger gewillt ist sie, selbstständig zu werden. Andererseits steigt die Neigung, unternehmerisch tätig zu sein, bei Arbeitslosigkeit. Weiters wirkt sich auch die Dauer der Arbeitslosigkeit positiv auf die Gründungsneigung aus, da die Chancen, einen adäquaten Job zu finden, mit fortschreitender Beschäftigungslosigkeit abnehmen (vgl. Walter/Walter 2009, S. 74). In europäischen Staaten ist dieser Zusammenhang wenig stark ausgeprägt. Typischerweise existieren soziale Netze, die die schlimmsten Probleme der Arbeitslosigkeit eindämmen. In wenig industrialisierten Ländern ist der positive Zusammenhang zwischen Arbeitslosigkeit und Gründungsaktivität wesentlich stärker ausgeprägt (vgl. De 2005, S. 46).

Wird die Frage nach dem **Geschlecht** des typischen Entrepreneurs gestellt, so ist die Antwort der Wissenschaft eindeutig. Von 32 von Walter und Walter (2009) gefundenen Studien besaßen 25, dass Frauen weniger geneigt sind zu gründen als Männer. Die sieben restlichen Studien ergaben kein signifikantes Ergebnis. Dieses Ergebnis stimmt auch mit den Ergebnissen der Studie von Köppel et al. (2009) überein, bei der ebenfalls steirische Schüler wesentlich risikobereiter als Schülerinnen sind.<sup>1</sup>

Als letzten allgemeinen Faktor, der die Gründungsneigung beeinflussen kann, soll die Bildung

<sup>1</sup> Ergebnisse dieser Studie sind in dieser Festschrift abgedruckt.

besprochen werden. **Bildung** ermöglicht es Menschen **schöpferische Zerstörung** durch Ausnutzung der schon genannten fünf Punkte von Schumpeter zu betreiben. Der Zusammenhang zwischen Bildung, gemessen in absolvierten Schuljahren, und Gründungswahrscheinlichkeit sollte daher positiv sein. Tatsächlich fanden Walter und Walter (2009) ein sehr unterschiedliches Bild in der Literatur vor. Von 37 gefundenen Studien bestätigten lediglich zwölf den vermuteten positiven Zusammenhang. Acht Studien ergaben das genaue Gegenteil und 17 Untersuchungen wiesen nicht signifikante Ergebnisse auf. Die sich aufdrängende Frage nach der Bedeutung von Bildung auf die Gründungsneigung kann durch ökonomische Erwägungen beantwortet werden. Herkömmliche Regressionsverfahren untersuchen die linearen Zusammenhänge zwischen Bildung und Gründung, bleiben aber größtenteils ergebnislos, da der zugrundeliegende Sachverhalt nicht linear ist. Wird die Verteilung der Gründungen betrachtet, lässt sich erkennen, dass sich Häufungen bei sehr hoch und sehr niedrig gebildeten Personen ergeben. Das bedeutet also, dass sehr hoch und sehr niedrig gebildete Personen Unternehmen gründen. Personen mit mittleren Bildungsabschlüssen wiederum weisen die niedrigste Gründungsintensität auf (vgl. Poschke 2008, S. 5ff). Wird zwischen Kapitalgesellschaften und Personengesellschaften, die aus dem Gründungsprozess entspringen, unterschieden, ergibt sich jedoch, dass die Wahrscheinlichkeit, eine Kapitalgesellschaft zu gründen, mit höherer Bildung ansteigt (vgl. Hipple 2004, S. 18). Relativiert werden obige Ergebnisse durch eine Untersuchung des GEM<sup>2</sup>, die ergab, dass Entrepreneur, die größere Unternehmen gründeten, zum einen über mehr formale Bildung verfügen und zum anderen es sich um **Entrepreneure out of opportunity** handelt, also jene, die aus einer Chancenüberlegung heraus selbstständig wurden. Für Entrepreneur, die kleinere Unternehmen leiten, lässt sich das Gegenteil sagen: Sie verfügen über weniger formale Bildung und ihre Motivation zur Selbstständigkeit kommt aus der Notwendigkeit, ihren Lebensunterhalt zu verdienen (**Entrepreneure out of necessity**) (vgl. GEM 2005, S. 30ff).

Viele **Charaktereigenschaften** wurden Entrepreneur, die für **schöpferische Zerstörung** sorgen, zugeschrieben. Generell können sie in mehrere Töpfe von ähnlichen Eigenschaften gruppiert werden. Im ersten Topf befinden sich Eigenschaften wie Risikoneigung und Toleranz von Unsicherheit, welche für Entrepreneur von wesentlicher Bedeutung sind. Dies ist wissenschaftlich sehr gut fundiert. Walter und Walter (2009) fanden, dass sämtliche Studien hierzu einen positiven oder, wie in sehr wenigen Fällen, einen nicht signifikanten Einfluss auf die Gründungsneigung aufweisen. Dasselbe lässt sich auch für die Eigenschaftstöpfe mit Selbstvertrauen und interner Kontrollüberzeugung sowie Kreativität, Einfallsreichtum und Innovation sagen. Wieder fanden Walter und Walter (2009) lediglich Studien, die positive oder nicht signifikante Zusammenhänge mit der Gründungsneigung zeigen (vgl. Walter/Walter 2009, S. 72f).

Nicht nur Charaktereigenschaften, sondern auch **Fähigkeiten** sind wesentlich, um als Entrepreneur erfolgreich zu sein. Welche Fähigkeiten müssen Entrepreneur jedoch aufweisen, beziehungsweise müssen Unternehmer/innen vielseitig begabt sein? Lazear (2005) fand in seiner Untersuchung heraus, dass Personen, die als Entrepreneur selbstständig wurden, eine Vielzahl von Fähigkeiten aufweisen, ohne jedoch Spezialist/in zu sein. Was Lazear (2005) jedoch nicht feststellen konnte, war, ob diese Vielfalt an Fähigkeiten den Entrepreneur bereits angeboren war – und sie als natürliche Unternehmer/innen ihren vorbestimmten Karriereweg verfolgten – oder durch Ausbildung und vorangehende Tätigkeiten die notwendigen Fertigkeiten, sogenannte **skills**, erlernten (vgl. Lazear 2005, S. 661f). Casson (2003) nimmt diese **jack of all trades** Theorie von Lazear vorweg und argumentiert, dass erfolgreiche Entrepreneur Generalist/innen sind und in allen Aspekten der Entscheidungsfindung kompetent sein müssen. Die Herausforderung liegt jedoch darin, dass sämtliche Fähigkeiten ungleich auf die Menschen

---

<sup>1</sup> Der Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ist eine Non-Profit-Organisation, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, Forschungsarbeit im Bereich Entrepreneurship einer breiten Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen (<http://www.gemconsortium.org>).

verteilt sind und die für unternehmerisches Agieren unbedingt notwendigen **skills** noch dazu knapp sind. Entrepreneurere haben ebendiese knappen Qualitäten und können sie in unternehmerisches Tun umsetzen. Angehende Entrepreneurere, die Defizite in einigen Bereichen haben, können durch Rekrutierung von Spezialist/innen diese Defizite ausbessern. Hierfür sind jedoch Organisations- und Delegationstalente erforderlich. Casson sieht den Entrepreneur daher als Generalist/in oder leitende/n Organisator/in (vgl. Casson 2003, S. 29ff). Tabelle 1 fasst diese für den unternehmerischen Erfolg zentralen Eigenschaften zusammen.

Eigenschaften	Notwendig für komplexe Entscheidungen	Knapp und ungleich verteilt
Selbsterkenntnis	●	
Ideenreichtum und Vorstellungskraft	●	●
Praktische Erfahrung	●	
Analytische Fähigkeit	●	●
Erforschungsdrang und -geschick	●	
Voraussicht und Weitblick	●	●
Kaufmännisches Geschick	●	●
Kommunikationsfähigkeit	●	
Delegationsfähigkeit		●
Organisationstalent		●

Tab. 1: Analyse unternehmerischer Eigenschaften (vgl. Casson 2003, S. 31)

Die vorangestellte Diskussion der Eigenschaften und Funktionen des Entrepreneurs wirft nun die Frage nach der Möglichkeit der Ausbildung von Entrepreneurere auf. Allgemeine Einflussfaktoren wie Geschlecht, Herkunft oder Vermögen können nicht beeinflusst werden. Selbst der Wirkung der Bildung auf unternehmerische Tätigkeiten ist nicht eindeutig. Es stellt sich somit die Frage: Können durch (Aus-)Bildung Charaktereigenschaften wie Forschungsdrang und Selbstvertrauen oder Fähigkeiten wie Weitblick oder kaufmännisches Geschick erlernt werden?

### 3 Aufgaben der Entrepreneurship Education

Unter Entrepreneurship Education wird der Unterricht in unternehmerischem Denken und Handeln verstanden. Er beinhaltet „im weiteren Sinn alle Bildungsmaßnahmen zur Weckung unternehmerischer Einstellungen und Fertigkeiten, bezieht sich also auf die Entwicklung bestimmter Werte und Haltungen und persönlicher Qualifikationen, die sowohl zur Gründung eines Unternehmens führen können als auch für die unselbstständige Arbeit wesentlich sind. Im engeren Sinn bedeutet Entrepreneurship Education die Vermittlung von Fachwissen, Fähigkeiten und Fertigkeiten, die für eine erfolgreiche Unternehmensgründung und Unternehmensführung erforderlich sind“ (bm:ukk 2009).

Am Beginn der Ausbildung zum Entrepreneur steht stets die Frage, ob Entrepreneurship überhaupt erlernbar ist. Vertreter/innen des Entrepreneurship Education-Ansatzes halten die Entwicklung einer Unternehmerpersönlichkeit durch Bildungsmaßnahmen grundsätzlich für erreichbar (vgl. z. B. Faltin 1998, Klandt 1998, Ripsas 1998). Bei der Ausbildung lassen sich lehrbare und nicht lehrbare Fähigkeiten unterscheiden. Während Eigenschaften wie Kreativität, Risikobereitschaft und Innovationskraft als nicht lehrbar, aber förderbar gelten, werden Fähig-

keiten, von denen vermutet wird, dass sie erlernbar sind, als skills bezeichnet. Diese können wie folgt charakterisiert werden (vgl. Schaller 2001, S. 43):

- **technical skills** (kaufmännische Kenntnisse und technische Fertigkeiten)
- **human skills** (soziale Fähigkeiten)
- **conceptual skills** (analytische und planerische Fähigkeiten sowie strategisches Denken)

Casson kommt in seinen bereits genannten Analysen zu dem Schluss, dass alle als wichtig identifizierten unternehmerischen Eigenschaften zu einem bestimmten Ausmaß angeboren sind, sich jedoch fast alle durch Training und Erfahrung verbessern lassen. Während analytische und kaufmännische Fähigkeiten sehr gut in der Schule bzw. an der Universität erlernt werden können, erweitern sich praktische Kenntnisse, Delegations- und Organisationsfähigkeiten durch betriebliche Erfahrung. Einzig **imagination**, also Ideenreichtum und Vorstellungskraft, sind beinahe gänzlich angeboren (vgl. Casson 2003, S. 30).

Aus dem Problem, dass die unternehmerischen Qualitäten selten, knapp und teilweise auch schwer zu selektieren sind, sowie aus der Herausforderung, dass Entrepreneurere für wirtschaftliches Wachstum unbedingt notwendig sind, lassen sich die Aufgaben für Entrepreneurship Education ableiten. Es gilt,

1. die Entrepreneurere mit angeborenen Entrepreneurship-Eigenschaften unter den jungen Menschen zu identifizieren und mit dem **entrepreneurial spirit** zu entzünden
2. ihre nicht lehrbaren Fähigkeiten gezielt zu fördern sowie ihre **technical, human, conceptual skills** systematisch zu verbessern
3. bei allen anderen Jugendlichen ebenso die unternehmerischen Eigenschaften zu lehren bzw. zu fördern, sodass sie einerseits im Stande sind, eventuelle Defizite der Entrepreneurere auszugleichen, sowie andererseits selbst zu beruflich und personal selbstständigen respektive mündigen und handlungsfähigen Individuen heranreifen.

#### 4 Beispiele für eine kreative Verarbeitung im Klassenzimmer

Für eine umfassende Entrepreneurship Education lassen sich verschiedene Strategien verfolgen. Am Beispiel der österreichischen Handelsakademie wird dies folgendermaßen umgesetzt (vgl. bm:ukk 2009):

- Verankerung von Entrepreneurship Education als Unterrichtsprinzip im Lehrplan
- Schulkonzept für Entrepreneurship Education und Begabungsförderung als Schulversuch an der Schumpeter Handelsakademie Wien 13
- Einrichtung des Ausbildungsschwerpunkts bzw. der Fachrichtung Entrepreneurship und Management im Lehrplan
- didaktische Interpretationen im Rahmen des Regelunterrichts, beispielsweise durch Projektunterricht, Übungsfirmenarbeit, Konzepte IFTE – **Initiative for Teaching Entrepreneurship** und e.e.s.i. – **Entrepreneurship Education für schulische Innovationen**

Insbesondere bei der didaktischen Umsetzung im Rahmen des Regelunterrichts sind der Kreativität der Lehrenden keinerlei Grenzen gesetzt. Zum Einsatz sollen vor allem handlungsorientierte Lehr- und Lernmethoden kommen, die u. a. selbstorganisiertes Lernen, kooperative Selbstqualifikation und Eigenverantwortung in den Mittelpunkt der Unterrichtsaktivitäten stellen (vgl. Ripsas 1998, S. 217f). Tabelle 2 zeigt die verbesserungsfähigen, unternehmerischen Eigenschaften nach Casson (2003) sowie Möglichkeiten für die methodische Behandlung im Klassenzimmer.

Eigenschaften	Verbesserungs- fähig	Methoden / Einsatzbereiche u. a.
Selbsterkenntnis		Feedback (Eigen-/Fremdbeurteilung), Portfolio, Coaching, Assessment Center
Ideenreichtum und Vorstellungskraft		Businessplan, Ideenwettbewerb, <b>Übungsfirma</b> , Design von Präsentationen, Plakaten, Website
Praktische Erfahrung	●	Betriebspraktikum, Exkursionen (Übungsfirma, Juniorfirma)
Analytische Fähigkeit	●	Unternehmensanalyse, <b>Wirtschaftssimulation</b>
Erforschungsdrang und -geschick	●	Businessplan, Marktforschung, Recherchen, Analysen
Voraussicht und Weitblick	●	Planspiel, Wirtschaftssimulation, <b>Börsenspiel</b>
Kaufmännisches Geschick	●	Planspiel, Businessplan, Fallstudie
Kommunikationsfähigkeit	●	Rollenspiel, Messeteilnahme, Präsentation, Debatte, Diskussion, World Café
Delegationsfähigkeit	●	} Projektunterricht, Übungsfirma, Organisation von Veranstaltungen
Organisationstalent	●	

Tab. 2: Trainierbare Eigenschaften und mögliche Methoden

Anhand der nachfolgenden drei Unterrichtsbeispiele soll abschließend die Förderung von unternehmerischen Erfolgsfaktoren im Klassenzimmer exemplarisch erläutert werden.

### Übungsfirma mit Messeteilnahme

Die handlungs- respektive kompetenzorientierte Lehr- und Lernmethode Übungsfirma bietet enormes Potenzial, unternehmerische Eigenschaften zu erwerben bzw. auszubauen. Dies kann beispielsweise durch die aktive Teilnahme an einer nationalen oder internationalen Übungsfirmenmesse erreicht werden. Dabei ist schon während der laufenden Übungsfirmenarbeit darauf zu achten, dass den Lernenden ausreichend Gestaltungs-, Handlungs- bzw. Entscheidungsspielräume gewährt werden. Gemeinsam mit der Übungsfirmenleitung stimmen die Lernenden ab, welche Messe sie als Aussteller/innen besuchen, welche ökonomischen Ziele und welche Lernziele sie dabei erreichen wollen sowie welche Maßnahmen für eine erfolgreiche Messeteilnahme zu planen und durchzuführen sind. Bei den Vorbereitungsarbeiten, wie z. B. der Anmeldung, der Organisation der Reise und der Gestaltung des Messeauftritts, können die Lernenden kreativ sein und eigene Ideen entwickeln bzw. umsetzen. Dabei sind nicht nur absatzseitige Überlegungen anzustellen, sondern auch der Bedarf an zu beschaffenden Gütern und Dienstleistungen zu ermitteln, weil sich beim Messebesuch Kontakte zu potentiellen Kunden/Kundinnen und Lieferanten/Lieferantinnen auf tun und neben Erstgesprächen und Verkaufsverhandlungen auch Kaufgespräche zu führen sind. Am Messestand können die Lernenden dann Präsentationsfähigkeiten, Verhandlungsgeschick und gegebenenfalls auch Fremdsprachenkenntnisse unter Beweis stellen. Abschließend werden im Rahmen der Nachbereitung die erzielten Ergebnisse mit den Zielen verglichen, die gemachten Erfahrungen reflektiert und der Lernzuwachs gemeinsam diskutiert (vgl. Riebenbauer 2008, S. 245).

## Börse für Übungsfirmen

Als ein weiterer Höhepunkt im Rahmen der Übungsfirmenarbeit kann die Teilnahme an dem vom New Yorker IVE – **Institute for Virtual Enterprise** initiierten Börsenwettbewerb für Übungsfirmen in Erwägung gezogen werden. Das Übungsfirmeninstitut in New York City simuliert dazu eine Börse für Übungsfirmen nach dem Vorbild der New York Stock Exchange. Die Lernenden starten mit dem IPO Prozess (Initial Public Offering) inklusive der Erstellung eines Emissionsprospekts für ihre Übungsfirma. Dazu müssen sie ihre Übungsfirmendaten für den Börsengang adaptieren respektive modellieren und im Rahmen der Finanzplanungen eine Planbilanz für ihre Übungsfirma aufstellen. Die Herausforderung liegt dabei v. a. beim Abschätzen zukünftiger, internationaler Entwicklungen und beim Treffen von Entscheidungen unter Unsicherheit (u. a. über Emissionspreis, Stückelung der Aktien, Verknüpfung mit einem realen Unternehmen der Branche). Nachdem die Lernenden ihr fertiges Emissionsprospekt den anderen Teilnehmer/innen über eine Web-Konferenz präsentiert haben, prüft die IVE Bank die vorgelegten Unterlagen und erteilt den erfolgreichen Übungsfirmen die Zulassung an der Übungsfirmenbörse, bei der neben Aktien von Übungsfirmen auch Aktien von realen Unternehmen gehandelt werden können. Danach beginnt der weltweite Börsenwettbewerb auf zwei Ebenen: Zum einen erhalten die teilnehmenden Übungsfirmen ein fiktives Budget von \$ 50.000 für die **company competition** und zum anderen können einzelne Personen fiktive \$ 10.000 bei der **student competition** am Börsenmarkt investieren. Am Ende der über zwei Monate laufenden Börsenspiele präsentieren die Lernenden ihre Ergebnisse über eine Web-Konferenz, die Besten erhalten ihre Preise und reflektieren über ihre Erfahrungen mit der gewählten Investitionsstrategie (vgl. IVE 2009).

## Wirtschaftssimulation Capitalism II

Computerbasierte Wirtschaftssimulationen finden zunehmend Einzug in der Entrepreneurship Education. Beispielsweise wird das Spiel **Capitalism II** an der **Harvard Business School** und der **Stanford University** erfolgreich als ergänzendes Lernprogramm eingesetzt. Das handlungsorientierte Computerspiel ist weltweit ausgerichtet und modelliert so realistisch wie möglich zentrale Aspekte moderner Wirtschaft – vom Marketing bis zum Finanzmarkt. Für die Verwendung als Lehrmethode gibt es verschiedene Möglichkeiten hinsichtlich Spieldauer, Schwierigkeitsgrad und Marktumfang. Empfohlen wird die Konzentration auf einen Geschäftsbereich pro Unterrichtseinheit, z. B. das Marketing. Die Lernenden werden in Gruppen von drei Personen eingeteilt, in der sie ein Unternehmen führen und zuerst ihre Strategie entwickeln. Danach treffen sie ihre Entscheidungen, u. a. über Produktpreise, Produktqualität, Markenpflege, Kapazitäten und Werbung. Sie analysieren ihre lokale Konkurrenzsituation und versuchen die Handlungen der anderen vorausszusehen. Nachdem eine bestimmte Anzahl von Perioden gespielt ist, folgen die Ergebnisanalysen in den Kleingruppen und das Ergebnisreferat im Plenum (vgl. Enlight 2009).

Diese Simulation des **Entrepreneur-Seins** im Unterricht ermöglicht zum einen das Training der analytischen Fertigkeiten der Lernenden. Zum anderen werden jedoch auch andere unternehmerische Faktoren verbessert. Solche Computersimulationen versetzen die Lernenden in einen **Wirtschaftssandkasten**, den sie gänzlich frei bearbeiten können. Hier bedarf es des Geschicks, Marktnischen zu entdecken und zu erobern, langfristige Entwicklungen zu prognostizieren und schließlich auch eine Vision in die Tat (im Spiel) umzusetzen. Aufgrund des Umfangs und der vielen Möglichkeiten müssen die Lernenden sehr konzentriert bzw. planvoll vorgehen. Hochriskante Investitionen wenden sich – aufgrund des anspruchsvollen Schwierigkeitsgrades – oftmals gegen die Lernenden, was sie wiederum die Erfahrung vieler Entrepreneure machen lässt: die Insolvenz.

## 5 Fazit

*Erfolg besteht darin, dass man genau die Fähigkeiten hat,  
die im Moment gefragt sind.*

**Henry Ford**

Es ist eine zentrale Aufgabe der Berufsbildung, junge Menschen auf zukünftige Herausforderungen bestmöglich vorzubereiten, sodass sie in unternehmerischer oder beruflicher Selbstständigkeit die immer schnelleren Veränderungen ihrer Lebenswelten bewältigen können. Durch eine fundierte Entrepreneurship Education mit verschiedenen Unterrichtskonzepten und -methoden sollen Lernende ihre angeborenen Eigenschaften verbessern sowie weitere unternehmerische Fähigkeiten erwerben, um für Innovationen und Marktchancen bereit zu sein und so die wirtschaftliche Entwicklung durch schöpferische Zerstörung weiter vorantreiben zu können. Die in diesem Beitrag vorgestellten Methoden der kreativen Verarbeitung im Unterricht zeigen auf, wie Lehrende die unternehmerischen Eigenschaften ihrer Lernenden gezielt entwickeln bzw. fördern können.

Um etwas mehr Ausgewogenheit unter den ungleich verteilten Eigenschaften von Entrepreneuren zu erzeugen, müssen Lehrende kreative Methoden anwenden. Beispielsweise ist die arrivierte Übungsfirmenarbeit in Kombination mit anderen kreativen Methoden eine sinnvolle Ergänzung zu klassischen Unterrichtsformen, da viele andere Eigenschaften entwickelt und trainiert werden können. Wer bei aller Methodenvielfalt und -innovation jedoch immer eine wesentliche Rolle spielen wird, ist jedoch klar: die Lehrenden. Ohne ihre Kreativität und inspirierende Interpretation der vorhandenen Methodik können sowohl die Förderung von unternehmerischen Eigenschaften als auch die weiteren Ziele der Entrepreneurship Education nicht erreicht werden.

## Literatur

- BM:UKK – Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur (2009): Berufsbildendes Schulwesen – Entrepreneurship Education. Online: <http://www.bmukk.gv.at/schulen/bw/bbs/entrepreneurship.xml> (15.07.2009).
- CASSON, M. (2003): The Entrepreneur. Cheltenham.
- DE, D. (2005): Entrepreneurship. München.
- ENLIGHT (2009): Entertrainment Software, Capitalism II – The Ultimate Strategy Game of Money, Power and Wealth. Online: <http://www.enlight.com/capitalism2/educational.htm> (15.07.2009).
- FALTIN, G. (1998): Das Netz weiter werfen – Für eine neue Kultur unternehmerischen Handelns. In: FALTIN, G./RIPSAS, S./ZIMMER, J. (Hrsg.): Entrepreneurship: Wie aus Ideen Unternehmen werden. München, S. 3 – 20.
- GEM – Global Entrepreneurship Monitor (2005): Report on High-Expectation Entrepreneurship. Online: <http://www.gemconsortium.org/download.asp?fid=444> (15.07.2009).
- HIPPLE, S. (2004): Self-employment in the United States: an update. In: Monthly Labor Review, 127(7), S. 13 – 23.
- IVE – Institute for Virtual Enterprise (2009): IVE Market Maker, IVE Stock Market. Online: <http://www.ivefinancial.com> (15.07.2009).

- KLANDT, H. (1998): Entrepreneurship spielend lernen. In: FALTIN, G./RIPSAS, S./ZIMMER, J. (Hrsg.): Entrepreneurship: Wie aus Ideen Unternehmen werden. München, S. 197 – 216.
- KÖPPEL, T./SLEPCEVIC-ZACH, P./WINKELBAUER, A./TILL, H./FRIEDRICH, E. (2009): Wirtschaftliches Verständnis und Risiko: Eine empirische Studie über den Zusammenhang zwischen wirtschaftlichem Denken und Risikoeinstellung Jugendlicher. In: STOCK, M. (Hrsg.): Entrepreneurship, Europa als Bildungsraum, Europäischer Qualifikationsrahmen – Tagungsband zum 3. Österreichischen Wirtschaftspädagogik-Kongress. Wien, S. 63 – 71.
- LAZEAR, D. (2005): Entrepreneurship. In: Journal of Labor Economics, 23 (4), S. 649 – 680.
- POSCHKE, M. (2008): Who Becomes an Entrepreneur? Labor Market Prospects and Occupational Choice. Discussion Paper No 3816, Online: <http://people.mcgill.ca/files/markus.poschke/occchoice.pdf> (05.05.2009).
- RIEBENBAUER, E. (2008): Rechnungswesen in der Übungsfirma: Internationale Vergleiche von Übungsfirmen in Österreich, Deutschland, Italien und den Vereinigten Staaten. Graz.
- RIPSAS, S. (1998): Elemente der Entrepreneurship Education. In: FALTIN, G./RIPSAS, S./ZIMMER, J. (Hrsg.): Entrepreneurship: Wie aus Ideen Unternehmen werden. München, S. 217 – 233.
- SCHALLER, A. (2001): Entrepreneurship oder wie man ein Unternehmen denken muss. In: BLUM, U./LEIBBRAND, F. (Hrsg.): Entrepreneurship und Unternehmertum. Wiesbaden, S. 3 – 56.
- SCHUMPETER, J. A. (1934): Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Nachdruck 1964, Berlin.
- WALTER, S./WALTER, A. (2009): Personenbezogene Determinanten von Unternehmensgründungen: Stand der Forschung und Perspektiven des Fortschritts. In: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (zfbf), 61, S. 57 – 89.