

Themenreihe
Berufsbildung:
Innovation in der
Berufsbildung

Die Entwicklung Unternehmerischer Kompetenzen: Eine wissenschaftliche Perspektive

Dr. Susan Müller, Professorin für
Entrepreneurship, Berner Fachhochschule

**Pädagogische Hochschule Zürich,
14. September 2021**



Gefördert durch:



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement für
Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF
**Staatssekretariat für Bildung,
Forschung und Innovation SBFi**

Getragen durch:

**SDK
CSD**



«**Unternehmerische Kompetenz** bezieht sich auf die Fähigkeit, Chancen und Ideen umzusetzen und in Werte für andere zu verwandeln. Sie beruht auf Kreativität, kritischem Denken und Problemlösung, Eigeninitiative und Durchhaltevermögen und der Fähigkeit, mit anderen zusammenzuarbeiten, um Projekte zu planen und durchzuführen, die von kulturellem, gesellschaftlichem oder finanziellem Wert sind.»

Europäischer Rat. (2018). Empfehlungen des Rates vom 22. Mai 2018 zu Schlüsselkompetenzen für lebenslanges Lernen. Amtsblatt der Europäischen Union.

Relevante Fragestellungen

1

Können unternehmerische Kompetenzen, sowie relevante Einstellungen und Intentionen mit Entrepreneurship Education-Programmen erhöht bzw. positiv verändert werden?

2

Kann die Teilnahme an Entrepreneurship Education-Programmen die Erfolgswahrscheinlichkeit einer unternehmerischen Initiative erhöhen?

3

Kann ein Entrepreneurship Education-Programm erfolgreich durch Lehrpersonen vermittelt werden, die keine Themen-Expert*innen sind?

1

Können unternehmerische Kompetenzen, sowie relevante Einstellungen und Intentionen mit Entrepreneurship Education-Programmen erhöht bzw. positiv verändert werden?

Entrepreneurship-Wissen und Kompetenzen können durch die Teilnahme an Entrepreneurship-Programmen erhöht werden

- **Eigene Interventionsstudie mit einer Vorversion von myidea (SBFI-finanziert):** Signifikante Zunahmen bezüglich «Umsetzbarkeit der Unternehmensgründung», «Umsetzung einer Geschäftsidee» und «Wissen» (mittel bis grosse Effektstärken). (Volery, Müller & Oser, 2012)
- **Meta-Analyse mit 42 unabhängigen Stichproben (n=16'657):** Signifikanter Zusammenhang zwischen der Teilnahme an einem Entrepreneurship Education-Programm und der Zunahme bei Entrepreneurship Skills, Intentionen und Outcomes. (Martin, McNally & Kay, 2012)



**Entrepreneurship ist eine Methode,
die man lernen kann**

Volery, T., Müller, S., & Oser, F. (2012). Entrepreneurship Programm «Initiative Zukunft»: Eine Interventionsstudie zur Erhöhung des unternehmerischen Kompetenzprofils bei Lernenden der Sekundarstufe II. Universität Fribourg, Universität St. Gallen.

Martin, B., McNally, J., & Kay, M. (2012) Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing*, 28(2), 211-224.

2

**Kann die Teilnahme an Entrepreneurship Education-
Programmen die Erfolgswahrscheinlichkeit einer
unternehmerischen Initiative erhöhen?**

Kenntnisse über häufige Scheiternsgründe («Negatives Wissen») sind zentral

- Viertägiges Entrepreneurship Training (Vorläufer myidea)
- Pre- und Post-Messung

	Interventionsgruppe 1	Interventionsgruppe 2	Kontrollgruppe 1	Kontrollgruppe 2	
	Wissen Entwicklung einer eigenen Idee Fälle mit gescheiterten Unternehmen	Wissen Entwicklung einer eigenen Idee Fälle mit erfolgreichen Unternehmen	Wissen Entwicklung einer eigenen Idee Keine Fälle	Kein Treatment	
n	137	129	113	90	469



Messung anhand einer «Simulated Performance»

Kurzbeschreibung
der Situation eines
Jungunternehmens

TEIL 1: Fallstudie Lifestyle-Getränk

Die folgende Geschichte kennen Sie ja schon. Alles in diesem ersten Teil des Fragebogens bezieht sich auf diese Fallstudie. Nehmen Sie sich für die Beantwortung aller Fragen genügend Zeit.



Bitte lesen Sie die folgende Situationsbeschreibung und versuchen Sie, sich wiederum bestmöglich in die Lage der Gründenden zu versetzen.

Eine junge Firma produziert und vertreibt seit circa 6 Monaten ein neues Lifestyle-Getränk. Das Lifestyle-Getränk besteht aus einer neuen pflanzlichen Rezeptur, die eine aufputschende Wirkung hat und bei Jugendlichen sehr beliebt ist. Die beiden Gründer, Jan und Benedikt, hatten bei der Auswahl des Vertriebskanals zwei Möglichkeiten: Eine war der Eigenvertrieb, in dem Bars, Cafés und Geschäfte direkt von der Firma beliefert würden. Die andere bestand im Vertrieb über eine der drei großen Handelsketten des Landes.

Jan und Benedikt haben sich nach reichlicher Überlegung für den Vertrieb über eine der drei großen Handelsketten entschieden und einen Exklusiv-Vertrag mit folgendem Inhalt abgeschlossen: Die Gründer verpflichten sich ausschliesslich diese Handelskette über 3 Jahre zu beliefern. Andere Kunden dürfen nicht beliefert werden. Im Gegenzug verpflichtete sich die Handelskette Regalplätze für mindestens 3 Jahre in allen Filialen für das Produkt bereitzustellen, ausser wenn sich durch besondere geschäftsschädigende Umstände diese Zusage nicht einhalten lässt.

Die Absatzmenge schoss in den letzten 6 Monaten von anfänglich 20'000 Flaschen pro Monat auf jetzt 80'000 Flaschen pro Monat in die Höhe. Da die Maschine nicht mehr Flaschen abfüllen konnte, haben die Gründer eine neue Abfüllanlage mit einer weiteren Kapazität von 120'000 Flaschen pro Monat gekauft und über einen Bankkredit finanziert. Dafür haben Sie CHF 250'000 investiert.

4

Was sind potenzielle Gefahrenquellen dieser Situation? Entscheiden Sie bitte für jeden Aspekt, ob er aus Ihrer Sicht eine Gefahr darstellt.

	Keine Gefahr				Gefahr			
	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Exklusivvertrag mit einer Handelskette	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2. Kauf der neuen Abfüllanlage	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3. Drei Jahre Verpflichtung	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4. Bankkredit	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5. Zusammensetzung des Produkts	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
6. Produkt an sich – Ähnlichkeit zu anderen Energy-Drinks	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
7. Problem mit den anderen beiden Handelsketten	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

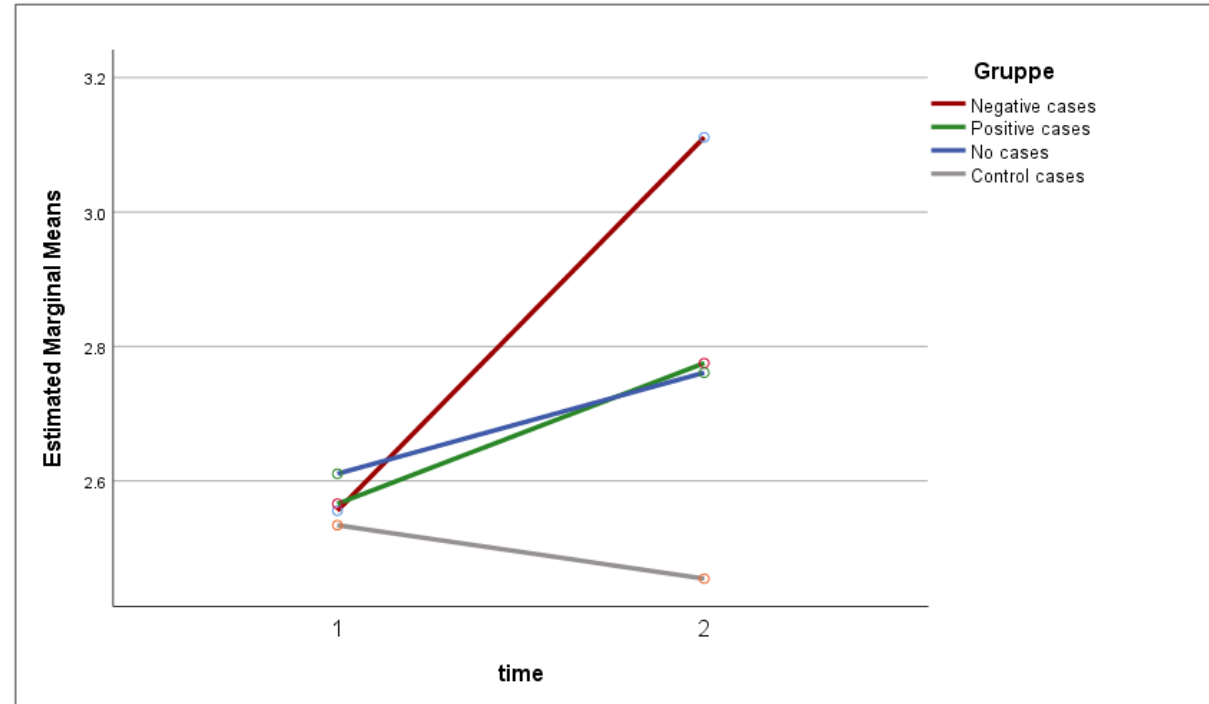
5

Lernende müssen
die Bedeutung
möglicher
Gefahrenquellen
einschätzen



Lernende, die mit negativen Fallstudien gelernt haben, können bestimmte Hauptgefahrenquellen eher erkennen

Awareness
bezüglich der
Gefahrenquelle:
Exklusivvertrag mit
Vertriebspartner



- Bei allen Interventionsgruppen stieg das Bewusstsein für die Gefahrenquelle Exklusivvertrag
- Die Veränderungen bei der Gruppe mit negativen Fällen war signifikant höher als die Veränderungen bei der Gruppe mit positiven Fallstudien und der Gruppe ohne Cases.

Analysis: ANOVA, group as intermediate subject effects, time as internal subject effects. Post-hoc tests: one-way ANOVAS with the difference values of the pre- and post-tests



Training von Eigeninitiative wichtiger als klassische Business-Trainings



Studiendesign

- Randomisierte kontrollierte Studie mit Kleinstunternehmer*innen
- 3 Gruppen:
 - Etabliertes Business Training-Programm (n=500)
 - «Personal Initiative Training Program» (n=500) (Personal initiative = self-starting behavior, long-term orientation, persistence)
 - Kontrollgruppe (n=500)
- Vorher-Nachher-Messung mit insgesamt vier Follow-up Erhebungen, die Unternehmenserfolg über zwei Jahre gemessen hat

Resultate

- Teilnehmende des Personal Initiative Training-Programms konnten Firmenprofite um 30% erhöhen (statistisch signifikant), Teilnehmende des traditionellen Trainings nur um 11% (statistisch nicht signifikant)

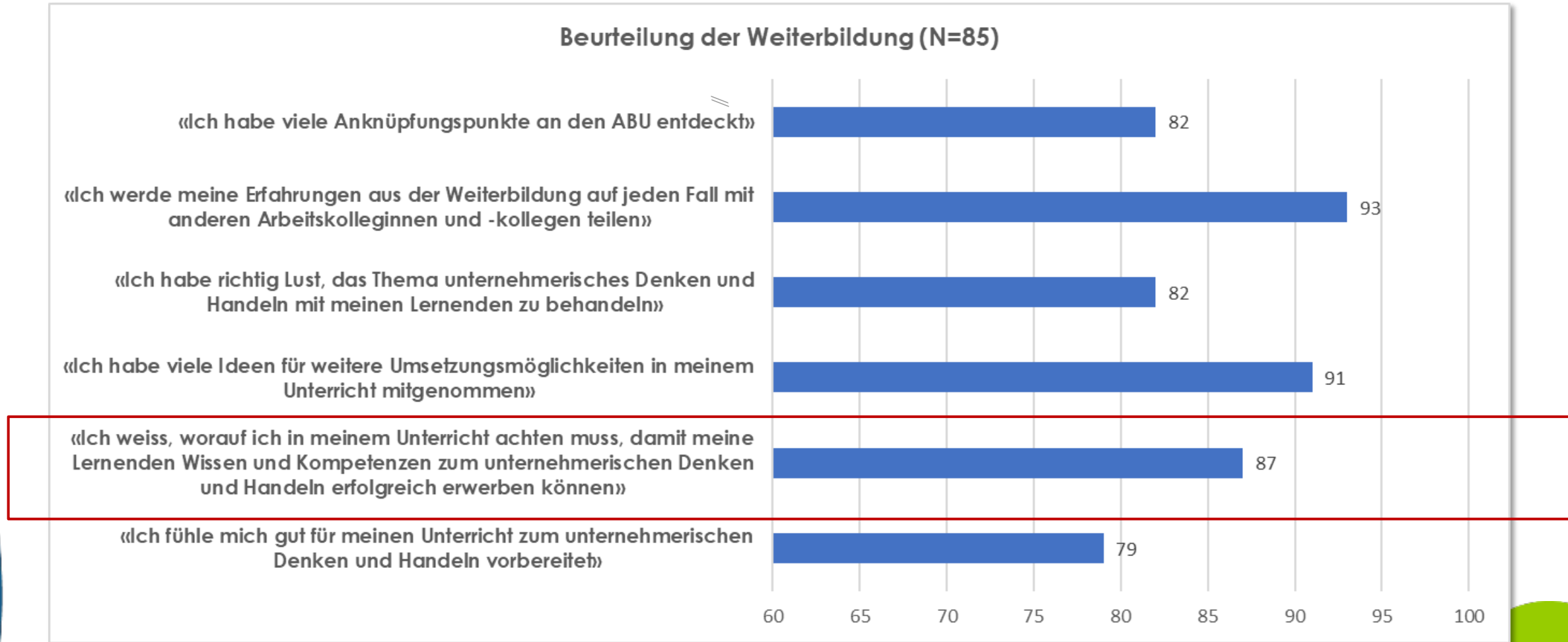
Campos et al. (2017) Teaching personal initiative beats traditional training in boosting small business in West Africa. *Science*, 357, 1287-1290.

3

Kann ein Entrepreneurship Education-Programm erfolgreich durch Lehrpersonen vermittelt werden, die keine Themen-Expert*innen sind?

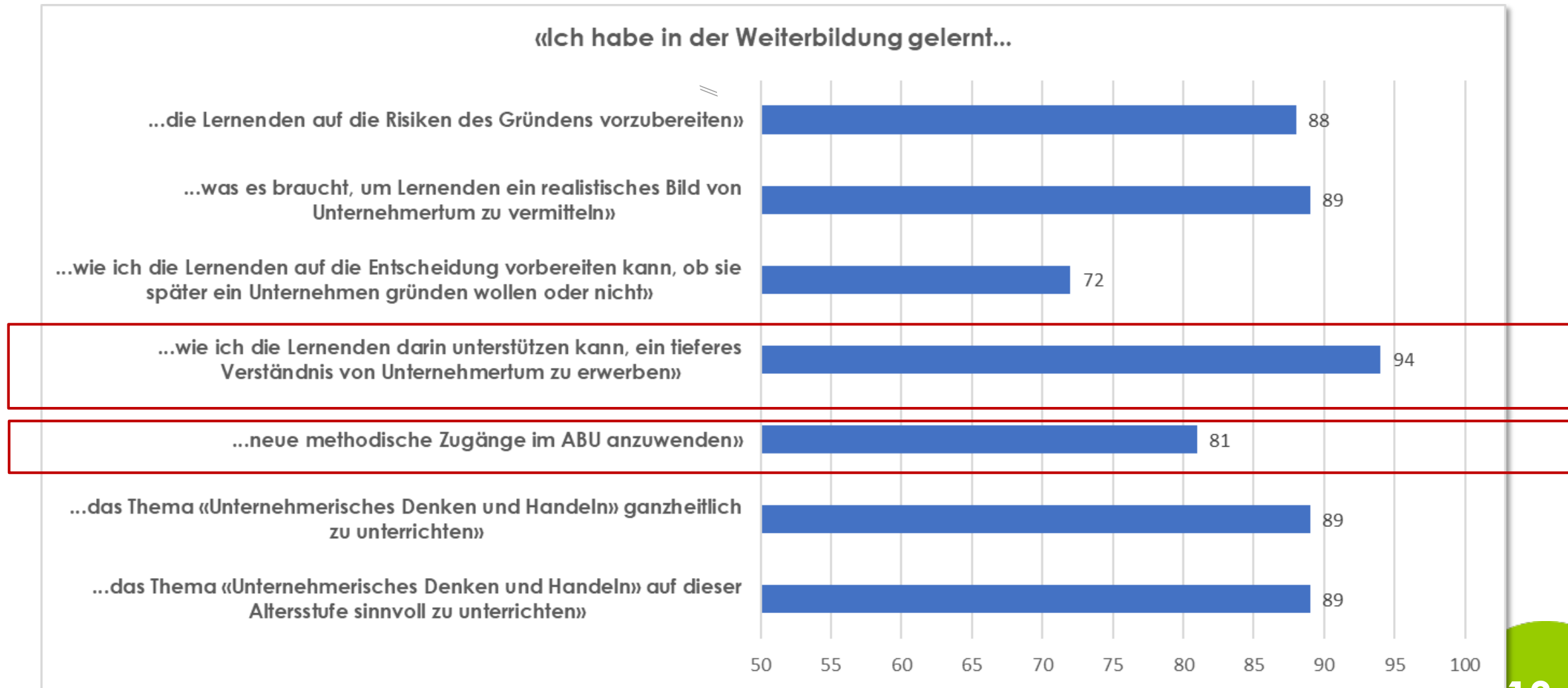
Befragung der Lehrpersonen im Anschluss an die Teacher-Weiterbildung

Anteil Lehrpersonen, die folgende Aussagen mit «ja» oder «eher ja» beantworteten (%)



Fortsetzung: Befragung der Lehrpersonen im Anschluss an die Teacher-Weiterbildung

Anteil Lehrpersonen, die folgende Aussagen mit «ja» oder «eher ja» beantworteten (%)



Fazit aus qualitativen und quantitativen Untersuchungen

1. myidea «funktioniert»

Lehrpersonen sind in der Lage das Programm myidea zu unterrichten. Inhalte und Aufgaben «funktionieren».

2. Herausforderungen Heterogenität

- Grosse Heterogenität der Lernenden zwischen Ausbildungsberufen und Niveaus, aber auch innerhalb einer Klasse.
- Grosse Heterogenität bei Lehrpersonen.

3. Weiterbildung UDH ist zentral

Umsetzende Lehrpersonen, welche nicht von uns geschult worden waren, erschlossen sich die Ziele und Schwerpunkte des Programms weniger klar.

- myidea hat eine Philosophie und ist eben keine reine Materialsammlung.
- Die eigene Entwicklung einer Geschäftsidee ist wichtig, um die Herausforderungen der Lernenden zu verstehen.

Ausblick

Pädagogik

- Stärkung von Elementen, die Lernende dazu bringen, aktiv zu werden und Eigeninitiative fördern
- Das Thema «Negatives Wissen» stärken und Fallstudien attraktiver machen

Inhalte

Verschränkung von Kompetenzen in den Bereichen Entrepreneurship, Digitales und Nachhaltigkeit

Messung

Wirkungsmessung vereinfachen, damit Lehrpersonen die myidea-Umsetzung und das UDH-Team das Programm evidenzbasiert weiterentwickeln können





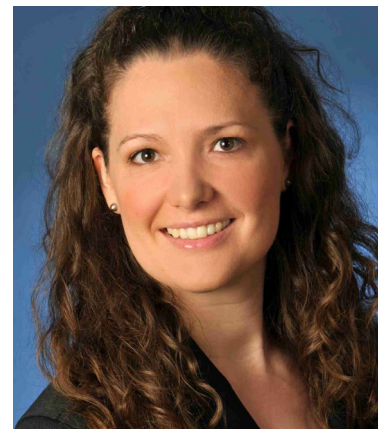
**Prof. Dr. Dr. h.c. mult.
Fritz Oser (em.) †**

Professor für Pädagogik und
Pädagogische Psychologie,
Universität Fribourg



**Prof. Dr. Eveline
Gutzwiller-Helfenfinger**

Senior Researcher an der
Universität Fribourg
Dozentin PH Schwyz



Prof. Dr. Susan Müller

Professorin für
Entrepreneurship, Berner
Fachhochschule



Dr. Lara Forsblom

Ehemals: Senior
Researcher Universität
Fribourg

Danke für Ihre Aufmerksamkeit

Das Programm im Überblick: Kombination von Wissensaufbau und kontinuierlicher Arbeit an einer Geschäftsidee

