



Entrepreneurship als Unterrichtsprinzip an BMHS

Dir. Mag. Max Dirisamer
HAK Linz-Auhof

*UnternehmerIn sein, mit Entscheidungsbe-
fugnis ausgestattet
sein, also über Macht
zu verfügen, ist nicht
von vorne herein
etwas Gutes, sondern
muss dazu erst ge-
macht werden. Sozia-
le, ökologische und
ethische Sensibilität
sind zu entwickeln.*

Seit einigen Jahren wird in den kaufmännischen Schulen übereinstimmend mit den Zielen der EU das Konzept der Entrepreneurship Education verstärkt entwickelt. AbsolventInnen sollen damit bestmöglich auf die sich verändernden Bedingungen in der Berufswelt vorbereitet werden.

Entrepreneurship“ ist ein vor allem durch die Festlegungen der Europäischen Union international gebräuchlich gewordener Begriff, der bei so manchen sowohl wegen seiner inhaltlichen Unklarheit, als auch seiner etwas eigenwillig anmutenden Wortmelodie Irritation schafft. Unternehmertum, also unternehmerisches Denken und Handeln einschließlich der Gründung von Unternehmen kann im Wesentlichen mit Entrepreneurship gleichgesetzt werden. Für das Verständnis ist wichtig, dass die meisten Länder in der EU ein dem österreichischen berufsbildenden Schulwesen entsprechendes System nicht aufweisen. Bestrebungen, das Schulwesen stärker in Richtung einer Berufs- und Wirtschaftsorientierung zu steuern, sind daher nur zu verständlich. Inhaltlich geht es dabei um

- die Weckung von Unternehmergeist, Entwicklung von unternehmerischem Denken und Handeln
- die Förderung dafür nötiger sozialer Kompetenzen
- die Förderung dafür nötiger personaler Kompetenzen

Nach Schumpeter (1883–1959) ist ein Entrepreneur ein Entwickler und Durchsetzer neuer Produkte, Produktionsverfahren, aber auch Absatzmärkte, Bezugsquellen und Marktstruk-

turen, sei dies als EigentümerIn oder ManagerIn, also formal Unselbstständige/r. Es braucht nicht viel Vorstellungsvermögen, dass genau diese Geisteshaltung ökonomischen Fortschritt sicherstellt und damit individuellen und gesellschaftlichen Wohlstand ermöglicht. Wichtig ist daher, nicht die Eigentumsfrage in den Mittelpunkt der Betrachtungen zu stellen, sondern die von Menschen ausgehende Innovationsdynamik. In der Tat kann nicht davon ausgegangen werden, dass Eigentum am Unternehmen automatisch mit Engagement für das Unternehmen einhergeht. Viele AktionärInnen sind z.B. formal als (Mit)unternehmerInnen anzusehen ohne aber Einfluss auf die Geschäftsführung ausüben zu können oder zu wollen. Die entscheidenden Merkmale des Entrepreneurs liegen also in seiner Persönlichkeit, seinem Wertesystem und seiner fachlichen Qualifikation begründet.

Verankerung im Ausbildungsprogramm der Handelsakademien

Die Lehrpläne der Handelsakademie sind darauf bestens eingestellt. Der Lehrplan 2004 der Handelsakademie weist in allen schulautonom mehr oder weniger stark modifizierten Varianten eine Reihe von Fächern auf, die direkten Bezug auf unternehmerische Qualifizierung nehmen. Betriebswirtschaft und Rechnungswesen beispielsweise beinhalten unternehmerische Kernkompetenzen. Genauso bedeutsam sind Kompetenzen im Bereich Sprache inklusive der Fremdsprachen, IT-Kompetenzen, ergänzende und tiefer gehendes Spezialwissen aus Recht, Volkswirtschaft usw. Auch das, was üblicherweise als Allgemeinbildung verstanden wird, ist von grundlegender Bedeutung. Ambitionierte Menschen, die in Organisationen gestaltend wirken, verfügen über geographisches, historisches oder auch kulturelles Wis-



sen. Daneben sind Ausbildungsinhalte von Bedeutung, die spezielle unternehmerische Kompetenzen unterstützen. Projektmanagement und Moderation, Qualitätsmanagement, Entscheidungs- und Kreativtechniken, Steuerung von Problemlösungskreisläufen, Techniken des Informations- und Wissensmanagements, persönliche Arbeitstechnik und Selbstorganisation usw. sind in diesem Zusammenhang als Beispiele zu nennen. Diese und ähnliche Inhalte sind in den Handelsakademien oftmals in eigenen Fachrichtungen abgebildet, sind aber auch häufig in schulautonomen Bildungsangeboten enthalten. Das, was eine/n UnternehmerIn immer noch am stärksten kennzeichnet, ist ihre/seine Persönlichkeit. Förderung von Haltungen im Spektrum zwischen Eigeninitiative, Offenheit für Neuerungen und sozialer Sensibilität & Kompetenz sind die Basis einer Kultur unternehmerischen Denkens und Handelns.

Erziehung zu unternehmerischem Denken und Handeln

Um dies zu erreichen, gibt es in den Lehrplänen der Handelsakademie ein fächerübergreifendes Unterrichtsprinzip „Erziehung zu unternehmerischem Denken und Handeln“. Dies bedeutet, dass die LehrerInnen aller Unter-

richtsgegenstände angehalten sind, unternehmerisches Denken und entsprechende Haltungen zu fördern. Eine Unternehmerpersönlichkeit entwickeln zu helfen ist also nicht Aufgabe eines einzelnen Unterrichtsfaches, sondern Aufgabe der Schule insgesamt. Dies hat konkrete Auswirkungen, z.B. auf die Auswahl der Lehrinhalte und auf das Wertesystem einer Schule und seine täglichen Konkretisierungen. Es ist ein Klima zu schaffen, in dem der Erfolg gesucht wird und nicht die Angst vor Misserfolgen limitierend wirkt. ■

AUF EINEN BLICK

Eine Unternehmerpersönlichkeit entwickeln zu helfen, ist im Sinne der Ziele der EU eine zentrale Aufgabe der Schule. Handelsakademien haben ein besonderes Naheverhältnis zur Entrepreneurship Education. LehrerInnen aller Unterrichtsgegenstände sind angehalten, unternehmerisches Denken und entsprechende Haltungen zu fördern und auch selbst so zu handeln, damit es gelingt, SchülerInnen selbstständig, mündig und innovativ zu machen.

mehr unter www.schullandooe.at

Von der Wirtschaftskammer ausgezeichnete JungunternehmerInnen