

# **Unternehmerisches Denken und Handeln:** Die Bedeutung und Anwendbarkeit der Entrepreneurship Education für gewerblich-technische Berufsdomänen

Tobias Schlömer, Karina Kiepe & Carolin Wicke

Siegen ▪ 12.03.2019 ▪ Fachtagung der BAG Elektro/Metall  
„Digitalisierung mit Arbeit und Berufsbildung nachhaltig gestalten“

---



HELMUT SCHMIDT  
UNIVERSITÄT  
Universität der Bundeswehr Hamburg

# Agenda

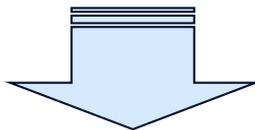
---

- (1) Einführung in die Entrepreneurship Education
- (2) Handlungsprinzipien im Entrepreneurship
- (3) Entwicklung von Geschäftsmodellen
- (4) Entrepreneurship in gewerblich-technischen Berufsdomänen?!

# Entrepreneurship Education

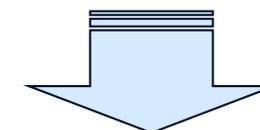
## Unternehmerische Kompetenz im engeren Sinne

- Fähigkeit zum Ideenmanagement
- Kreativität, Innovationsfähigkeit, Risikobereitschaft
- Projektkompetenzen
- Kompetenz zur Chancenbewertung und -nutzung
- Unternehmerische Selbstwirksamkeit
- Urteilsfähigkeit/Verantwortung



## Unternehmerische Persönlichkeit im weiteren Sinne

- Unabhängigkeit von Sachzwängen
- Gestalterische Grundhaltung
- Unternehmerische Mündigkeit
- Berufliche Autonomie und Selbstverwirklichung
- Entrepreneurship-Kultur in Betrieb, Arbeit, Gesellschaft und im Beruf



## Dimensionen von Entrepreneurship

Konventionelles  
Entrepreneurship

Intrapreneurship

Kulturelles  
Entrepreneurship

Nachhaltiges  
Entrepreneurship

Berufsbiografisches  
Entrepreneurship

# Agenda

---

- (1) Einführung in die Entrepreneurship Education
- (2) Handlungsprinzipien im Entrepreneurship
- (3) Entwicklung von Geschäftsmodellen
- (4) Entrepreneurship in gewerblich-technischen Berufsdomänen?!

# Handlungsprinzipien im Entrepreneurship

---

**Effectuation:**

**Prinzip der Zukunftsorientierung**

(vgl. Sarasvathy 2001; Baierl & Grichnik 2013, S. 69 ff.)



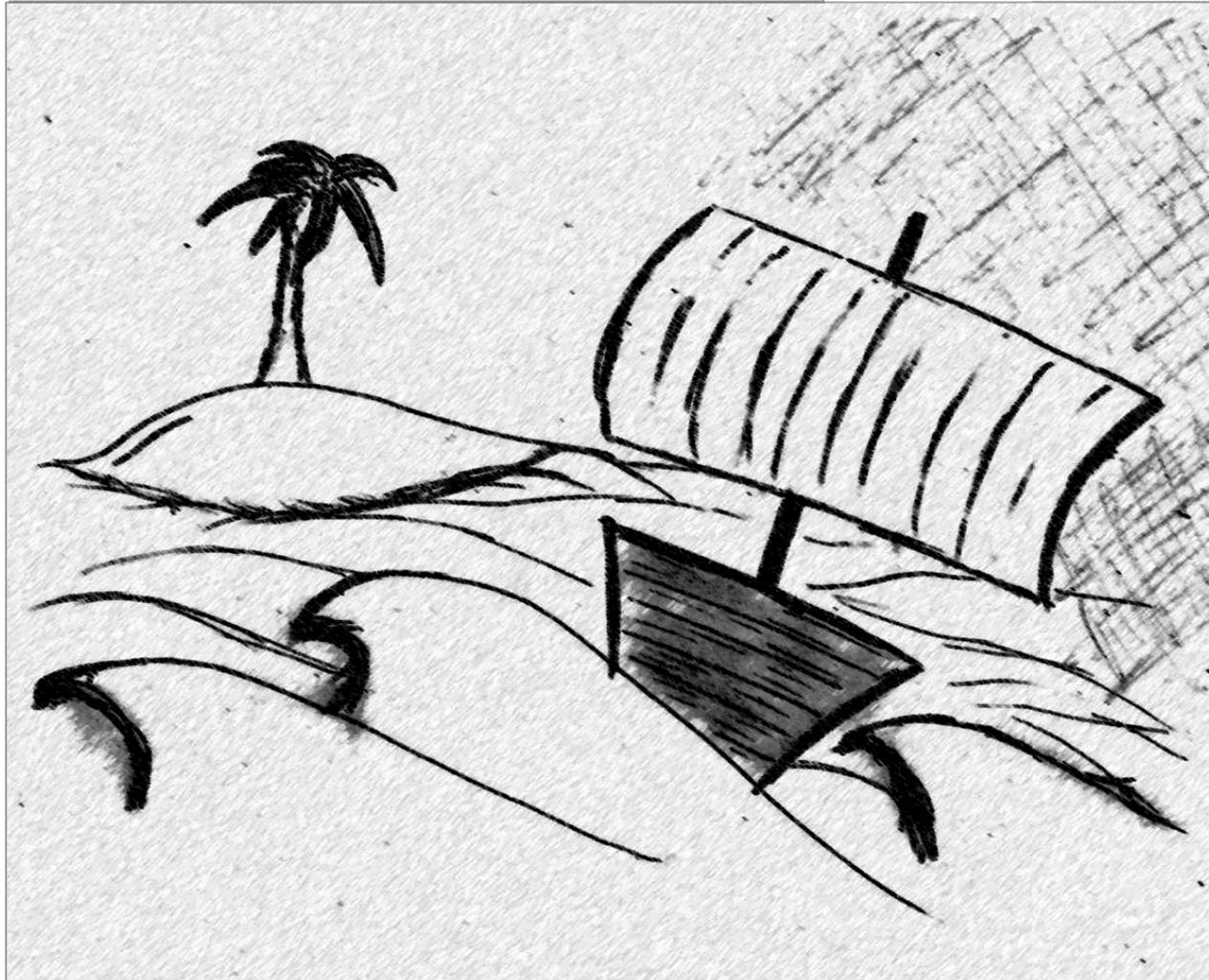
# Handlungsprinzipien im Entrepreneurship

---

**Effectuation:**

**Prinzip der Umstände u. Zufälle**

(vgl. Sarasvathy 2001; Baierl & Grichnik 2013, S. 71 ff.)



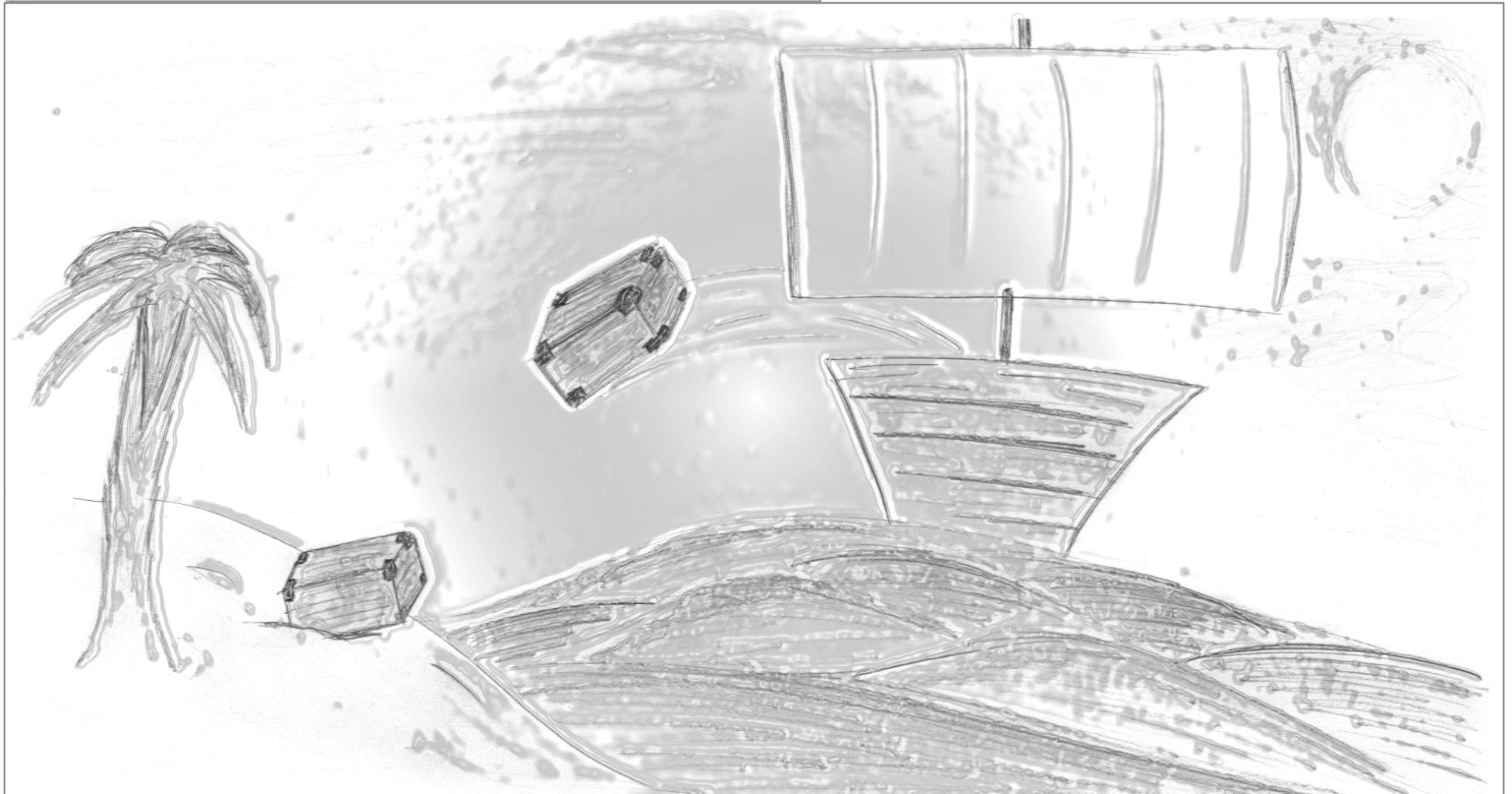
# Handlungsprinzipien im Entrepreneurship

---

## Effectuation:

### Prinzip des leistbaren Verlusts

(vgl. Sarasvathy 2001; Baierl & Grichnik 2013, S. 73 ff.)



# Handlungsprinzipien im Entrepreneurship

---

**Effectuation:**

**Prinzip der Partnerschaften**

(vgl. Sarasvathy 2001; Baierl & Grichnik 2013, S. 75 ff.)



# Handlungsprinzipien im Entrepreneurship

---

**Effectuation:**

**Prinzip der Mittelorientierung**

(vgl. Sarasvathy 2001; Baierl & Grichnik 2013, S. 77 ff.)



# Agenda

---

- (1) Einführung in die Entrepreneurship Education
- (2) Handlungsprinzipien im Entrepreneurship
- (3) Entwicklung von Geschäftsmodellen
- (4) Entrepreneurship in gewerblich-technischen Berufsdomänen?!

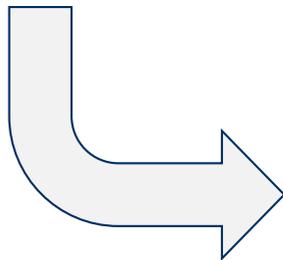
# Geschäftsmodell

Schallmo 2014, S. 6; Schneidewind 2012, S. 80

Ein Geschäftsmodell beschreibt die grundlegende Architektur eines Unternehmens:.

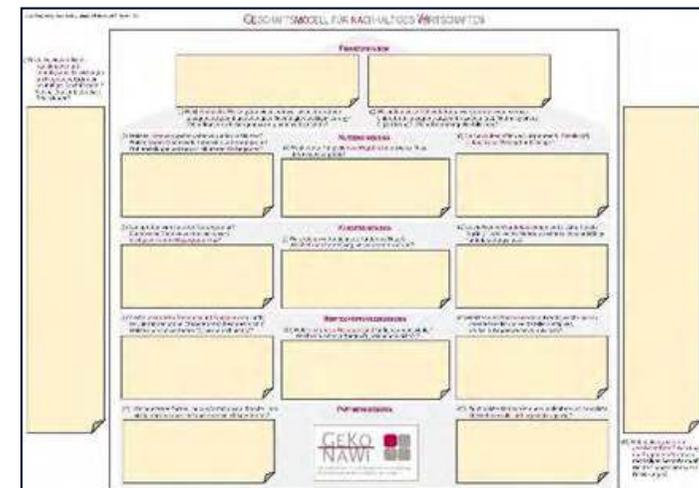
- (1) **Kundendimension:** Kundensegmente, Kundenkanäle und Kundenbeziehungen
- (2) **Nutzendimension:** Leistungen und Nutzen für Kunden und Partner
- (3) **Wertschöpfungsdimension:** Ressourcen, Fähigkeiten und Prozesse
- (4) **Partnerdimension:** Partner, Partnerkanäle und Partnerbeziehungen.
- (5) **Finanzdimension:** Umsätze, Kosten und Risiken

„Die Zielsetzung ist, die Geschäftsmodell-Elemente so miteinander zu kombinieren, dass sich die Geschäftsmodell-Elemente gegenseitig verstärken.“ (Schallmo 2014, S. 6).



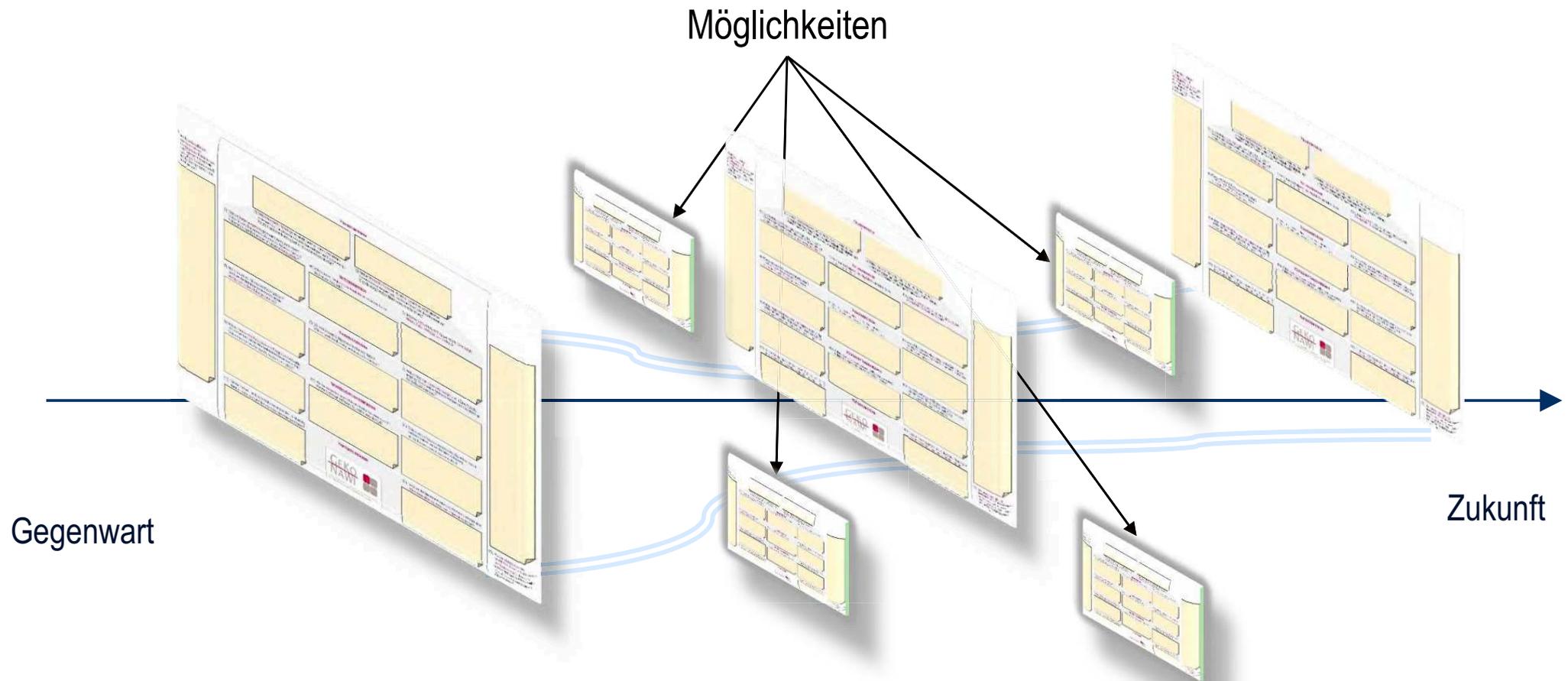
## Das **GEMO.NAWI**-Instrument

- ✓ 14 verknüpfte Elemente, Umwelt wird integriert
- ✓ Unternehmensstrategien und Komplexität werden verständlich
- ✓ Blaupause und Sprachmedium



# Geschäftsmodelle als Medium der Prognose

In Anlehnung an Osterwalder & Pigneur 2011, S. 215



# Das GEMO.NAWI-Instrument

Schlömer et al. 2017

WACHUNG, KLEBE, KLEBE, KLEBE & KLEBE 2017, 19880 1112

## GESCHÄFTSMODELL FÜR NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN

(14) Welche **verechelichen**, **regulatorischen** und **technologischen** Entwicklungen und **Prozessen** erfordern ein nachhaltiges Geschäftsmodell? Welche Chancen bieten diese Entwicklungen?

**FINANZDIMENSION**

(1) Welche **finanzellen Risiken** gehen wir ein, wenn wir unser Unternehmen konsequent auf Zukunft ausrichten (insb. Nachhaltigkeit und Digitalisierung)? Welche Chancen gehen wir ein, wenn wir das nicht tun?

(2) Welche **finanzellen Vorteile** können wir generieren, wenn wir unser Unternehmen konsequent auf Zukunft ausrichten (insb. Nachhaltigkeit und Digitalisierung)? Welche Chancen gehen wir ein?

**NUTZENDIMENSION**

(3) Welches **Nutzenversprechen** geben wir Kunden und Nutzern? Welche (neuen) **Kernwerte**, **Lebensstile**, **Anforderungen** und **Problemlösungen** bedienen wir mit diesem **Wertversprechen**?

(4) Welche **neuen Fähigkeiten** und **Möglichkeiten** entdecken Nutzer durch unsere Angebote?

(5) Welchen **Nutzen** stiftet das Unternehmen für **Gesellschaft**, **Bildung**, **Kultur**, **Wohlfahrt** und **Ökologie**?

**KUNDENDIMENSION**

(6) **Wen** sprechen wir mit unserem Wertversprechen an? Durch welche **Merkmale** zeichnen sich unsere **erschlossenen Kunden-/Mitarbeitergruppen** aus?

(7) **Wo** machen wir **Wert** unserer Kunden und Nutzer? Welche **Kontakte** brechen weg, welche **neuen** tun sich auf?

(8) Welche **Art** von **Kundenbeziehungen** sind in Zukunft (noch) **tragfähig**? Durch welche **Merkmale** zeichnen sich **zukunftsfähige Kundenbeziehungen** aus?

**WERTSCHÖPFUNGSDIMENSION**

(9) Welche **internen Ressourcen** und **Fähigkeiten** sind **knapp** im Unternehmen und bei **Mitarbeiter(nen)** besonders **wichtig**? Welche sind **schon vorhanden** (1), welche **noch nicht** (2)?

(10) Welche **internen Ressourcen** sind **knapp**, besonders **wichtig**? Welche sind **schon vorhanden** (1), welche **noch nicht** (2)?

**PARTHENDIMENSION**

(11) Welche **neuen Prozesse** werden notwendig, welche **mussten** **verändert** werden und welche **blieben** **knapp**, **weg** um das **Nutzenversprechen** zu **erleichen**?

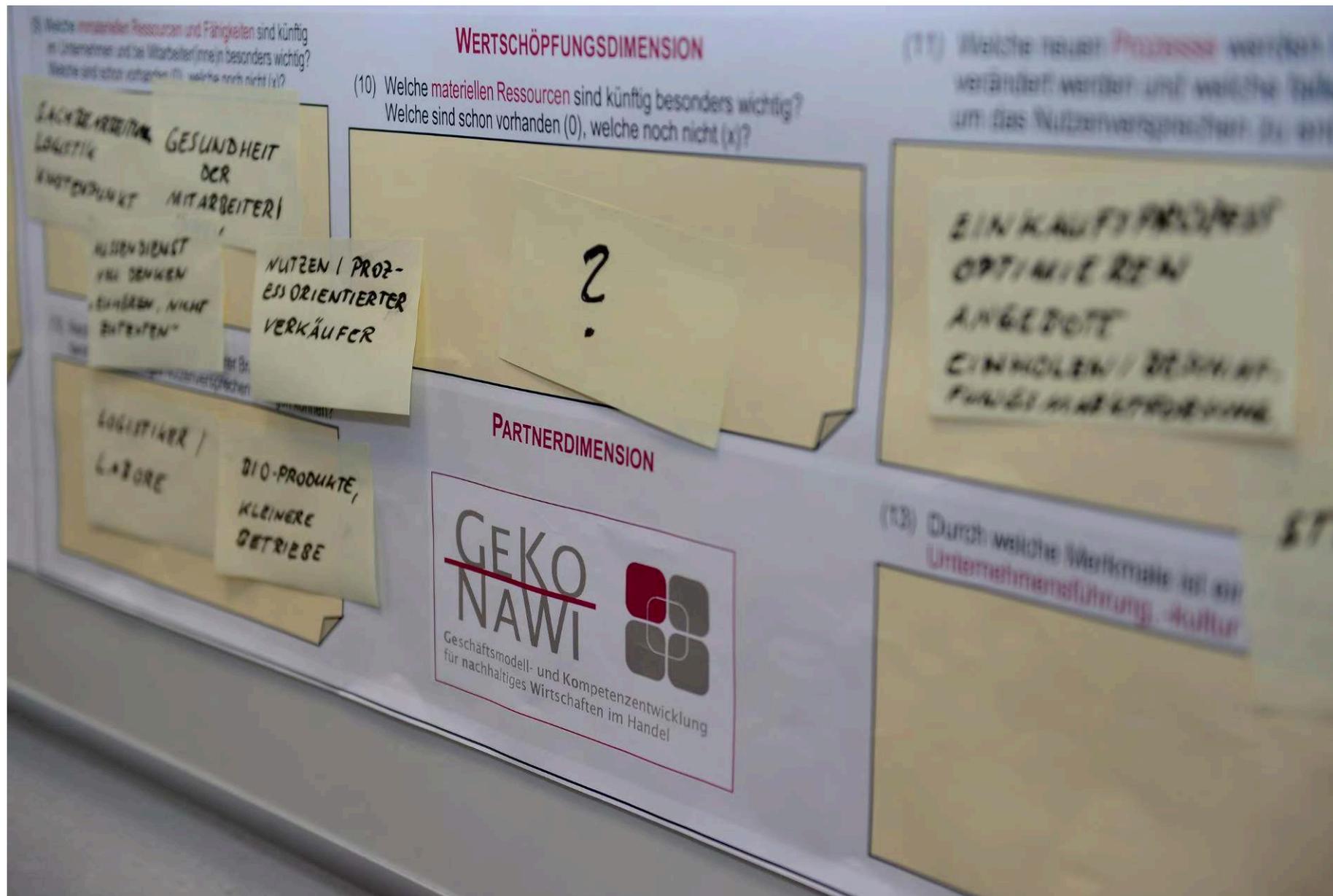
(12) Durch welche **Merkmale** ist eine **kulturaffine** und **kooperative Unternehmensentwicklung**, **«inkl»** und **regulatorisch** geprägt?

(15) Welche **ökologischen** und **gesellschaftlichen** **Entwicklungen** und **Prozessen** erfordern ein nachhaltiges Geschäftsmodell? Welche Chancen bieten diese Entwicklungen?

**GEMO.NAWI**  
Das Geschäftsmodell- und Wertschöpfungsmodell für nachhaltiges Wirtschaften

# .... die kreative Arbeit mit Geschäftsmodellen

© Foto: Ulrike Schröder/HSU/UniBw H



# Agenda

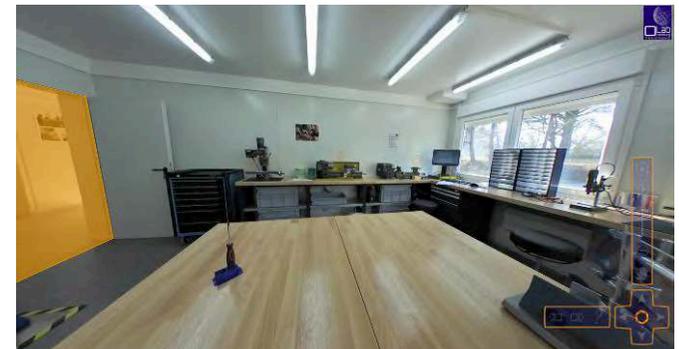
---

- (1) Einführung in die Entrepreneurship Education
- (2) Handlungsprinzipien im Entrepreneurship
- (3) Entwicklung von Geschäftsmodellen
- (4) Entrepreneurship in gewerblich-technischen Berufsdomänen?!

# OpenLab Hamburg an der Helmut-Schmidt-Universität

<http://openlab-hamburg.de/was-ist-das-openlab-hamburg>

- vom **Laboratorium Fertigungstechnik (LaFT)** an der **Helmut-Schmidt-Universität** organisiert und betrieben;
- offene High-Tech-Werkstatt, die der breiten Öffentlichkeit den Zugang zu modernen, digitalen Fabrikationstechnologien ermöglicht, um eigene Ideen zu verwirklichen;
- gehört der Bewegung der FabLabs (fabrication laboratories) an – ein globales Netzwerk aus offenen Werkstätten – und ist Mitglied der internationalen Fab Lab Association;
- kompakte Einführungskurse bieten schnellen und intuitiven Einstieg in Nutzung der Maschinen;
- Zielgruppe: Studierende, Schüler/-innen und Privatpersonen sowie an Firmen und andere Institutionen, die handwerklich, gestalterisch und technisch interessiert sind.



# Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

---



Prof. Dr. Tobias Schlömer  
Karina Kiepe, M. Ed.  
Carolin Wicke, M. Ed.

Helmut-Schmidt-Universität/  
Universität der Bundeswehr Hamburg  
Fakultät für Geistes- und Sozialwissenschaften  
Professur Berufs- und Arbeitspädagogik

Tel.: +49 (0)40 6541 3852  
+49 (0)40 6541 2470 (Sekretariat)  
Mail: [schloemer@hsu-hh.de](mailto:schloemer@hsu-hh.de)

# Literatur

---

- Aff, J. & Lindner, J. (2005). Entrepreneurship Education zwischen „small and big ideas“ – Markierungen einer Entrepreneurship Education an wirtschaftsberuflichen Vollzeitschulen. In J. Aff & A. Hahn (Hrsg.), *Entrepreneurship-Erziehung und Begabtenförderung an wirtschaftsberuflichen Vollzeitschulen* (S. 83-137). Innsbruck: StudienVerlag.
- Baierl, R. & Grichnik, D. (2013). Effectuation in etablierten Unternehmen. Die Handlungsprinzipien in der unternehmerischen Praxis. In D. Grichnik & O. Gassmann (Hrsg.), *Das unternehmerische Unternehmen. Revitalisieren und Gestalten der Zukunft mit Effectuation – Navigieren und Kurshalten in stürmischen Zeiten* (S. 67-81). Wiesbaden: Springer Gabler.
- Braukmann, U. & Bartsch, D. (2014). Entrepreneurship Education im Spannungsfeld interessenspolitische Instrumentalisierung und bildungstheoretischer Legitimität. *berufsbildung*, 147, S. 3-6.
- Kraus, K. (2012). Beruflichkeit – Betrachtungen aus der Perspektive einer „Pädagogik des Erwerbs“. In A. Bolder, R. Dobischat, G. Kutscha & G. Reutter (Hrsg.), *Beruflichkeit zwischen institutionellem Wandel und biographischem Projekt* (S. 249-268). Heidelberg: VS.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2011). *Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spieleveränderer und Herausforderer*. Frankfurt: Campus.
- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *The Academy of Management Review*, 26(2), S. 243-263.
- Schallmo, D. R. A. (Hrsg.) (2014). *Kompodium Geschäftsmodell-Innovation. Grundlagen, aktuelle Ansätze und Fallbeispiele zur erfolgreichen Geschäftsmodell-Innovation*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Schlömer, T. (2014). Entrepreneurship Education. *berufsbildung*, 147, S. 32.
- Schlömer, T.; Becker, C.; Jahncke, H.; Kiepe, K.; Wicke, C. & Rebmann, K. (2017). Geschäftsmodell- und Kompetenzentwicklung für nachhaltiges Wirtschaften: Ein partizipativer Modellansatz des betrieblichen Ausbildens. *bwp@ Berufs- und Wirtschaftspädagogik – online*, 32, 1-20. URL: [http://www.bwpat.de/ausgabe32/schloemer\\_etal\\_bwpat32.pdf](http://www.bwpat.de/ausgabe32/schloemer_etal_bwpat32.pdf) [Zugriff: 29.06.2017].
- Schneidewind, U. (2012). Nachhaltiges Ressourcenmanagement als Gegenstand einer transdisziplinären Betriebswirtschaftslehre – Suffizienz als Business Case. In H. Corsten & S. Roth (Hrsg.), *Nachhaltigkeit - Unternehmerisches Handeln in globaler Verantwortung* (S. 67-92). Wiesbaden: Springer.