



eTraining:

Unternehmergeist macht Schule

Modul 1: Was ist Unternehmergeist?

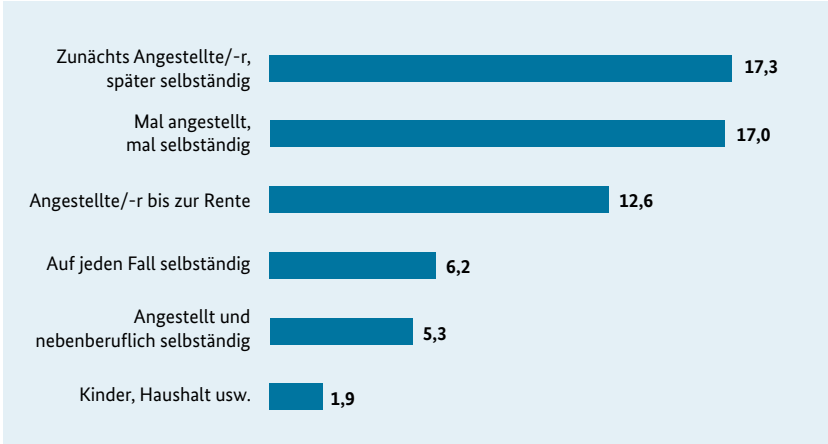
Hinweis

Dieses Skript dient als Hilfe für diejenigen, die sich das Training nicht in der interaktiven Version in Flash ansehen können oder wollen. Für die interaktiven Funktionen und einen höheren Lernerfolg empfehlen wir die Onlineversion mit Flashelementen: <http://www.unternehmergeist-macht-schule.de/DE/HilfenundTipps/eTraining/node.html>

Inhalte des eTrainings in Textform

Einstieg	<p>Herzlich willkommen! Herzlich willkommen beim eTraining „Unternehmergeist“. Dieses Lernprogramm ist ein Angebot des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie.</p>
Text	<p>Kapitel 1: Was ist Unternehmergeist? In diesem Kapitel erfahren Sie, was man unter Unternehmergeist versteht und warum er im Leben wichtig ist. Für die Bearbeitung dieses Kapitels benötigen Sie ca. 7 Minuten.</p>
Text	<p>Was ist Unternehmergeist? Es gehört ein guter Schuss Unternehmergeist dazu, wenn man heute in der Ausbildung und erst recht im Beruf erfolgreich sein will. Das ist mittlerweile unbestritten. Wir Deutschen schneiden allerdings bei internationalen Unternehmergeist-Vergleichen immer wieder schlecht ab. Darum hat sich eine ganze Reihe von Initiativen, wie JUNIOR oder Jugend gründet, das pädagogische Ziel „Unternehmergeist“ auf ihre Fahnen geschrieben. Und auch Schule soll Unternehmergeist fördern. So weit, so gut. Nur: Was ist Unternehmergeist?</p>
Interaktive Abfrage	<p>Was ist Unternehmergeist? Ein wunderbares Beispiel für Unternehmergeist hat uns ein gewisser Herr Strauss geliefert, der 1847, gerade 18 Jahre alt, von Deutschland nach Amerika auswanderte. Dort war man im Goldfieber. Strauss wollte aber nicht nach Gold graben, sondern den Goldgräbern Segeltuch für ihre Zelte verkaufen. Schon keine schlechte Idee. Es kam aber anders. Wissen Sie wie?</p> <p>Antwort A: Es entstanden schon bald die ersten Goldgräberstädte aus Holz. Levi Strauss konnte sein Segeltuch nicht mehr verkaufen und ging pleite. Antwort B: Die Hosen der Goldgräber waren schnell hinüber. Levi Strauss schneiderte aus seinem Stoff fast unzerreißbare Hosen, die er blau färbte. Antwort C: Levi Strauss ging bald wieder zurück nach Deutschland. Einer seiner Nachfahren wurde dort später bayerischer Ministerpräsident.</p> <p>Auflösung: Antwort A: Leider falsch. Antwort B: Stimmt! Die Firma Levi's für Blue-Jeans ist heute der größte Jeanshersteller weltweit. Antwort C: Leider falsch.</p>

Animation	Was Levi Strauss getan hat, ist typisch für Unternehmerinnen und Unternehmer. Sie erkennen ein Problem und machen aus der Lösung eine Geschäftsidee. Aber nicht nur das: Sie machen sich daran, diese Ideen systematisch in die Tat umzusetzen und zu vermarkten. Sie sind sogar bereit, dafür Risiken einzugehen. Und auch die Verantwortung zu übernehmen: für ihren Erfolg, ihren Misserfolg und für ihr Personal.
Text	<p>Unternehmerisches Know-how</p> <p>Chancen erkennen, Geschäftsideen entwickeln, diese Ideen vermarkten, Risiken abwägen: Dazu gehört selbstverständlich auch ein entsprechendes unternehmerisches Know-how.</p> <p>Diese Software will erlernt sein und wird niemandem in die Wiege gelegt. Anders als die Hardware, also bestimmte Kompetenzen und Fertigkeiten und besondere Persönlichkeitsmerkmale, die Unternehmer mit Unternehmergeist möglicherweise von zu Hause aus mitbringen.</p> <p>Welche Persönlichkeitsmerkmale und Eigenschaften sind diese?</p>
Interaktive Abfrage	<p>Persönlichkeitsmerkmale und Eigenschaften</p> <p>Welche Eigenschaften gehören Ihrer Meinung nach zu typischen Unternehmermerkmalen?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unruhe • Leistungsmotivation • Problemscheu • Unabhängigkeitsstreben • Introvertiertheit • Verträglichkeit • Kreativität • Eigeninitiative • Risikobereitschaft • Einstellung: Leben durch Zufall <p>Auflösung</p> <p>Typische Charaktereigenschaften von Unternehmern sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leistungsmotivation • Unabhängigkeitsstreben • Kreativität • Eigeninitiative • Risikobereitschaft
Animation	<p>Fassen wir noch einmal zusammen: Fünf ganz wichtige Eigenschaften oder Persönlichkeitsmerkmale, die Unternehmergeist ausmachen, sind diese:</p> <p>Erstens: eine besondere Leistungsmotivation: also die Bereitschaft, Aufgaben anzugehen und der Wunsch, die eigenen Fähigkeiten unter Beweis zu stellen.</p> <p>Zweitens: Unabhängigkeitsstreben. Damit ist gemeint: Ein Mensch mit Unternehmergeist strebt nach Ungebundenheit und Entscheidungsfreiheit und vertraut dabei auf die eigenen Fähigkeiten.</p> <p>Drittens: Eigeninitiative. Ein Mensch mit Unternehmergeist geht seinen Weg, weil er es will, und nicht, weil er es gesagt bekommt. In Richtung seiner eigenen Ziele.</p> <p>Viertens: Kreativität: Wer den eigenen Weg in Richtung der eigenen Ziele gehen will, muss erfinderisch und bereit sein, immer wieder Entscheidungen zu treffen. „Ein Unternehmen zu bauen ist so kreativ wie ein Bild zu malen oder ein Buch zu schreiben“, sagt dazu der Gründer des Sportartikelherstellers Nike, Phil Knight.</p> <p>Fünftens: Risikobereitschaft: Unternehmer sind bereit, Risiken einzugehen. Sie wissen nicht, ob sie ihr Ziel erreichen. Aber sie versuchen es.</p>

<p>Interaktive Abfrage</p>	<p>Unternehmerpersönlichkeiten erraten Er ist der älteste Sohn eines Schneiders, ist gelernter Bauschlosser, Unternehmer und Erfinder. Er hatte bis Ende 2008 insgesamt 1121 Patente und Gebrauchsmuster angemeldet und ist so einer der erfolgreichen Erfinder des Jahrhunderts. Eine seine Erfindungen findet man heute in vielen Haushalten.</p> <p>Antwort A: Artur Fischer Antwort B: Robert Adler Antwort C: Thomas Alva Edison</p> <p>Auflösung Antwort A: Richtig, zu den bekanntesten Erfindungen Fischers zählen der 1958 von ihm entworfene Fischer-Dübel aus Polyamid und das „Fischertechnik-Baukastensystem.“ Antwort B: Leider falsch. Antwort C: Leider falsch.</p>														
<p>Interaktive Abfrage</p>	<p>Unternehmerpersönlichkeiten erraten Er begann mit 16 Jahren als Lehrling. Dann wurde er Hilfsbuchhalter. Mit 19 Jahren machte er sich als Teilhaber eines Makler- und Agenturgeschäftes selbständig. Mit Öl verdiente er schließlich das ganz große Geld. Er galt lange Zeit als der reichste Mann der Geschichte.</p> <p>Antwort A: Marvin Davis Antwort B: J. Paul Getty Antwort C: John D. Rockefeller</p> <p>Auflösung Antwort A: Leider falsch. Antwort B: Leider falsch. Antwort C: Richtig. John D. Rockefeller war Mitbegründer einer Erdölraffinerie, aus der 1870 die Standard Oil Company hervorging.</p>														
<p>Text</p>	<p>Unternehmergeist und Selbständigkeit Wenn Sie nun fragen „Warum ist es wichtig, dass Schülerinnen und Schüler Unternehmergeist entwickeln?“ - Hier kommt die Antwort: Nicht jeder muss später selbständig ein. Aber es muss auch nicht unbedingt jeder später als Angestellter arbeiten. Jugendliche sollen die berufliche Selbständigkeit als möglichen Berufsweg kennenlernen. Ob sie sich vorstellen könnten, in der Zukunft ein eigenes Unternehmen zu gründen, hat das Inmit-Institut für Wirtschaftsökonomie an der Uni Trier Schülerinnen und Schüler im Rahmen einer Studie für das BMWi gefragt.</p>														
<p>Animation</p>	<p>Irgendwie kommt unternehmerische Selbständigkeit bei jedem zweiten Jugendlichen in seinen beruflichen Plänen vor. Mit jeweils rund 17 % geht es dabei um Planungen, die ein Mix von angestellter und unternehmerischer selbständiger Arbeit sind: mal so, mal so. Ein klares Bekenntnis, sich auf jeden Fall selbständig machen zu wollen, kommt von immerhin rund 6 % der befragten Jugendlichen.</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategorie</th> <th>Prozent</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Zunächsts Angestellte/-r, später selbständig</td> <td>17,3</td> </tr> <tr> <td>Mal angestellt, mal selbständig</td> <td>17,0</td> </tr> <tr> <td>Angestellte/-r bis zur Rente</td> <td>12,6</td> </tr> <tr> <td>Auf jeden Fall selbständig</td> <td>6,2</td> </tr> <tr> <td>Angestellt und nebenberuflich selbständig</td> <td>5,3</td> </tr> <tr> <td>Kinder, Haushalt usw.</td> <td>1,9</td> </tr> </tbody> </table>	Kategorie	Prozent	Zunächsts Angestellte/-r, später selbständig	17,3	Mal angestellt, mal selbständig	17,0	Angestellte/-r bis zur Rente	12,6	Auf jeden Fall selbständig	6,2	Angestellt und nebenberuflich selbständig	5,3	Kinder, Haushalt usw.	1,9
Kategorie	Prozent														
Zunächsts Angestellte/-r, später selbständig	17,3														
Mal angestellt, mal selbständig	17,0														
Angestellte/-r bis zur Rente	12,6														
Auf jeden Fall selbständig	6,2														
Angestellt und nebenberuflich selbständig	5,3														
Kinder, Haushalt usw.	1,9														

<p>Text</p>	<p>Unternehmergeist und Selbständigkeit</p> <p>Also insgesamt fast die Hälfte aller befragten Schülerinnen und Schüler will sich – auf die eine oder andere Weise – später selbständig machen. Ein erfreuliches Ergebnis. Und eine Herausforderung für die Schule, diese Lebensentwürfe bei der Unterrichtsplanung im Hinterkopf zu haben.</p> <p>Dabei geht es bei der Förderung von Unternehmergeist nicht allein um eine spätere berufliche Selbständigkeit. Es geht vielmehr auch um Kompetenzen und Fertigkeiten, die die Chancen der Jugendlichen erhöhen, einen Ausbildungsplatz oder einen Arbeitsplatz nach ihrer Berufsausbildung zu bekommen. Diese Art von Unternehmergeist macht sie zu „Unternehmern in eigener Sache“.</p>
<p>Text</p>	<p>Unternehmer in eigener Sache</p> <p>Was mit „Unternehmern in eigener Sache“ gemeint ist, hat beispielsweise Christan Faßbender auf einer Lehrerfortbildungsveranstaltung des BMWi in Bonn erläutert.</p> <p>Christan Faßbender ist Geschäftsführer der Faßbender Tenten GmbH & Co KG in Alfter bei Bonn und außerdem Mitglied im Arbeitskreis Schule-Wirtschaft Bonn.</p> 

<p>Interview</p>	<p>Unternehmergeist in die Schulen: Herr Faßbender, wie viele Mitarbeiter haben Sie?</p> <p>Christian Faßbender: Wir haben 550 Mitarbeiter zurzeit, ab August werden es ungefähr 650 Mitarbeiter sein.</p> <p>Uids: Es geht uns um das Thema Unternehmergeist. Sie haben eine ganze Menge Mitarbeiter am Start – erwarten Sie von denen und von Ihren Azubis so etwas wie Unternehmergeist?</p> <p>Christian Faßbender: Für uns ist sicherlich sehr wichtig, dass die Menschen, mit denen wir zusammenarbeiten, offene Persönlichkeiten sind, die offen auf andere Menschen zugehen und die bereit sind, eine Dienstleistung zu erbringen. Unternehmergeist hat sehr viel mit Dienen zu tun, und das erwarten wir auch in der Anlage schon von einem Lehrling.</p> <p>Uids: Wie macht sich diese Art von Unternehmergeist oder dieses Dienstleistungsdenken bemerkbar?</p> <p>Christian Faßbender: Das ist relativ simpel: Sie haben zehn Bewerber oder zehn Leute, die ein Praktikum machen, und von diesen zehn Leuten sind eben drei dabei, die gehen mit Spaß sofort auf die Sache zu, die sehen eine Arbeit. Und die anderen stehen verschreckt davor, drehen sich auf dem Absatz um, haben die Hände hinterm Rücken und wissen nicht so recht, was sie machen sollen.</p> <p>Uids: Wenn ich Sie richtig verstehe, meinen Sie aber nicht Unternehmergeist, sondern Arbeitseifer oder Fleiß...?</p> <p>Christian Faßbender: Das ist zumindest die Voraussetzung dafür, dass man unternehmerisch tätig wird. Diese Leute, die anpacken – es gibt auch Spätzünder, das will ich nicht ausschließen – die entwickeln sich weiter, und die haben in unserem Unternehmen auch die Chance, sich vom Lehrling, der zu uns mit 16 Jahren kommt, zum Marktleiter im Alter von 28-30 zu entwickeln, verantwortlich zum Beispiel für einen 15-Millionen-Umsatzmarkt mitten in der Innenstadt von Bonn.</p>
<p>Text</p>	<p>Unternehmer in eigener Sache</p> <p>Wie dieser Unternehmergeist bei Angestellten oder Azubis in der Praxis aussehen kann, erläutert Christian Faßbender an einem Beispiel.</p>
<p>Interview</p>	<p>Uids: Sie haben gesagt, Unternehmergeist hat viel mit Dienstleistung zu tun. Haben Sie dafür mal ein Beispiel?</p> <p>Christian Faßbender: Schlecht kann man es zum Beispiel so machen: Der Kunde kommt auf Sie zu und fragt Sie: „Wo finde ich die Holzlasur für meinen Gartenzaun?“ Der Kollege oder der Mitarbeiter sagt: „Das ist da hinten im Gang 27.“ Dreht sich um und geht in seine Mittagspause, weil er gerade dahin unterwegs war.</p> <p>Ein engagierter Mitarbeiter, der weiß, worauf es ankommt, nimmt sich den Kunden „ans Händchen“, führt ihn zum Gang, weist ihn auf die drei verschiedenen Möglichkeiten hin, welche Lasur man verwenden kann, für welches Material welcher Pinsel verwendet werden kann, und verkauft ihm auf diese Art und Weise dann eben noch zwei oder drei andere Produkte mit. Das ist für das Unternehmen gut, das ist für den Mitarbeiter gut – und das ist für den Kunden gut.</p>
<p>Text</p>	<p>Weitere Informationen:</p> <p>BMW-Existenzgründungsportal: www.existenzgruender.de</p> <p>BMW-Infoletter „GründerZeiten“:</p> <p>Informationen zur Existenzgründung und –sicherung: https://www.existenzgruender.de/mediathek/publikationen/gruender_zeiten/index.php.</p>
<p>Text</p>	<p>Weitere Kapitel</p> <p>Damit sind wir am Ende dieses Kapitels angekommen.</p> <p>Im nächsten Kapitel erfahren Sie, welche Angebote Schule machen können, um Unternehmergeist bei Schülerinnen und Schülern zu wecken. Klicken Sie hierfür auf „weiter“.</p>

Text	<p>Kapitel 2: Wie kann Unternehmergeist in die Schule gebracht werden?</p> <p>In diesem Kapitel erfahren Sie, welche Angebote Schule machen können, um Unternehmergeist bei Schülerinnen und Schülern zu wecken. Für die Bearbeitung dieses Kapitels benötigen Sie ca. 8 Minuten.</p>
Text	<p>Im Unterricht und außerhalb des Unterrichts</p> <p>Wenn es in der Schule um Unternehmergeist geht, dann ist damit einerseits natürlich auch Wirtschafts-Wissen gemeint. Wie finanziert man ein Unternehmen? Was ist der Unterschied zwischen GmbH und AG? Welche Aufgaben hat ein Geschäftsführer? Und so weiter.</p> <p>Andererseits geht es aber auch darum, Wirtschaft und Unternehmertum zu erleben. Das kann in der Schule im regulären Unterricht geschehen, aber auch außerhalb des Unterrichts. Da gibt es ganz verschiedene Wege und Möglichkeiten.</p>
Text	<p>Lebendiger Zugang zum Thema „Selbständigkeit“</p> <p>Alle die Wege und Möglichkeiten haben eins gemeinsam: Sie verschaffen den Schülerinnen und Schülern einen lebendigen Zugang zum Thema „Selbständigkeit“ und sie vermitteln ihnen ein realistisches Bild von Unternehmen und vom unternehmerischen Alltag. Auf den nächsten Seiten erfahren Sie, wie das in der Praxis aussehen kann.</p>
Text	<p>Betriebsbesichtigungen</p> <p>Hier sollen Schülerinnen und Schüler möglichst viele Informationen über ein Unternehmen beschaffen. Viele Unternehmen bieten Betriebsbesichtigungen allerdings im Rahmen ihrer Öffentlichkeitsarbeit an. Weil sie diese selbst organisieren, ist ihr Ablauf oft genau festgelegt. Für Schülerinnen und Schüler bleibt also wenig Raum, um aktiv zu werden, zu fragen usw.</p>
Text	<p>Betriebserkundungen</p> <p>Es ist bei Erkundungen nicht das Ziel, möglichst viele Eindrücke vom betreffenden Unternehmen „mitzunehmen“. Schülerinnen und Schüler durchforsten einen Betrieb vielmehr systematisch nach bestimmten Frage- bzw. Problemstellungen (z. B. zu den Aufgaben und Tätigkeiten der Unternehmerin/des Unternehmers im Betrieb).</p>
Text	<p>Praktikum</p> <p>Während eines Praktikums sind Schülerinnen und Schüler für eine ganze Weile auf sich allein gestellt. Dabei können sie ausführlich hinter die Kulissen der jeweiligen Unternehmen und der dort vorhandenen Berufsbilder blicken. Auf diese Weise lernen sie vielleicht auch die Umgebung und die Bedingungen ihrer späteren Ausbildung kennen.</p>
Text	<p>Expertengespräch</p> <p>Schülerinnen und Schüler können einen kompetenten Gesprächspartner befragen. In erster Linie kommen hier „echte“ Unternehmerinnen und Unternehmer in Frage, die über ihre Aufgaben und ihren unternehmerischen Alltag berichten.</p>
Text	<p>Wirtschaftsplenspiel</p> <p>In Planspielen werden Schülerinnen und Schüler mit konkreten Aufgaben konfrontiert und müssen auf bestimmte Ereignisse in einem Unternehmen reagieren (z. B. Kostensteigerungen für Waren). Sie müssen unternehmerische Entscheidungen treffen und können zeitnah erleben, welche Konsequenzen diese Entscheidungen haben.</p>
Text	<p>Rollenspiel</p> <p>In Rollenspielen können Schülerinnen und Schüler ökonomische Zusammenhänge konkret ausleben, und zwar in einer gefahrlosen Scheinwelt, die sie auf den „Ernstfall“ vorbereitet. Sie übernehmen dabei die Rollen der Akteure in einem bestimmten Wirtschaftsgeschehen (z.B. Kunde und Verkäufer), müssen Konflikte mit anderen Rollenspielern austragen, Entscheidungen treffen usw. In der Rückschau können sie die Motive für ihre eigenen und fremden Verhaltensweisen verstehen und bewerten.</p>

Text	<p>Ökonomisches Experiment Ökonomische Experimente sollen ökonomische Theorien erklären. Dafür werden Schülerinnen und Schüler mit einer Spielaufgabe konfrontiert. Im Verlauf des Spiels müssen sie immer wieder bestimmte Entscheidungen treffen. Die praktischen Erkenntnisse, die sie dabei gewinnen, können sie im Anschluss mit der zum Spiel passenden ökonomischen Theorie vergleichen.</p>
Text	<p>Wie nah an der Realität? Für welche Möglichkeit sollte man sich jetzt als Lehrer oder Schüler entscheiden? Ein ganz wichtiger Entscheidungsgrund kann sein, wie nah man auf dem einen oder anderen Weg der Realität kommt, also dem "wahren unternehmerischen Leben". Das kann man direkt oder indirekt erleben und erfahren. Oder man kann es nur simulieren.</p>
Interaktive Abfrage	<p>Direkt, indirekt, simuliert <i>Auf welchen Wegen erlebt man Realität direkt, indirekt oder nur simuliert?</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Betriebsbesichtigung • Betriebserkundung • Betriebspraktikum • Expertengespräch • Planspiel • Rollenspiel • Experiment <p>Auflösung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Direkt • Betriebsbesichtigung • Betriebspraktikum • Betriebserkundung <p>Indirekt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expertengespräch <p>Simuliert</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planspiel • Rollenspiel • Experiment
Text	<p>Initiativen stellen sich vor Wirtschaft und Unternehmertum auf diese Weisen zu erleben, ist das eine. Dabei hilft außerdem eine Reihe von Initiativen, die sich auf ihre Fahnen geschrieben haben, Unternehmergeist zu wecken und zu fördern. Viele dieser Initiativen haben sich im Initiativkreis „Unternehmergeist in die Schulen“ zusammengeschlossen. Er wird vom BMWi moderiert und er unterstützt Schüler und Lehrer z. B. bei der Planung, der Gründung und beim Betrieb von Schülerfirmen.</p>
Text	<p>Projekte der Unternehmergeist-Initiativen Ausführliche Steckbriefe aller beteiligten Initiativen haben wir auf der Unternehmergeist-macht-Schule-Internetseite zusammengestellt: http://www.undernehmergeist-macht-schule.de/DE/Initiativen/initiativen_node.html. Ein paar einführende Informationen bieten wir Ihnen auf den folgenden Seiten an.</p>
Text	<p>Junior Bei „JUNIOR“ gründen und führen Schülerteams für ein Schuljahr eine Schülerfirma. „JUNIOR“ gibt es für die 9. - 13. Klasse aller Schulformen. „JUNIOR“ kann im regulären Unterricht, im Wahlpflichtbereich, im Seminarfach und als außerunterrichtliche AG durchgeführt werden.</p>

Text	<p>SchulBanker Bei „SCHUL/BANKER“ führen Schülerteams in Form eines Online-Planspiels eine virtuelle Bank und übernehmen dabei gemeinsam die Aufgaben eines Bankvorstands. „SCHUL/BANKER“ gibt es für die 10. - 13. Klasse von Gesamtschule, Gymnasium, Realschule. „SCHUL/BANKER“ kann im regulären Unterricht, im Wahlpflichtbereich, als Seminarfach oder als außerunterrichtliche AG durchgeführt werden.</p>
Text	<p>business@school Bei „business@school“ nehmen Schülerteams zunächst verschiedene Unternehmen unter die Lupe. Mit diesem Basiswissen entwickeln sie eine eigene Geschäftsidee mit Businessplan und stellen diese einem größeren Publikum vor. „business@school“ gibt es für die gymnasiale Oberstufe. „business@school“ kann im regulären Unterricht, als Seminarkurs oder außerunterrichtliche AG durchgeführt werden.</p>
Text	<p>Jugend gründet Bei „Jugend gründet“ entwickeln und realisieren Jugendliche virtuell eine Geschäftsidee. „Jugend gründet“ ist für die 10. bis 13. Klasse von Berufsbildender Schule und Gymnasium gedacht. „Jugend gründet“ kann im regulären Unterricht, im Wahlpflichtbereich, als Seminarfach, P-Seminar oder als außerunterrichtliche AG durchgeführt werden.</p>
Text	<p>TheoPrax Bei „TheoPrax“ bearbeiten Schülerteams mit einem eigenen kleinen Unternehmen echte Aufträge von Wirtschaftsunternehmen oder kommunalen Auftraggebern. „TheoPrax“ gibt es für die 8. bis 13. Klasse aller Schulformen. „TheoPrax“ kann in der Regel im Fachunterricht, im Wahlpflichtfach, als Seminarfach, Seminarkurs oder als außerunterrichtliche AG durchgeführt werden.</p>
Text	<p>Deutscher Gründerpreis für Schüler Beim Online-Planspielwettbewerb „Deutscher Gründerpreis für Schüler“ gründen Schülerteams ein fiktives Unternehmen. Eine Jury bewertet die Leistungen. Teilnehmen können die 10. bis 13. Klasse aller Schulformen. Eine Teilnahme ist im regulären Unterricht, im Wahlpflichtbereich, Seminarfach oder im Rahmen einer außerunterrichtlichen AG möglich.</p>
Text	<p>Deutsche Kinder- und Jugendstiftung Unterstützt vom Fachnetzwerk Schülerfirmen der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung gründen Jugendliche echte, längerfristig laufende Schülerfirmen. Die Schülerfirmen stehen allen Klassenstufen aller Schulformen offen. Diese Schülerfirmen können im regulären Unterricht, im Wahlpflichtbereich oder im Rahmen einer außerunterrichtlichen AG gegründet werden.</p>
Text	<p>Ideen machen Schule Bei „Ideen machen Schule“ entwickeln Schüler/innen auf Basis einer selbst erdachten Unternehmensidee ein möglichst realitätsnahes schriftliches Gründungskonzept. „Ideen machen Schule“ gibt es für alle Klassenstufen aller Schulformen. „Ideen machen Schule“ kann im regulären Unterricht, im Wahlpflichtbereich, Seminarfach, als außerunterrichtliche AG (dann auch ohne Unterstützung/ Betreuung einer Lehrkraft möglich) durchgeführt werden.</p>

Text	<p>Netzwerk Berliner Schülerfirmen (NEBS) Im Netzwerk Berliner Schülerfirmen gründen Schüler/innen echte Schülerfirmen und betreiben diese über einen längeren Zeitraum bis hin zur Dauereinrichtung. Das Netzwerk Berliner Schülerfirmen unterstützt alle Klassenstufen aller Schulformen. Das Netzwerk Berliner Schülerfirmen arbeitet im regulären Unterricht oder als außerunterrichtliche AG.</p>
Text	<p>ifex Ziel von ifex ist die Förderung des Unternehmergeistes bei Jugendlichen und Lehrkräften: z.B. durch die Bereitstellung von Informationen, Organisation und Durchführung von Qualifizierungs- und Beratungsmaßnahmen sowie die Unterstützung von Modellvorhaben und regionalen Projekten von Partnerinstitutionen. Ifex unterstützt alle Klassenstufen aller Schulformen. Die Förderung umfasst den regulären Unterricht, den Wahlpflichtbereich und außerunterrichtliche AGs.</p>
Text	<p>Network For Teaching Entrepreneurship (NFTE) NFTE liefert ein erlebnisorientiertes, fächerübergreifendes interaktives Curriculum zur Vermittlung von Wissen zu Wirtschaft und Unternehmertum. NFTE gibt es für die 7. – 10. Klasse von Berufsbildender Schule, Hauptschule, Realschule und Förderschule. NFTE kann im regulären Unterricht, im Wahlpflichtfach oder als außerunterrichtliche AG durchgeführt werden.</p>
Text	<p>Bundes-Schülerfirmen-Contest Der Bundes-Schülerfirmen-Contest ist ein Onlinewettbewerb für alle realen Schülerfirmen in Deutschland, ungeachtet welcher Schulart sie angehören. Jugendliche sollen darin unterstützt werden, sich bereits während der Schulzeit unternehmerisch zu betätigen. Betreut durch Müller Medien.</p>
Text	<p>start up power – junge Menschen gründen Unternehmen Die Initiative >>start up power<< der Wirtschaftsjuvenen unterstützt junge Menschen bei der Gründung eines realen Unternehmens – für alle, die eine echte Alternative zum weisungsgebundenen Arbeiten suchen. Mit Entscheidungsfreude und Eigenverantwortung lässt sich gerade in jungen Jahren der Grundstein für eine erfolgreiche Zukunft legen.</p>
Text	<p>Effekte von Unternehmergeist-Projekten Was glauben Sie: Wie wirken sich die Projekte dieser Initiativen aus? Dazu stellen wir Ihnen jetzt ein paar Fragen. Diese Fragen und auch die richtigen Antworten stammen aus der Studie „Unternehmergeist in die Schulen“, die das Inmit-Institut für Wirtschaftsökonomie an der Uni Trier für das BMWi erarbeitet hat. Dabei haben die Inmit-Mitarbeiter Lehrer und Schüler nach ihren Erfahrungen mit Unternehmergeist-Projekten gefragt.</p>
Interaktive Abfrage	<p>Querschnittskompetenzen Unternehmergeist-Projekte stärken Querschnittskompetenzen von Schülerinnen und Schülern. Welche entwickelt sich am besten? Klicken Sie auf die richtige Antwort.</p> <p>Antwort A: Selbständiges Arbeiten Antwort B: Teamfähigkeit Antwort C: Kommunikationsfähigkeit</p> <p>Auflösung Antwort A: Leider falsch. Antwort B: Das ist richtig! Teamfähigkeit entwickelt sich am besten. Antwort C: Leider falsch.</p>

<p>Interaktive Abfrage</p>	<p>Teilnahme-Motive Warum haben Jugendliche an Unternehmergeist-Projekten teilgenommen. Erraten Sie das Hauptmotiv. Weil sie ...</p> <p>Antwort A: ...gern im Team etwas erreichen wollten. Antwort B: ...praktische Projekte interessanter finden als regulären Unterricht. Antwort C: ...Spaß daran haben, neue Herausforderungen zu bewältigen.</p> <p>Auflösung Antwort A: Leider falsch. Antwort B: Stimmt genau! Antwort C: Leider falsch.</p>
<p>Interaktive Abfrage</p>	<p>Teilnahme-Nutzen Schüler/innen Welcher Nutzen lag nach einer Teilnahme an Unternehmergeist-Projekten bei Schülerinnen und Schülern ganz vorn?</p> <p>Antwort A: Kontakte knüpfen mit Unternehmen Antwort B: Erfahrungen sammeln für den weiteren Werdegang Antwort C: Verbesserung der Team- und Kommunikationsfähigkeit</p> <p>Auflösung Antwort A: Leider falsch. Antwort B: Leider falsch. Antwort C: Stimmt genau!</p>
<p>Interaktive Abfrage</p>	<p>Teilnahme-Nutzen Lehrer/innen Was hat die Durchführung von (gut organisierten) Unternehmergeist-Projekten den Lehrerinnen und Lehrern gebracht? Was denken Sie: Welche Antwort lag bei den befragten Lehrern ganz vorn?</p> <p>Antwort A: Abwechslung Antwort B: Motivation auf Seiten der Schüler/innen Antwort C: Eigene Weiterbildung</p> <p>Auflösung Antwort A: Stimmt genau! Antwort B: Leider falsch. Antwort C: Leider falsch.</p>
<p>Text</p>	<p>Quellen und weitere Informationen Teilweise genutzte Quelle: Formen von Praxiskontakten, systematisiert nach Realitätsbezug. Institut für Ökonomische Bildung Münster. In: Praxiskontakte - Zusammenarbeit zwischen Schule und Wirtschaft. Braunschweig 2005. Inmit-Studie 2010: Unternehmergeist in die Schulen</p>
<p>Text</p>	<p>Abschluss Damit sind wir am Ende dieses Kapitels und auch des eTrainings „Unternehmergeist“ angekommen.</p> <p>Übrigens: Mehrmals pro Jahr erscheint ein neues Trainings-Modul. Auf unserer Internetseite unternehmergeist-macht-schule.de können Sie mehr dazu erfahren.</p>