

Einstellung Jugendlicher zur unternehmerischen Selbstständigkeit

Youth Entrepreneurship Barometer 2007

Ergebnis einer repräsentativen Umfrage bei Jugendlichen
und Lehrern in Deutschland

Björn Hekman





Einstellung Jugendlicher zur unternehmerischen Selbstständigkeit

Youth Entrepreneurship Barometer 2007

Ergebnis einer repräsentativen Umfrage bei Jugendlichen und Lehrern in Deutschland

Inhalt

1	Ein kurzer Ergebnisüberblick	4
2	Einleitung	5
3	Das Unternehmerbild von Jugendlichen und Lehrern	6
3.1	Das Meinungsbild Jugendlicher über Unternehmer	7
3.2	Meinungsmacher bei Jugendlichen	8
3.3	Rolle der Unternehmer aus Sicht der Jugend	10
4	Bereitschaft Jugendlicher zur Selbstständigkeit	12
4.1	Jugendliche und eigene unternehmerische Selbstständigkeit	12
4.2	Jugendliche als Unternehmertyp	14
4.3	Vorhandene Unternehmerfähigkeiten aus eigener Sicht	15
4.4	Wirtschaftliches Wissen aus eigener Sicht	17
5	Unternehmerische Selbstständigkeit in der Schule	18
5.1	Wirtschaftliche Fragen im Schulunterricht	18
5.2	Rolle des Themas Selbstständigkeit in der Schule	21
5.3	Bessere Förderung des Themas in Unterricht und Schule	24
6	Ausblick	26
7	Impressum	29

1 Ein kurzer Ergebnisüberblick

Unternehmerbild: Ein positives, aber realistisches Unternehmerbild bei der Jugend.

Die Jugendbefragung des Youth Entrepreneurship Barometers (YEB) zeigt zunächst, dass die Mehrheit der Jugendlichen heute eine (verhalten) gute Meinung über Unternehmer hat: 12 Prozent sogar eine „sehr gute“, 75 Prozent eine „eher gute“.

Oft kennen Jugendliche einen Unternehmer persönlich, was dann genauso zu einer guten Meinung beiträgt, wie Erfahrungen beim Jobben. Eltern und Lehrer tragen ebenfalls eher Positives zum Meinungsbild Jugendlicher über Unternehmer bei. Eine negative Beeinflussung auf ihr Unternehmerbild sieht die Jugend vor allem durch die Medien gegeben.

Bereitschaft: Die Jugend in Deutschland ist für unternehmerische Selbstständigkeit aufgeschlossen.

Die Jugend sieht mit viel Idealismus auf eine eigene unternehmerische Selbstständigkeit. Drei Viertel der Jugendlichen im Schulalter sind in Deutschland prinzipiell bereit, sich später einmal selbstständig zu machen und ein eigenes Unternehmen zu gründen. 15 Prozent der Jugendlichen ziehen das „bestimmt“ in Erwägung, 61 Prozent „eventuell“. 44 Prozent der Jugendlichen sehen sich grundsätzlich als „Unternehmertyp“, 57 Prozent trauen sich zumindest unternehmerische Fähigkeiten zu.

Schule: Die wirtschaftlichen Kenntnisse der Jugend sind noch zu gering.

Das Youth Entrepreneurship Barometer zeigt, dass die Kenntnisse Jugendlicher in Wirtschaftsfragen aus deren Sicht noch zu niedrig sind. Nur 8 Prozent der Jugendlichen beschreiben im Moment ihre wirtschaftlichen Kenntnisse als „gut“, weitere 50 Prozent als „einigermaßen“, aber 42 Prozent als „kaum“ oder „gar nicht“ vorhanden. Lehrer unterschiedlicher Schultypen wollen für eine Verbesserung der Wissenslage in diesem Bereich einen größeren Beitrag leisten.

2 Einleitung

Erste Ergebnisse aus dem Youth Entrepreneurship Barometer (YEB) 2007

Jugendliche in Deutschland stehen dem Thema unternehmerische Selbstständigkeit aufgeschlossen gegenüber.

Dieses positive Meinungsklima der Jugend zur unternehmerischen Selbstständigkeit belegen die zum ersten Mal erhobenen Daten des Youth Entrepreneurship Barometer (YEB) der Bertelsmann Stiftung.

In einer bundesweiten repräsentativen Telefon-Befragung von Jugendlichen im Alter von 15 bis 20 Jahren wurde nach dem Unternehmerbild der Jugend gefragt, nach der Bereitschaft Jugendlicher, sich selbstständig zu machen sowie danach, was sie an unternehmerischer Selbstständigkeit reizen oder auch abschrecken könnte.

Die Besonderheit der YEB-Studie liegt darin, dass sie neben den Meinungen und Bedürfnissen der Jugendlichen auch die Rolle der Schule und der Lehrerschaft bei der Vermittlung unternehmerischen Wissens und unternehmerischer Fähigkeiten Jugendlicher einbezieht.

Die Lehrerbefragung des YEB zeigt vergleichend zur Jugendbefragung, welche Meinung zum Unternehmerbild beim Lehrpersonal vorherrscht und fragt nach der Präsenz des Themas „unternehmerische Selbstständigkeit“ in der Schule aus Sicht der Lehrer. Eine bundesweite Stichprobe von 500 Lehrern verschiedener Schultypen wurde hierzu befragt.

Es sollte untersucht werden, inwieweit das Thema heute in der Schule bereits eine Rolle spielt und ob es aus Sicht der Lehrkräfte Bedarf gibt, dieses Thema intensiver im Unterricht zu verankern.

- Das Barometer wurde im Sommer 2007 im Auftrag der Bertelsmann Stiftung durch TNS Infratest Sozialforschung München durchgeführt und ausgewertet.
- Die telefonische Jugendbefragung startete am 28. Juni mit einem Pretest. Zum Einsatz kam sowohl beim Pretest wie bei der Hauptbefragung die CATI-Technik (Computer Assisted Telephone Interview). Die Hauptbefragung endete am 25. Juli. Zu diesem Zeitpunkt waren die angestrebten 1.500 Interviews realisiert.
- Im Zeitraum vom 26. Juni bis 23. Juli 2007 wurden zudem 500 mündlich-persönliche Interviews mit Lehrerinnen und Lehrern bundesweit mit Hilfe der CAPI-Technik (Computer Assisted Personal Interview) durchgeführt.

Die positive Einstellung zum Unternehmertum dokumentiert das YEB mit dem nachfolgenden Zahlenmaterial. Eine ausführliche Version der Studie mit detaillierten Ergebnissen wird im Dezember 2007 als Download-Angebot unter www.bertelsmann-stiftung.de/youth-entrepreneurship erscheinen.

3 Das Unternehmerbild von Jugendlichen und Lehrern

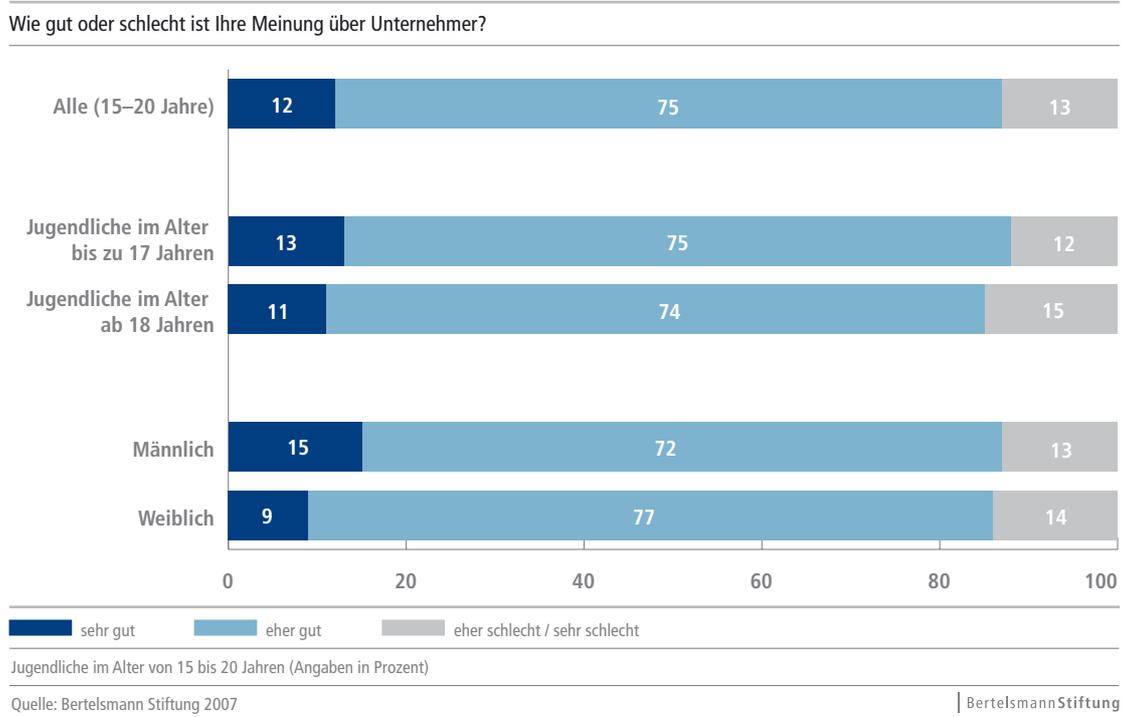
Fragt man Jugendliche danach, welches Unternehmen sie bewundern, stehen Konzerne wie Microsoft, Siemens, BMW oder Daimler ganz hoch im Kurs, aber auch VW, Google, Porsche, Deutsche Telekom und Adidas finden hohe Anerkennung bei der Jugend. Die Beantwortung der Frage „Gibt es einen deutschen oder einen internationalen Unternehmer, den Sie bewundern?“ beginnt zwar auch mit der Nennung des Microsoft-Gründers Bill Gates (mit deutlichem Abstand zu den nachfolgenden), danach jedoch verweisen die Jugendlichen bei dieser offenen Frage auf Unternehmer und Unternehmerinnen aus ihrem privaten Bekanntenkreis bzw. aus ihrem familiären Umfeld. Erst danach finden noch Steven Paul Jobs (Apple) und die Aldi-Brüder Karl und Theo Albrecht Erwähnung.

Die nachfolgenden Ergebnisse dokumentieren, wodurch das Unternehmerbild geprägt ist bzw. welche Rolle der Unternehmer aus Sicht der Jugendlichen und Lehrer in der Gesellschaft einnimmt.

3.1 Das Meinungsbild Jugendlicher über Unternehmer

Wie in dem kurzen Ergebnisüberblick bereits erwähnt, zeigt die Jugendbefragung des YEB, dass die Mehrzahl der Jugendlichen heute über Unternehmer eine gute Meinung haben: 75 Prozent eine „eher gute“, 12 Prozent sogar eine „sehr gute“. Nur 13 Prozent haben eine „eher schlechte“ bzw. „sehr schlechte“ Meinung (Abb. 1). Das Meinungsbild ist bei den jungen Männern etwas positiver als bei den jungen Frauen.

Abbildung 1: Meinung über Unternehmer



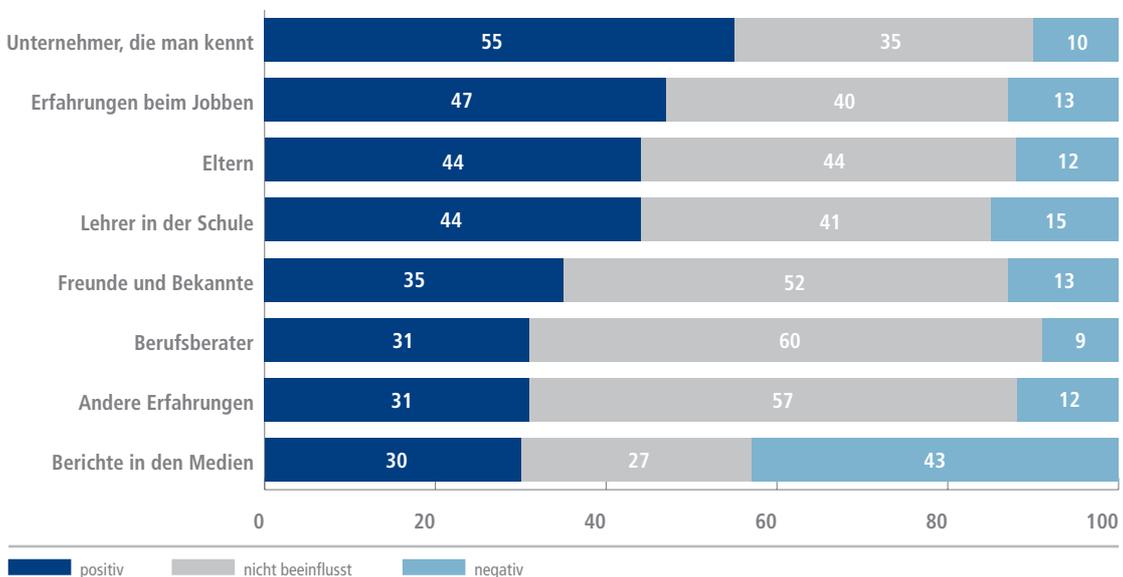
Nun wird der Frage nachgegangen, welche Faktoren für dieses Meinungsbild entscheidend sind, welche Meinung die Lehrerschaft (als direktes Umfeld der Jugend) über Unternehmer hat.

3.2 Meinungsmacher bei Jugendlichen

Der persönliche Kontakt und die eigenen Erfahrungen im Umgang mit Unternehmern (beispielsweise durch einen Job) beeinflussen die Meinung der Jugendlichen zum Unternehmertum deutlich stärker als z.B. Eltern, Lehrer, Freunde etc. dies tun.

Abbildung 2: Einflussfaktoren auf das Unternehmerbild

Wer oder was hat Ihre Meinung über Unternehmer wesentlich beeinflusst?



Jugendliche im Alter von 15 bis 20 Jahren (Angaben in Prozent)

Quelle: Bertelsmann Stiftung 2007

BertelsmannStiftung

Die Berichterstattung der Medien ist eher ein negativer Einflussfaktor für das Unternehmerbild der Jugend. Hintergrund dafür könnte sein, dass sich die Berichterstattung auf große Konzerne konzentriert und häufiger Negativschlagzeilen im Hinblick auf die Führungskräfte höchster Ebenen veröffentlicht werden.

Meldungen über Management-Versagen und Anspruchsdenken leitender Angestellter in einzelnen Großkonzernen und das Agieren von undurchsichtigen Beteiligungsgesellschaften können tendenziell dazu beitragen, dass der wichtige Beitrag des Unternehmers für die Gesellschaft weniger stark wahrgenommen wird.

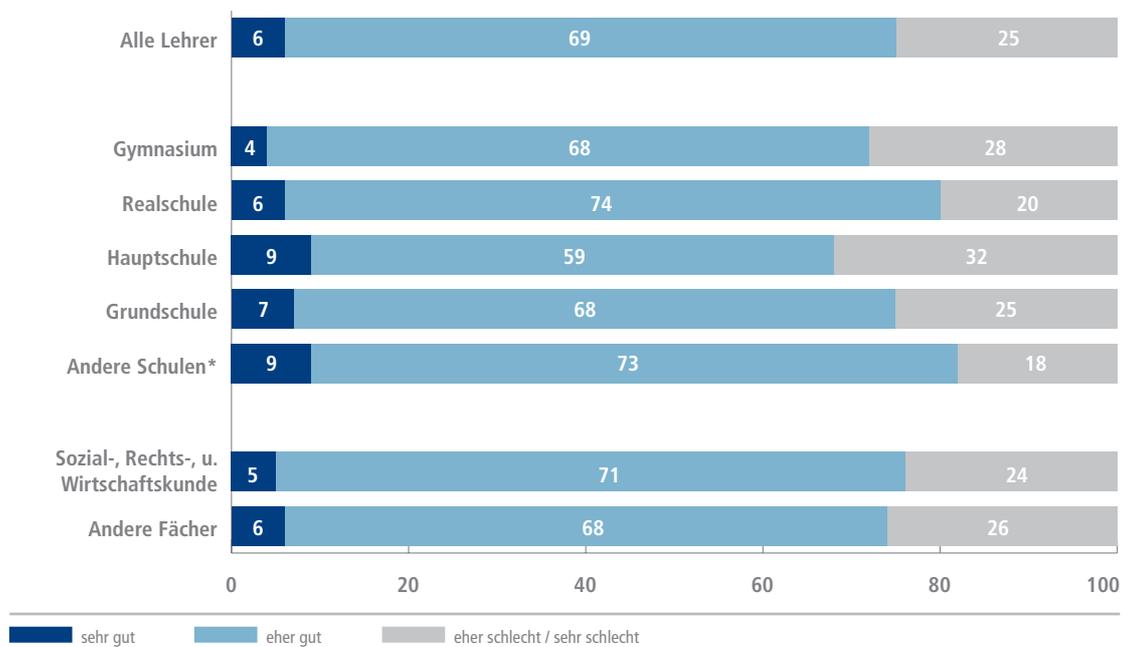
Lehrer sind neben den Eltern und den persönlichen Kontakten zu Unternehmern wichtige Einflussfaktoren bezüglich des Unternehmerbildes.

Die YEB-Lehrerbefragung zeigt, dass die Lehrerschaft in Deutschland gegenüber Unternehmern zwar etwas kritischer eingestellt ist als die Jugendlichen, dennoch hat auch hier nur ein Viertel eine „schlechte“ bis „sehr schlechte“ Meinung über Unternehmer (Abb. 3).

Besonders bei Hauptschullehrern gibt es vermehrt Vorbehalte gegenüber Unternehmern, was sich u.a. darauf zurückführen lässt, dass sich gerade die Hauptschulabsolventen mit größeren Schwierigkeiten beim Übergang von der Schule in den Beruf konfrontiert sehen.

Abbildung 3: Meinung der Lehrerschaft über Unternehmer

Wie gut oder schlecht ist Ihre Meinung über Unternehmer?



Bundesweite Lehrerstichprobe (Angaben in Prozent). *Ohne Gesamt- und Sonderschulen

Quelle: Bertelsmann Stiftung 2007

BertelsmannStiftung

Neben der generellen Meinung von Jugendlichen und Lehrern über Unternehmer interessierte in der Studie auch, welche gesellschaftliche Rolle Jugendliche den Unternehmern zuordnen.

3.3 Rolle der Unternehmer aus Sicht der Jugend

Jugendliche honorieren zuerst die ureigene Rolle des Unternehmers, durch eine erfolgreiche Performance am Markt den Unternehmenserfolg zu sichern und gleichzeitig den Lebensstandard der Bevölkerung mit ihren Waren und Dienstleistungen positiv zu beeinflussen (Abb. 4).

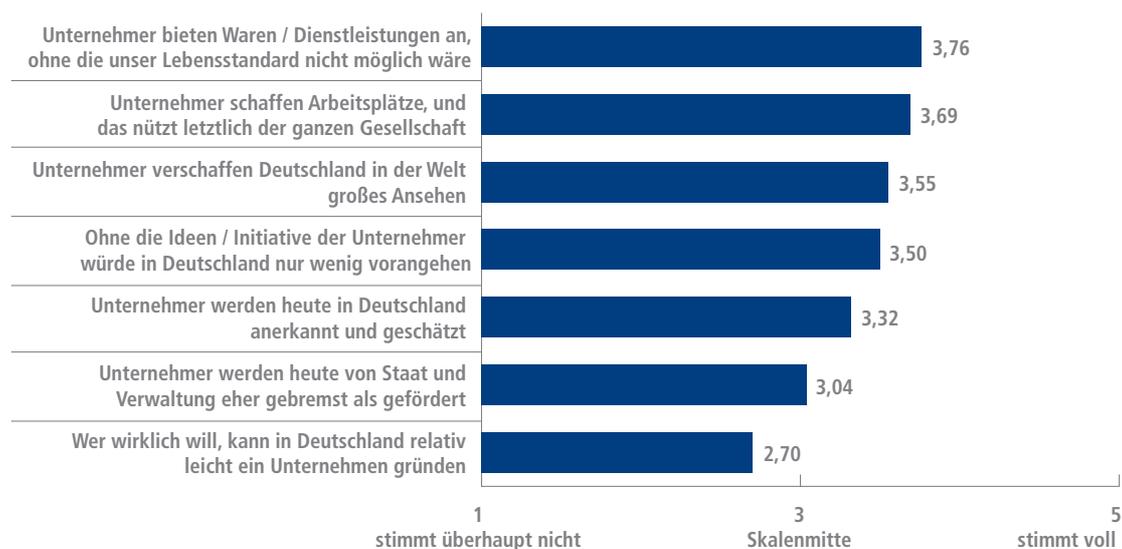
Fast ebenso klar ist den Jugendlichen die Bedeutung der Unternehmer als Anbieter von Arbeitsplätzen.

Zudem wird der Aussage zugestimmt, dass die Unternehmen den Standort Deutschland durch Ideen und Innovationen voranbringen und ihm in der Welt Ansehen verschaffen.

Die Frage, ob unternehmerische Tätigkeit in Deutschland durch die Bürokratie von Staat und Verwaltung gehemmt wird, sehen die Jugendlichen zwiespältig, während sie die Möglichkeiten, in Deutschland auf unkomplizierte Weise Unternehmer zu werden, jedoch eher negativ beurteilen.

Abbildung 4: Was Jugendliche heute positiv an Unternehmern sehen

Würden Sie den folgenden Aussagen zustimmen oder nicht zustimmen?



Jugendliche im Alter von 15 bis 20 Jahren (Mittelwerte)

Quelle: Bertelsmann Stiftung 2007

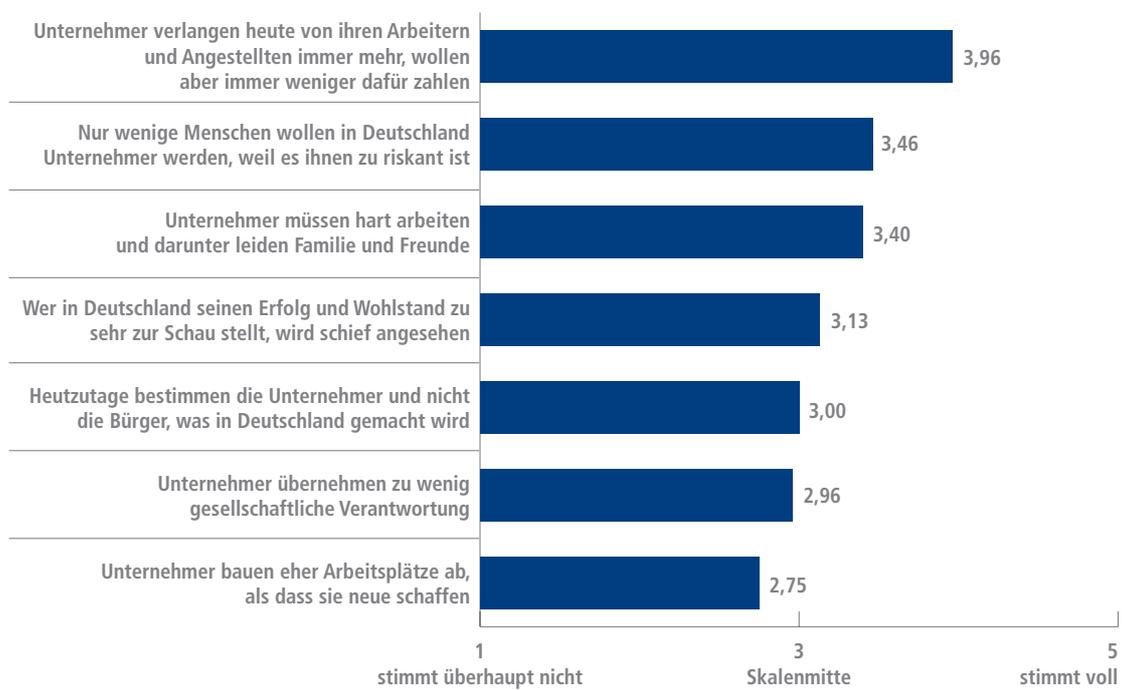
Bertelsmann Stiftung

Jugendliche sehen aber auch deutlich die andere Seite der heutigen Wirtschaftswelt: den gestiegenen und weiter steigenden Leistungsdruck in den Betrieben sowie die seit Jahren anhaltende Lohnzurückhaltung (Abb. 5).

Problematische Aspekte des Unternehmerseins sind den Jugendlichen ebenfalls bewusst. Das betrifft das unternehmerische Risiko ebenso wie die hohe zeitliche Beanspruchung, die zu Lasten von Familie und Freunden gehen kann.

Abbildung 5: Was Jugendliche heute negativ an Unternehmern sehen

Und wie ist es mit den folgenden Aussagen: Stimmen Sie zu oder nicht?



Jugendliche im Alter von 15 bis 20 Jahren (Mittelwerte)

Quelle: Bertelsmann Stiftung 2007

| BertelsmannStiftung

Zu einigen kulturell bzw. ideologisch unterfütterten Annahmen geben die Jugendlichen keine eindeutige Aussage ab. Das betrifft zum einen die Auffassung, Unternehmer würden sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung entziehen, zum anderen, sie würden letztlich ihre privatökonomischen Ziele gegen andere Interessen in der Gesellschaft durchsetzen.

Die populäre Annahme, in Deutschland wäre es (z.B. im Unterschied zu den USA) verpönt, wirtschaftlichen Erfolg zur Schau zu stellen, lehnen die Jugendlichen weder eindeutig ab noch stimmen sie dieser zu.

4 Bereitschaft Jugendlicher zur Selbstständigkeit

Nachdem eine durchaus positive Einstellung zu Unternehmern bei den Jugendlichen nachgewiesen wurde, kann nun der Frage nachgegangen werden, wie Jugendliche zur eigenen Selbstständigkeit stehen. Dies kann nicht losgelöst von der Selbsteinschätzung der eigenen unternehmerischen Fähigkeiten sowie der Einschätzung über wirtschaftliches Wissen im Allgemeinen betrachtet werden.

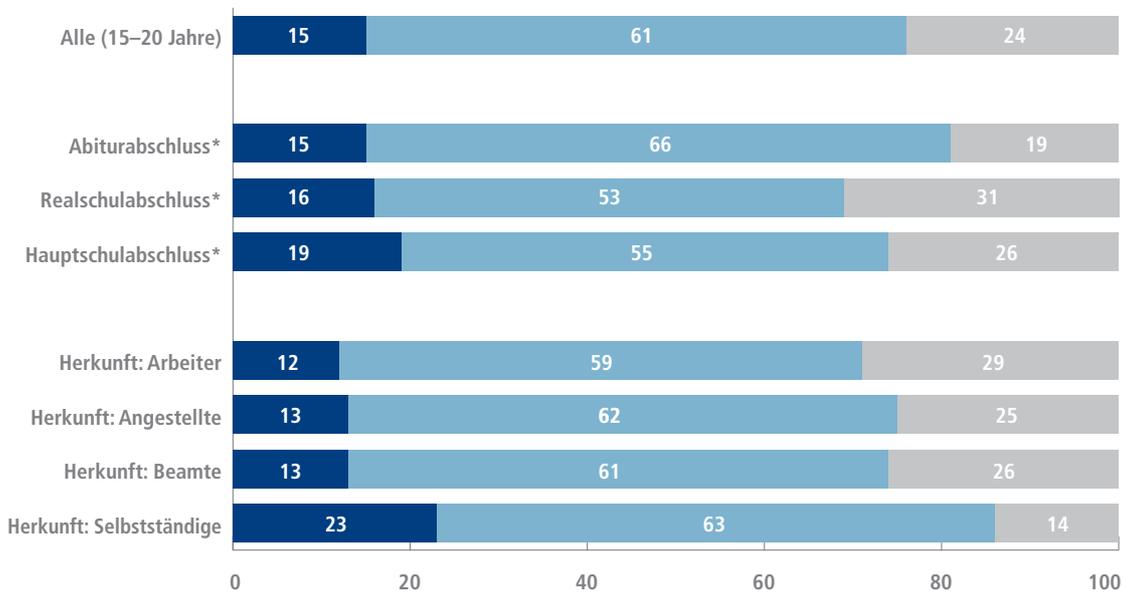
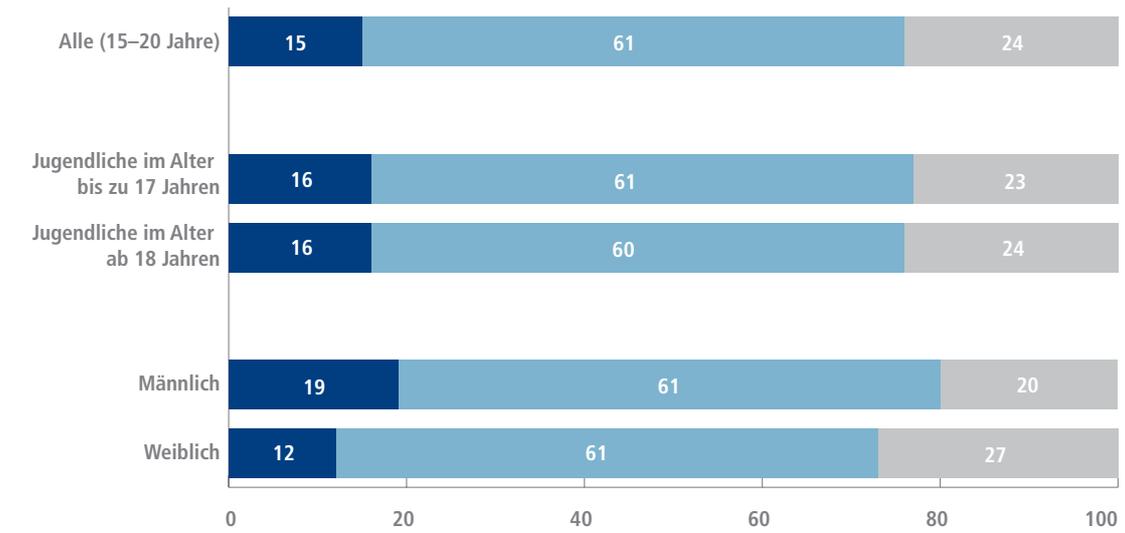
4.1 Jugendliche und eigene unternehmerische Selbstständigkeit

Drei Viertel der Jugendlichen im Schulalter sind in Deutschland prinzipiell bereit, sich später einmal selbstständig zu machen und ein eigenes Unternehmen zu gründen. 15 Prozent der Jugendlichen ziehen dies sogar „bestimmt“ in Erwägung, 61 Prozent „eventuell“ (Abb. 6). Diese Neigung zur Selbstständigkeit hat mit dem Alter der Jugendlichen nichts zu tun, aber einiges mit dem Geschlecht: Junge Männer neigen deutlich mehr zur Selbstständigkeit („bestimmt“ 19 Prozent) als junge Frauen („bestimmt“ 12 Prozent).

Betrachtet man nur die „bestimmte“ Erwägung der Selbstständigkeit, so nimmt diese mit steigender Bildungshöhe kontinuierlich ab. Unter den Jugendlichen, die den Hauptschulabschluss haben bzw. anstreben, bekennt sich immerhin fast ein Fünftel vorbehaltlos zur Selbstständigkeit. Wenn Jugendliche aus Selbstständigenhaushalten stammen, tendieren sie selbst auch verstärkt zur Selbstständigkeit. Alle Gruppen, deren Väter eine abhängige Beschäftigung haben (Arbeiter, Angestellter oder Beamter), bleiben dahinter deutlich zurück. Dies unterstreicht die wichtige Rolle der Eltern im Rahmen des Modelllernens auch im Kontext einer Förderung der Entrepreneurship-Kultur in Deutschland.

Abbildung 6: Interesse an eigener unternehmerischer Selbstständigkeit

Würde es für Sie prinzipiell in Frage kommen, sich selbstständig zu machen bzw. eine eigene Firma zu gründen?



bestimmt eventuell nein

Jugendliche im Alter von 15 bis 20 Jahren (Angaben in Prozent). * Vorhanden oder angestrebt

Quelle: Bertelsmann Stiftung 2007

BertelsmannStiftung

Besitzt dieses „bestimmte“ oder „eventuelle“ Interesse an einer eigenen Selbstständigkeit aus Sicht der Jugendlichen auch eine objektive Basis?

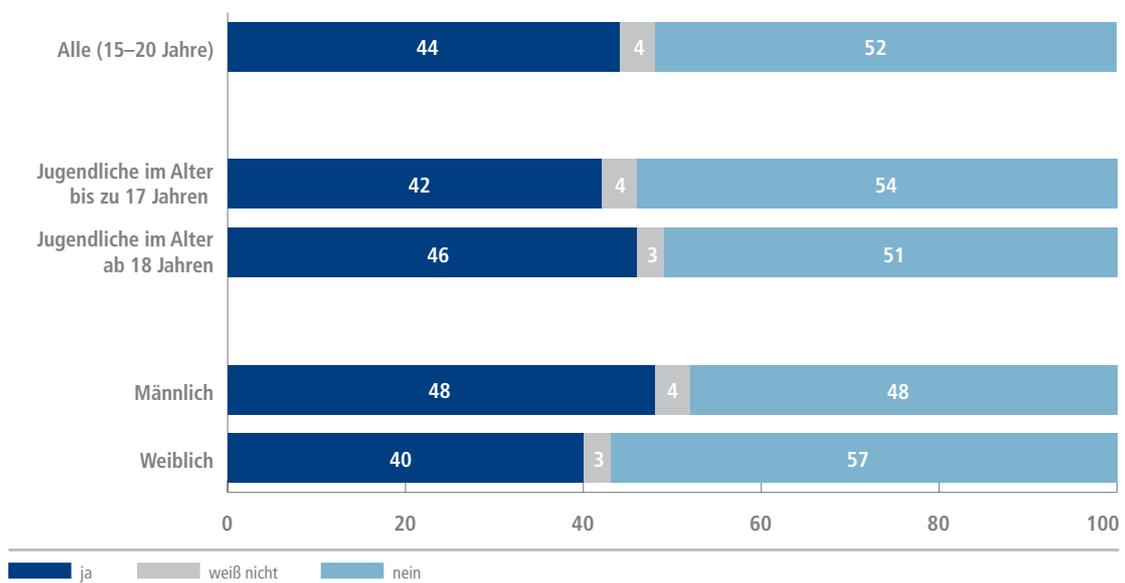
Ungeachtet der Diskussion, ob man als Unternehmer bzw. Entrepreneur geboren oder zu einem solchen erzogen wird, wurde in der Studie daher auch danach gefragt, wie die Jugendlichen ihre eigenen Fähigkeiten einschätzen bzw. ob sie sich als Unternehmertyp verstehen.

4.2 Jugendliche als Unternehmertyp

Unabhängig von der Frage, ob es *den* Unternehmertyp überhaupt gibt, sehen sich immerhin 44 Prozent der Jugendlichen grundsätzlich als den richtigen Typus an, um selbst Unternehmer zu werden (Abb. 7). Dies zeugt von einem ausgeprägten Selbstbewusstsein, das auch die geringe Unsicherheit der Urteile erklärt. Dieses unternehmerische Selbstbewusstsein ist bei jungen Männern (48 Prozent) stärker ausgeprägt als bei jungen Frauen (40 Prozent), in der Tendenz ist es auch bei älteren Jugendlichen stärker ausgeprägt als bei jüngeren.

Abbildung 7: Selbsteinschätzung als Unternehmertyp

Glauben Sie, dass Sie grundsätzlich der richtige Typ sind, um Unternehmer zu sein oder es zu werden?



Jugendliche im Alter von 15 bis 20 Jahren (Angaben in Prozent)

Quelle: Bertelsmann Stiftung 2007

Bertelsmann Stiftung

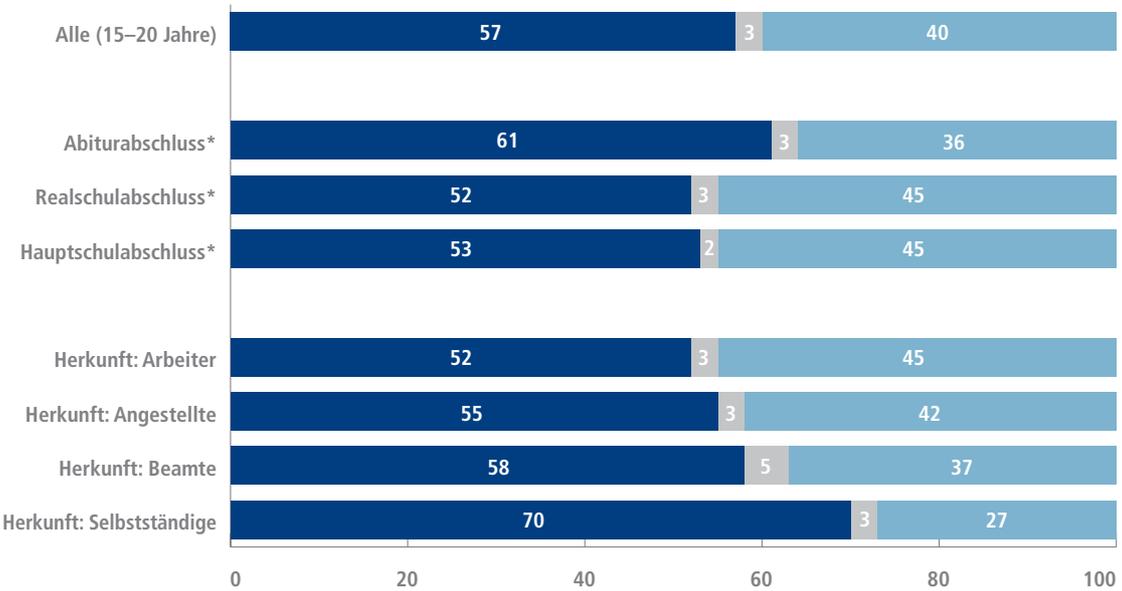
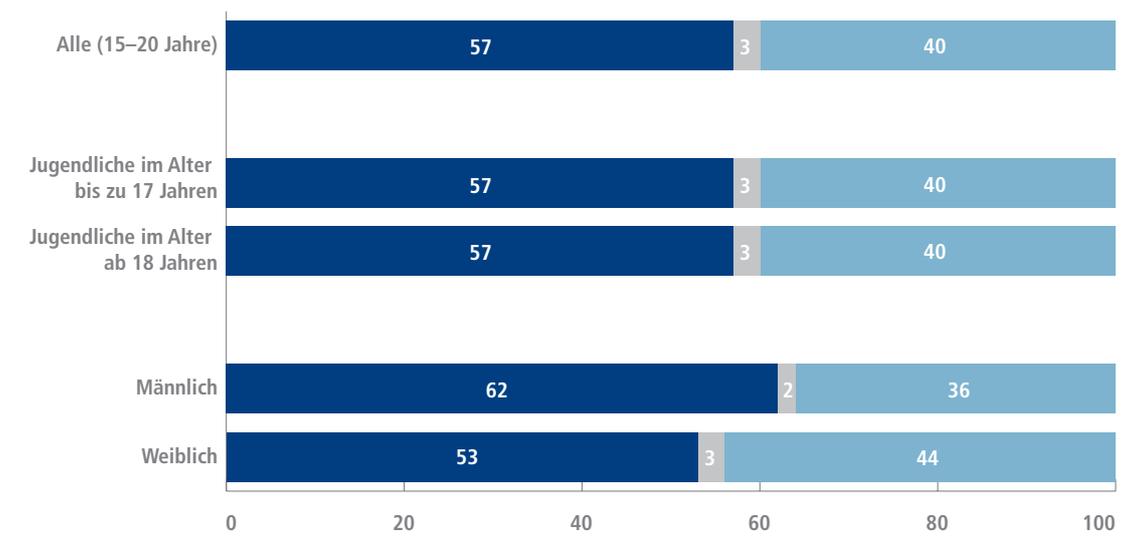
4.3 Vorhandene Unternehmerfähigkeiten aus eigener Sicht

57 Prozent der Befragten trauen sich unternehmerische Fähigkeiten zu (Abb. 8). Zudem glauben fast alle Jugendlichen, die sich unternehmerische Fähigkeiten bisher noch nicht zutrauen, diese erlernen zu können. Der Blick auf die verschiedenen Altersstufen lässt keine weiteren Schlüsse zu. Eine geschlechtsspezifische Betrachtung schon eher: 62 Prozent der jungen Männer, aber nur 53 Prozent der jungen Frauen sehen sich im Besitz der erforderlichen Fähigkeiten.

In Bezug auf diese Selbsteinschätzung stellt die Studie eine Abhängigkeit vom Bildungsstatus fest. Jugendliche, die Abitur haben oder anstreben, sehen sich vermehrt im Besitz der Fähigkeiten zum Unternehmer (Abb. 8).

Abbildung 8: Selbsteinschätzung zu den eigenen Unternehmerfähigkeiten

Glauben Sie, dass Sie die nötigen Fähigkeiten haben, um Unternehmer zu sein oder es zu werden?



■ ja ■ weiß nicht ■ nein

Jugendliche im Alter von 15 bis 20 Jahren (Angaben in Prozent). * Vorhanden oder angestrebt

Quelle: Bertelsmann Stiftung 2007

Bertelsmann Stiftung

Auffällig, jedoch intuitiv nachvollziehbar ist die Einschätzung der Jugendlichen, die aus Selbstständigenhaushalten stammen, also das entsprechende Vorbild von Kindheit an vor Augen haben: Mehr als zwei Drittel dieser Jugendlichen (70 Prozent) ordnen sich die Fähigkeiten eines Unternehmers zu. Am wenigsten tun dies Jugendliche aus Arbeiter- und Angestelltenhaushalten. An dieser Stelle wird nochmals deutlich, welche wichtige Bedeutung der Sozialisation im Rahmen einer Förderung der Entrepreneurship-Kultur zukommt.

Neben den speziell mit Unternehmertum verknüpften Fragestellungen, hat die YEB-Studie auch die Kenntnisse der Jugendlichen zu allgemeinen wirtschaftlichen Fragen ins Visier genommen.

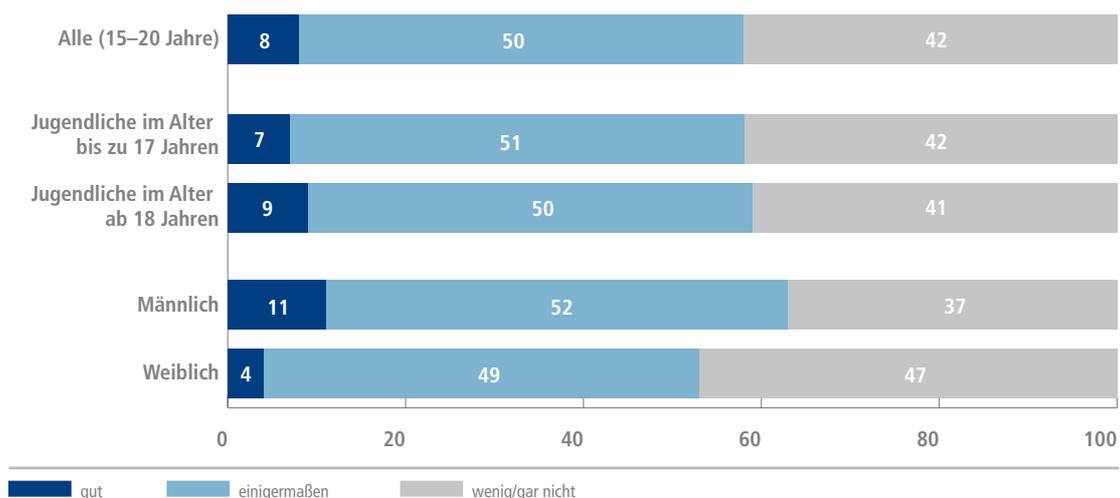
4.4 Wirtschaftliches Wissen aus eigener Sicht

Bei der Einschätzung des eigenen wirtschaftlichen Wissens fällt das Urteil der Jugendlichen eher kritisch aus. Nur 8 Prozent schätzen ihr wirtschaftliches Wissen als „gut“ ein, 50 Prozent als „einigermaßen“. 42 Prozent schreiben sich nur „wenig“ bzw. „gar kein“ wirtschaftliches Wissen zu (Abb. 9).

Männliche Jugendliche stufen ihre wirtschaftlichen Kenntnisse deutlich besser ein als weibliche. Fast die Hälfte der jungen Frauen sieht bei sich nur wenig bzw. kein wirtschaftliches Wissen. Das Alter der Jugendlichen setzt hier keinen Unterschied, somit ist mit dem Älterwerden aus Sicht der Jugendlichen selbst kein Fortschritt in der eigenen ökonomischen Kompetenz zu erkennen.

Abbildung 9: Selbsteinschätzung über eigenes wirtschaftliches Wissen

Wie gut kennen Sie sich in wirtschaftlichen Fragen aus?



Jugendliche im Alter von 15 bis 20 Jahren (Angaben in Prozent).

Quelle: Bertelsmann Stiftung 2007

BertelsmannStiftung

5 Unternehmerische Selbstständigkeit in der Schule

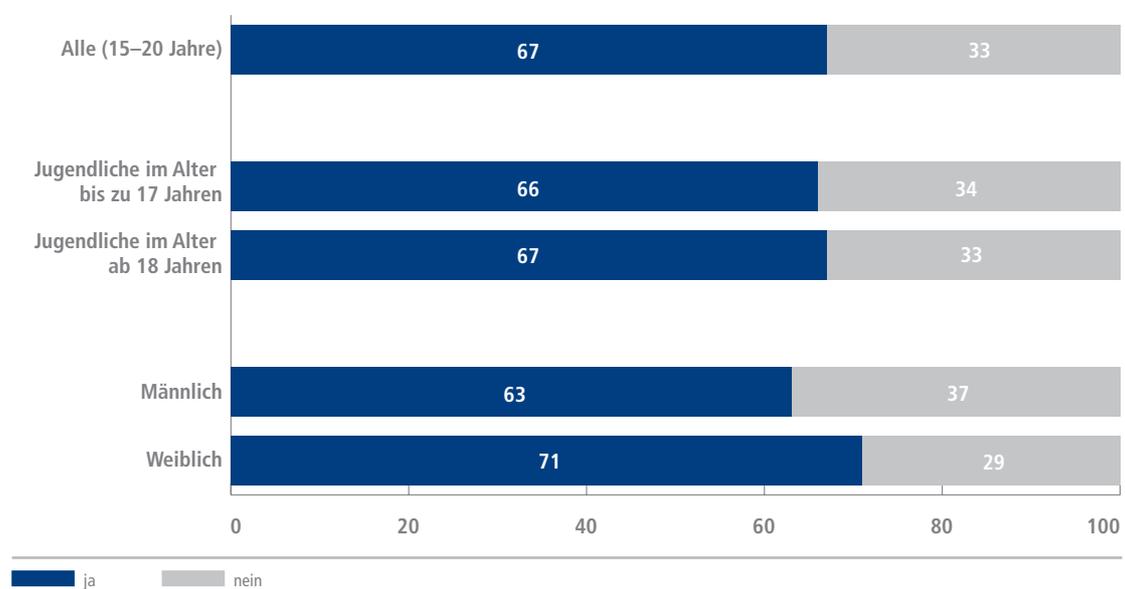
Neben der Frage nach der Präsenz des Themas *unternehmerische Selbstständigkeit* in der Schule werden im Folgenden zunächst einzelne Studienergebnisse zum Thema Wirtschaft im Allgemeinen vorgestellt. Das Thema Wirtschaft wird dabei als ein möglicher Referenzpunkt für das Thema *unternehmerische Selbstständigkeit* verstanden.

5.1 Wirtschaftliche Fragen im Schulunterricht

Als Gegenpol zu der vergleichsweise niedrigen Selbsteinschätzung der Kenntnisse über wirtschaftliche Fragestellungen gibt es ein hohes Interesse Jugendlicher daran, mehr über wirtschaftliche Vorgänge zu erfahren. 67 Prozent sind an mehr wirtschaftlichem Wissen interessiert (Abb. 10). Besonders die jungen Frauen haben Interesse, ihr wirtschaftliches Fachwissen auszubauen.

Abbildung 10: Wunsch nach mehr wirtschaftlichem Wissen

Würden Sie gerne mehr darüber wissen, wie die Wirtschaft in Deutschland funktioniert, wie wirtschaftliche Vorgänge ablaufen?



Jugendliche im Alter von 15 bis 20 Jahren (Angaben in Prozent).

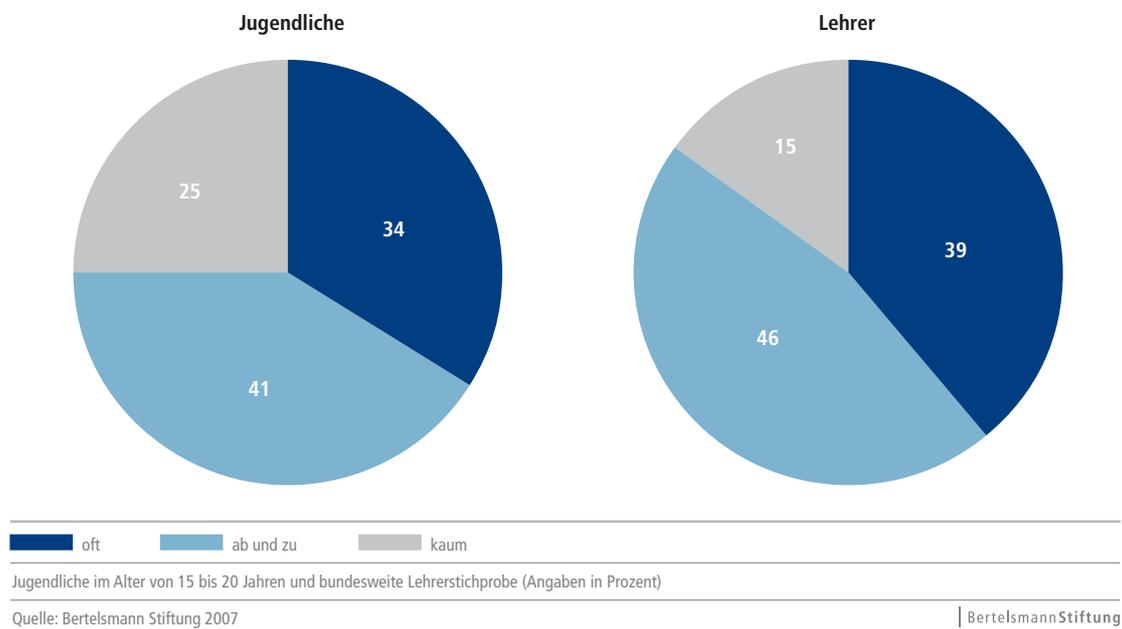
Quelle: Bertelsmann Stiftung 2007

| BertelsmannStiftung

Hier ist die Schule gefragt, an der wirtschaftliche Fragen aus Sicht der Jugendlichen nur zu 34 Prozent und aus Lehrersicht nur zu 39 Prozent „oft“ vorkommen, ansonsten lediglich „ab und zu“ oder „kaum“.

Abbildung 11: Häufigkeit wirtschaftlicher Fragen im Schulunterricht

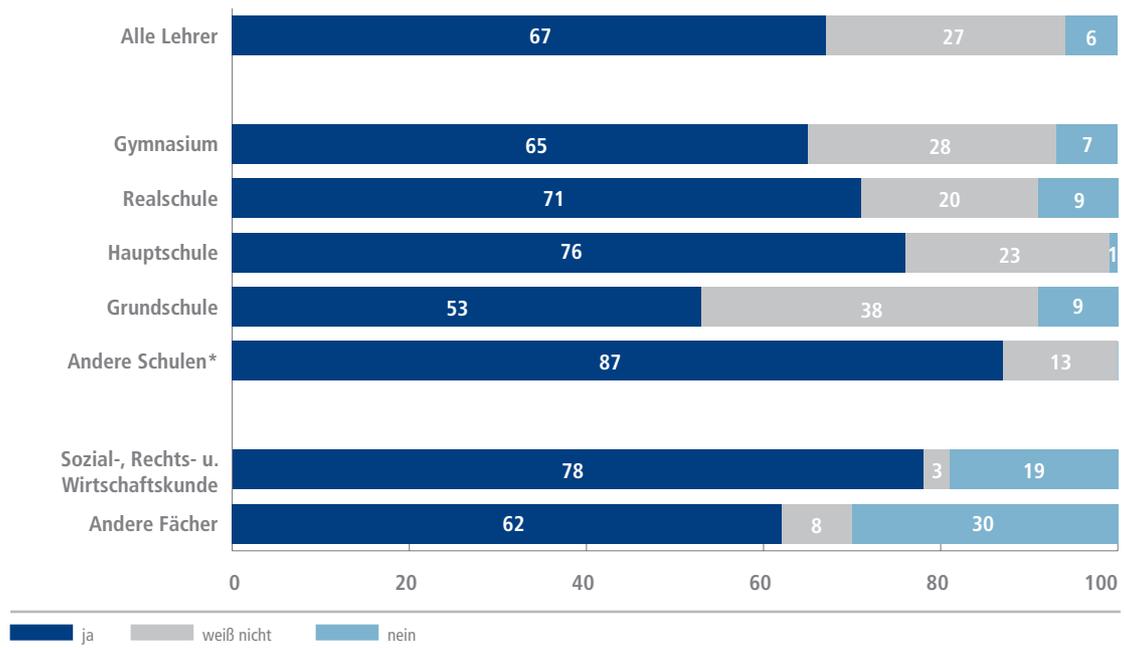
Wie oft kommen wirtschaftliche Fragen in der Schule, in Ihrem Schulunterricht vor? (Jugendliche)
Wie oft kommen wirtschaftliche Fragen heutzutage im Schulunterricht vor? (Lehrer)



Sollte sich dies nun zukünftig ändern? Die Lehrerschaft ist zum größten Teil (67 Prozent) der Meinung, wirtschaftliche Fragen sollten vermehrt im Schulunterricht vorkommen (Abb. 12). Dies betrifft Haupt- und Realschule sowie Gymnasium gleichermaßen.

Abbildung 12: Wirtschaftliche Fragen in der Schule aus Lehrersicht

Sollten in Zukunft wirtschaftliche Fragen vermehrt im Schulunterricht vorkommen?



Bundesweite Lehrerstichprobe (Angaben in Prozent). *Ohne Gesamt- und Sonderschulen

Quelle: Bertelsmann Stiftung 2007

BertelsmannStiftung

Konzentrieren sich die Fragestellungen (wie nachstehend) auf den Bereich der unternehmerischen Selbstständigkeit, ergeben sich auch hier klare Gestaltungspotenziale.

5.2 Rolle des Themas Selbstständigkeit in der Schule

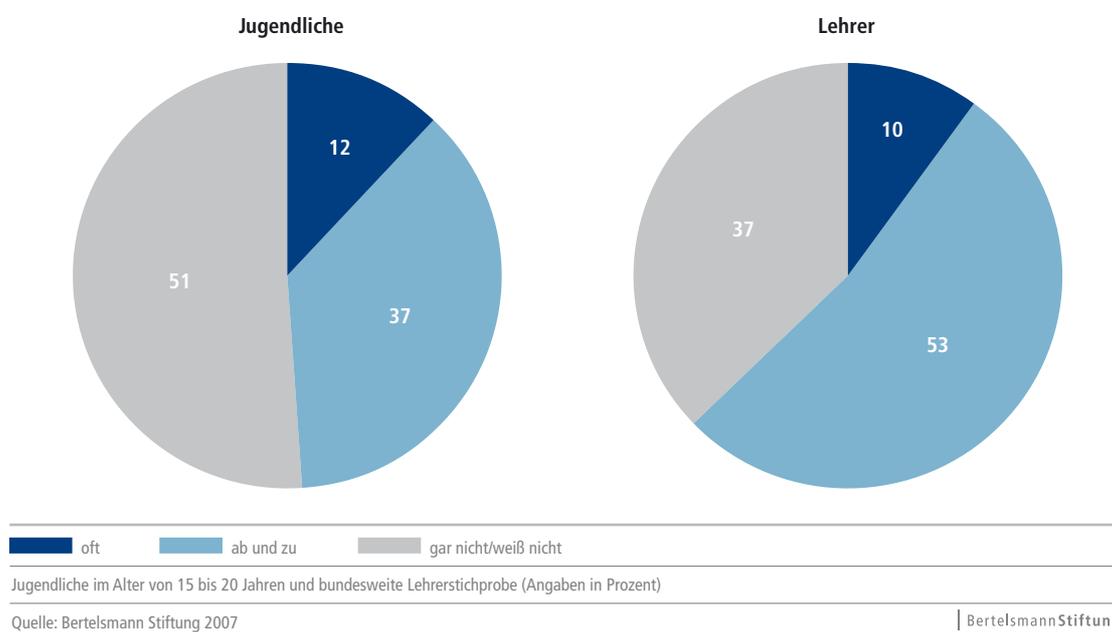
Einen deutlichen Veränderungsbedarf gibt es in Bezug auf den direkten Beitrag, den die Schule zur Vorbereitung Jugendlicher auf eine unternehmerische Selbstständigkeit leisten kann. Die Fragestellung „Wie arbeitet man als Unternehmer, wie führt man ein Geschäft selbstständig?“ wird nur von 10 Prozent der Lehrer als „oft“ im Schulunterricht vorkommend eingeschätzt (Abb. 13), „ab und zu“ von 53 Prozent und „gar nicht“ von 33 Prozent der Lehrer (Rest: „weiß nicht“, 4 Prozent).

Was die Präsenz des Themas „Selbstständigkeit“ im Schulunterricht betrifft, gibt es bemerkenswerte Wahrnehmungsunterschiede zwischen Lehrern und Jugendlichen. Jugendliche nehmen das Thema deutlich weniger als Lehrer im Schulunterricht wahr.

Abbildung 13: Das Thema Selbstständigkeit in der Schule

Wird bzw. wurde in Ihrer Schule das Thema behandelt, wie man als Unternehmer arbeitet, wie man ein Geschäft selbstständig führt? (Jugendliche)

In welchem Maße wird heutzutage im Schulunterricht bzw. in der Schule das Thema behandelt, wie man als Unternehmer arbeitet, wie man ein Geschäft selbstständig führt? (Lehrer)

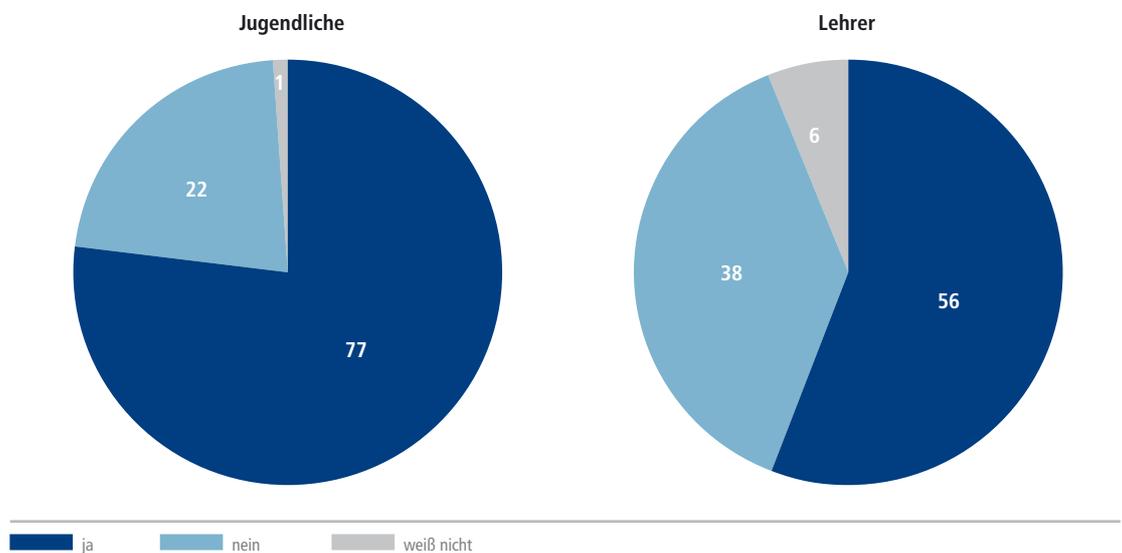


Viele Lehrer, aber noch deutlich mehr Jugendliche, sind der Meinung, das Thema „unternehmerische Selbstständigkeit“ gehöre an die Schule bzw. in den Schulunterricht.

Abbildung 14: Bedeutung des Themas Selbstständigkeit in der Schule

Sollte dieses Thema in der Schule eine größere Rolle spielen? (Jugendliche)

Sollte dieses Thema im Schulunterricht bzw. in der Schule eine größere Rolle spielen? (Lehrer)



Jugendliche im Alter von 15 bis 20 Jahren und bundesweite Lehrerstichprobe (Angaben in Prozent)

Quelle: Bertelsmann Stiftung 2007

BertelsmannStiftung

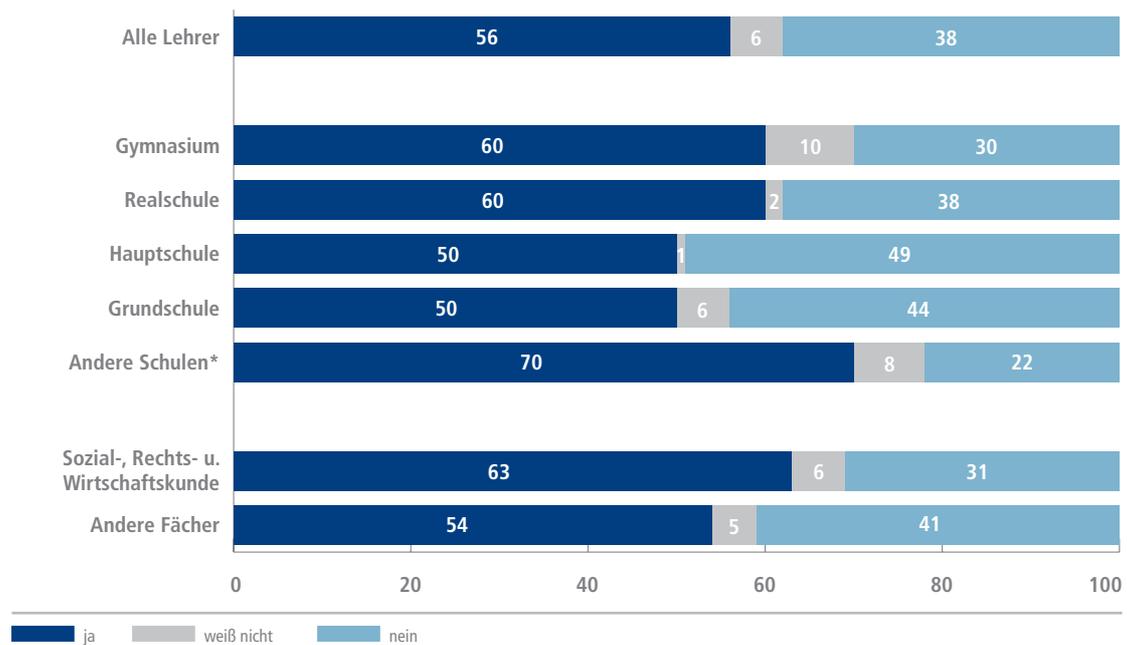
Immerhin 56 Prozent der Lehrer finden, das Thema sollte vermehrt eine Rolle spielen, besonders Lehrer an Realschulen, aber auch solche an Gymnasien sind dieser Meinung.

Sehr aufgeschlossen sind Lehrer an den sonstigen Schulen. Lehrer in sozialwissenschaftlichen Fächern sind zwar offener für den Unterrichtsinhalt „unternehmerische Selbstständigkeit“, dennoch gibt es immerhin auch in den anderen Fächern eine absolute Mehrheit für dieses Thema an der Schule.

Die Ablehnung ist am niedrigsten an den sonstigen Schulen und auf dem Gymnasium.

Abbildung 15: Zukünftige Rolle des Themas in der Schule aus Lehrersicht

Sollte das Thema „unternehmerische Selbstständigkeit“ in der Schule eine größere Rolle spielen?



Bundesweite Lehrerstichprobe (Angaben in Prozent). * Ohne Gesamt- und Sonderschulen

Quelle: Bertelsmann Stiftung 2007

BertelsmannStiftung

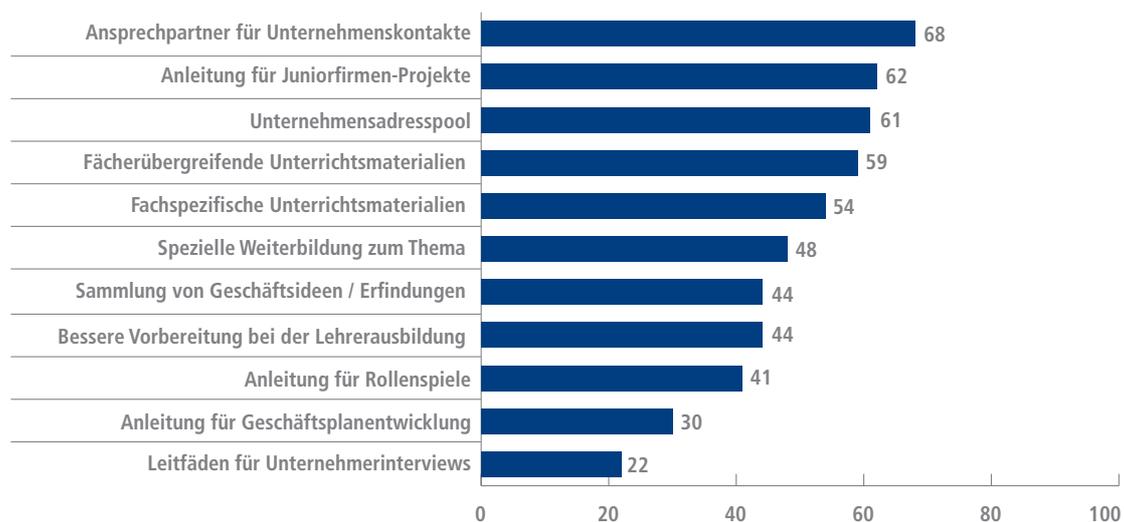
Wie soll nun dem identifizierten Veränderungsbedarf entsprochen werden? Welche Art der Förderung wird gewünscht? Die YEB-Studie ging auch tiefer auf diese Fragestellungen ein.

5.3 Bessere Förderung des Themas in Unterricht und Schule

Um das Thema besser in den Unterricht integrieren zu können, wünschen sich Lehrer einen besseren Zugang zu den Unternehmern. Dies soll vor allem durch Ansprechpartner, die Kontakte zu Unternehmen vermitteln (68 Prozent), oder durch Zugriff auf einen Unternehmeradresspool (61 Prozent) geschehen (Abb. 16). Auch sogenannte Juniorfirmen/Schülerfirmen erfreuen sich großer Beliebtheit – eine Vielzahl der Lehrer (62 Prozent) sind an Anleitungen zur Durchführung solcher Juniorfirmen-Projekte interessiert.

Abbildung 16: Maßnahmen zur Förderung des Themas aus Lehrersicht

Was könnte dazu beitragen, dass das Thema „Unternehmerische Selbstständigkeit“ besser im Schulunterricht bzw. in der Schule eingebracht werden kann?



Bundesweite Lehrerstichprobe (Angaben in Prozent)

Quelle: Bertelsmann Stiftung 2007

BertelsmannStiftung

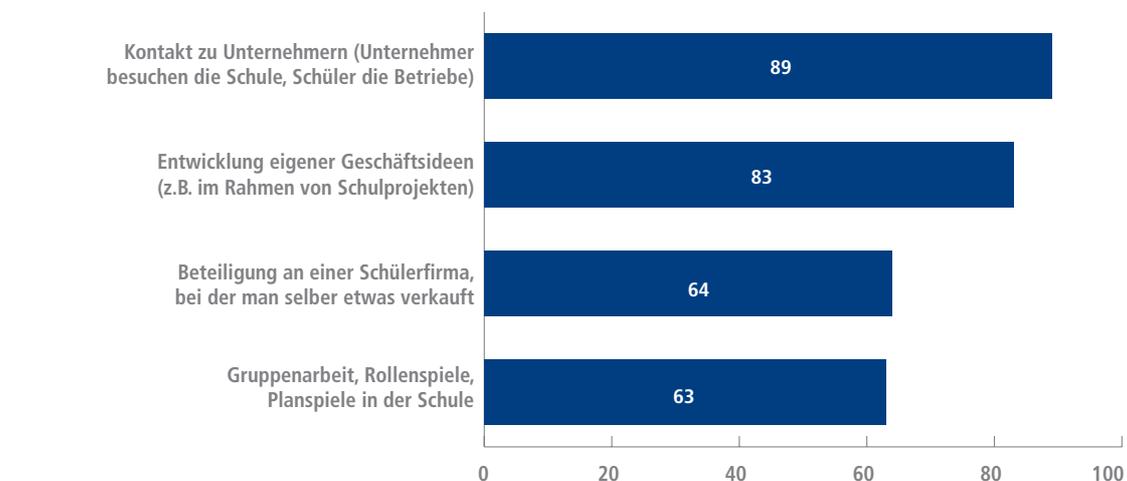
Leitfäden für Unternehmerinterviews werden am wenigsten gewünscht, schon eher Anleitungen für Rollenspiele oder Sammlungen origineller Geschäftsideen bzw. berühmter Erfindungen. Es fällt zudem auf, dass ein besserer Beitrag im Rahmen der Lehrerausbildung nicht unbedingt im Zentrum der Erwartungen der Lehrerschaft steht.

Auch die Jugendlichen selbst wünschen sich im Rahmen der Vorbereitung auf die Selbstständigkeit besonders häufig Kontakte zu Unternehmern, entweder indem diese die Schulen besuchen oder indem die Schüler Betriebe aufsuchen (Abb. 17). Zudem findet die Entwicklung eigener Geschäftsideen (etwa im Rahmen von Schulprojekten) den Beifall sehr vieler Schüler.

Etwas nachrangiger, aber immer noch sehr populär sind Beteiligungen an Schülerfirmen sowie Gruppenarbeit, Rollenspiele bzw. Planspiele an der Schule.

Abbildung 17: Förderung des Themas in der Schule

Auf welche Weise sollte das Thema „Unternehmer oder Selbstständiger sein“ in der Schule eine Rolle spielen?



Jugendliche im Alter von 15-20 Jahren (Angaben in Prozent)

Quelle: Bertelsmann Stiftung 2007

BertelsmannStiftung

Durch Pflege von Unternehmenskontakten oder die Entwicklung von Geschäftsideen kann die Schule aus Sicht der Jugendlichen am deutlichsten etwas für die praktische Übung und Erfahrung im Bereich der unternehmerischen Selbstständigkeit tun (Abb. 17). Zu 64 Prozent wünschen sich dies Jugendliche von der Schule in Form von Schülerfirmen, 63 Prozent wollen das Thema „Unternehmer oder Selbstständiger sein“ durch entsprechende Gruppenarbeiten, Plan- und Rollenspiele in der Schule integriert sehen.

Wenn Jugendliche ihre wirtschaftliche bzw. unternehmerische Kompetenz erhöhen sollen, sind Schulen sicherlich ein geeigneter Ort, dies in systematischer Weise zu ermöglichen. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass das Thema in der Schule auch eine angemessene Präsenz erfährt.

6 Ausblick

Möchte man das Gründerpotenzial in einer Gesellschaft fördern, so gilt es nicht nur die typischen Hemmnisse wie etwa fehlende Zugänge zu Finanzierungsmöglichkeiten oder ausufernde Bürokratie zu beseitigen. Es muss darüber hinaus in viel stärkerem Maße an der Entwicklung einer Entrepreneurship-Kultur gearbeitet werden.

Die in dieser Veröffentlichung ausgewählten Ergebnisse des Youth Entrepreneurship Barometers geben erstmalig einen Hinweis darauf, welche Einstellung Jugendliche, aber auch Lehrer, hinsichtlich des Themas „Selbstständigkeit“ haben.

Das YEB 2007 liefert somit eine erste Bestandsaufnahme, es vermittelt den Ist-Zustand. Um einen möglichen Entwicklungsprozess zu dokumentieren, soll die Studie regelmäßig wiederholt werden.

Geplant ist hierbei auch der Blick über die eigenen Landesgrenzen hinaus. Welche Einstellung haben Jugendliche in anderen Ländern – europaweit, aber auch international? Wie lernen Jugendliche in anderen Ländern unternehmerische Selbstständigkeit, welche Lehr- bzw. Lernansätze verfolgen Lehrer im Ausland? Was können wir von ihnen lernen?

Dies sind Fragen, die im Rahmen zukünftiger Aktivitäten der Bertelsmann Stiftung beantwortet werden sollen. Das Youth Entrepreneurship Barometer (YEB) stellt ein entsprechendes Instrument hierzu dar.

Im Dezember 2007 wird die komplette YEB-Studie mit einer umfassenden Dokumentation der Befragungsergebnisse erscheinen.



7 Impressum

© 2007 Bertelsmann Stiftung

Herausgeber:

Bertelsmann Stiftung
Carl-Bertelsmann-Straße 256
33311 Gütersloh

Verantwortlich:

Dr. Björn Hekman
Telefon 05241 81-81105
Fax 05241 81-681105
E-Mail bjoern.hekman@bertelsmann.de

Art Director:

Heike van Meegdenburg

Gestaltung:

colibri-group, Bielefeld

Bildnachweise:

Archiv Bertelsmann Stiftung, Gütersloh

Der besseren Lesbarkeit wegen haben wir in der Regel auf die weibliche Sprachform verzichtet. Wir bitten alle Leserinnen um Verständnis.

Adresse | Kontakt:

Bertelsmann Stiftung
Carl-Bertelsmann-Straße 256
33311 Gütersloh

Dr. Björn Hekman
Bertelsmann Stiftung
Telefon 05241 81-81105
Fax 05241 81-681105
E-Mail bjoern.hekman@bertelsmann.de

www.bertelsmann-stiftung.de