

Psychologie und Entrepreneurship

Entrepreneurship ist ein schillernder Begriff und derzeit ziemlich angesagt. Wollen Hochschulen ihre Studierenden dazu ausbilden, müssen sie ihnen auch im Studienalltag mehr Freiräume gewähren.

MICHAEL ZIRKLER

Auf den zunehmend unscharfen Arbeitsmärkten von heute sind viele Qualitäten von Entrepreneuren gefragt – selbst wenn jemand kein eigenes Business im engeren Sinne startet. Für unsere Absolventinnen und Absolventen der Arbeits- und Organisationspsychologie, die nicht direkt den Weg in die Selbstständigkeit wählen oder sich auf «klassische» Positionen bewerben, besteht die Herausforderung darin, mit den an der ZHAW erworbenen bzw. entwickelten Kompetenzen die Stellenprofile kreativ umzudeuten. Präzise und glaubwürdig müssen sie Leistungsversprechen formulieren (Story Telling), ohne dass sie mitunter genau wissen, was von ihnen erwartet wird. Wer eine Stelle erhält, muss Unternehmergeist und Kreativität beweisen, um aus der neuen Position optimale Handlungsmöglichkeiten sowohl für sich als auch den Arbeitgeber zu gestalten. Im Rahmen unserer Masterausbildung wollen wir Studierende besser auf die Bedingungen der (Arbeits-)Märkte vorbereiten und bieten einen Kurs zum Thema «Entrepreneurship» an. Hier ein Einblick:

Am Tag eins beginnt die gemeinsame Arbeit morgens im Colab Zürich, einem «Coworking space für Entrepreneurs, Startups und Onliners» (www.colab-zurich.ch), mit dem wir kooperieren. Was im Klassenzimmer-Setting unmöglich wäre, soll hautnah erfahren werden: authentische Start-up-Atmosphäre. Die Studierenden sollen zu Entrepreneuren in eigener Sache werden

und an eigenen Zukunftsprojekten arbeiten. Beim arrangierten Lunch im Colab treffen sie auf «echte» Entrepreneure. Diese beherrschen ihr Story Telling perfekt. Sie sind in der Lage, ihre Idee in fünf Minuten zu erläutern oder zumindest so viel Interesse zu wecken, dass der Zuhörende es später genauer wissen möchte. Die Studierenden erleben soziale und kommunikative Kom-



Prof. Michael Zirkler ist Dozent und Fachverantwortlicher des Bereichs Arbeits- und Organisationspsychologie am ZHAW-Departement Angewandte Psychologie.

petenzen live und erkennen die eigenen Formulierungsnöte, wenn sie gefragt werden: «Welche Ideen und Vorstellungen haben angehende Psychologen?» Der Lernbedarf wird deutlich. Der Nachmittag steht zur Arbeit am eigenen Projekt zur freien Verfügung. Während der Schlussrunde am Abend herrscht Ratlosigkeit: So viel selbst zu gestaltenden Freiraum sind die Studierenden aus dem Studienalltag nicht gewohnt.

Tag zwei (eine Woche später) ist für eine Werkstatt reserviert. Die Studierenden werden bei ihren Projekten beraten. Der Tag wird von einem früheren Studenten der Hochschule bestritten, der heute mit Innovationsprozessen in einem grossen Industrieunternehmen beschäftigt ist. Die Studierenden verlangen nach Orientierung: Er soll mal erzählen, wie er es gemacht hat.

Tag drei (wiederum eine Woche später) ist der Tag, an dem die Studierenden ihre eigenen Zukunftsskizzen präsentieren sollen. Die Schwierigkeiten, die «gegenwärtige Zukunft» (Esposito) zu entwickeln, scheinen unüberwindbar – Stuck State! Mit etwas zeitlichem Abstand beginnt die Reflexion. Hürden und Ängste werden erkannt.

Am Ende beschreiben die Studierenden die drei Tage als zwar anstrengend und zunächst verwirrend, aber dennoch hilfreich klärend und positionierend. Es bleibt noch viel zu tun, aber wichtige Erkenntnisse darüber, was Entrepreneurship psychologisch bedeuten kann, wurden gewonnen: Chancen ergreifen, Situationen kreativ umdeuten, um Handlungsmöglichkeiten zu optimieren, und Unsicherheiten aushalten. Und noch eine weitere Erkenntnis förderte der Kurs zutage: Wollen wir als Hochschule Entrepreneurship fördern, müssen wir damit beginnen, den Studierenden mehr Freiräume zu bieten, und sie lehren, diese kreativ zu gestalten. Heute ist der studentische Alltag geprägt durch operative Hektik, Terminengpässe und formale Leistungsnachweise.

Mit dem Ansatz des «experiential learning» sind wir unserer Meinung nach auf dem richtigen Weg, die Studierenden nicht nur in Bezug auf ihre eigene Employability besser zu rüsten. Zusammen mit den während des Studiums erworbenen Kenntnissen und Fähigkeiten etwa in Persönlichkeitspsychologie, Beratung, Leadership, Organisationskultur und Change Management entwickeln sie die Voraussetzungen, zu psychologischen Entrepreneuren zu werden, die neue berufliche Perspektiven entwickeln und geeignete Coaches für «echte» Entrepreneure sind – alles wichtige Komponenten für die eigene und innovative Karriere-Story. ■