UNIVERSITÄT BIELEFELD
Fakultät für Soziologie

Von digital entrepreneurs, digitalen Kapitalisten und digitaler Ethik

Sozioökonomische Bildung in der Kultur der Digitalität

Dr. Franziska Wittau

Vortrag im Rahmen der GS*ÖBW-Jahrestagung 2022
Humane Ökonomie
Humboldt-Universität Berlin, 22.09.2022

Agenda

1. #Schüler*innenfirmen digital: Zur Einführung in den Kontext
2. Digital entrepreneurship und digital entrepreneurship education
3. Zum gesellschaftlichen Rahmen der digital entrepreneurship education
4. Humanismus in der digitalen Ökonomie
5. Schlussfolgerungen für die sozioökonomische Bildung

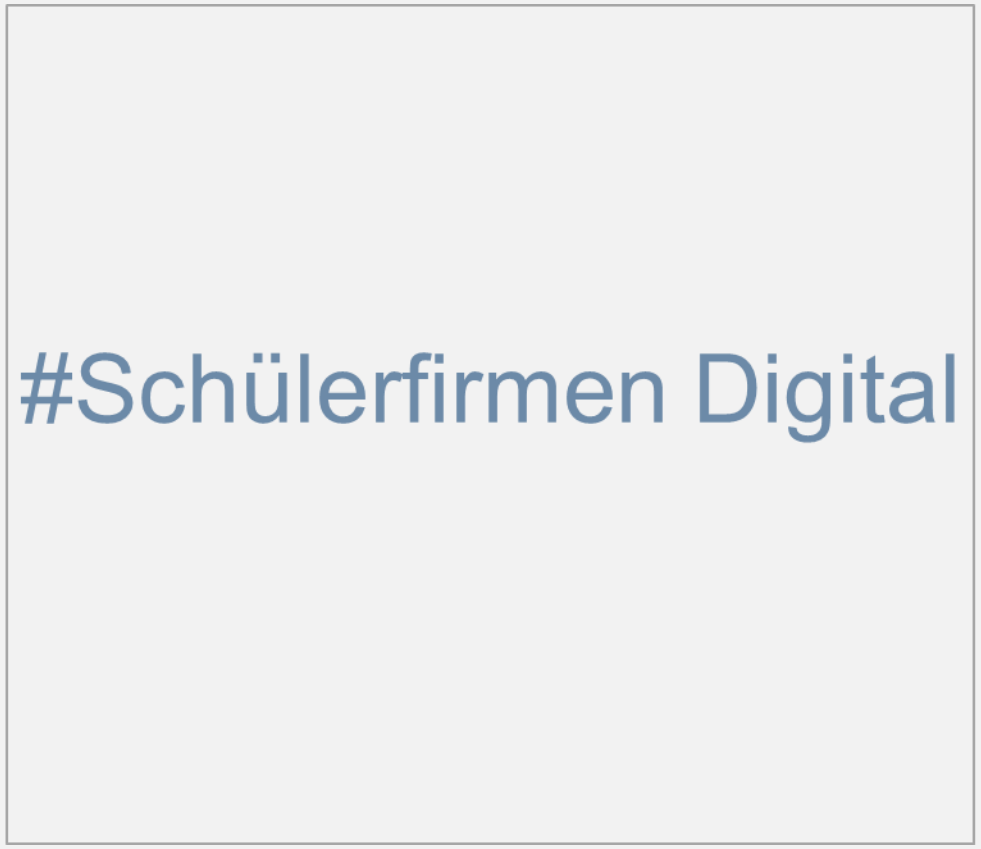
#Schüler*innenfirmen digital: Zur Einführung in den Kontext

#Schülerfirmen Digital

- Anpassung des etablierten Settings der Schüler*innenfirmen/ schulischen Entrepreneurship-Education an die zunehmende digitale Transformation der Wirtschaft

- Adressierung folgender Bereiche (DKJS 2022):
  - Digitale Produkte
  - Digitale Geschäftsmodelle
  - Digitale und agile Arbeitsweisen
  - Digitale Produktionstechniken

#Schüler*innenfirmen digital: Zur Einführung in den Kontext



Digitale Schüler*innenfirmen „bieten einen niedrigschwelligen Zugang, um anhand eigener Projekte die Veränderung der Arbeitswelt durch die digitale Transformation nachzuvollziehen und gleichzeitig ganz praktische Kompetenzen im Umgang mit digitalen Lösungen zu trainieren [sowie die] sozialen und ethischen Konsequenzen digitaler Technologien und Datenverarbeitung“ zu diskutieren.

(Abramowicz 2020, 481f.)

Entrepreneurship/ Entrepreneurship Education

- Vielschichtiger Entrepreneurship-Begriff:

„Entrepreneurship is a multi-dimensional concept that includes owning a small business, being innovative, acting as a leader, or starting up a new company.” (Gedeon 2010, 30)

Objektbezogene Dimension = Gründungsvorhaben/ unternehmerische Idee selbst

Subjektbezogene Dimension = Gründungsperson des Entrepreneurs

Entrepreneurship/ Entrepreneurship Education

- Vielschichtiger Entrepreneurship-Begriff:

> *„Entrepreneurship is a multi-dimensional concept that includes owning a small business, being innovative, acting as a leader, or starting up a new company.” (Gedeon 2010, 30)*

Objektbezogene Dimension = Gründungsvorhaben/ unternehmerische Idee selbst

Subjektbezogene Dimension = Gründungsperson des Entrepreneurs

Entrepreneurship/ Entrepreneurship Education

- Entrepreneurship-Education:

  „Eine Ausbildung von Personen […], die für das Thema der unternehmerischen (innovativen) Selbstständigkeit geöffnet sowie optional hierfür befähigt werden können."

- Schwerpunkt schulischer Bildung: Kulturelle Dimension (Entrepreneurial Culture, Lindner 2018)

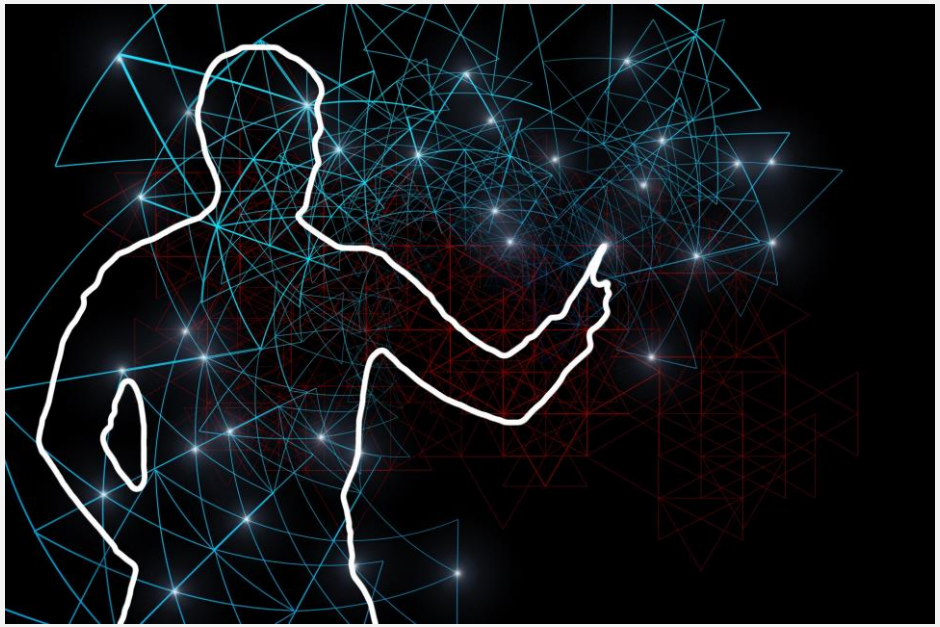
  ↷ Ausbilden eines „Entrepreneurial Spirit"/ „Entrepreneurial Mindset" sowie der dazugehörigen Einstellungen und Schlüsselkompetenzen, die in Teilen auch über das eigentliche unternehmerische Handeln hinaus weisen (Stichwort: Lebensentrepreneur, Eickelmann 2006)

Digital Entrepreneurship: Definition

- Digital entrepreneurship: Entrepreneurship, das von der digitalen Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft betroffen ist oder sich diese zu Nutze macht

- relevante digitale Technologien (Nambisan 2017):
  - Digital Objekte (digital artifacts)
  - Digitale Plattformen
  - Digitale Infrastruktur

- Einfluss auf Ergebnisse und Prozesse unternehmerischen Handelns



Digital Entrepreneurship

- **Hoffnungen**: Digital Entrepreneurship als Motor von:
  - Innovativität
  - neuen Arbeitsplätzen
  - Wirtschaftswachstum

- **Veränderungen** im Vergleich zur klassischen Entrepreneurship:
  - Betreffen Ergebnisse und Prozesse
  - Easier, faster, cheaper (Allen 2019):
    - Generativity, reprogrammability, re-combinability (Nambisan 2017) → digital entrepreneuship als „Work in Progress“
    - Ortsungebundenheit
  - Vom individualistischen zum kollaborativen unternehmerischen Handeln

Gesellschaftliche Rahmenbedingungen der Digital Entrepreneurship (Digital Enpreneur Ecosystems)

These: Die Transformation von Entrepreneurship hin zu Digital Entrepreneurship darf nicht nur Fragen der organisationalen Arbeits- und Prozessgestaltung sowie dem Einsatz von Technik stellen, sondern muss konsequent berücksichtigen, dass Wirtschaft und damit auch Unternehmen immer in Gesellschaft eingebettet sind!

Digitalisierung als

- Produkt und Produktion der Art, **wie** Unternehmen etwas tun
- Produkt und Produktion dessen, **was** Unternehmen tun (Hochmann 2018)

Gesellschaftliche Rahmenbedingungen der Digital Entrepreneurship (Digital Entrepreneur Ecosystems)

Kultur der Digitalität (Stalder 2017)

Einfluss der Digitalisierung auf das Selbstverständnis der modernen Gesellschaft und ihrer Mitglieder sowie den Wandel ihrer Lebenswelt

Kernfragen:

- Inwiefern prägt das Selbstverständnis der sowohl Unternehmer*innen als auch Kund*innen als User*innen die Erwartungen an und Handhabungen von digitalen Produkten und Services
- Welche Rückwirkungen ergeben sich hieraus als Teilhabende*r in der Kultur der Digitalität?

Digitaler Kapitalismus (Staab 2021)

Prozess der Kommerzialisierung der Digitalisierung verbunden mit Prozessen der Konzentration ökonomischer Macht

Kernfragen:

- Welche Logik der Ordnung von Wirtschaft ergibt sich aus der Digitalisierung? Was ist der „Spirit“ des digitalen Kapitalismus? (Nachtwey/Seidl 2020)
- Welche gesellschaftlichen Effekte ergeben sich daraus? Welche Narrative sind prägend, insbesondere für Prozesse des Entrepreneurship (Chua 2018), aber auch mit Blick auf Gestaltung von Arbeitswelt (Staab 2021)?

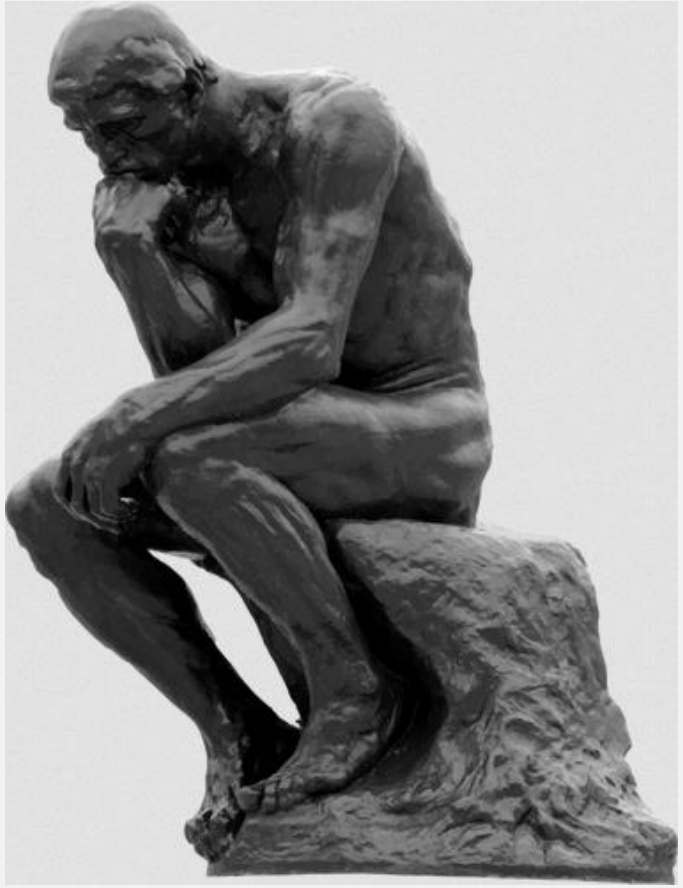
Humanismus in der digitalen Ökonomie?

Humane Ökonomie:

- Wider der individuellen Nutzenoptimierung als Ausgangspunkt ökonomischen Handeln

- Fokussierung auf die Urteilskraft:
  „Gute ökonomische Entscheidungen verlangen Urteilskraft. Diese entspricht einem eigenständigen Rationaliätstypus, der sich nicht auf den der ökonomischen Orthodoxie reduzieren lässt. Urteilskraft verlangt, den besseren Gründen zu folgen, seine Überzeugungen – und geäußerten Urteile – nicht opportunistisch am eigenen Vorteil auszurichten.“ (Nida Rümelin 2015, 306)

- Ziel: eine ethisch geleitete Reflexivität der eigenen Interessen unter Berücksichtigung der Interessen der anderen



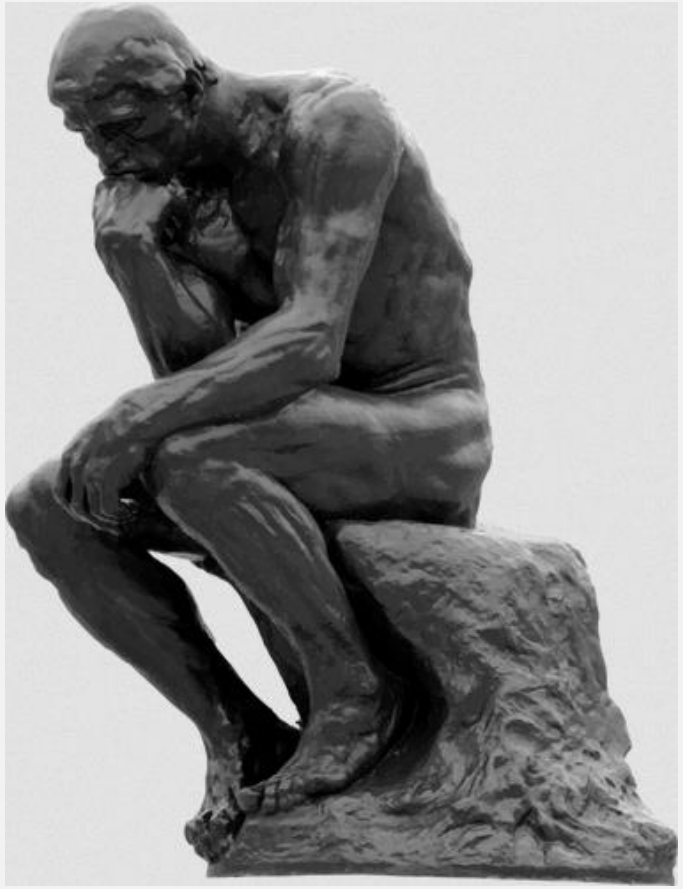
Humanismus in der digitalen Ökonomie?

Digitaler Humanismus:

- Wider der Annahme, der technische Fortschritt führe automatisch zu einem Vorantreiben der Menschheitsgeschichte.

- Fokussierung auf die Willensfreiheit statt Programmierung:
  „Der digitale Humanismus hält an den menschlichen Bedingungen verantwortlicher Praxis fest. Er fordert die Ausweitung der Verantwortungszuschreibungen auf die von digitalen Technologien vermittelten Kommunikationen und Interaktionen, er erlaubt es, den eigentlichen Akteuren (und das sind wir Menschen) nicht, sich wegzuducken und auf die vermeintliche Eigengesetzlichkeit digitaler Maschinen ihre Verantwortung abzuwälzen.“ (Nida-Rümelin/Weidenfeld 2019)

- Ziel: eine reflexive, zugleich aber instrumentelle Haltung gegenüber der Digitalisierung: (ökonomische, soziale und kulturelle) Potenziale nutzen, Gefahren erkennen

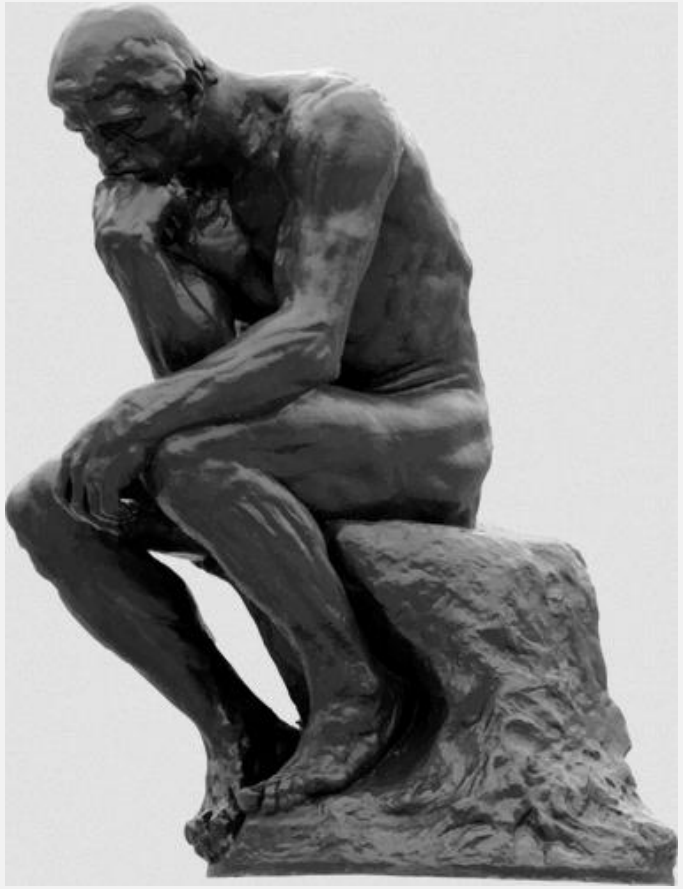


Humanismus in der digitalen Ökonomie?

„Es gibt ontisch kein Ding und keine Sache namens „Wirtschaft“, sondern nur kulturelle Praktiken, die aus der Warte spezifisch institutionalisierter Bedeutungen und Begriffe als Wirtschaft reflektiert und behandelt werden und sich auf diesem Wege performativ bewahren. Digitalisierung ist demnach auch eine Chiffre dafür, welche Praktiken dabei zukünftig in den Blick geraten. Denn auch Digitalisierung ist kein singuläres, ontisches Ding, sondern ein heterogenes Feld an möglichen Praktiken. Die Herausforderung für nachhaltige digitale Transformationen liegt mithin in der praktischen Anerkenntnis dieser Kontingenz. Erst dann, wenn sie nicht in einer universalgeschichtlichen Totalität einmündet, sondern den Blick freiräumt für einen gesellschaftspolitischen Pluralismus, der zahllose Varianten beinhaltet und verständigt, können wir Unternehmen als die gesellschaftlichen (und damit zwangsläufig politischen) Akteure thematisieren, die sie von der Sache her heute tiefschürfender denn je sind.“ (Hochmann 2018, 40)

Humanismus in der digitalen Ökonomie!

Kernfrage: Wie kann die Digitalisierung zu ökonomischem Fortschritt beitragen, der im Interesse aller Menschen liegt?



Digitale Schüler*innenfirmen in einer humanen, digitalen Ökonomie

- Notwendigkeit einer gesellschaftswissenschaftlichen Kontextualisierung digitalen Wirtschaftens (vgl. Engartner 2020): Welche Wechselwirkungen gibt es zwischen der Kultur der Digitalität und digital geprägtem unternehmerischen Handeln?

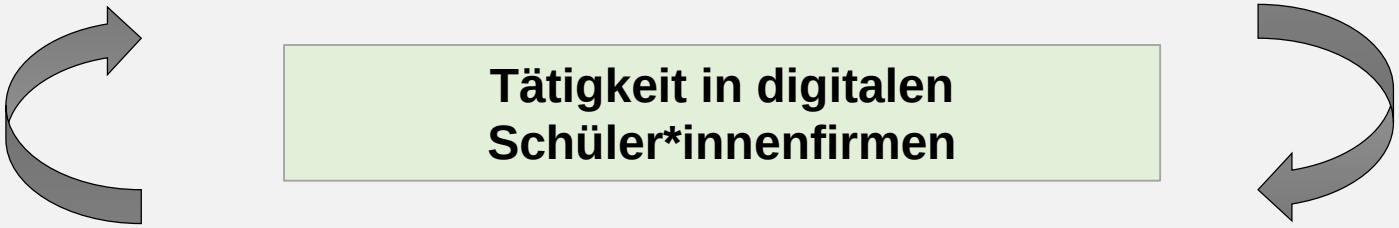
- Kernpostulat der Subjektorientierung: Der/die Schüler*in im Mittelpunkt des Bildungsarrangements, der Mensch im Mittelpunkt des Wirtschaftens

- Anspruch der Zukunftsorientierung: In welcher Art und Weise soll Arbeitswelt (sowohl als Arbeitnehmer*in als auch Unternehmer*in) gestaltet werden?

Digitale Schüler*innenfirmen in einer humanen, digitalen Ökonomie

Digital Entrepreneurship Education

- *Objektbezogen*: Erkennen der Relevanz digitaler Technologien; Entwickeln unternehmerischer Ideen, die auf digitalen Technologien aufbauen
- *Subjektbezogen*: umfassende Persönlichkeitsbildung



Berufs- und Arbeitsweltorientierung in digitalen Ökonomien

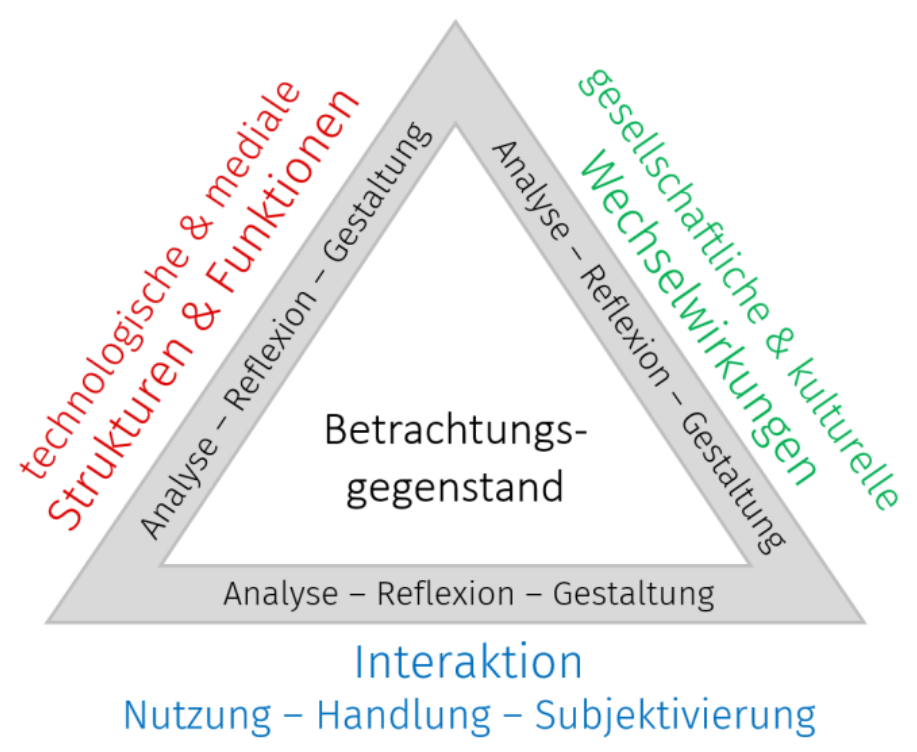
Gestaltung von (abhängiger und/oder selbstständiger) Arbeit in zunehmend fluideren Settings, die durch große Unsicherheit, aber auch Machtgefälle geprägt sind

Digitale Schüler*innenfirmen in einer humanen, digitalen Ökonomie

Sozioökonomische Digitalkompetenz (in Anlehnung an Hedtke 2018):

Kompetenzdimension	Digitalisierungsbezogene Konkretisierung
Wahrnehmungs- und Orientierungsfähigkeit	Den Einfluss der Digitalisierung sowie digitaler Technologien auf das eigene (unternehmerische) Arbeiten, aber auch andere Lebensbereiche erkennen, reflektieren und eine persönliche Perspektive hierzu entwickeln (z.B. Umgang mit Entgrenzungen von Arbeit, ökonomische Rolle von Social Media)
Problemlöse- und Entscheidungsfähigkeit	Gesellschaftlich-kulturelle und politische Einflussfaktoren auf die Funktionsweise von Unternehmen analysieren und hieraus Schlussfolgerungen für die Gestaltung der eigenen Schüler*innenfirma entwickeln (z.B. Wertgebundenheit)
Urteils- und Kritikfähigkeit	Machtverhältnisse in digitalen Ökonomien kritisch reflektieren und politische Regulierungsversuche wie individuelle Gestaltungsoptionen beurteilen sowie ggf. anwenden (z.B. Nutzung von OpenSource Software)

Der überfachliche Beitrag einer sozioökonomischen Digital Entrepreneurship Education



Quelle: Brinda et. al 2019

Der überfachliche Beitrag einer sozioökonomischen Digital Entrepreneurship Education

Deeper Learning

Aneignung fachlichen Wissens sowie handlungsrelevanter Fähigkeiten, um damit komplexe Probleme kreativ zu lösen

Literatur

Abramowicz, K. (2020). Schülerfirmen: Projektarbeit für zeitgemäße Bildung. In A. Ternès & M. Schäfer (Hrsg.), Digitalpakt - was nun? Ideen und Konzepte für zukunftsorientiertes Lernen (S. 477–484). Wiesbaden: Springer VS.

Allen, J. (2019): Digital Entrepreneurship. New Opportunities and Challenges. New York: Routledge.

Brinda, T. et al. (2019): Frankfurt-Dreieck zur Bildung in der digital vernetzten Welt. In: A. Pasternak (Hrsg.), Informatik für alle. (S. 25-33). Bonn: Gesellschaft für Informatik.

Chua, C. (2018). Innovation, Entrepreneurship, and the Spirit of Digital Capitalism. *CLCWeb: Comparative Literature and Culture*, *20*(6). Ebbers, I. (2012). Zur Bedeutung der Entrepreneurship Education und der Gründungsperson an allgemeinbildenden Schulen – Eine wissenschaftsinterdisziplinäre Annäherung. In M. Schuhen, M. Wohlgemuth, C. Müller, C. Müller & M. Wohlgemuth (Hrsg.), Schriften zu Ordnungsfragen der Wirtschaft: Bd. 96. Ökonomische Bildung und Wirtschaftsordnung (S. 113–122). München: De Gruyter Oldenbourg.

Eickelmann, D. (2006). Das Potenzial von Schülerunternehmen zur Förderung einer unternehmerischen Grundhaltung gegenüber dem gesamten Leben. *JSSE 2/2006*.

Engartner, T. (2020). Impulse aus der Social Entrepreneurship Education–oder: Lassen sich Schülerfirmen sozioökonomisch kontextualisieren? *Zeitschrift für Didaktik der Gesellschaftswissenschaften (zdg)*, 11(2), 138–150.

Gedeon, S. (2010) What Is Entrepreneurship? *Entrepreneurial Practice Review*, 1(3), 16-35.

Hedtke. R. (2018). *Das Kerncurriculum der sozioökonomischen Bildung für die Sekundarstufe I.* Düsseldorf: Hans-Böckler-Stiftung.

Literatur

Hochmann, L. (2018): Digitalität vernäht Wirtschaft und Gesellschaft. *Ökologisches Wirtschaften* 33(4), 36-40.
Lindner, J. (2018). Entrepreneurship Education. In G. Faltin (Hrsg.), *Handbuch Entrepreneurship* (S. 407–423). Wiesbaden: Springer Gabler.
Nachtwey, O. & Seidl, T. (2020). The Solutionist Ethic and the Spirit of Digital Capitalism. https://edoc.unibas.ch/76426/1/Nachtwey%2C%20Seidl_The%20Solutionist%20Ethic%20and%20the%20Spirit%20of%20Digital%20Capitalism.pdf https://doi.org/10.31235/osf.io/sgjzq.
Nambisan, S. (2017). Digital Entrepreneurship. Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. *Entrepreneurship. Theory and Practice*, 41(6), 1029-1055.
Nida-Rümelin, J. (2015). *Die Optimierungsfalle: Philosophie einer humanen Ökonomie*. München:btb.
Nida-Rümelin, J./ Weidenfeld, N. (2020). *Digitaler Humanismus: Eine Ethik für das Zeitalter der Künstlichen Intelligenz.* München: Piper.
Staab, P. (2021): *Digitaler Kapitalismus. Markt und Herrschaft in der Ökonomie der Unknappheit*. Bonn: bpb.
Stalder, F. (2016): Kultur der Digitalität. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.