

## Sustainability meets Entrepreneurship oder die Next-Practice mitgestalten lernen

Johannes Lindner

*johannes.lindner@bhakwien13.at, eesi-Impulszentrum des bm:ukk, Fachbereichsleiter Entrepreneurship Education und Wirtschaftsdidaktik der KPH Wien/Krems, Ashoka Fellow, [www.entrepreneurship.at](http://www.entrepreneurship.at)*

Eine verantwortende Marktwirtschaft braucht selbstbewusste Entrepreneure und mündige Bürger/innen, die ihre eigene Zukunft und die der Gesellschaft offensiv (mit)gestalten. Ohne Menschen, die Ideen aktiv umsetzen, lebten wir heute in einer ganz anderen Realität. Es gäbe keine Kunst und keine Schulen, keine Autos und keine Medikamente, keinen Rechtsstaat und auch keinen Konsumentenschutz, wenn Menschen nicht immer und immer wieder sich für Ideen einsetzen und gesellschaftliche Spielregeln mit Zivilcourage verändern würden.

Der Artikel plädiert für eine Verknüpfung der Themen Entrepreneurship mit Nachhaltigkeit und bietet – exemplarisch – für die Bearbeitung im Unterricht die Fallstudie „Alpine Ski-WM Schladming als nachhaltiger Event?!“. Für Schüler/innen wird eine Kopiervorlage mit drei Arbeitsschritten angeboten und für Lehrer/innen eine Beschreibung für die Bearbeitung der drei Arbeitsschritte sowie Lösungshinweise.

### 1 Sustainability und Entrepreneurship Education

„Wirtschaft(en)“ muss erlernt werden! Jede Generation ist aufs Neue herausgefordert, ihre Kompetenzen, Ideen und Werte zu entwickeln, die für ihr Leben und ihre Gesellschaft wichtig sind. In der aktuellen Bildungsreformdiskussion ist es daher wichtig, auch über Inhalte zu reden, wieviel Unternehmergeist und Mündigkeit, also unternehmerische und kritisch-konstruktive Kompetenz unsere Schüler/innen in Zukunft zur Mitgestaltung einer nachhaltigen Wirtschaftsweise benötigen (vgl. Aff und Lindner 2005; Ashomore 2006; Kuratko 2005; Lindner 2012). Alle Arbeitnehmer/innen und Unternehmer/innen der Zukunft sind heute in der Schule, die Art ihrer wirtschaftlichen Bildung wird ihr Gesellschafts- und Wirtschaftsverständnis prägen. Mündige Bürger/innen fallen nicht vom Himmel, sondern brauchen ein Fundament an Kompetenzen zur Umsetzung ihrer Ideen. Die Kunst nachhaltiger Unternehmen liegt darin, soziale Gerechtigkeit und ökologische Verantwortung mit wirtschaftlichen Zielen zu verbinden.

Erziehung ist daher niemals neutral – entweder ist sie ein Instrument zur Befreiung des Menschen oder sie ist ein Instrument der Anpassung (vgl. Freire 1973). Gerade im Bereich der wirtschaftlichen Bildung ist der Spannungsbogen „Anpassung und Befreiung“ immer wieder zu hinterfragen. Daher sollten wir uns einer wirtschaftlichen Bildungsphilosophie wie der Entrepreneurship Education zuwenden, die ökonomische Kreativität, Eigenverantwortung, Entscheidungsfähigkeit, Wissenserwerb und Selbstständigkeit mit den Chancen des nachhaltigen Wirtschaftens verknüpft (vgl. EU-Kommis-

sion 2005; Lindner 2009). Hinter dem Begriff „nachhaltige Entwicklung“ (sustainable development) steht die Grundauffassung, dass die Bedürfnisse der Menschen der heutigen Generation befriedigt werden sollen – durch eine ausgewogene Balance der ökonomischen, ökologischen und sozialen Dimension –, ohne jedoch die Erfüllung der Bedürfnisse zukünftiger Generationen einzuschränken (vgl. Jäger und Wiegandt 2006).

Nachhaltigkeit und die Förderung von Unternehmergeist verlangen nach gezielten Impulsen, nach Mut machenden Beispielen und Projekten. Mit Hilfe von Fallstudien können z. B. die vielfältigen Ansätze der nachhaltigen Entwicklung aufgezeigt und kritisch analysiert werden.

Der Dialog über Nachhaltigkeit muss den Kurs wechseln, weg vom rein problemorientierten Fokus à la „Ihr müsst nachhaltig werden“, hin zu einer Perspektive des Agierens und des Erkennens von Chancen für die Zukunft. Ökologische und soziale Perspektiven sollten ebenso wie der Kundennutzen, die Architektur der Umsetzung und ein Ertragsmodell ein Fundament für innovative Geschäftsmodelle sein (vgl. Lindner und Scherak 2011). Entrepreneurship ist eine mentale Einstellung, bei der sich ein Mensch so in die Wirtschaft und Gesellschaft einbringt, dass er/sie zunächst selbst erkennt, was zu tun ist, um anschließend an der Lösung zu arbeiten. Gerade die junge Generation braucht diesen Blickwinkel, braucht ein Verständnis für die notwendige Balance zwischen Ökonomie, Ökologie und sozialer Nachhaltigkeit.

Entrepreneurship Education bietet auch eine sozialpädagogische Perspektive. Es ist ein Ansatz der Chancengerechtigkeit, denn durch Entrepreneurship wird gelernt, wie an der Gesellschaft partizipiert wird und wie sie in der Zukunft weiterentwickelt werden kann (vgl. Faltin und Zimmer 1995; Lindner 2009). Ob es in der Zukunft eine nachhaltige Wirtschaftsweise gibt, wird auch durch den Unterricht in der Schule entschieden.

## **2 Fallstudie Alpine Ski-WM Schladming als nachhaltiger Event?!**

Die Fallstudie ist eine von 30 Fallstudien aus dem Handbuch „Sustainability meets Entrepreneurship“ (vgl. Lindner und Fröhlich 2009), die ermutigen wollen, selbst die „Next-Practice“ mitzugestalten. Die Fallstudie wurde auf Basis der Informationen der Veranstalter/innen und durch ein Interview mit der Nachhaltigkeitsbeauftragten recherchiert. Es empfiehlt sich, für den Unterrichtseinsatz zusätzlich Zeitungsartikel über die Ski-WM-Organisation an die Schüler/innen auszuteilen. Die vorliegenden Arbeitsschritte sind die Analysen der Ziele, des Umfelds und eine Strukturierung der Idee. Zu jedem Arbeitsschritt werden Anmerkungen für die Bearbeitung und ein Lösungshinweis für Lehrer/innen gegeben. Die Lösungshinweise dienen zur Orientierung, in welche Richtung die Lösungen gehen können und dienen zur vergleichenden Diskussion. Im Handbuch befinden sich weitere Arbeitsaufgaben zur Fallstudie. Die Zielgruppe der Fallstudie sind Schüler/innen höherer Jahrgänge und Erwachsene.



Abbildung 1: Illustration zur Fallstudie v. Helmut Pokornig

### Fallstudie (Kopiervorlage für Schüler/innen)

Der Jubel war groß, als Schladming den Zuschlag für die Austragung der alpinen Ski-Weltmeisterschaft 2013 erhielt. Bereits 1982 war der steirische Skiort Gastgeber einer alpinen Ski-WM gewesen.

Gegenüber den Mitbewerbern weist Schladming verschiedene Vorteile auf: Zum einen waren bereits bei der Beantragung der Ski-WM alle Pisten fertig, zum anderen kann man eine „WM der kurzen Wege“ bieten, was angesichts der Verkehrslage im oberen Ennstal ein entscheidender Pluspunkt ist. Alle Sportstätten sowie wichtige Anlaufpunkte sind zu Fuß innerhalb von maximal zehn Minuten erreichbar. Die Damen- und die Herrenabfahrt werden im gleichen Ziel enden, sodass hier infrastrukturelle Einrichtungen mehrfach genutzt werden können. Darüber hinaus hat man in den vergangenen Jahren immer wieder bewiesen, dass man in der Lage ist, auch mit großen Besucher/innenströmen umzugehen: Jährlich kommen – im Anschluss an die Rennen in Kitzbühel – rund 50 000 Besucher/innen zum Nachtslalom nach Schladming. Im Bereich der Hotellerie kann man derzeit rund 20 000 Gästebetten im Drei- und Vier-Sterne-Bereich anbieten – wesentlich mehr als in den vorherigen WM-Orten Bormio und Åre zur Verfügung standen. Dennoch müsste in Schladming noch nachjustiert werden, um die Nachfrage während der WM bewältigen zu können. Dazu wurde bereits mit dem Bau eines Hotels auf der Planai begonnen, ein weiterer Bau im Zentrum soll bewilligt werden. Positiv zu bewerten ist auch die breite Akzeptanz in der Bevölkerung für die Ski-WM.

#### Schladming/Dachstein – Fakten zur Tourismusregion

Bundesland: Steiermark	Vermietungsbetriebe: 1 791
Höhenlage des Skigebiets: 7 45–1 900 m	Bettenkapazität: 26 423
Einwohner/innen in der Region: ca. 31 000	Pistenkilometer: 223
Tourismusverbände: 8	Aufstiegshilfen: 109

Quelle: Tourismusregion Schladming/Dachstein

## **WM als Innovationsschub**

Region und Bundesland erhoffen sich durch den Zuschlag für die WM einen spürbaren Investitions- und Innovationsschub. Mit der WM als „Aufhänger“ soll eine Qualitätsoffensive gestartet werden, die den heimischen Tourismus nachhaltig stärkt. Eigens dazu wurde ein Förderprogramm ins Leben gerufen, mithilfe dessen die Basis für diesbezügliche Investitionen geschaffen und Folgeinvestitionen initiiert werden sollen.

Bei früheren Ski-Weltmeisterschaften in Österreich hat man gesehen, dass nicht nur der Austragungsort selbst, sondern auch die Nachbargemeinden daraus Nutzen ziehen. Wenn im WM-Ort Pisten gesperrt und Hotels von Mannschaften und Funktionären belegt sind, verlagern sich Gästeströme in die Nachbarorte.

Neben Hotellerie und Gastronomie soll insbesondere auch die Infrastruktur von der WM profitieren. Dazu gehört auch die geplante Umgestaltung des Talstation-Bereiches der Planai-Bahn. Anstelle der bislang für Wettkämpfe installierten mobilen Tribünen will man eine Sportarena samt Parkhaus errichten. Zur logistischen Bewältigung der Gästeströme setzt Schladmings Bürgermeister auf ein gut funktionierendes öffentliches Verkehrsnetz sowie zusätzliche temporäre Parkplätze. Nachdem St. Anton, Austragungsort der Ski-WM 2001, einen neuen Bahnhof finanziert bekam, machte man sich auch in Schladming Hoffnungen. Allerdings musste man hier bereits eine „Redimensionierung“ des Projektes zum Bahnhofsumbau in Kauf nehmen.

Insgesamt sind im Landeshaushalt für das kommende Jahr Investitionen in Höhe von ca. 50 Millionen Euro für die WM vorgesehen. Diese Investitionen gliedern sich auf in: 10 Millionen Euro für den Streckenausbau, weitere 2,5 Millionen Euro für Trainingsstrecken, 5 Millionen Euro für die Dachstein-Tauern-Halle, 2,5 Millionen Euro für weitere Bauvorhaben, 10 Millionen Euro für den Ausbau der Qualitätsbetten, 8 Millionen Euro für die Schaffung von Glasfaser-Infrastruktur, rund 8 Millionen Euro für Straßenbauvorhaben, 2 Millionen Euro für die Wasserversorgung, 1,4 Millionen Euro für PR und 600 000 Euro für den ÖSV.

## **Erste klimaneutrale WM**

Neben den zahlreichen wirtschaftlichen Impulsen für die Region ist man bestrebt, die Vorbereitungen für die Ski-WM an den Gesichtspunkten der nachhaltigen Entwicklung auszurichten. Dazu hat man auf Landes- und Regionsebene als erstes strategisches Ziel vereinbart, die WM klimaneutral zu gestalten und damit als erste klimaneutrale Wintersport-Großveranstaltung einen Meilenstein zu setzen. Langfristiges Ziel ist es, eine Musterregion für Energie- und Ressourceneffizienz zu etablieren. Zur Unterstützung dieses Prozesses wurde eine Nachhaltigkeitskoordinatorin benannt. Sie soll dafür Sorge tragen, dass die Maßnahmen zur WM-Vorbereitung und Durchführung sowohl wirtschaftlich rentabel, als auch umwelt- und sozialverträglich sind. Gleichzeitig ist sie Ansprechpartnerin für alle Interessensgruppen.

### **Arbeitsschritt 1: Zielanalyse**

Erstellen Sie eine Übersicht der Ziele nach Prioritäten und zeigen Sie das Ober- bzw. Hauptziel für die WM-Durchführung auf. Geben Sie für die Ziele auch jeweils einen Zeitrahmen an.

### **Arbeitsschritt 2: Umfeldanalyse**

Erstellen Sie eine Struktur über die Interessensgruppen für die Ski-WM (inkl. einer hierarchischen Reihenfolge) und interpretieren Sie deren Erwartungen.

### **Arbeitsschritt 3: Mindmapping der Idee**

Erstellen Sie ein Mindmap: Legen Sie dazu als Ausgangspunkt die Ski-WM fest und zeichnen Sie davon ausgehend – als Äste – die drei Säulen der nachhaltigen Entwicklung. Überlegen Sie, welche Aspekte der Ski-WM 2013 für eine nachhaltige Entwicklung relevant sind.

**Erläuterungen zur Bearbeitung der Arbeitsschritte (für Lehrer/innen):****Zu Arbeitsschritt 1: Zielanalyse**

Zu Beginn eines Problemlösungsprozesses sollte man sich einen Überblick über die Situation verschaffen: Wie sehen die Zielvorstellungen aus? Wie stellt sich die Realität dar? Dazu ist es erforderlich,

- die Ziele klar, präzise und unmissverständlich zu formulieren,
- konkrete Teilziele abzuleiten,
- beim Auftreten von Zielbündeln die Ziele mit Prioritäten zu versehen,
- die Ziele unter Berücksichtigung einer größtmöglichen Objektivität zu setzen und dabei auch die Unwägbarkeiten selektiver Wahrnehmung zu berücksichtigen.

Anschließend sollten die bereits formulierten bzw. gesetzten Ziele prüfend hinterfragt werden (je nach Möglichkeit):

- Ist das Oberziel bzw. Hauptziel klar und unmissverständlich formuliert?
- Sind – ausgehend von diesem Oberziel – (sinnvolle) Teilziele abgeleitet worden?
- Sind diese Ziele von allen Beteiligten und aus ethischer Sicht vertretbar?
- Sind diesen Teilzielen Prioritäten zugeordnet bzw. sind diese Teilziele in eine sinnvolle Reihenfolge gebracht worden?
- Ist für alle Ziele ein realistischer Zeitrahmen festgelegt worden?

**Lösungshinweis:** Erstellen Sie eine Übersicht der Ziele und zeigen Sie das Hauptziel für die WM-Durchführung auf. Geben Sie für die Ziele auch jeweils einen Zeitrahmen an.

Tabelle 1: Ziele, Prioritäten und Zeitrahmen

Prioritäten	Ziele	Zeitrahmen
Hauptziel	erfolgreiche Durchführung der nachhaltigen Ski-WM	WM-Zeitraum 2013
1	Angebot eines herausragenden Sport- und Erlebnis-Events für die zu diesem Zeitpunkt in der Region verweilenden Gäste	WM-Zeitraum 2013
2	zahlreiche Zuschauer/innen bei den Wettbewerben (mindestens ebenso viele wie beim Nachtslalom)	WM-Zeitraum 2013
3	Aufbringung des WM-Etats (Fördermittel, Investoren)	WM-Zeitraum 2013
4	zusätzliche Einnahmen für Händler, Gewerbetreibende, Gastronomen und Vermieter	WM-Zeitraum 2013
5	Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Gemeinde und der Region, insbesondere im Ausland	langfristig
6	Steigerung der touristischen Attraktivität und Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit	langfristig
7	Präsentation heimischen Brauchtums, Kultur, Tradition und regionaler Produkte	kontinuierlich, verstärkt während der WM

Interpretation: Es zeigt sich, dass bei den Zielen der Bereich Ökologie (Umweltschutz) fehlt.

## Zu Arbeitsschritt 2: Umfeldanalyse

Es ist wichtig, die Stellung der Interessensgruppen innerhalb der Wirtschaft und Gesellschaft und die jeweiligen Erwartungen einzuordnen. Dazu bietet sich folgende Vorgehensweise für die Erstellung der Struktur an:

- Ausgehend von den in Arbeitsschritt 1 formulierten Zielen werden die Interessengruppen für die Ski-WM identifiziert.
- Die identifizierten Interessengruppen sollen in hierarchischer Reihenfolge graphisch dargestellt werden. Im Zentrum stehen die Organisatoren, anschließend ermittelt man die nächst höheren sowie die höchste noch relevante Ebene (übergeordnete Ebene). Gleichermaßen wird mit den tieferen Ebenen verfahren (d. h. die Subebenen darstellen).
- Ist dies geschehen, untersucht man alle erfassten Ebenen hinsichtlich ihrer Ansichten und Einstellungen zur Problemstellung. Auf diese Weise kann herausgefunden werden, ob bei der Lösung des Problems eher mit Unterstützung oder Widerstand zu rechnen ist.

**Lösungshinweis:** Erstellen Sie eine Struktur der Interessensgruppen für die Ski-WM (inkl. einer hierarchischen Reihenfolge) und interpretieren Sie deren Erwartungen.

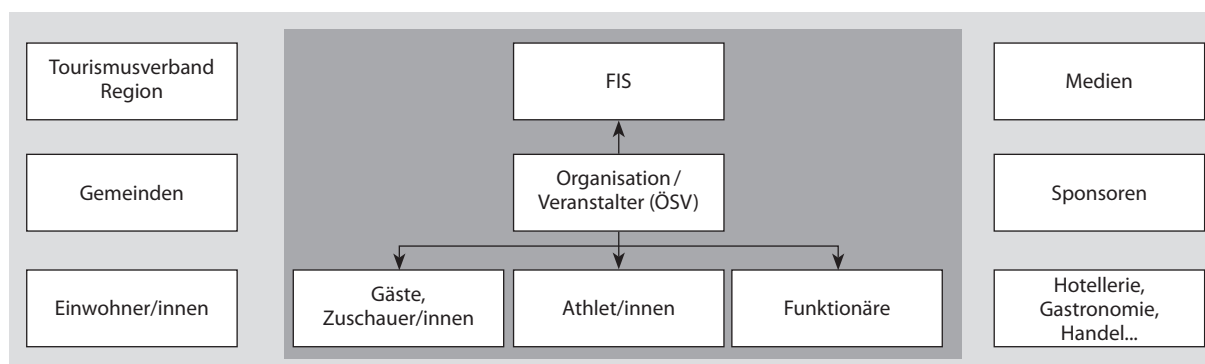


Abbildung 2: Betrachtung der Interessengruppen bzw. des Umfelds

Tabelle 2: Hauptakteure, deren Erwartungen und Ziele

Interessengruppen	Erwartungen und Ziele
FIS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• erfolgreiche Durchführung der Ski-WM als herausragendes Sportereignis mit weltweiter Bedeutung</li> <li>• Steigerung des Bekanntheitsgrades des alpinen Skisports in der Welt</li> </ul>
Organisation/ Veranstalter	<ul style="list-style-type: none"> <li>• erfolgreiche Durchführung der Ski-WM als herausragendes Sportereignis mit weltweiter Bedeutung * Imagegewinn</li> <li>• Angebot eines herausragenden Sport- und Erlebnis-Events für die zu diesem Zeitpunkt in der Region verweilenden Gäste</li> <li>• Finanzierung des Events; Gewinnung von Sponsoren/Investoren; evtl. Aufnahme von Krediten</li> <li>• Absicherung gegen Risiken (z. B. Einnahmenverluste bei vorzeitigem Abbruch oder Ausfall)</li> </ul>
Athletinnen/ Athleten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• reibungslose Abläufe bzw. Organisation, gut präparierte Wettkampfstätten</li> <li>• gute Platzierung (ausschlaggebend für weitere Förderung)</li> <li>• Steigerung des Interesses für Sponsoren</li> </ul>
Funktionäre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• reibungslose Abläufe bzw. Organisation, gut präparierte Wettkampfstätten</li> <li>• gutes Abschneiden der betreuten Athletinnen und Athleten</li> </ul>

Gäste, Zuschauer/innen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Besuch eines herausragenden Sportereignisses mit weltweiter Bedeutung</li> <li>• angenehmes Umfeld im Austragungsort</li> <li>• gutes Abschneiden der favorisierten Athletinnen und Athleten</li> </ul>
Tourismusverband der Region / der Gemeinden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investitions- und Innovationsschub</li> <li>• langfristige Impulse für den Tourismus</li> <li>• Imagegewinn</li> </ul>
Einwohner/innen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• langfristige und nachhaltige Impulse für die eigene Gemeinde</li> <li>• Imagegewinn</li> <li>• reibungslose Abläufe bzw. Organisation</li> <li>• angenehmes Umfeld im Austragungsort</li> <li>• gutes Abschneiden der favorisierten Athletinnen und Athleten</li> </ul>
Medien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• stärkeres Interesse seitens des Publikums</li> <li>• stärkere Mediennutzung</li> <li>• höhere Verkaufszahlen (Presse usw.)</li> </ul>
Sponsoren	<ul style="list-style-type: none"> <li>• durch Beteiligung am Event gleichzeitig starke Medienpräsenz</li> <li>• Zielgruppe konzentriert vor Ort bzw. verfolgt Medien aufmerksam</li> </ul>
Hotellerie, Gastronomie, Handel...	<ul style="list-style-type: none"> <li>• durch zahlreiche Athlet/innen, Funktionäre, Gäste und Medienvertreter/innen wesentlich höhere Nachfrage und Umsätze</li> <li>• langfristig positive Wirkungen im Tourismusbereich</li> </ul>

### Zu Arbeitsschritt 3: Mindmapping der Idee

Die Technik des Mindmappings kann bei verschiedenen Stellen des Analyseprozesses zum Einsatz kommen. Ein Mindmap ist ein Instrument der bildlichen Darstellung, bei dem identifizierte Faktoren in Form von „Ästen“ systematisiert angeordnet werden. Hierbei können wichtige Aspekte besonders herausgestellt oder auch Zusammenhänge verdeutlicht werden. Durch seine offene Struktur kann ein Mindmap nach allen Seiten wachsen und jederzeit ergänzt werden (vgl. Abbildung 3).

**Lösungshinweis:** Erstellen Sie ein Mindmap, legen Sie dazu als Ausgangspunkt die Ski-WM fest und zeichnen Sie davon ausgehend – als Äste – die drei Säulen der nachhaltigen Entwicklung. Überlegen Sie, welche Aspekte der Ski-WM 2013 für eine nachhaltige Entwicklung relevant sind.

### 3 Next-Practice mitgestalten

Jeder von uns, unabhängig von Alter, Beruf oder Stand, kann dazu beitragen, dass die heutigen und künftigen Generationen mit Engagement und Unternehmergeist neue wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklungen für einzelne Regionen oder das ganze Land initiieren und mittragen. Das Arbeiten mit Fallstudien (vgl. Lindner u. a. 2005; Lindner und Fröhlich 2009; Lindner und Tötterström 2009) bietet die Möglichkeit, von „Good-Practice-Beispielen“ zu lernen und will Mut machen, selbst die „Next-Practice“ mitzugestalten.

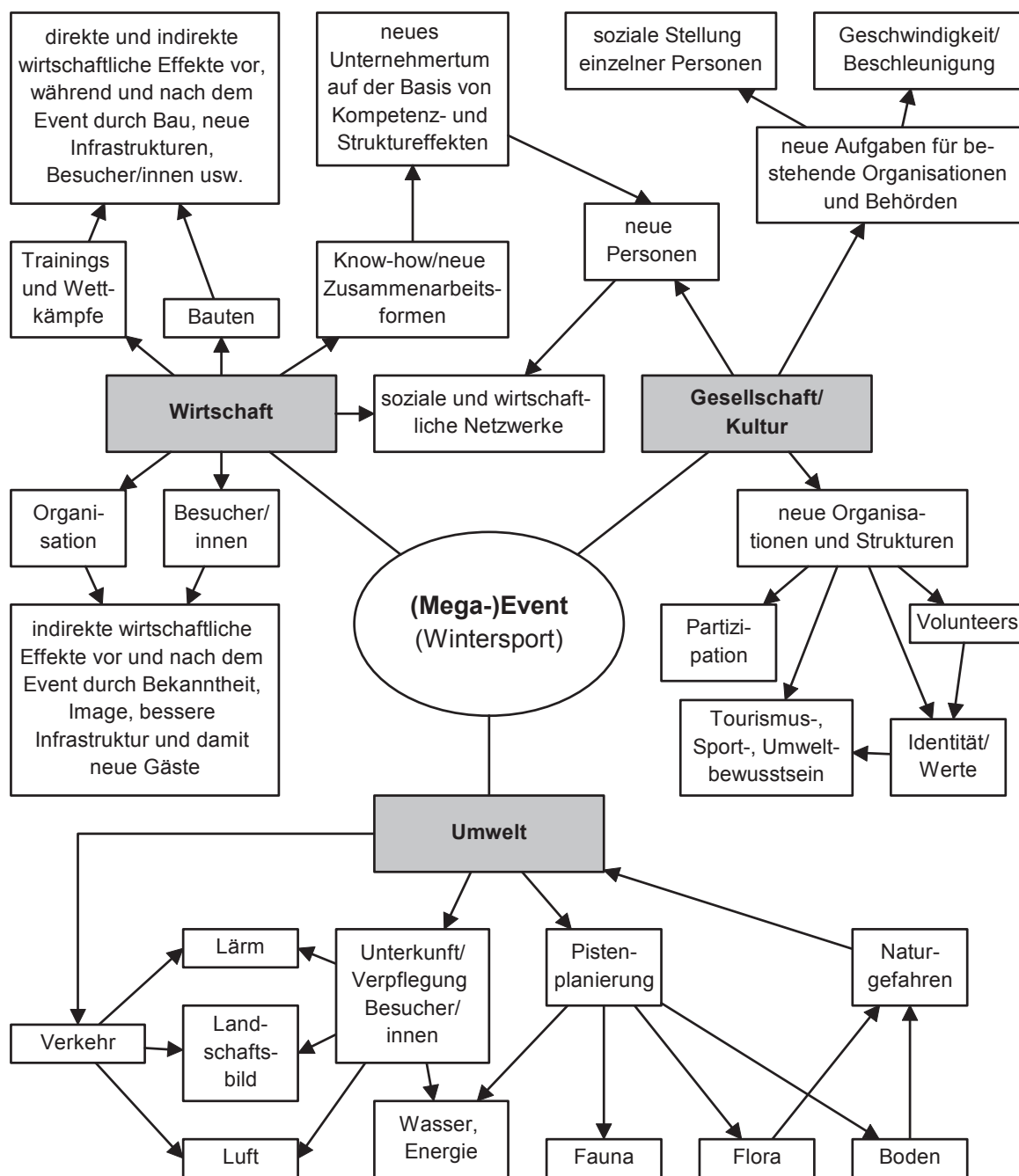


Abbildung 3: Mindmap über die Wirkungen einer Wintersport-Großveranstaltung



#### 4 Literatur

- Aff, J. & Lindner, J. (2005): Entrepreneurship Education zwischen „small and big ideas“ – Markierungen einer Entrepreneurship Education an wirtschaftsberuflichen Vollzeitschulen. In: Aff, J. & Hahn, A. (Hg.): Entrepreneurship Erziehung und Begabungsförderung an wirtschaftsberuflichen Vollzeitschulen. Innsbruck, S. 83–138.
- Ashmore, M.C. (2006): Entrepreneurship Everywhere: The Case for Entrepreneurship Education. Consortium for Entrepreneurship Education (Hg.), Columbus.
- EU-Kommission (2005): Empfehlung des Europäischen Parlaments und des Rates zu Schlüsselkompetenzen für lebenslanges Lernen. KOM 548. Brüssel.
- Faltin, G. & Zimmer, J. (1995): Reichtum von unten. Berlin.
- Freire, P. (1973): Pädagogik der Unterdrückten. Reinbek.
- Jäger, J. & Wiegandt, K. (2006): Was verträgt unsere Erde noch? Wege in die Nachhaltigkeit. Frankfurt.
- Kuratko, D.F. (2005): The emergence of entrepreneurship education: development, trends and challenges, Entrepreneurship Theory and Practice. September, S. 577–597.
- Lindner, J. u. a. (2005): Entrepreneur: Menschen, die Ideen umsetzen. IFTE (Hg.), Wien.
- Lindner, J. (2009): Entrepreneurship Education zwischen ökonomischer Ausbildungsphilosophie und Schlüsselkompetenz für das lebenslange Lernen. In: Stock, M. (Hg.): Entrepreneurship – Europa als Bildungsraum – Europäischer Qualifikationsrahmen. Wien, S. 73–81.
- Lindner, J. (2012): Referenzrahmen für Entrepreneurship Kompetenzen. Workingpaper, eesi (Hg.), Wien.
- Lindner, J. & Fröhlich, G. (2009): Entrepreneur: Sustainability meets Entrepreneurship. IFTE (Hg.), Wien.
- Lindner, J. & Scherak, L. (2011): Nachhaltigkeit – Unternehmen – Neue Jobs. Forum Umweltbildung (Hg.), Wien.
- Lindner, J. & Tötterström, B. (2009): Case Studies: Wirtschaft verstehen – Zukunft gestalten, Wien.

Weitere Informationen: [www.entrepreneurship.at](http://www.entrepreneurship.at)