

**Initiative «Pensée et action entrepreneuriales dans les écoles professionnelles suisses – dimensions économique, sociale et éthique»**

**Bibliographie commentée, état au 1er novembre 2020**

La bibliographie est majoritairement en allemand et en partie en anglais. Si vous avez des suggestions d’ouvrages en français ou si certains thèmes ne sont pas abordés, veuillez vous adresser à la Prof. Susan Müller (susan.mueller@bfh.ch).

**A. Bases**

**Broschüre: Zürcher Amt für Wirtschaft und Arbeit (Hrsg.) (2016). «Gründen. Von der Idee zum eigenen Unternehmen». *Verfügbar unter:*** *https://www.startupticker.ch/uploads/File/Attachments/STARTUPTICKER\_gru776nden%202016.pdf*

* *Die praxisnahe Broschüre ist ein sehr guter Wegweiser zum Thema «Unternehmensgründung».*

*Behandelt werden die wichtigsten Themen zum Thema Unternehmensgründung (z. B. Lean-Startup, Businessplan, Gesellschafterverträge, Patent-, Design- oder Markenschutz, Rechtsformen, Crowdfunding).*

*Zudem erhält man einen guten Überblick über das «Gründungsland Schweiz»: Anlaufstellen für Gründungsberatungen, Businessplan-Wettbewerbe oder Weiterbildungsmöglichkeiten für (zukünftige) Gründerinnen und Gründer. Ausserdem finden sich in der Broschüre Begriffserklärungen zu gängigen Themen und Begriffen, die für Gründerinnen und Gründer relevant sind; von «Acceleratoren» über «Steuern» bis «Work-Life-Balance».*

*Die Broschüre kann man auch sehr gut interessierten Lernenden empfehlen; vor allem denjenigen, die weiter an ihrer Idee arbeiten möchten.*

***Allen, die nur wenig Zeit haben und nur eine Quelle lesen können, empfehlen wir diese!***

**Fueglistaller, U., Fust, A., Müller, C., Müller, S., & Zellweger, T. (2020). *Entrepreneurship. Modelle –Umsetzungen – Perspektiven (5. Auflage).* Wiesbaden: Springer Gabler.**

* *Das Lehrbuch gibt einen Überblick über die Grundkonzepte des Unternehmertums. Jedes Kapitel widmet sich einem Thema (z. B. unternehmerische Gelegenheiten, Strategie, Geschäftsmodell, Gründungsfinanzierung, Social Entrepreneurship, Corporate Entrepreneurship) und ist in sich abgeschlossen.*

*In jedem Kapitel finden sich ein Porträt einer Unternehmerin oder eines Unternehmers sowie eine auf realen Unternehmenssituationen basierende Fallstudie aus der Schweiz, Österreich oder Deutschland. In jedem Kapitel wird zudem eine Aktivität beschrieben, die dabei hilft, unternehmerische Kompetenzen weiterzuentwickeln und Eigeninitiative zu stärken.*

*Die 5. Auflage ist als E-Book oder Print erhältlich:* [*https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-26800-8*](https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-26800-8)

**Bosma et al. (2020): *Global Entrepreneurship Monitor. 2019/2020 Global Report.* *Disponible sur:*** [*www.gemconsortium.org*](http://www.gemconsortium.org/)

* *Le «Global Entrepreneurship Monitor» (GEM) a été initié en 1999 comme projet collaboratif entre le Babson College (États-Unis) et la London Business School (Royaume-Uni). Son but est de comparer les activités entrepreneuriales à l’échelle internationale. Environ 40 à 50 équipes de chaque pays majoritairement liées à de hautes écoles participent chaque année à ce projet de recherche international.*

*Dans chaque pays, des enquêtes téléphoniques représentatives sont réalisées auprès d’au moins 2000 adultes. S’il s’avère qu’une personne vise à créer une entreprise ou gère une jeune entreprise (existant depuis moins de 3,5 ans), des questions détaillées lui sont posées sur la création.*

*Le taux de création le plus populaire recensé par le GEM est le TEA-Quote. TEA signifie «Total early-stage Entrepreneurial Activity». On entend par là le pourcentage des personnes âgées de 18 à 64 ans et résidant dans le pays en question qui ont créé ces 3,5 dernières années/sont en train de créer une entreprise seules ou avec d’autres personnes.*

*De plus, le GEM évalue des informations détaillant d’autres aspects relatifs à la création, par exemple les raisons de la création, les estimations quant aux opportunités de création, aux capacités de création individuelles ou aux conditions-cadres du pays.*

*Sur le site Internet du GEM, des rapports généraux et spécifiques au pays sont disponibles. Il s’agit du plus grand projet de recherche sur l’entrepreneuriat; il permet d’avoir une vision globale de cette thématique.*

**B. Lean Startup (🡪 Module 2)**

**Ries, E. (2012). *Lean Startup: Schnell, risikolos und erfolgreich Unternehmen gründen*(6. Auflage)*.* München: Redline.**

* *Eric Ries ist Unternehmer und Vater der «Lean Startup-Methode». In seinem Buch beschreibt er, wie man mit einem systematischen Vorgehen bei der Unternehmensgründung Hypothesen mithilfe von Experimenten überprüfen kann (vgl. «erfahrungsbasiertes Lernen»). Lean Startup wird von Unternehmerinnen und Unternehmern als Methode genutzt und kann enorm zur Reduzierung des Risikos beitragen.*

**C. Modèle d’entreprise (🡪 Module 3)**

**Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer.* Campus Verlag: Frankfurt.**

* *Dies ist ein Handbuch für alle, die sich intensiv mit dem Thema «Geschäftsmodell» befassen möchten; also der Frage nach welchen Grundprinzipien gewisse Organisationen Werte für ihre Zielgruppen schaffen.*

*In dem Buch spielt der «Business Model Canvas» eine wichtige Rolle, der von den beiden Hauptautoren – Dr. Alexander Osterwalder und Prof. Dr. Yves Pigneur – entwickelt wurde. Der Canvas ist der wohl bekannteste Ansatz, ein Geschäftsmodell zu beschreiben bzw. zu visualisieren.*

*Neben den Inhalten ist die visuelle Gestaltung des Buchs hervorragend gelungen!*

**D. Entrepreneuriat social (🡪 variante/complément du Module 3)**

*L’entrepreneuriat social, soit l’utilisation de méthodes entrepreneuriales pour résoudre des problèmes sociaux, fait maintenant partie de l’économie réelle. Des exemples d’entrepreneurs et entrepreneuses sociaux sont disponibles sur les sites Internet suivants:*

[*www.ashoka.org*](http://www.ashoka.org)[*www.schwabfound.org*](http://www.schwabfound.org)[*www.skoll.org*](http://www.skoll.org/)

*Des exemples d’entrepreneuriat social et de sociétés coopératives basés en Suisse sont disponibles sur le site Internet de «SENS»: www.sens-suisse.ch*

*L’organisation seif (Social Entrepreneurship Impact & Finance,* [*www.seif.org/en/*](http://www.seif.org/en/)*) récompense depuis 2011 les projets convaincants avec le seif Awards.*

*De plus, les ImpactHubs (www.impacthub.net) offrent aux entreprises sociales, mais aussi aux personnes intéressées de nombreuses possibilités de se mettre en réseau. En Suisse, des ImpactHubs existent à Bâle, à Berne, à Genève, à Lausanne et à Zurich.*

**E. Création avec des composants externes (🡪Module 5)**

**Faltin, G. (2008). *Kopf schlägt Kapital. Die ganz andere Art, ein Unternehmen zu gründen. Von der Lust, ein Entrepreneur zu sein.* München: dtv Verlagsgesellschaft.**

* *Günter Faltin war Professor für Ökonomie an der Freien Universität Berlin und ist Gründer der «Teekampagne», des grössten Darjeeling Tee-Importeurs der Welt. Er vertritt im Buch die These, dass Gründerinnen und Gründer nicht alles können müssen und auch nicht alles selbst machen sollten! Vielmehr sollen sie ein gutes, tragfähiges Ideenkonzept entwickeln. Die Dinge, die andere besser können (z. B. Rechnungen stellen, Anrufe entgegennehmen oder auch das Produkt tatsächlich herstellen), sollte man diesen Fachleuten überlassen. Faltin hat das Stichwort «Gründen mit Komponenten» geprägt. Das Buch macht Mut und Lust aufs Gründen.*