ORIENTATION COMPETENCE .INSTITUTE

thws Technical University of Applied Sciences Würzburg-Schweinfurt

TH OWL TECHNISCHE HOCHSCHULE OSTWESTFALEN-LIPPE UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES AND ARTS

Impact Entrepreneurship
in the Global South

TP1: How can we reach out with a low-cost high-quality **educational program** that is tailor made for students in the global south to **make them start their own sustainable business** in their surrounding



Offener, „unfertiger“ Innovationsprozess:
Danke für Ideen & Engagement!

Agenda

- **Check-in**
- **Vorstellung** des Projekts BNE-Projektwerkstatt und der bisherigen Projektergebnisse
- **Gruppenarbeit:** Grundidee weiterentwickeln & Umsetzungsoptionen konkretisieren
- **Diskussion** der Ergebnisse und nächster Schritte
- **Check-out**

BNE-Projektwerkstatt 2025: Kongress in Würzburg



Foto: THWS/Patrick Daratha

BNE-Projektwerkstatt 2025: Design Challenges

Design Thinking ist eine **strukturierte**, **iterative** Methode zur Entwicklung **nutzer:innenzentrierter** Innovationen. Unsere drei **Design Challenges:**

Teilprojekt 1:
Wie kann eine möglichst kostengünstige **internationale Online-BNE-Universität** entstehen, die unterversorgte potenzielle Studierende im globalen Süden wirksam erreicht und kulturverträglich befähigt, ohne dass mangelnde technische Infrastruktur den Lernerfolg gefährdet?

(Prof. Dr. Harald Bolsinger)

Teilprojekt 2:
Wie kann Zielgruppe XY **BNE wirksam mehrdimensional in Hochschul-Curricula integrieren,** so dass möglichst viele Studierende erreicht werden, ohne dass die Vermittlung anderer wichtiger Lehrinhalte dadurch gefährdet wird?

(Prof. Dr. Miriam Barnat)

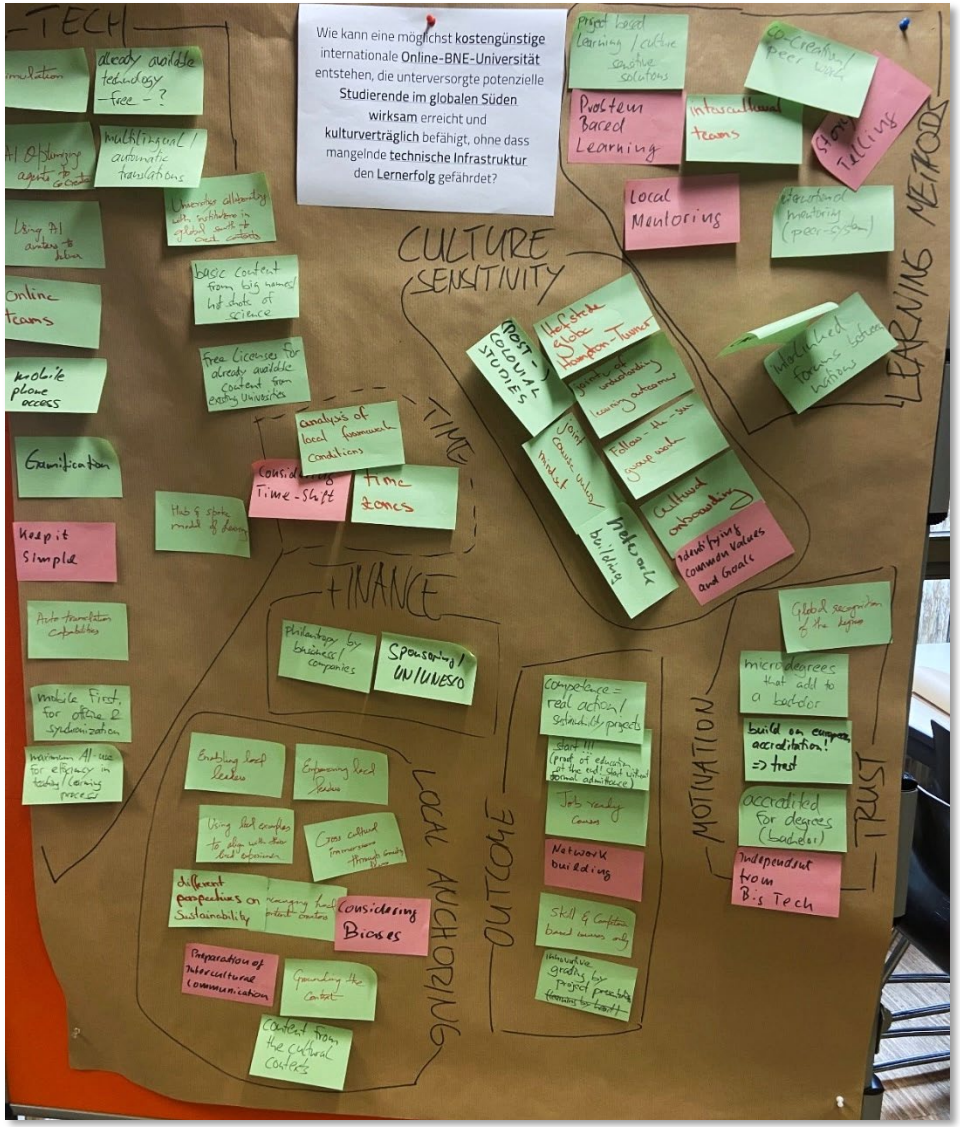
Teilprojekt 3:
Wie kann ein hochschulübergreifender, fundierter **BNE-Wegweiser für Lehrende** entwickelt werden, den sie zur inhaltlichen und didaktischen Einbindung von BNE in ihren Unterricht gerne verwenden, ohne mit moralischen Forderungen abzuschrecken oder Verwirrung durch verschiedene Kompetenzmodelle zu verursachen?
(Dr. Christoph Harrach)

Phase 1: Blicke hinter jedes Wort der Design Challenge



Foto: THWS/Patrick Daratha

Ergebnis TP 1: BNE-Online-Universität

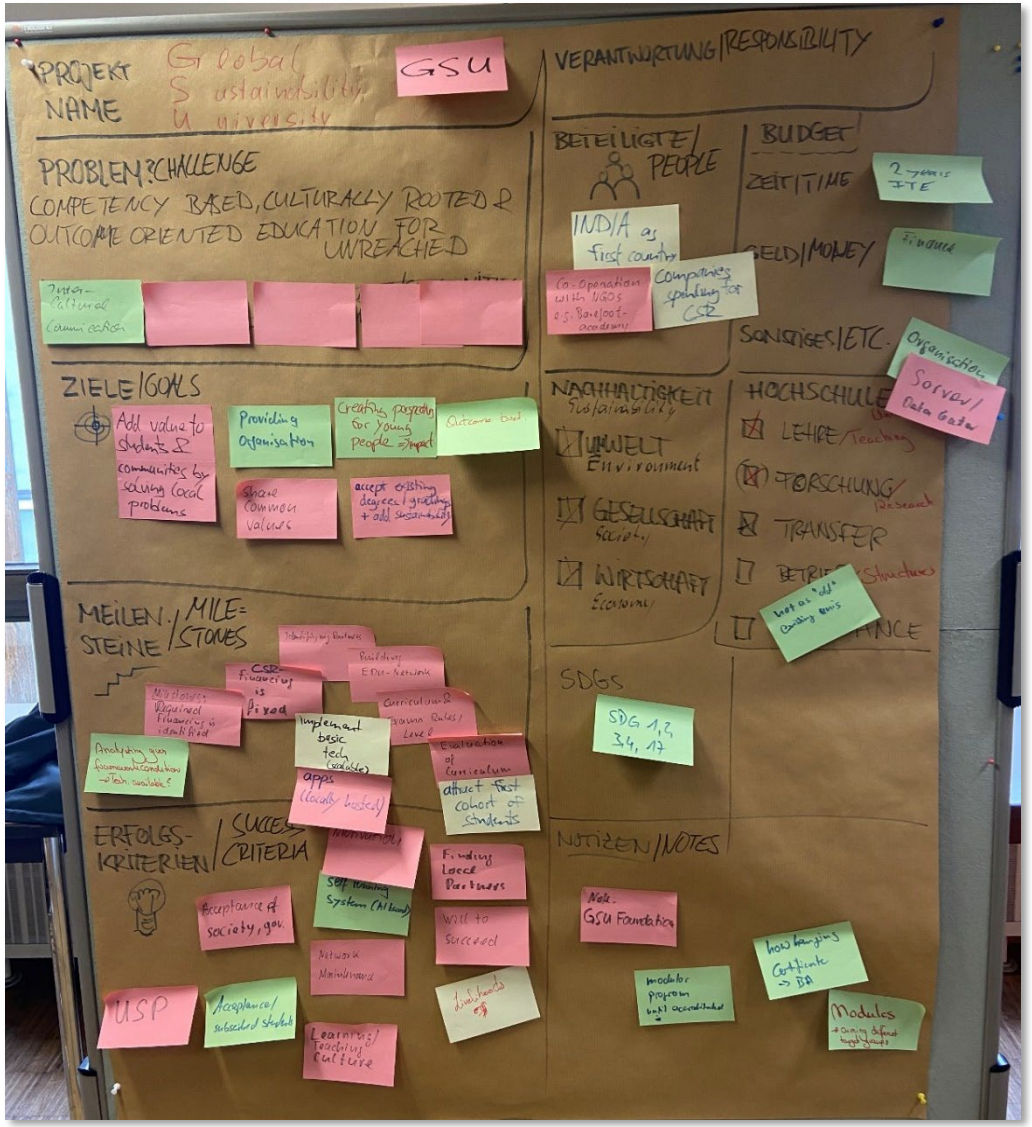


Phase 2: Prototyp Projektskizze

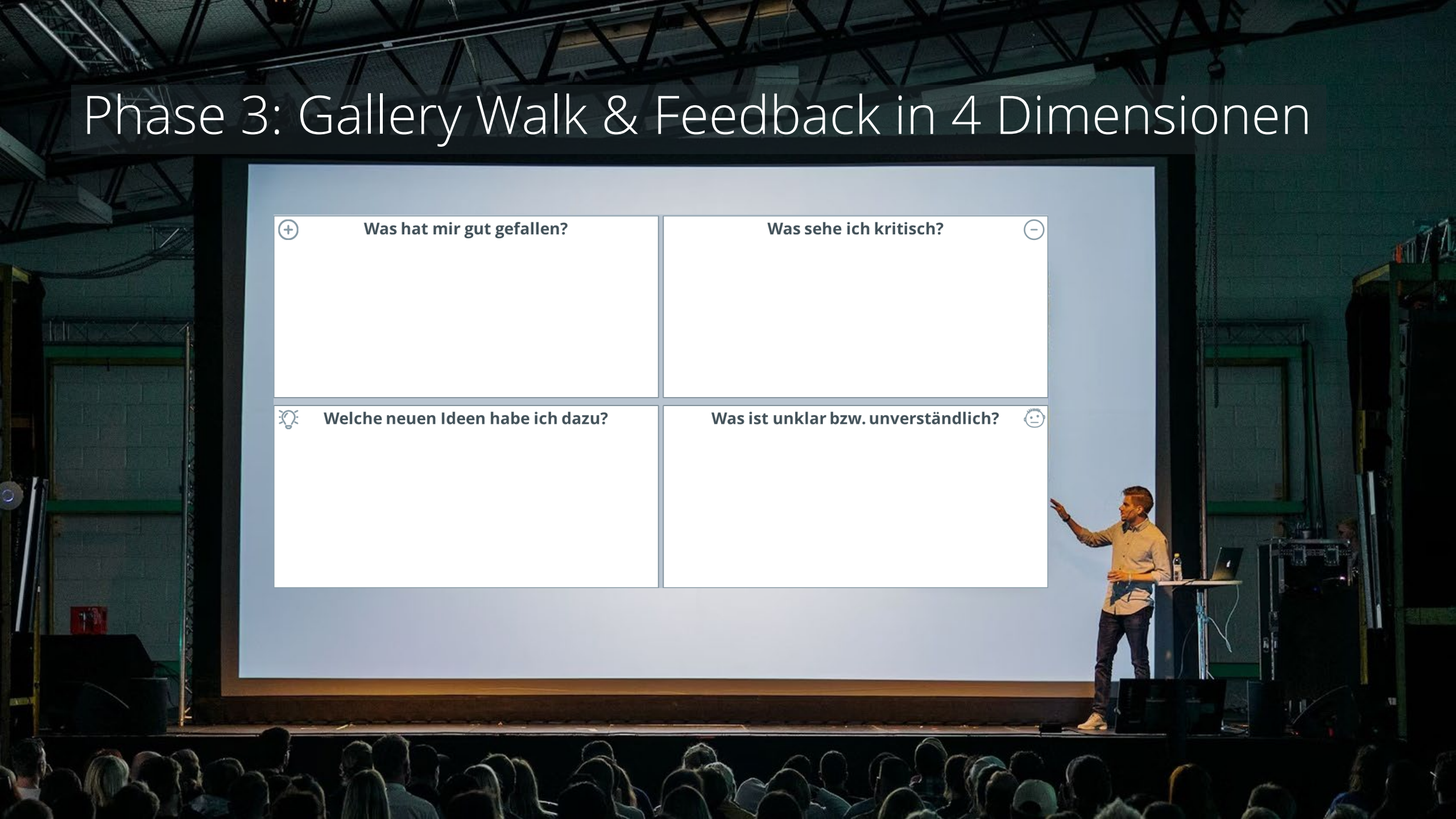


Foto: THWS/Patrick Daratha

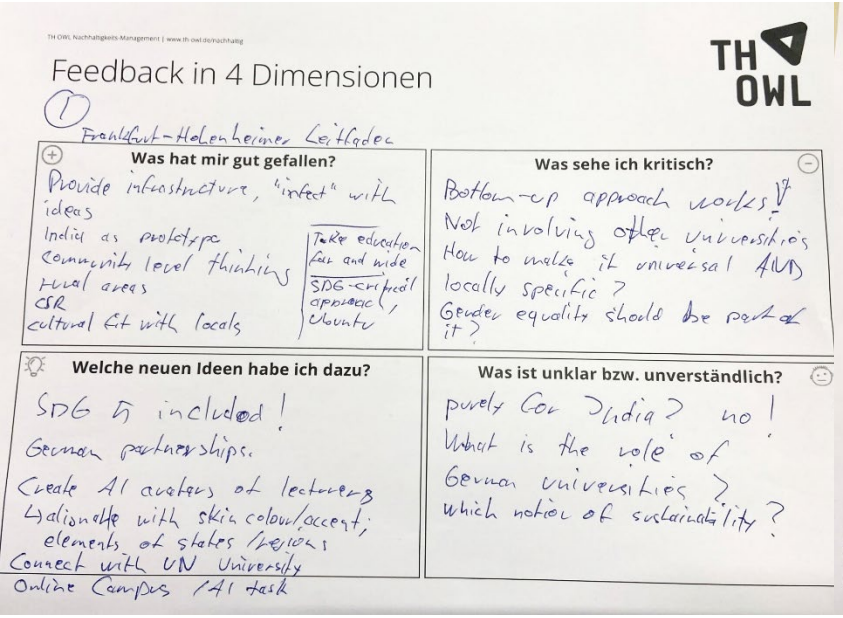
Ergebnis TP 1: BNE-Online-Universität

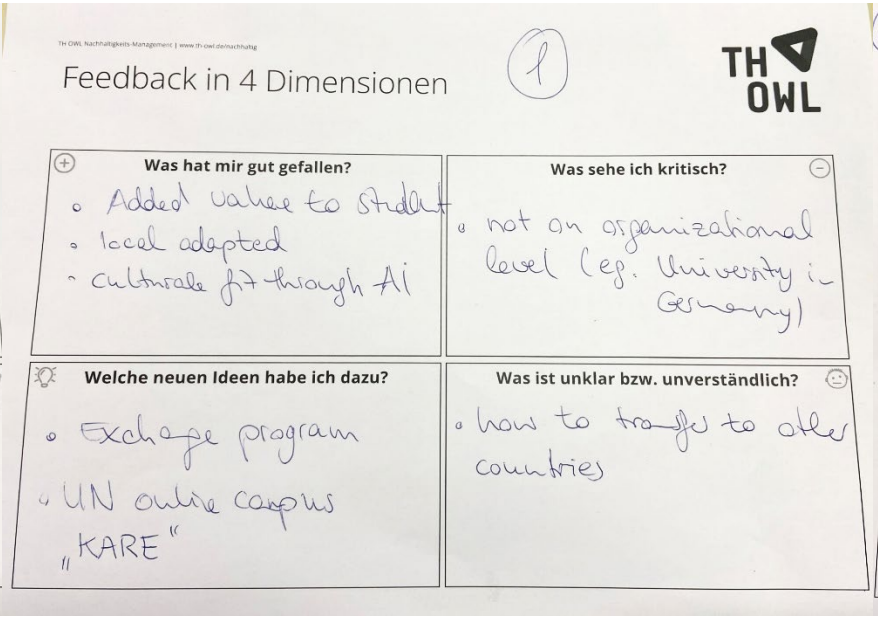


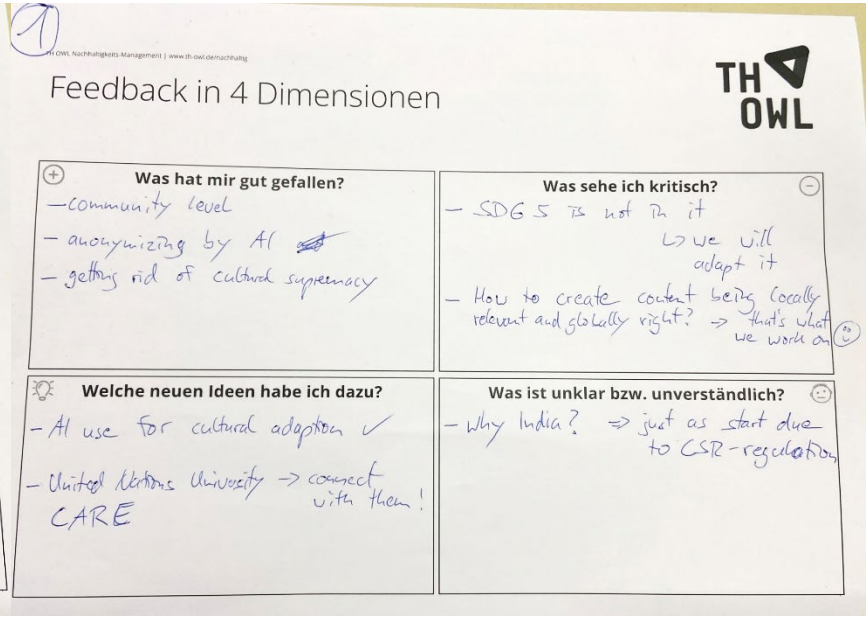
Phase 3: Gallery Walk & Feedback in 4 Dimensionen



Ergebnis TP 1: BNE-Online-Universität







Ausblick: Schublade oder Schaffensdrang?





Nach Diskussion: Bereitschaft aller drei Themengeber:innen, die Arbeit in offenen Projektgruppen als DG HochN-Hubs weiterzuführen.

Weiterentwicklung: Projektskizze TP 1

Titel des Nachhaltigkeitsprojekts (Worum geht es?)
Impact Entrepreneurship in the Global South

Nummer
1

Verantwortung (Wer koordiniert die Umsetzung?)
Prof. Dr. Harald Bolsinger et al. (THWS Business School)

Problembeschreibung (Was soll warum gelöst werden?)
Gründungsfähige Menschen im globalen Süden und in Krisengebieten haben keinen flächendeckenden Zugang zu hochwertiger und erschwinglicher Bildung zur Gründung nachhaltiger Unternehmen vor Ort. Wandern deshalb oft ab oder gründen nicht nachhaltig => Online Bildungsangebot für nachhaltige Unternehmensgründung im globalen Süden und Krisengebieten (optional als spezialisierte Hochschule).

Beteiligte (Wer soll mitwirken?)
- Lehrpersonal
- Studierende
- Unternehmerinnen
- Mitarbeitende im technischen und administrativen Bereich
- Plattformanbieter
- Internationale Hochschulen/ Universitäten
- Philantropinnen

Budget (Was schätzen wir?)
Zeit (Personentage)

Finanzen (Tsd. EUR)

Sonstige Ressourcen

Wichtigste Ziele (Was wollen wir erreichen?)
- Online Kursangebot auf Bachelorniveau für Impact Entrepreneurship (Frei verfügbare Nutzung)
- Implementierung einer Plattform für asynchrone Lehre für Menschen mit sporadischem Internetzugang und technologisch schwachen Mobiltelefonen (Ausbaubar zu digitaler Hochschule)
- Verprobung in geeigneten Testländern

Einordnung (Auf welchen Feldern wirkt das Projekt?)

Nachhaltigkeits-Dimension	Hochschul-Bereich	Berührungs-Gruppe
[X] Umwelt	[X] Lehre	[X] A: Lieferkette
[X] Gesellschaft	[ ] Forschung	[ ] B: Finanzen
[X] Wirtschaft	[X] Transfer	[ ] C: Mitarbeitende
	[ ] Betrieb	[X] D: Studierende
	[ ] Governance	[X] E: Gesellschaft

Kurzbeschreibung der Maßnahmen / Meilensteine (Was tun wir?)
- Suche, Produktion und Verbindung von Kursinhalten und Dozenten, die kostenfreie Creative Commons/OER Materialien beisteuern; Verbindung zu einem stimmigen Curriculum
- Implementierung einer passenden Onlineplattform mit aktuellster Technologie
- Verprobung in Testländern (=> Marketing- und Umsetzungspartner)
- Ableitung von Empfehlungen für globale Skalierung

SDG-Wirkung (Zu welchen UN-Nachhaltigkeitszielen tragen wir bei?)

[X] 1	[ ] 2	[ ] 3	[X] 4	[X] 5	[ ] 6	[ ] 7	[X] 8	[X] 9
[X] 10	[X] 11	[X] 12	[ ] 13	[ ] 14	[ ] 15	[ ] 16	[X] 17	

Erfolgskriterien (Woran erkennen wir die Zielerreichung?)
- Akademische und unternehmerische Kontakte im globalen Süden und bei den Initiatorinnen wurden ausreichend akquiriert
- Vollständiges Kursangebot liegt vor
- Plattform wurde finanziert, implementiert und mit Content versehen
- Ausreichende Partnerinnen zur Verprobung vorhanden
- Nachfrage in den Testländern wurde identifiert

Transformations-Index (= intern x extern) 25

Intern: Umsetzungsmöglichkeit					Extern: Nachhaltigkeitswirkung				
○ 1	○ 2	○ 3	○ 4	⊗ 5	○ 1	○ 2	○ 3	○ 4	⊗ 5

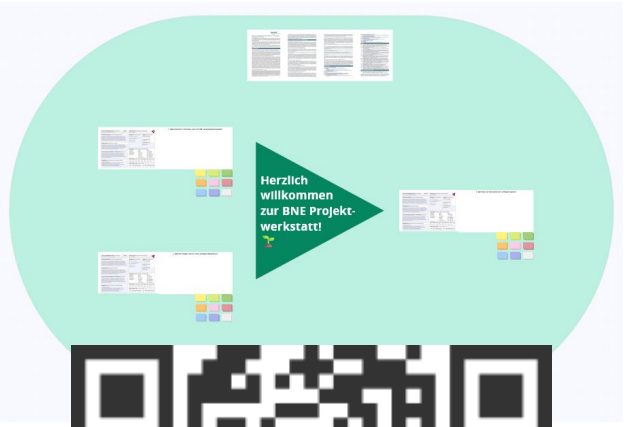
26.10.2026: Ko-kreative Arbeit auf Conceptboard (Mit der Kraft von 26 Teilnehmenden)

How can we reach out with a low-cost high-quality educational program that is tailor made for students in the global south to make them start their own sustainable business in their surrounding?

- **Gruppe 1:** What **infrastructure** and institutional framework is necessary to embed this initiative into higher education? How can the **content be delivered and results graded** in rural areas?

- **Gruppe 2:** How can we **get free content** and contributions for the project from teaching professionals of the universities of the world?

- **Gruppe 3:** How can the project be **financed** and how do the students get to know about the program (**marketing**)?



1. What **infrastructure** and institutional framework is necessary to embed this initiative into higher education? How can the **content be delivered and results graded** in rural areas?

priority on low tech devices / KISS

Local Caching/ outage handling

Pragmatism before world domination (accredition vs trust issue)

ID checks or hybrid approach (zB internet cafe)?

Multi-dimensional data versioning

Data driven studies for continuous content creation

Roles and templates for simplified content

Self-growth through student aquisition / Mentorship

Content adapted to local culture

Neutral supplier/host location

Locally initiated/integrated

Local languages? AI translation?

Günstig, aber gut: Inhalte digital und fast kostenlos anbieten. Zeit und Geld in persönliches Feedback stecken.

Vor Ort wachsen: Kleine Lerngruppen, lokale Mentoren. Absolventen geben ihr Wissen weiter.

Microlearning: Content followed directly by quiz / interaction

content available online and as download

Clarity: Who certifies results / issues degrees?

mit Kursen starten die rasch dazu führen dass Zielgruppe Geld verdienen kann

Zu den Leuten gehen: Per Smartphone, auch offline nutzbar, über WhatsApp. In der Landessprache, mit Beispielen aus dem Alltag.

Gamification: Learning level by level ...

Preparation for exam quizzes (online)

Akkreditierung vor Ort nötig?

Ausprobieren statt Theorie: Drei echte Kundengespräche bringen mehr als ein perfekter Businessplan.

Live examinations 1:1? Videochat? At local schools? (see Virtuelle Akademie Nachhaltigkeit VAN)

portfolio assessment: independent of time and diverse formats

Zielgruppe klären: Nairobi ist nicht Bangladesch. Den einen "Global South" gibt es nicht.

ESD: How can discussion / reflection be encouraged in asynchronous learning environment?

Mit einem Test-Land starten? KISS

Programm finanziell absichern: Nicht nur von Spenden abhängen. Stipendien, Partner und kleine Beiträge einplanen.

Realistisch bleiben: Kein westliches Gründermodell überstülpen. Abbrüche sind normal. Erfolg heißt: Das Geschäft läuft nach einem Jahr noch.

AI Chatbot?

2. How can we **get free content and contributions** for the project from teaching professionals of the universities of the world?

create network and offer offline content

Existierenden Peter Drucker content verwenden

Kongress veranstalten, um mögliche Beitragende ihren content vorstellen zu lassen

Host a podcast series where professors present their research for free in exchange for international exposure and a platform to showcase their work.

Lehrbuchverlage anfragen ob etwas verfügbar gemacht wird

Langfrist: Absolvierende leisten Contentbeitrag sofern sie sich akademisch entsprechend entwickelt haben

Clarity: Which content?

SDGs, 8 key competencies ... ?

VHB.org und andere Anbieter fragen, ob deren Angebot/Inhalte zweitverwertet werden darf

Akkreditierungsfähiger Content von Hochschulen/Professorinnen und Professoren nötig

Exp: THWS WTF-Work.Talk.Future.

Fach-Netzwerke / Verbände nutzen

KI-Agenten auf Suche schicken und Vorschläge für geeigneten Content machen

Unternehmen für praxisorientierte Case Studies anfragen

Qualitätssicherung während Kongress durch Anwesende Akademikerinnen und Akademiker

OER-Plattformen

UNESCO

Ehrenamtliche Betreuung durch Praktiker und Akademiker

"Ruhm und Ehre" als Vergütung: Zertifikat ausstellen für "International Development Partner" usw.

BMZ-Content

ESD Education for Sustainable Development: Nicht nur Content senden, sondern Kompetenzen didaktisch sinnvoll schulen

BNE und DG hochN als Partner und Multiplikator?

Annual gloabl sustainability Educator Award to top contributers, giving professors and faculties high-prestige PR for their websites.

3. How can the project be **financed** and how do the students get to know about the program (**marketing**)?

Finance
1. Eu Funding ,
2. Local Funds
3. Angel Investors
4. Private Investors
5. Student Fees
6. Partnership Contributions
7. Global IHK Connections

Zusammenarbeit mit Hochschulen/Universitäten und Integration (Teilung der Kosten)

Marketing: online & offline durch Lehrende Internet (Social Media/Hochschule)

Marketing
1. Local Personalized Marketing Campaigns (Channel of choice in Country)
2. Local Partnersupport (Companies /Unis/Government)
3. ?

Abo-modell

Präsentation für Sponsoren + "Vertriebs-Team"

Paten-schaften

student ambassadors

passgenaues Marketing pro Land

Solidarischer Beitrag

BMZ / Engagement Global?

erfolgreicher Pilot

Sponsoring durch Lernsoftware-Anbieter?

Virtuelle Akademie Nachhaltigkeit?

Projekt: AIFinaH --> Finanzierungs-modell finden (FinDetect)

UNHCR, Stiftungen (weltweit)

Studentische Werbung

Nächste Schritte

- Alle Interessierten werden Ende WiSe 2026/27 mit **Terminvorschlägen** für eine Arbeitsgruppe angeschrieben.
- Diese **Arbeitsgruppe** erstellt einen Plan für einen konkreten **Prototyp** und Lehrinhalte für einen Startstudiengang auf Basis der heutigen Ergebnisse.
- Der Prototyp wird im weiterem **DG HochN Online-Hub** iteriert.
- Ggf. weitere AG-Treffen, weiteren Hubs zur **Iteration.**
- Erarbeitete Inhalte werden als **Minimum Viable Product** der Zielgruppe angeboten. (Smoke Test)
- Die Erfahrungen mit dem Smoke Test fließen in weitere Iterationen ein.

Ausblick: Auf Wiedersehen in Ostwestfalen-Lippe?



Wenn die Projekt-Teams weiterarbeiten: Herzliche Einladung
an die TH OWL zur **Ergebnis-Präsentation, z.B. WiSe 2027/28!**

Check-out: Kurzes Statement zum Hub



Was war heute wesentlich für mich?
Mit welchem Gefühl gehe ich jetzt raus?

▪ Impulse, Anmerkungen, Rückfragen?

Prof. Dr. Harald J. Bolsinger
Volkswirtschaftslehre & Wirtschaftsethik



Postal address:

Technische Hochschule Würzburg-Schweinfurt
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften
Münzstraße 12
97070 Würzburg

Office:

Tel.: +49 931 3511 8944
E-Mail: Harald.Bolsinger@thws.de

www.wirtschaftsethik.biz