

Potsdamer Erkenntnisse zum Wissens- und Technologietransfer

Enrico Sass

Gestaltungselemente einer Entrepreneurship-Kultur

Eine Befragung von 54 Studierenden

Schrift 3

ZETUP

*Zentrale Einrichtung für Transfer,
Unternehmen & Praxiskooperationen*

Enrico Sass

**Gestaltungselemente
einer Entrepreneurship-Kultur**

Eine Befragung von 54 Studierenden

Potsdam, 7.12.2015

Dieses Werk ist unter einem Creative Commons Lizenzvertrag lizenziert:
Namensnennung - Keine kommerzielle Nutzung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen
3.0 Deutschland
Um die Bedingungen der Lizenz einzusehen, folgen Sie bitte dem Hyperlink:
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/de/>

Fachhochschule Potsdam 2015
Online veröffentlicht auf dem Publikationsserver der Fachhochschule Potsdam:
URL <https://opus4.kobv.de/opus4-fhpotsdam/frontdoor/index/index/docId/1013>
URN <urn:nbn:de:kobv:525-10137>
<http://nbn-resolving.de/urn/resolver.pl?urn:nbn:de:kobv:525-10137>

Potsdamer Erkenntnisse zum Wissens- und Technologietransfer

Gestaltungselemente einer Entrepreneurship-Kultur Eine Befragung von 54 Studierenden

Enrico Sass¹, Potsdam, 7.12.2015

Keywords: Entrepreneurship-Kultur, Gründungsservice, Gründersensibilisierung, Gründungen aus der Hochschule, akademische start-ups

Existenzgründungen aus Hochschulen sind in den letzten Jahren fester Bestandteil in der deutschen Hochschullandschaft geworden. Zeitgemäße Hochschulen fördern demnach nicht nur exzellente Forschung und interdisziplinäre Lehre, sondern treiben den Aufbau einer eigenen Entrepreneurship-Kultur voran. Solch eine Kultur kann eine aufklärende Wirkung entfalten, indem sie Studierenden und wissenschaftlichen Mitarbeitern eine weitere Karriereoption neben Angestelltenverhältnissen verdeutlicht, insbesondere den Aufbau der eigenen beruflichen Existenz mittels einer Unternehmensgründung oder selbstständigen Erwerbstätigkeit. Der folgende Artikel gibt einen Einblick in mögliche Bestandteile einer Entrepreneurship-Kultur an Hochschulen, die stimulierend auf das Gründungsverhalten wirken können. Dabei steht die Sichtweise der Studierenden im Fokus. Mit Hilfe einer Befragung von 54 Studierenden der Fachhochschule Potsdam werden Elemente einer Entrepreneurship-Kultur bestimmt. In einem zweiten Schritt werden acht konkrete Gestaltungselemente für solch eine Entrepreneurship-Kultur abgeleitet. Demnach zeichnet sich eine Entrepreneurship-Kultur durch folgende acht Elemente aus: 1. Verankerung betriebswirtschaftlicher, gründungsspezifischer Veranstaltungen in das Curriculum, 2. Gründungsspezifische Aufklärung und Information, 3. Kompetenter Gründungsservice mit interner und externer Expertise, 4. Zugang zu Fördermitteln, 5. Team-Partner-Scouting, 6. Gründer-Mentorenpool, 7. Netzwerke zu Investoren, Kunden und sonstigen Förderern, 8. Administrative Unterstützung und Infrastrukturnutzung der Hochschule.

Zur Verbesserung der Lesbarkeit wird im vorliegenden Artikel die männliche Form verwendet. Bei der Wahl der männlichen Form ist zugleich die weibliche Darstellungsform gemeint.

¹ Dr. Enrico Sass ist seit Oktober 2013 Inhaber der Professur Existenzgründung und Managementtechniken an der Fachhochschule Potsdam. Zu seinen Aufgaben gehört die Durchführung einer fachbereichsübergreifenden Lehre in den Bereichen Entrepreneurship und Management. Zudem leitet er das ZETUP, die Zentrale Einrichtung für Transfer, Unternehmen und Praxiskooperationen. E-Mail: sass@fh-potsdam.de

Das Konstrukt „Entrepreneurship-Kultur“

„Kultur“ lässt sich vereinfacht als ein Zusammenspiel von Normen und Werten in einem bestimmten Bezugsrahmen beschreiben. Normen sind in diesem Sinne Verhaltenserwartungen, die an die Akteure in einem bestimmten Kontext gestellt werden. Im klassischen universitären Hochschulsystem ist das bspw. die Erwartung, dass jeder Professor seine Forschungsergebnisse in regelmäßigen Abständen in (renommierten) Journalen publiziert. Werte sind wiederum angestrebte Zielzustände, die von einzelnen Individuen und einer Organisation verfolgt werden. Das kann bspw. das Ziel „Freiheit von Forschung und Lehre“ sein. Werden diese einfachen Definitionsansätze auf das Konstrukt „Entrepreneurship-Kultur“ übertragen, so könnte eine Norm darin bestehen, dass sich innerhalb der Hochschule die Kultur etabliert hat, Studierende mit unternehmerischen Sachverhalten in der Lehre zu konfrontieren (bspw. mittels Übungsfirmen oder der Präsentation von Unternehmerpersönlichkeiten). „Werte“ könnten sich darin widerspiegeln, dass Hochschulen bzw. Fachbereiche/Fakultäten die Verwertung ihres Wissens explizit mittels Ausgründungen anstreben. Das kann bspw. mittels einer explizit verankerten Förderung von Gründerstipendien oder der Übertragung von Verwertungsrechten für Gründungen aus der Wissenschaft geschehen. Ein Blick in die Hochschullandschaft verrät, dass sich im Laufe der Zeit eine Vielzahl von gründungsfördernden Maßnahmen etabliert hat. Hierzu gehören bspw. Gründerlehre, Präsentation von Beispielgründern, Wettbewerbe, Einbezug von Gründungs- und Wirtschaftsmentoren oder institutionalisierte Förderstrukturen wie Gründungs-services und hochschulinterne Inkubatoren (bspw. Gründerräumlichkeiten, Co-Working-Spaces).

Sample und Untersuchungsdesign

Insgesamt wurden 87 Studierende aller fünf Fachbereiche der Fachhochschule Potsdam befragt (Sozialwesen, Bauingenieurwesen, Architektur, Design, Informationswissenschaften). Von den 87 Befragten wurden schließlich 54 für die Auswertung der Befragung herangezogen. Hierbei handelt es sich um den Anteil der Befragten, der sich explizit eine berufliche Selbstständigkeit als Karriereoption vorstellen könnte (54 von 87 Befragten). Der verbleibende Teil strebt aus heutiger Sicht ein Angestelltenverhältnis an (33 von 87 Befragten). Die Befragung wurde im Wintersemester 2013/2014 mittels eines Fragebogens in Lehrveranstaltungen durchgeführt. Dabei wurden die folgenden beiden Leitfragen gestellt:

- Welche Einflüsse oder Rahmenbedingungen würden förderlich auf Ihr Gründungsverhalten wirken?
- Welche Unterstützung würden Sie sich bei der Gründungsvorbereitung von der Hochschule wünschen?

Um mögliche Rückschlüsse zu den Untersuchungspersonen herzustellen, wurden zudem die folgenden allgemeinen Merkmale abgefragt: „Geschlecht“, „Alter“, „Studiengang“, „Art des Abschlusses“ und „Berufserfahrung (Jahre)“.

Darstellung der Untersuchungsergebnisse

Die Aussagen der 54 Untersuchungspersonen wurden nach wiederkehrenden Aussageinhalten durchsucht. Dabei wurden ähnliche Aussagen zu bestimmten Kriterien zusammengeführt. Im Vorfeld wurde kein definiertes Suchraster verwendet. Das Ziel besteht darin, mit Hilfe der Aussagen der Untersuchungspersonen grundlegende Kriterien einer Entrepreneurship-Kultur zu definieren. Die Auswertung der Antworten gestaltete sich als einfach. In der Regel antworteten die Untersuchungspersonen kurz und präzise auf die gestellten Leitfragen. Mit Hilfe der Auswertung des Datenmaterials konnten die folgenden Merkmale sichtbar gemacht werden, die als förderliche Einflüsse und Unterstützungsleistungen positiv auf das Gründungsverhalten bei Studierenden wirken können:

- Aufklärung/Information
- Begleitung Gründungsvorhaben
- Beispielgründungen
- Beteiligungen/Investoren
- Beratung/Coaching/Feedback
- Betriebswirtschaftliche Kenntnisse/Gründungsseminare
- Erfahrungen
- Erfolgserlebnisse/Aussicht auf Erfolg
- Finanzielle Mittel/Förderungen/Absicherung
- Hilfe bei der Verwaltung
- Infrastrukturnutzung der Hochschule
- Interessante Geschäftsidee/ausreichende Nachfrage
- Kundenstamm
- Mentoren
- Netzwerk/Kontakte
- Neue Perspektive
- Team-Partner
- Unbefriedigende Job-Perspektive
- Unterstützendes Umfeld.

Die Tabellen 2-4 präsentieren die Untersuchungspersonen und die Merkmale zur Beschreibung einer Entrepreneurship-Kultur, die in den Antworten der 54 Untersuchungspersonen zu finden sind. Tabelle 1 verdeutlicht die genutzten Abkürzungen für die Darstellung des Datenmaterials.

Tabelle 1: Abkürzungen für Darstellung des Datenmaterials

Abkürzung	Erklärung
AS	Studiengang „Architektur und Städtebau“
B	Studiengang „Bauingenieurwesen“ (in der Zeile „Studiengang“, Tabelle 2-4)
B	Abschluss „Bachelor“ (in der Zeile „Abschluss“, Tabelle 2-4)
BEK	Studiengang „Bildung und Erziehung in der Kindheit“
D	Studiengang „Design“
Dipl.	Abschluss „Diplom“
IW	Studiengang „Informationswissenschaften“
j	ja
M	Geschlecht „Männlich“
M	Abschluss „Master“
n	Nein
SA	Studiengang „Soziale Arbeit“
W	Geschlecht „Weiblich“

Tabelle 2: Darstellung der Untersuchungspersonen und der Merkmale (Personen 1-19)

Person	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1 Geschlecht	m	m	m	m	m	w	m	m	m	m	m	m	w	w	w	w	m	m	m
2 Alter	31-35	18-25	18-25	18-25	26-30	18-25	26-30	31-35	26-30	26-30	26-30	18-25	18-25	18-25	0	26-30	31-35	26-30	26-30
3 Studiengang	IW	IW	IW	IW	IW	IW	AS	AS	AS	AS	AS	AS	AS	AS	AS	AS	AS	D	D
4 Abschluss	B	B	B	B	B	B	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	B	B
5 Berufserfahrung (Jahre)	6-10	1-2	1-2	0	3-5	0	1-2	1-2	1-2	1-2	1-2	1-2	1-2	3-5	3-5	0	1-2	1-2	1-2
6 Existenzgründung als ernsthafte Option	j	j	j	j	j	j	j	j	j	j	j	j	j	j	j	j	j	j	j
7 Derzeitige Tätigkeit als Unternehmer/ Freiberufler	n	n	n	n	n	n	j	n	n	n	n	n	j	j	n	n	n	j	j
8 Aufklärung/ Information (Anforderungen)			x		x														
9 Begleitung Gründungs-vorhaben	x				x					x								x	
10 Beispielgründungen											x								
11 Beteiligungen/ Investoren			x																
12 Beratung/Coaching/ Feedback				x	x		x	x		x	x				x			x	x
13 Betriebswirtschaftliche Kenntnisse/ Gründungsseminare						x						x							x
14 Erfahrungen													x	x	x				
15 Erfolgserlebnisse/ Aussicht auf Erfolg													x						
16 Finanzielle Mittel/ Förderungen/ Absicherung		x												x	x	x			
17 Hilfe bei der Verwaltung							x												
18 Infrastruktur-nutzung der Hochschule																		x	
19 Interessante Geschäftsidee/ ausreichende Nachfrage								x											
20 Kundenstamm														x					
21 Mentoren	x		x																
22 Netzwerk/Kontakte								x	x			x							
23 Neue Perspektive																		x	
24 Team-Partner				x		x										x			
25 Unbefriedigende Job-Perspektive						x													
26 Unterstützendes Umfeld																			

Tabelle 3: Darstellung der Untersuchungspersonen und der Merkmale (Personen 20-38)

	Person	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38
1	Geschlecht	m	m	m	m	m	m	m	M	m	w	w	w	w	m	m	m	m	m	m
2	Alter	26-30	18-25	26-30	26-30	26-30	18-25	26-30	18-25	18-25	26-30	26-30	18-25	31-35	18-25	18-25	18-25	18-25	18-25	18-25
3	Studiengang	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	B	B	B	B	B	B
4	Abschluss	B	B	B	B	B	B	B	B	B	M	M	M	M	Dipl.	Dipl.	Dipl.	Dipl.	Dipl.	Dipl.
5	Berufserfahrung (Jahre)	6-10	3-5	3-5	3-5	3-5	0	6-10	0	1-2	3-5	3-5	3-5	3-5	3-5	1-2	0	1-2	1-2	1-2
6	Existenzgründung als ernsthafte Option	j	j	j	j	j	j	j	j	j	j	j	j	j	j	j	j	j	j	j
7	Derzeitige Tätigkeit als Unternehmer/ Freiberufler	j	j	j	j	n	j	j	n	n	j	n	j	j	n	j	n	j	n	n
8	Aufklärung/ Information (Anforderungen)										x			x						
9	Begleitung Gründungsvorhaben	x																		
10	Beispielgründungen																			
11	Beteiligungen/ Investoren			x				x	x											
12	Beratung/ Coaching/ Feedback				x	x	x	x		x		x	x		x					
13	Betriebswirtschaftliche Kenntnisse/ Gründungsseminare	x	x								x			x						x
14	Erfahrungen																			
15	Erfolgserlebnisse/ Aussicht auf Erfolg																			
16	Finanzielle Mittel/ Förderungen/ Absicherung	x	x		x	x	x				x		x			x	x	x		x
17	Hilfe bei der Verwaltung																			
18	Infrastrukturnutzung der Hochschule																			
19	Interessante Geschäftsidee/ ausreichende Nachfrage																			x
20	Kundenstamm		x			x							x							x
21	Mentoren																			
22	Netzwerk/Kontakte							x	x							x		x		
23	Neue Perspektive																			
24	Team-Partner								x						x					
25	Unbefriedigende Job-Perspektive																			
26	Unterstützendes Umfeld																			

Tabelle 4: Darstellung der Untersuchungspersonen und der Merkmale (Personen 39-54)

	Person	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	Nennungen
1	Geschlecht	m	m	m	m	m	m	w	W	w	w	w	w	w	w	w	w	
2	Alter	18-25	36-40	18-25	26-30	18-25	31-35	41-45	41-45	26-30	18-25	36-40	18-25	18-25	18-25	18-25	18-25	
3	Studiengang	SA	SA	SA	SA	SA	SA	SA	SA	SA	SA	SA	BEK	BEK	BEK	BEK	BEK	
4	Abschluss	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	
5	Berufserfahrung (Jahre)	0	1-2	3-5	1-2	3-5	10+	10+	10+	1-2	6-10	6-10	1-2	3-5	3-5	1-2	1-2	
6	Existenzgründung als ernsthafte Option	j	j	j	j	j	j	j	j	j	j	j	j	j	j	j	j	
7	Derzeitige Tätigkeit als Unternehmer/ Freiberufler	n	j	n	n	n	n	n	j	n	j	n	n	n	n	n	n	
8	Aufklärung/ Information (Anforderungen)		x											x		x		7
9	Begleitung Gründungsvorhaben	x																6
10	Beispielgründungen								x									2
11	Beteiligungen/ Investoren																	4
12	Beratung/Coaching/ Feedback			x	x			x						x			x	22
13	Betriebswirtschaftliche Kenntnisse/ Gründungsseminare					x	x			x		x			x			13
14	Erfahrungen																	3
15	Erfolgserlebnisse/ Aussicht auf Erfolg			x														2
16	Finanzielle Mittel/Förderungen/ Absicherung	x	x	x	x	x	x	x	x		x		x	x	x	x	x	29
17	Hilfe bei der Verwaltung																	1
18	Infrastrukturnutzung der Hochschule																	1
19	Interessante Geschäftsidee/ ausreichende Nachfrage																	2
20	Kundenstamm																	5
21	Mentoren																	2
22	Netzwerk/Kontakte	x									x							9
23	Neue Perspektive																	1
24	Team-Partner					x										x		7
25	Unbefriedigende Job-Perspektive																	1
26	Unterstützendes Umfeld								x									1

Relevanz und Beschreibung der Merkmale

Relevanz der Merkmale zur Beschreibung einer Entrepreneurship-Kultur

Die Darstellung der Untersuchungsergebnisse erlaubt die Ableitung von Relevanzen. „Relevanz“ bedeutet, welche Merkmale von allen Untersuchungspersonen am häufigsten genannt werden.²

Hohe Relevanz: Hierunter fallen die Merkmale zur Beschreibung einer Entrepreneurship-Kultur, die 13-29 Nennungen aufweisen. Demnach haben bei den 54 Untersuchungspersonen „Finanzielle Mittel/Förderungen/Absicherung“, „Beratung/Coaching/Feedback“ und „Betriebswirtschaftliche Kenntnisse/Gründungsseminare“ eine hohe Relevanz.

Mittlere Relevanz: Hierunter fallen die Merkmale zur Beschreibung einer Entrepreneurship-Kultur, die 4-9 Nennungen aufweisen. Demnach haben bei den 54 Untersuchungspersonen „Team-Partner“, „Aufklärung/Information“, „Begleitung Gründungsvorhaben“, „Kundenstamm“ und „Beteiligungen/Investoren“ eine mittlere Relevanz.

Niedrige Relevanz: Hierunter fallen die Merkmale zur Beschreibung einer Entrepreneurship-Kultur, die 1-3 Nennungen aufweisen. Hierzu gehören „Erfahrungen“, „Erfolgsenerlebnisse/Aussicht auf Erfolg“, „Interessante Geschäftsidee/ausreichende Nachfrage“, „Beispielgründungen“, „Mentoren“, „Hilfe bei der Verwaltung“, „Infrastrukturnutzung der Hochschule“, „Unbefriedigende Job-Perspektive“, „Unterstützendes Umfeld“ und „Neue Perspektive“. Tabelle 5 verdeutlicht die Platzierung der Merkmale zur Beschreibung einer Entrepreneurship-Kultur. Die Platzierung wird aus der Nennung der Merkmale abgeleitet (häufig genannte Merkmale besitzen demnach eine hohe Platzierung).

Tabelle 5: Platzierung der Merkmale zur Beschreibung einer Entrepreneurship-Kultur

Platzierung	Merkmal	Nennungen
1.	Finanzielle Mittel/Förderungen/Absicherung	29 von 54
2.	Beratung/Coaching/Feedback	22 von 54
3.	Betriebswirtschaftliche Kenntnisse/Gründungsseminare	13 von 54
4.	Netzwerk/Kontakte	9 von 54
5.	Team-Partner	7 von 54
5.	Aufklärung/Information	7 von 54
6.	Begleitung Gründungsvorhaben	6 von 54
7.	Kundenstamm	5 von 54
8.	Beteiligungen/Investoren	4 von 54
9.	Erfahrungen	3 von 54
10.	Erfolgsenerlebnisse/Aussicht auf Erfolg	2 von 54
10.	Interessante Geschäftsidee/ausreichende Nachfrage	2 von 54
10.	Beispielgründungen	2 von 54
10.	Mentoren	2 von 54
11.	Hilfe bei der Verwaltung	1 von 54
11.	Infrastrukturnutzung der Hochschule	1 von 54
11.	Unbefriedigende Job-Perspektive	1 von 54
11.	Unterstützendes Umfeld	1 von 54
11.	Neue Perspektive	1 von 54

² Hierbei wird nur die Häufigkeit betrachtet, insbesondere die Anzahl der Nennungen bestimmter Merkmale. Merkmale mit einer niedrigen Relevanz können dennoch eine hohe individuelle Relevanz haben.

Merkmal 1 „Finanzielle Mittel/Förderungen/Absicherung“

Das am häufigsten genannte Merkmal, das als grundlegend für die Förderung des Gründungsverhaltens angesehen wird, lässt sich unter der Überschrift „Finanzielle Mittel/Förderungen/ Absicherung“ zusammenfassen. Studierende wünschen sich demnach finanzielle Unterstützungen für Gründungsvorhaben. Ein wesentlicher Punkt ist dabei die existenzielle Absicherung, um insb. den Lebensunterhalt in der Gründungsphase beschreiten zu können. Die folgende Übersicht 1 verdeutlicht beispielhafte Aussagen der Untersuchungspersonen zum Merkmal „Finanzielle Mittel/Förderungen/ Absicherung“.

Übersicht 1: Aussagen zum Merkmal „Finanzielle Mittel/Förderungen/Absicherung“ (auszugsweise, Mehrfachnennungen möglich)

Antworten auf die Untersuchungsfragen „Welche Einflüsse oder Rahmenbedingungen würden förderlich auf Ihr Gründungsverhalten wirken? Welche Unterstützung würden Sie sich bei der Gründungsvorbereitung von der Hochschule wünschen?“:

Finanzielle Hilfe, Finanzierung, Grundkapital, Förderungen (Finanzen), finanzielle Absicherung, grundlegendes Funding, Förderung, Starthilfe, Geld, finanzielle Unterstützung/Hilfe, finanzielle Absicherung, Erbe, Eigenkapital, sichere Finanzierung, finanzielle Absicherung in der Anfangsphase, Fördertöpfe für soziale Arbeit, finanzielle Unterstützung und Sponsoring, finanzielle Absicherung, finanzielle Grundsicherung/Startkapital, Förderprogramme, finanzielle Mittel, staatliche Zuschüsse/ Vorschüsse und Starthilfe

Merkmal 2 „Beratung/Coaching/Feedback“

Das am zweithäufigsten genannte Merkmal lässt sich unter der Überschrift „Beratung/Coaching/ Feedback“ zusammenfassen. Die Studierenden wünschen sich demnach eine Anlaufstelle an der Hochschule, die Gründungsvorhaben kompetent begleitet. Das kann im Rahmen eines projektbezogenen Gründungscoachings oder einer spezialisierten Beratung erfolgen. Im Mittelpunkt steht nicht nur die Begleitung bei der Projektumsetzung, sondern auch Hilfe für spezialisierte Fragestellungen wie bspw. Finanzierung, Business-Modell-Konzeption, Unternehmensplanung, Kundengewinnung und eine reflektierende Projektumsetzung. Gründungsideen und Vorgehensweisen sollen in diesem Sinne mit Hilfe von Beratern oder Coaches kritisch reflektiert werden. Die folgende Übersicht 2 verdeutlicht beispielhafte Aussagen der Untersuchungspersonen zum Merkmal „Beratung/Coaching/Feedback“.

Übersicht 2: Aussagen zum Merkmal „Beratung/Coaching/Feedback“ (auszugsweise, Mehrfachnennungen möglich)

Antworten auf die Untersuchungsfragen „Welche Einflüsse oder Rahmenbedingungen würden förderlich auf Ihr Gründungsverhalten wirken? Welche Unterstützung würden Sie sich bei der Gründungsvorbereitung von der Hochschule wünschen?“:

Zentrale Anlaufstelle für Fragen (rechtlich, organisatorisch), Gründungsunterstützung, unabhängiger Anlaufpunkt bei Fragen, Marktanalyse, Anleitung, Coaching, Meilensteine-Beratung, Beratung bei der Planung, Businessmodell-Beratung, Ideen-Feedback durch Professor, Beratung, konstruktive Kritik für eingereichte Vorschläge, Anlaufstelle für Fragen, detaillierte Tipps und Tricks, Betreuung, Anlaufstelle (auch nach dem Abschluss), Ideen-Feedback, Praktische Hilfe für konkrete Probleme, Hilfe bei der Kundengewinnung, Expertenberatung, Erstellung Unternehmensplan, Beratung zur Finanzierung und Umsetzung

Merkmal 3 „Betriebswirtschaftliche Kenntnisse/Gründungsseminare“

Das am dritthäufigsten genannte Merkmal kann unter der Überschrift „Betriebswirtschaftliche Kenntnisse/Gründungsseminare“ zusammengeführt werden. Studierende wünschen sich demnach Veranstaltungen und Seminare, die sich mit den Themen „Unternehmensgründung/Selbstständigkeit“ und „Betriebswirtschaftliche Grundlagen“ beschäftigen. Die Antworten der Untersuchungspersonen verdeutlichen, dass allgemeine BWL-Grundlagen und Gründungsseminare wichtig sein können. Diese Gründungsseminare sollten spezifische Themenstellungen des Gründungskontextes behandeln. Die folgende Übersicht 3 verdeutlicht beispielhafte Aussagen der Untersuchungspersonen zum Merkmal „Betriebswirtschaftliche Kenntnisse/Gründungsseminare“.

Übersicht 3: Aussagen zum Merkmal „Betriebswirtschaftliche Kenntnisse/Gründungsseminare“ (auszugsweise, Mehrfachnennungen möglich)

Antworten auf die Untersuchungsfragen „Welche Einflüsse oder Rahmenbedingungen würden förderlich auf Ihr Gründungsverhalten wirken? Welche Unterstützung würden Sie sich bei der Gründungsvorbereitung von der Hochschule wünschen?“:

Seminare (Umgang mit Kunden, Kalkulation von Angeboten), Spezielle Kurse (Selbstständigkeit in der Architektur), Theoretische und praktische Vorbereitung (Kurse), Existenzgründungsseminare, Gründungsseminare, BWL-Kompetenzen, mehr BWL-Fächer, umfangreiche BWL-Kenntnisse, Seminare, Vorbereitungsseminare mit Möglichkeiten der Finanzierung, Grundkenntnisse, Gründungskurse, mehr Vorlesungen zu diesem Thema, Seminare

Merkmal 4 „Netzwerk/Kontakte“

Ein weiteres Merkmal, das von neun Untersuchungspersonen genannt wird, kann unter der Überschrift „Netzwerk/Kontakte“ zusammengeführt werden. Ein Teil der Untersuchungspersonen wünscht sich den Zugang zu Netzwerken bzw. Kontakte, die ein Gründungsprojekt fördern. Hierzu zählen alle Kontakte, die einen Wert für die Untersuchungspersonen darstellen. Das sind bspw. Wirtschaftskontakte und/oder Kontakte zu Kooperationspartnern, die bei der Produktion oder Investition Hilfestellung leisten.

Die folgende Übersicht 4 verdeutlicht beispielhafte Aussagen der Untersuchungspersonen zum Merkmal „Netzwerk/Kontakte“.

Übersicht 4: Aussagen zum Merkmal „Netzwerk/Kontakte“ (auszugsweise, Mehrfachnennungen möglich)

Antworten auf die Untersuchungsfragen „Welche Einflüsse oder Rahmenbedingungen würden förderlich auf Ihr Gründungsverhalten wirken? Welche Unterstützung würden Sie sich bei der Gründungsvorbereitung von der Hochschule wünschen?“:

Gute Kontakte, Vermittlung von Kontakten und Jobs über und von Professoren, nötige Kontakte, Investoren, Netzwerk, Investor, Wirtschaftskontakte, Partner in der Politik, Partner (Technologie, Produzenten, Forschung, Investoren), Kontaktvermittlung, Kontakte, viele Beziehungen, Kontakte

Merkmal 5 „Teampartner“

„Teampartner“ ist ein weiteres Merkmal, das von den Untersuchungspersonen vereinzelt genannt wird. Partner und Gleichgesinnte mit ähnlichen Zielen und einer ähnlichen Gründungsmotivation können förderlich auf das Gründungsverhalten wirken. Dabei können Gründungserfahrungen und Fachexpertise der Teampartner eine Rolle spielen. Die folgende Übersicht 5 verdeutlicht beispielhafte Aussagen der Untersuchungspersonen zum Merkmal „Teampartner“.

Übersicht 5: Aussagen zum Merkmal „Teampartner“ (auszugsweise, Mehrfachnennungen möglich)

Antworten auf die Untersuchungsfragen „Welche Einflüsse oder Rahmenbedingungen würden förderlich auf Ihr Gründungsverhalten wirken? Welche Unterstützung würden Sie sich bei der Gründungsvorbereitung von der Hochschule wünschen?“:

Teampartner mit Erfahrungen, gute Gründungspartner, Partner, Steuerberater im Team, geteilte Leidenschaft im Team, motiviertes und engagiertes Team mit ähnlichen Zielen

Merkmal 6 „Aufklärung und Information“

Ein weiteres Merkmal, das vereinzelt genannt wird, ist „Aufklärung und Information“. Ein Teil der Untersuchungspersonen findet es wichtig, im Vorfeld über den Kontext des Gründens aufgeklärt und informiert zu werden. Hierzu gehören das Aufzeigen allgemeiner Anforderungen an Gründer und die Darstellung möglicher Herausforderungen sowie Chancen und Risiken, die mit Gründungsvorhaben in Verbindung stehen. Die folgende Übersicht 6 verdeutlicht beispielhafte Aussagen der Untersuchungspersonen zum Merkmal „Aufklärung und Information“.

Übersicht 6: Aussagen zum Merkmal „Aufklärung und Information“ (auszugsweise, Mehrfachnennungen möglich)

Antworten auf die Untersuchungsfragen „Welche Einflüsse oder Rahmenbedingungen würden förderlich auf Ihr Gründungsverhalten wirken? Welche Unterstützung würden Sie sich bei der Gründungsvorbereitung von der Hochschule wünschen?“:

Hilfe bezüglich „Wie? „Womit?“ und „Wo?“ könnte eine Gründung erfolgen, Transparente Darstellung der Chancen und Risiken, Informationsveranstaltungen, Chancen und Risiken klar aufzeigen, Kenntnisse über auf einen zukommende Herausforderungen, Informationen (Was muss ich bedenken? An wen kann ich mich wenden?)

Merkmal 7 „Begleitung Gründungsvorhaben“

Ein weiteres Merkmal betrifft die Begleitung von Gründungsvorhaben. Ein geringer Teil der Untersuchungspersonen wies explizit darauf hin, dass eine längerfristige Betreuung von Gründungsvorhaben wichtig sein kann. Dieses Merkmal 7 unterstreicht das schon beschriebene Merkmal 2 „Beratung/Coaching/Feedback“. Die folgende Übersicht 7 verdeutlicht beispielhafte Aussagen der Untersuchungspersonen zum Merkmal „Aufklärung und Information“.

Übersicht 7: Aussagen zum Merkmal „Aufklärung und Information“ (auszugsweise, Mehrfachnennungen möglich)

Antworten auf die Untersuchungsfragen „Welche Einflüsse oder Rahmenbedingungen würden förderlich auf Ihr Gründungsverhalten wirken? Welche Unterstützung würden Sie sich bei der Gründungsvorbereitung von der Hochschule wünschen?“:

Begleitung, Prozessbegleitung, Coaching, Meilensteine-Beratung

Merkmale 8-10 „Kundenstamm“, „Beteiligungen/Investoren“, „Erfahrungen“

Weitere Merkmale, die eine geringe Bedeutung haben (3 bis 5 Nennungen), sind „Kundenstamm“, „Beteiligungen/Investoren“ und „Erfahrungen“. Die Untersuchungspersonen wünschen sich den Zugang zu Kunden bzw. regelmäßige Aufträge. Die Beteiligung am Gründungsvorhaben durch Investoren oder andere Firmen und Professoren ist ein weiterer Wunsch. Ebenso können Gründungs- und Berufserfahrungen eine förderliche Rolle spielen. Die folgende Übersicht 8 verdeutlicht beispielhafte Aussagen der Untersuchungspersonen zu den Merkmalen „Kundenstamm“, „Beteiligungen/Investoren“ und „Erfahrungen“.

Übersicht 8: Aussagen zu den Merkmalen „Kundenstamm“, „Beteiligungen/Investoren“ und „Erfahrungen“ (auszugsweise, Mehrfachnennungen möglich)

Antworten auf die Untersuchungsfragen „Welche Einflüsse oder Rahmenbedingungen würden förderlich auf Ihr Gründungsverhalten wirken? Welche Unterstützung würden Sie sich bei der Gründungsvorbereitung von der Hochschule wünschen?“:

Gefestigter Kundenstamm, Kundenstamm, eigene Kunden, regelmäßige Aufträge, sich beteiligende Firmen, Investoren, Beteiligung von Professoren, Investoren, Erfahrungen, Berufserfahrungen, Erfahrungen

Sonstige Merkmale

Unter „Sonstigen Merkmalen“ werden die Merkmale zusammengefasst, die eine sehr geringe Nennung besitzen (1 bis 2 Nennungen). Untersuchungspersonen wünschen sich vereinzelt Erfolgserlebnisse mit Gründungsprojekten bzw. eine perspektivische Aussicht auf Erfolg (Merkmal „Erfolgserlebnisse/Aussicht auf Erfolg“). Eine interessante Geschäftsidee und eine Idee, die auf eine ausreichende Nachfrage trifft, sind weitere gründungsstimulierende Elemente (Merkmal „Interessante Geschäftsidee/ausreichende Nachfrage“). Das Aufzeigen von „Beispielgründungen“, der Zugang zu „Mentoren“, „Hilfe bei der Verwaltung“, „Infrastrukturnutzung der Hochschule“, eine „Unbefriedigende Job-Perspektive“, ein „Unterstützendes Umfeld (bspw. ein positiver Rückhalt)“ und der Gedanke daran, dass eine eigene Gründung eine „Neue Perspektive“ mit sich bringt, sind weitere Merkmale, die von den Untersuchungspersonen vereinzelt genannt werden.

Rückschluss zu den Untersuchungspersonen

Die Auswertung der Untersuchung erlaubt keinen aussagekräftigen Rückschluss auf personenspezifische Merkmale wie Geschlecht, Alter, Studiengang, Abschluss und Berufserfahrung (Jahre). Der Stichprobenumfang ist zu gering (n=54), um personenspezifische Differenzierungstendenzen erkennbar zu machen. Es erfordert einen größeren Stichprobenumfang, um eine Aussage hinsichtlich des Zusammenhangs zwischen personenspezifischen Merkmalen und Merkmalen einer Entrepreneurship-Kultur ableiten zu können.

Zusammenfassung und Ableitung von Gestaltungsempfehlungen

Eine Entrepreneurship-Kultur beinhaltet aus der Sicht der Studierenden folgende Elemente:

- Zugang zu finanziellen Mitteln für die Gründungsrealisierung und eine existenzielle Absicherung für die Zeit des Gründungsvorhabens
- Beratungs- und Coaching-Angebote
- Aufklärung und Information
- Erwerb betriebswirtschaftlicher und gründungsspezifischer Kenntnisse
- Zugang zu Netzwerken (Investoren, Mentoren, Kunden etc.)
- Zugang/Vermitteln von Teampartnern.

Ausgeblendet bleiben hierbei die Merkmale, die eine geringe Relevanz in der Untersuchung aufzeigen, dennoch aber wichtig sein können. Hierzu gehören „Sammeln von Berufs- und Gründungserfahrungen“, „Erfolgslebnisse/Aussicht auf Erfolg“, „Interessante Geschäftsideen/ausreichende Nachfrage“, „Beispielgründungen“, „Mentoren“, „Verwaltungshilfe“, „Infrastrukturnutzung der Hochschule“ und ein „Unterstützendes Umfeld“. Die folgende Tabelle 6 präsentiert ausgewählte Gestaltungsempfehlungen für eine hochschulspezifische Entrepreneurship-Kultur, die sich aufgrund der Untersuchungsergebnisse ableiten lassen. Dabei wird die Relevanz der einzelnen Merkmale (Häufigkeit der Nennung) nicht berücksichtigt.

Tabelle 6: Ableitung ausgewählter Gestaltungsempfehlungen für eine Entrepreneurship-Kultur

Für Studierende wichtige Merkmale	Gestaltungsempfehlungen für eine Entrepreneurship-Kultur
Finanzielle Mittel/ Förderungen/Absicherung	Fördermittel-Scouting; Zugang zu Förderprogrammen, Fördermittelgebern; Unterstützung bei der Einwerbung von Förderungen (bspw. EXIST), hauseigener Kapitalfond
Beratung/Coaching/Feedback	Institutionalisierter Gründungsservice mit spezialisierten Angeboten (Beratung, Coaching, Business-Modell-Check etc.)
Betriebswirtschaftliche Kenntnisse/Gründungsseminare	Im Curriculum verankerte BWL-Vorlesungen/Seminare, Angebot von Gründungs- und Entrepreneurship-Kursen
Netzwerk/Kontakte	Institutionalisierte Formate für das Kennenlernen von Netzwerkpartnern (bspw. Kooperationstische)
Team-Partner	Team-Partner-Scouting, institutionalisierte Formate für das Kennenlernen von Teampartnern (bspw. interdisziplinäre Lehrangebote, Seminare)
Aufklärung/Information	Institutionalisierte Informationsveranstaltungen über Karriereoption „Existenzgründung“ (bspw. im Rahmen von Fakultätsfeiern, Lehrveranstaltungen)
Begleitung Gründungsvorhaben	Professioneller und kompetenter Gründungsservice mit Zugang zu erfahrenen Coaches/Beratern
Kundenstamm	Aufbau und Pflege von Unternehmensnetzwerken (Angebot von Formaten wie bspw. Unternehmens- und Karrieremessen)
Beteiligungen/Investoren	Investoren-Scouting, Aufbau und Pflege eines Investorennetzwerkes (Angebot von Formaten wie bspw. Pitches, Investorendinner)
Sammeln von Erfahrungen	Angebot von praxisnahen, projektspezifischen Lehrformaten (Übungsfirmen, Bearbeitung realer Projekte mit Kooperationspartnern)
Erfolgslebnisse/Aussicht auf Erfolg	Würdigung erster Erfolge durch Auszeichnungen, Visualisierung/Präsentation von Gründertalenten
Interessante Geschäftsidee/ausreichende Nachfrage	Qualitativ hochwertige Gründungsberatung, marktnahe Entwicklung von Gründungsideen (Lean Start up, Entwicklung mit potentiellen Anwendern/Kunden)
Beispielgründungen	Darstellung erfolgreicher Gründertalente, Einbezug von Gründern in die Lehre
Mentoren	Mentoren-Scouting, Aufbau und Pflege eines exklusiven Mentoren-Pools
Hilfe bei der Verwaltung	Vereinfachung von Verwaltungsabläufen (Standardisiertes Regelwerk für die Administration von Gründungsprojekten), Unterstützung durch die Hochschulverwaltung
Infrastrukturnutzung der Hochschule	Zugang zu Räumlichkeiten/Laboren inkl. transparenter Regeln für die Nutzung (Gebührenordnung, Vertragsvorlagen)

Aufgrund der Untersuchungsergebnisse lassen sich folgende acht Gestaltungselemente einer Entrepreneurship-Kultur ableiten:

1. Verankerung betriebswirtschaftlicher, gründungsspezifischer Veranstaltungen in das Curriculum

Zum einen ist es wichtig, Studierende frühzeitig mit betriebswirtschaftlichem Wissen zu konfrontieren. Zum anderen werden durch die Verankerung betriebswirtschaftlicher Lehrveranstaltungen im Stundenplan wichtige Grundlagen für eine marktnahe Denkweise vermittelt. Dabei empfehlen sich aktivierende, experimentelle Lehrformate, in denen Studierende betriebswirtschaftliche Sachverhalte oder Verwertungsideen erproben, weiterentwickeln und testen können (bspw. Übungsfirmen). Das fördert zudem das Sammeln von Erfahrungen in den Bereichen Verwertungsmethoden, Teamarbeit und Anwenderfeedbacks.

2. Gründungsspezifische Aufklärung und Information

Neben dem Angebot von Lehrveranstaltungen im betriebswirtschaftlichen Kontext sind Informationsveranstaltungen sehr wichtig. In diesen Veranstaltungen sollten Beispielgründungen und grundlegende Anforderungen an potentielle Gründertalente verdeutlicht werden. Dabei eignen sich auch fokussierte Formate wie bspw. eine Gründersprechstunde oder ein Gründer-Alumni-Stammtisch.

3. Kompetenter Gründungsservice mit interner und externer Expertise

Das Grundelement jeder Entrepreneurship-Kultur ist ein kompetenter Gründungsservice. Dieser versteht sich als reflektierende Anlaufstelle für Gründungsfragen, die Gründungsinteressierten hilft, die Geschäftsidee und das Vorhaben hinsichtlich Realisierung und Anforderungen kritisch zu bewerten. Hierzu sollten nicht nur interne Mitarbeiter mit einer ausreichenden betriebswirtschaftlichen Expertise zur Verfügung stehen, sondern ebenso ein Zugang zu externen Experten sichergestellt werden. Ein zeitgemäßer Gründungsservice sollte zudem eine marktnahe Entwicklung von Gründungsideen fördern, um Erfolgserlebnisse für die Gründer recht schnell zu erzielen (bspw. mittels Lean Start up-Ansatz).

4. Zugang zu Fördermitteln

Die Förderung von Gründungsverhalten steht in einem starken Zusammenhang mit dem Zugang zu finanziellen Förderungen. Dementsprechend ist es wichtig, dass ein Gründungsservice an der Hochschule kompetent als Dienstleister in den Bereichen Fördermittelsuche und Hilfestellung bei der Beantragung agiert. Der Gründungsservice sollte zudem über die Existenzsicherung aufklären und diese mit potentiellen Gründern reflektieren (Leitfragen: „Wieviel Geld benötigt ein Gründer für den Lebensunterhalt in seiner jetzigen Lebensphase?“, „Welches konkrete Lebens- und Karrieremodell strebt der Gründer an?“).

5. *Team-Partner-Scouting*

Die Unterstützung bei der Suche nach interessierten und geeigneten Gründerteampartnern ist eine weitere grundlegende Komponente, die Bestandteil der Entrepreneurship-Kultur an einer Hochschule sein sollte. Dabei steht nicht nur die Suche nach geeigneten Gründerteampartnern im Fokus (bspw. mittels Such-Formaten oder Events), sondern ebenso ein moderierter Prozess des Zusammenkommens und der Teamkulturentwicklung. Dies beinhaltet eine moderierte Reflexion persönlicher Rollen im späteren Gründerteam sowie die Diskussion individueller und gemeinschaftlicher Ziele der einzelnen Teammitglieder.

6. *Gründer-Mentorenpool*

Dieser Punkt unterstreicht das Vorhandensein eines kompetenten Gründungsservices, dessen Aufgabe darin besteht, einen exklusiven Mentorenpool aufzubauen und zu pflegen. Dabei spielen gründungs- und/oder berufs- und unternehmenserfahrene Menschen als Mentoren eine wichtige Rolle. Sie agieren als reflektierende Coaches und gewährleisten eine längerfristige vertrauensvolle Begleitung ausgewählter Gründungsvorhaben.

7. *Netzwerke zu Investoren, Kunden und sonstigen Förderern*

Der Zugang zu Netzwerken ist ein weiterer wesentlicher Bestandteil einer förderlichen Entrepreneurship-Kultur. Dabei sind alle Netzwerkpartner wichtig, die in irgendeiner Art und Weise das Gründungsprojekt fördern wie bspw. Akteure aus Politik und Wirtschaft (bspw. Lead User, Kooperationspartner). Ein Schwerpunkt sind dabei Investoren. In diesem Sinne sollten interessante Formate etabliert werden, die zur Motivation und Gewinnung von Netzwerkpartnern beitragen. Dies können bspw. der Aufbau eines exklusiven Wirtschaftsmentoren-Pools oder regelmäßige Gründer-Pitches sowie Messen und Ausstellungen sein, die als Kommunikationsplattform dienen.

8. *Administrative Unterstützung und Infrastrukturnutzung der Hochschule*

Eine Entrepreneurship-Kultur sollte zudem Unterstützung bei gründungsspezifischen Verwaltungstätigkeiten bieten. Dies betrifft insbesondere Hilfestellung bei der Verwaltung von eingeworbenen Förderungen (bspw. Exist-Gründerstipendien). Hierzu zählen u.a. Unterstützungen bei Materialbeschaffungen, Abrechnungen, Personalverwaltungsvorgängen und der Vergabe von Dienstleistungsaufträgen. Des Weiteren sollte die Hochschule im Idealfall Gründern einen zeitweisen Zugang zu Laboren und Büroräumen ermöglichen. Hierzu sind klare Nutzungsrichtlinien und eine Policy für eine spätere Verrechnung von Aufwendungen grundlegend (bspw. Gebührenordnungen, Firmenbeteiligungsmodelle für die Infrastrukturnutzung).

Kritische Reflexion

Bei dem hier vorliegenden Artikel handelt es sich um einen praxisbezogenen Transferartikel, der keine tiefergehende wissenschaftliche Reflexion beinhaltet. Es fehlt eine Reflexion der Untersuchungsergebnisse bezogen auf aktuelle Erkenntnisse aus der Entrepreneurship-Forschung. Kritisch zu sehen ist ebenso der geringe Stichprobenumfang (n=54). Gestaltungsempfehlungen für die Elemente einer Entrepreneurship-Kultur werden aufgrund eines geringen Stichprobenumfanges abgeleitet. Für eine stärkere Repräsentativität ist ein größerer Stichprobenumfang notwendig. Des Weiteren ist der Rückschluss der Untersuchungsergebnisse zu personenbezogenen Merkmalen nicht gegeben. Auch hier erlaubt der geringe Stichprobenumfang keine robuste Differenzierung. Interessant wären bspw. Antworten auf die Frage, ob sich ein Zusammenhang zwischen Studienfach, Lebensalter oder Geschlecht und einer spezifischen Unterstützungsleistung darstellen lässt (Stichwort „Typenspezifische Entrepreneurship-Kultur“).

Ein weiterer kritischer Punkt der vorliegenden Untersuchung ist die einseitige Betrachtungsweise der Problemstellung. Der Artikel beleuchtet nur die Sichtweise der Studierenden, insb. welche Entrepreneurship-Kultur-Elemente sie bevorzugen. Ein Großteil der Untersuchungspersonen besitzt keine bzw. nur geringfügige Erfahrung im Kontext des Aufbaus und dem erfolgreichen Führen eines eigenen Unternehmens. In diesem Sinne wäre ebenso die Untersuchung von Personen interessant, die bereits Gründungserfahrungen besitzen. Hierbei stellt sich die Frage, welche Entrepreneurship-Kultur-Elemente aus ihrer Sicht eine Relevanz haben.

Eine weitere fundamentale Problematik könnte darin bestehen, dass eine Entrepreneurship-Kultur keinen oder nur einen geringen förderlichen Einfluss auf das Gründungsverhalten der Studierenden besitzt. Überspitzt würde dies bedeuten, dass Studierende auch ohne eine förderliche Entrepreneurship-Kultur ein eigenes Unternehmen gründen. Eine unternehmerische Sozialisierung könnte sich bereits in einer früheren Lebensphase vollzogen haben, so dass Studierende schon mit einer unternehmerischen Einstellung an die Hochschule kommen. Das Gründungsverhalten könnte ebenso ein Resultat einer fehlenden Berufsalternative im Angestelltenverhältnis sein (bspw. bei kreativen, künstlerischen Berufen). Gründungsverhalten könnte sich aber auch als logische Konsequenz ergeben, indem Erfinder und Ideenentwickler eine spürbare Nachfrage nach ihren Fähigkeiten und entwickelten Produkten wahrnehmen. Untersuchungen in naturwissenschaftlichen Disziplinen zeigen, dass naturwissenschaftliche Fachgebiete eine affektverdrängende Wirkung besitzen können und somit isoliertes und autonomes Arbeiten fördern. Gründungsaktivierende Elemente, wie das Aufzeigen von Beispielgründungen oder Sensibilisierung mittels Entrepreneurship-Seminare, spielen somit keine ausschlaggebende Rolle als Stimulatoren für ein Gründungsverhalten.³

³ Siehe Sass (2011): Der Naturwissenschaftler als Unternehmer: Gründertypen und deren Motivation im universitären Umfeld. Gabler Verlag.