

# Gründungsmonitor der Fachhochschule Potsdam Entrepreneurship School & Gründungsservice 2024 Zweite Hauptbefragung

Keywords: Gründungsneigung, Selbstständigkeit, Gründungsmotivation,  
Gründungshemmnisse, Fachhochschule

Autor\*innen:

Ulrike Köpke

Wissenschaftliche Mitarbeiterin

Zentrale Einrichtung Gründungsservice & Managementqualifikationen (ZEGM)

Fachhochschule Potsdam

E-Mail: [ulrike.koepke@fh-potsdam.de](mailto:ulrike.koepke@fh-potsdam.de)

Enrico Sass

Zentrale Einrichtung Gründungsservice & Managementqualifikationen (ZEGM)

Fachhochschule Potsdam

E-Mail: [enrico.sass@fh-potsdam.de](mailto:enrico.sass@fh-potsdam.de)

## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung</b> .....	2
<b>2. Deskriptive Statistik</b> .....	3
<b>3. Selbstständigkeit</b> .....	5
3.1 Selbstständigkeit nach akademischem Status und Geschlecht .....	5
3.2 Selbstständigkeit von Studierenden und Absolvent*innen nach Fachbereich und Geschlecht.....	7
<b>4. Was spricht derzeit gegen eine Selbstständigkeit?</b> .....	9
4.1 Studierende.....	9
4.2 Absolvent*innen .....	10
4.3 Unterschiede zwischen Studierenden und Absolvent*innen .....	12
<b>5. Gründungsmotivationen</b> .....	13
5.1 Studierende.....	13
5.2 Absolvent*innen .....	14
<b>6. Merkmale einer bestehenden oder geplanten Selbstständigkeit</b> .....	15
6.1 Selbstständigkeitsform.....	15
6.2 Kontext der Gründungsidee.....	16
<b>7. Persönlichkeitsmerkmale</b> .....	17
7.1 Risikobereitschaft .....	17
7.2. Unternehmerisches Persönlichkeitsprofil .....	18
<b>8. Implikationen für die Gründungsförderung an Hochschulen</b> .....	20
8.1 Praxisfokus, betriebswirtschaftliche und gründungsspezifische Qualifizierung .....	20
8.2 Gründungsservice vereint betriebswirtschaftliche und coachingspezifische Expertise.....	21
8.3 Begleitforschung als zeitgemäße Evaluation .....	21
8.4 Existenzgründung startet mit Freelancer*innen-Tätigkeiten .....	22
8.5 Trainings für den Umgang mit Unsicherheit und Risiken .....	23
<b>9. Literatur</b> .....	26

1

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Selbstständigkeit nach akademischem Status und Geschlecht .....	6
Abbildung 2 Selbstständigkeit von Studierenden und Absolvent*innen nach Fachbereich und Geschlecht.....	8
Abbildung 3 Studierende: Was spricht derzeit gegen eine Selbstständigkeit? (n=172).....	10
Abbildung 4 Absolvent*innen: Was spricht derzeit gegen eine Selbstständigkeit? (n=134) .....	11
Abbildung 5 Studierende und Absolvent*innen im Vergleich: Was spricht derzeit gegen eine Selbstständigkeit? .....	12
Abbildung 6 Studierende: Gründungsmotive nach Geschlecht (n=119).....	14
Abbildung 7 Absolvent*innen: Gründungsmotive nach Geschlecht (n=79) .....	15
Abbildung 8 Selbstständigkeitsform nach selbstständigen Status .....	16
Abbildung 9 Kontext der Gründungsidee.....	17

## 1. Einleitung

Die Zentrale wissenschaftliche Einrichtung Gründungsservice und Managementqualifikationen (ZEGM) bietet Studierenden, Alumnae und Alumni sowie Mitarbeiter\*innen der Fachhochschule Potsdam die Möglichkeit, ihre kreativen Potentiale zu entfalten, nachhaltige Gründungsideen zu entwickeln und wichtiges Managementwissen für spätere Führungsaufgaben zu erwerben. Im Rahmen des EXIST-Potentiale-Projektes besteht ein Ziel darin, relevante Daten zum Gründungsverhalten an der Fachhochschule Potsdam (FHP) zu erheben. Dazu wurde eine Umfrage entwickelt, die an alle Angehörigen der Fachhochschule Potsdam gesendet wurde. Die Teilnahme war vom 02.06.23 bis 14.07.23 möglich und setzte kein Gründungsinteresse voraus. Alle Studierenden, Mitarbeitenden und Absolvent\*innen, die innerhalb der letzten drei Jahre ihren Abschluss an der FHP gemacht haben, erhielten einen persönlichen Befragungslink. Insgesamt wurden drei Erinnerungsschreiben verschickt (zwei, fünf und sechs Wochen nach Feldstart) und gezielt diejenigen angeschrieben, die bis dato nicht an der Umfrage teilgenommen haben. Zusätzlich wurde die Umfrage auf der Website der FHP und über verschiedene Social-Media-Kanäle beworben. Insgesamt lag die Rücklaufquote bei 11,4% (n=702). Das System Quamp, das zur Erhebung der Antworten genutzt wurde, ermöglichte einen direkten Import aller eingegangenen Antworten in die Statistiksoftware SPSS. Durch eine anschließende Datenüberprüfung und -bereinigung lagen 628 Angaben auf Individualebene vor. Der Fragebogen erfasste neben Fragen zu einer derzeitigen beruflichen Selbstständigkeit oder der Gründungsneigung zusätzlich Fragen zu Motivatoren und Hemmnissen einer Selbstständigkeit, persönlichen Arbeits- und Lebenszielen und Persönlichkeitsmerkmalen.

Dieser Beitrag soll einen Überblick über die Gründungsneigung und -umsetzung einer beruflichen Selbstständigkeit Angehöriger der FHP liefern. Im Folgenden wird zunächst ein demografischer Überblick gegeben. Anschließend wird die derzeitige Situation einer beruflichen Selbstständigkeit von FHP-Angehörigen nach unterschiedlichen Merkmalen betrachtet. Weiterhin wird dargestellt, welche Faktoren Studierende und Absolvent\*innen von einer beruflichen Selbstständigkeit eher abhalten und welche Faktoren motivierend wirken. Abschließend wird ein Überblick über die Persönlichkeitsstruktur von Angehörigen der FHP gegeben. Der Beitrag liefert somit Hinweise darauf, welche Angebote die Gründungsservices der Fachhochschulen anbieten können, um mehr Gründungen aus dem Hochschulkontext hervorzubringen.

## 2. Deskriptive Statistik

Tabelle 1 gibt einen Überblick über die deskriptive Statistik. Insgesamt haben an der Befragung der FHP Entrepreneurship School & Gründungsservice deutlich mehr Frauen als Männer teilgenommen (72,3% vs. 27,2%). Die befragten Männer waren mit 32,44 Jahren im Durchschnitt über drei Jahre älter als die befragten Frauen mit im Mittel 29,23 Jahren. Weiterhin war die Hälfte aller Befragten zum Befragungszeitpunkt an der FHP studierend. 37,1% haben innerhalb der letzten drei Jahre ihren Abschluss an der FHP gemacht. 12,9% gaben an, Mitarbeitende der FHP zu sein. Am häufigsten haben Personen des Fachbereichs Sozial- und Bildungswissenschaften an der Befragung teilgenommen (31,8%), gefolgt vom Fachbereich Stadt | Bau | Kultur (19,4%), dem Fachbereich Design (15,8%) und dem Fachbereich Informationswissenschaften (15,6%). Am seltensten nahmen Personen des Fachbereichs Bauingenieurwesen an der Befragung teil (10,4%). Einige der Mitarbeitenden waren zusätzlich der Verwaltung (1,9%) oder zentralen Einrichtungen (1,4%) zuzuordnen.

Von den insgesamt 547 an der Befragung teilnehmenden Studierenden und Absolvent\*innen<sup>1</sup> waren 73,5% weiblich und 26,0% männlich. Die Fachhochschule Potsdam registrierte im Wintersemester 2022/23 63,7% weibliche und 36,3% männliche Studierende, sodass die Umfrage hinsichtlich des weiblichen Geschlechts überrepräsentiert ist. Weiterhin waren 34,5% der insgesamt an der FHP registrierten Studierenden und Absolvent\*innen dem Fachbereich Sozial- und Bildungswissenschaften, 21,3% dem Fachbereich Stadt | Bau | Kultur, 15,4% dem Fachbereich Bauingenieurwesen, 15,3% dem Fachbereich Design und 13,5% dem Fachbereich Informationswissenschaften angehörig, sodass die Ergebnisse hinsichtlich der Studierenden und Absolvent\*innen als recht repräsentativ gelten.

Insgesamt zeigte sich, dass der Anteil derjenigen, die bereits selbstständig sind oder aber eine Selbstständigkeit ernsthaft in Betracht ziehen (zusammen 39,6%) und der Anteil derjenigen, für die eine Selbstständigkeit (derzeit) nicht in Betracht kommt (39,2%), in etwa gleich groß waren. Daneben gaben 5,3% an, bereits selbstständig gewesen zu sein, aber ihre Selbstständigkeit wieder aufgegeben zu haben. Weiterhin zeigte sich, dass die am häufigsten gewählte oder geplante Selbstständigkeitsform die freiberufliche Tätigkeit ist (18,9%) und die Übernahme eines Unternehmens am wenigsten eine Rolle spielt (1,0%).

---

<sup>1</sup> ohne Betrachtung der teilnehmenden Mitarbeitenden

Tabelle 1: Deskriptive Verteilung

VARIABLE	Ausprägung	GESAMT		FRAUEN		MÄNNER	
		N	%	N	%	N	%
GECHLECHT	Frau	454	<b>72,3</b>	454	<b>100,0</b>	-	-
	Mann	171	<b>27,2</b>	-	-	171	<b>100,0</b>
	Divers	3	<b>0,5</b>	-	-	-	-
ALTER	Mittelwert	30,09	<b>100,0</b>	29,23	<b>100,0</b>	32,44	<b>100,0</b>
AKADEMISCHER STATUS	Student*in	314	<b>50,0</b>	240	<b>52,9</b>	73	<b>42,7</b>
	Absolvent*in	233	<b>37,1</b>	162	<b>35,7</b>	69	<b>40,4</b>
	nicht wissenschaftliche Mitarbeiter*in	35	<b>5,6</b>	24	<b>5,3</b>	11	<b>6,4</b>
	wissenschaftliche*r Mitarbeiter*in	19	<b>3,0</b>	13	<b>2,9</b>	6	<b>3,5</b>
	Professor*in	7	<b>1,1</b>	3	<b>0,7</b>	4	<b>2,3</b>
	extern	20	<b>3,2</b>	12	<b>2,6</b>	8	<b>4,7</b>
FACHBEREICH	Sozial- und Bildungswissenschaften (FB 1)	197	<b>31,4</b>	166	<b>36,6</b>	30	<b>17,5</b>
	Stadt/ Bau/ Kultur (FB 2)	122	<b>19,4</b>	83	<b>18,3</b>	37	<b>21,6</b>
	Bauingenieurwesen (FB 3)	65	<b>10,4</b>	35	<b>7,7</b>	30	<b>17,5</b>
	Design (FB 4)	99	<b>15,8</b>	67	<b>14,8</b>	32	<b>18,7</b>
	Informationswissenschaften (FB 5)	98	<b>15,6</b>	75	<b>16,5</b>	23	<b>13,5</b>
	Verwaltung	12	<b>1,9</b>	6	<b>1,3</b>	6	<b>3,5</b>
	Zentrale Einrichtung	9	<b>1,4</b>	7	<b>1,5</b>	2	<b>1,2</b>
	keine Angabe	26	<b>4,1</b>	15	<b>3,3</b>	11	<b>6,4</b>
GRÜNDUNGSNEIGUNG	Bereits selbstständig	100	<b>15,9</b>	55	<b>12,1</b>	44	<b>25,7</b>
	Ernsthafte Erwägung	149	<b>23,7</b>	109	<b>24,0</b>	40	<b>23,4</b>
	Nein, einiges spricht dagegen	213	<b>33,9</b>	160	<b>35,2</b>	51	<b>29,8</b>
	Nein, kommt nicht in Frage	133	<b>5,3</b>	111	<b>24,4</b>	22	<b>12,9</b>
	Selbstständigkeit aufgegeben	33	<b>5,3</b>	19	<b>4,2</b>	14	<b>8,2</b>
DERZEITIGE ODER GEPLANTE SELBSTSTÄNDIGKEITSFORM	Übernahme eines Unternehmens	6	<b>1,0</b>	4	<b>0,9</b>	2	<b>1,2</b>
	Gründung eines neuen Unternehmens	76	<b>12,1</b>	42	<b>9,3</b>	34	<b>19,9</b>
	Freelancer*in/ Freiberufler*in	119	<b>18,9</b>	73	<b>16,1</b>	45	<b>26,3</b>
	Sonstiges	6	<b>1,0</b>	5	<b>1,1</b>	1	<b>0,6</b>
	Steht noch nicht fest	45	<b>7,2</b>	42	<b>9,3</b>	3	<b>1,8</b>
	nicht selbstständig tätig	375	<b>59,7</b>	287	<b>63,2</b>	86	<b>50,3</b>
	keine Angabe	1	<b>0,2</b>	1	<b>0,2</b>	0	<b>0,0</b>
<b>GESAMT</b>		<b>628</b>	<b>100</b>	<b>454</b>	<b>100</b>	<b>171</b>	<b>100</b>

### 3. Selbstständigkeit

Im Folgenden wird ein Überblick über die berufliche Selbstständigkeit nach akademischen Status sowie nach Fachbereich der Studierenden und Absolvent\*innen und Geschlecht gegeben. Die Befragten wurden gebeten, die Frage „Haben Sie vor, sich beruflich selbstständig zu machen?“ zu beantworten. Dabei standen fünf Antwortmöglichkeiten zur Verfügung: „Ich bin schon selbstständig“; „Ja, ich erwäge es ernsthaft“; „Nein, weil zurzeit einiges dagegen spricht“; „Nein, kommt für mich gar nicht in Frage“ und „Ich war schon selbstständig, habe meine Selbstständigkeit aber aufgegeben“. Die Auswahl der Antwortmöglichkeiten erfolgte in Anlehnung an die vom Deutschen Zentrum für Hochschul- und Wissenschaftsforschung (DZHW) im Absolventenpanel gestellte Frage. Lediglich die letzte Kategorie wurde neu hinzugefügt, da wir zusätzlich Personen identifizieren wollten, die eine Selbstständigkeit wieder aufgegeben haben, ohne dafür ein komplexes Kalendarium zu verwenden, in dem alle Tätigkeiten und deren Start- und Enddatum eingetragen werden.

#### 3.1 Selbstständigkeit nach akademischem Status und Geschlecht

Abbildung 1 gibt einen Überblick über die berufliche Selbstständigkeit nach akademischem Status und Geschlecht. Die Ergebnisse zeigen zunächst, dass Männer über alle Statusgruppen hinweg häufiger bereits selbstständig waren und für sie seltener eine Selbstständigkeit überhaupt nicht in Frage kam. Dies deckt sich mit Ergebnissen früherer Untersuchungen, die zeigen, dass Frauen seltener unternehmerisch selbstständig sind (IAB ZEW Gründungspanel 2018; Sternberg et al. 2020; Köpke & Schmitt-Rodermund 2023). Zusätzlich gaben Männer fast aller Statusgruppen seltener an, dass derzeit einiges gegen eine Selbstständigkeit spricht. Ausnahme bildeten hierbei jedoch männliche Absolventen, die im Vergleich zu Absolventinnen häufiger angaben, dass derzeit einiges gegen eine berufliche Selbstständigkeit spricht.

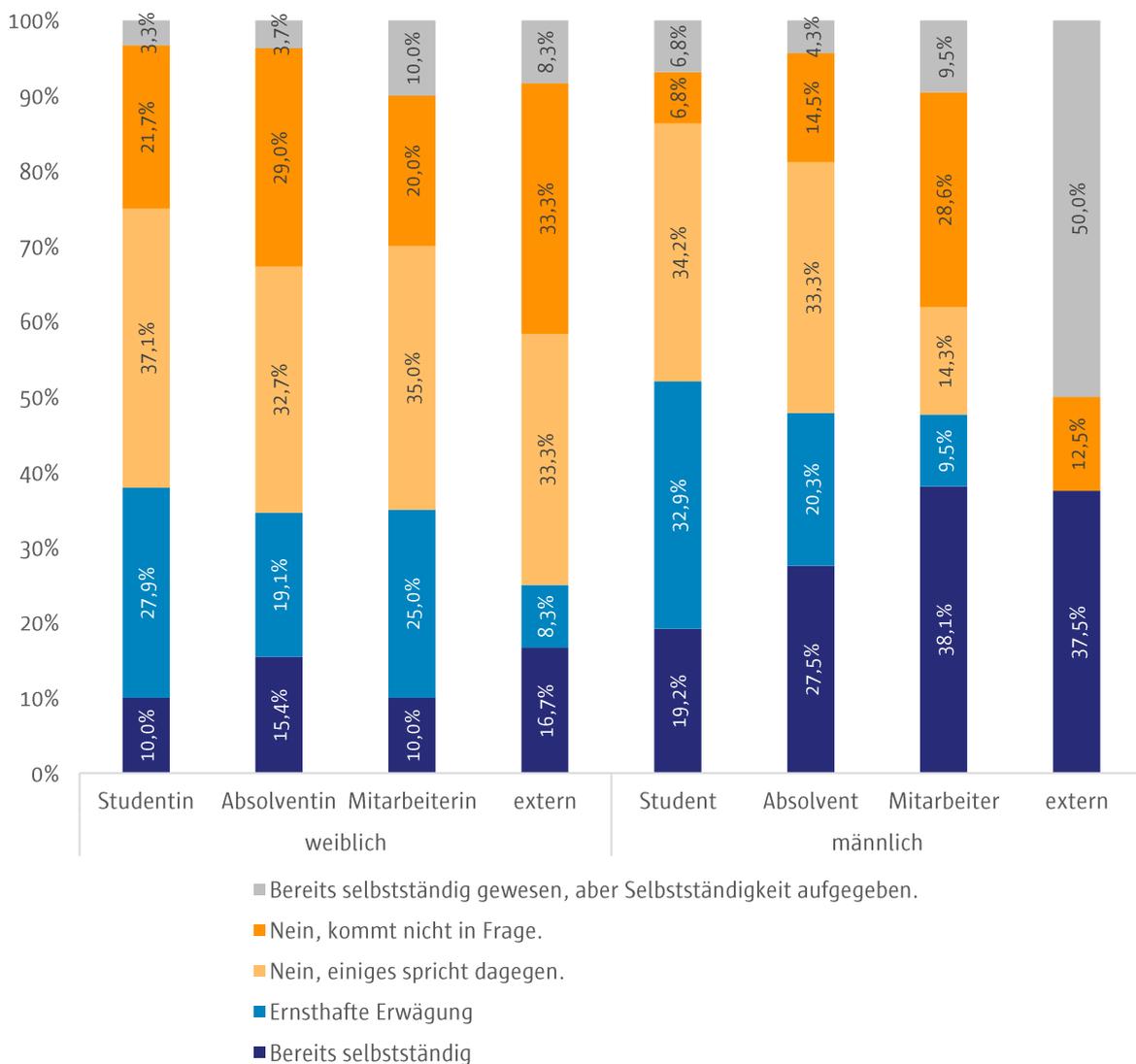
Werden die Ergebnisse nach Statusgruppe betrachtet, zeigen diese, dass 10,0% der Studentinnen und 19,2% der Studenten bereits selbstständig waren. Gleichzeitig erwogen 32,9% der männlichen und 27,9% der weiblichen Studierenden eine Selbstständigkeit ernsthaft. Etwas mehr weibliche als männliche Studierende gaben an, dass derzeit einiges gegen eine Selbstständigkeit spricht (37,1% vs. 34,2%). Dagegen gaben deutlich mehr weibliche als männliche Studierende an, dass eine Selbstständigkeit nicht in Frage kommt: Während es bei den Männern nur jeder sechzehnte Student war, erklärte dies bei den Frauen fast jede fünfte Studentin. Zusätzlich gaben mehr männliche Studierende an, bereits selbstständig gewesen zu sein, die Selbstständigkeit aber wieder aufgegeben zu haben (6,8% vs. 3,3%).

Wird nun die Gruppe der Absolvent\*innen betrachtet, ergibt sich folgendes Bild: Lediglich 15,4% der Absolventinnen war bereits selbstständig, während es bei den Absolventen mit 27,5% fast doppelt so viele waren. Etwa jede\*r fünfte weibliche und männliche Absolvent\*in erwog eine Selbstständigkeit ernsthaft. Etwa ein Drittel der Absolvent\*innen gab an, dass derzeit einiges gegen

eine Selbstständigkeit spricht. Deutlich größer war der Unterschied zwischen den Geschlechtern, wenn es darum ging, dass eine Selbstständigkeit überhaupt nicht in Frage kommt. So wurde dies von 29,0% der weiblichen, jedoch nur von 14,5% der männlichen Absolvent\*innen angegeben. Etwa gleich viele männliche (4,3%) und weibliche Absolvent\*innen (3,7%) waren bereits selbstständig, haben das Unternehmertum jedoch wieder aufgegeben.

Die Ergebnisse für die Gruppe der Mitarbeitenden zeigen, dass fast viermal so viele Mitarbeiter der FHP bereits selbstständig waren, vergleichend zu Mitarbeiterinnen. Dagegen erwogen mehr Mitarbeiterinnen eine Selbstständigkeit ernsthaft (25,0% vs. 9,5%). Auf der anderen Seite gaben mehr Mitarbeiter an, dass eine Selbstständigkeit nicht in Frage kommt (28,6% vs. 14,3%). Etwa jeder 10. der befragten männlichen und weiblichen Mitarbeitenden war schon selbstständig, hat die Selbstständigkeit aber wieder aufgegeben.

Abbildung 1 Selbstständigkeit nach akademischem Status und Geschlecht



### 3.2 Selbstständigkeit von Studierenden und Absolvent\*innen nach Fachbereich und Geschlecht

Abbildung 2 gibt einen Überblick über die berufliche Selbstständigkeit von Studierenden und Absolvent\*innen nach Fachbereich und Geschlecht. Es wurde zunächst deutlich, dass über alle Fachbereiche hinweg — ausgenommen der Fachbereich Stadt | Bau | Kultur — Studenten und Absolventen bereits häufiger selbstständig waren als Studentinnen und Absolventinnen und dass diese einer beruflichen Selbstständigkeit seltener ablehnend gegenüberstehen.

Für den Fachbereich Sozial- und Bildungswissenschaften zeigen die Ergebnisse, dass ein sehr hoher Anteil der Befragten einer Selbstständigkeit ablehnend gegenüberstand, da zurzeit einiges dagegenspricht oder eine Selbstständigkeit überhaupt nicht in Frage kommt. Letzteres wurde von Frauen deutlich häufiger angegeben als von Männern (23,6% vs. 7,7%). Als häufigsten Grund gaben Frauen dieses Fachbereichs an, dass kein ausreichendes Startkapital zur Verfügung steht oder aber keine konkrete Geschäftsidee vorliegen würde. Auch Männer benannten diese Gründe. Allerdings gaben Sie zusätzlich an, dass die Risiken einer Selbstständigkeit zu hoch seien (nicht dargestellt). Zusätzlich zeigen die Ergebnisse, dass weniger als jeder Zehnte bereits selbstständig war.

Hinsichtlich des Fachbereichs Stadt | Bau | Kultur zeigen die Ergebnisse, dass Frauen und Männer zu etwa gleich großen Anteilen bereits selbstständig waren. Allerdings gaben deutlich mehr Männer als Frauen an, dass sie eine Selbstständigkeit ernsthaft erwägen (42,4% vs. 26,9%). Gleichzeitig kam für Frauen eine Selbstständigkeit häufiger nicht in Frage (10,3% vs. 3,0%). Auch hier wurden als Hemmnis am häufigsten das fehlende Startkapital oder eine fehlende Gründungsidee benannt (nicht dargestellt).

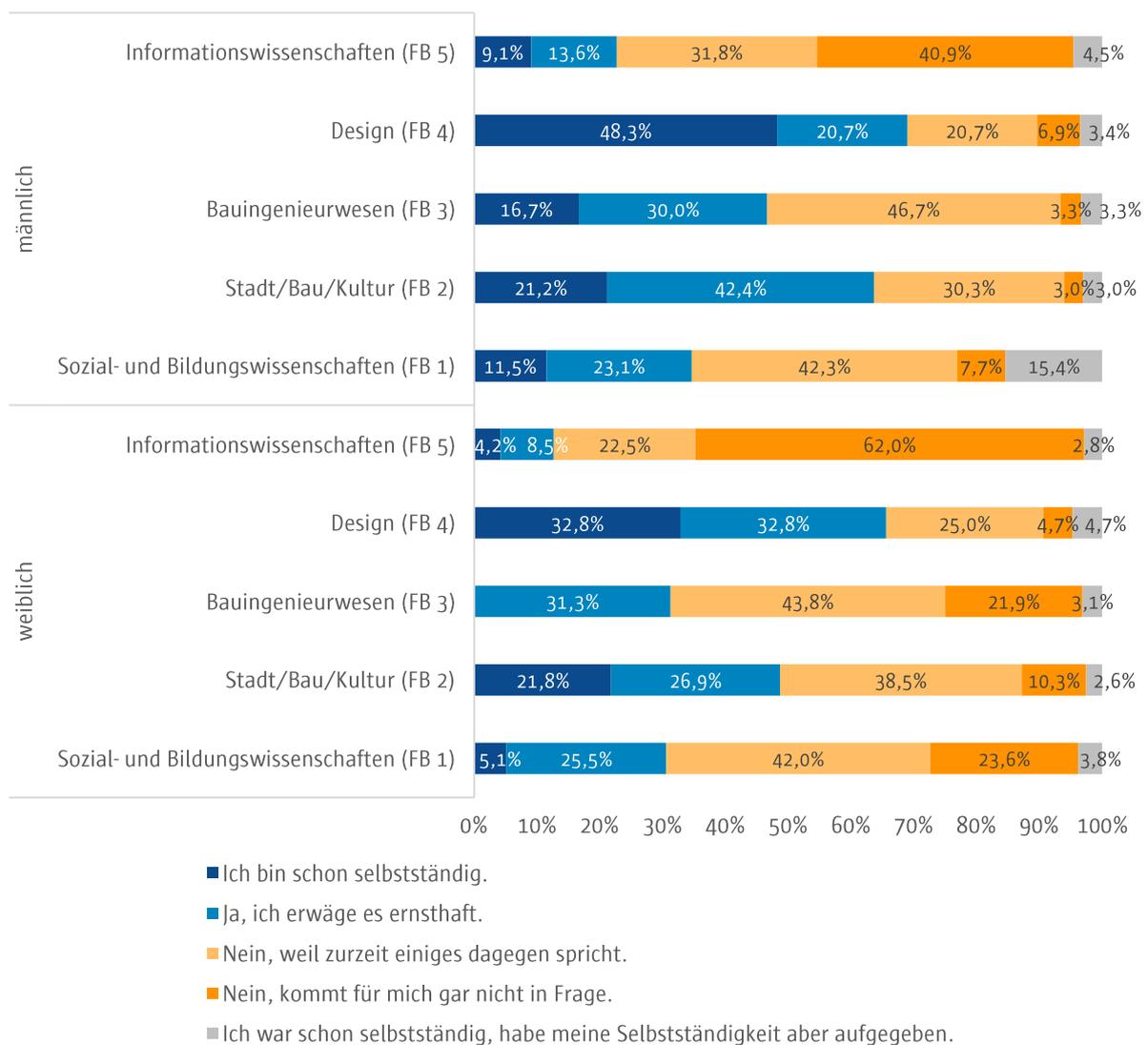
Werden nun die Ergebnisse des Fachbereichs Bauingenieurwesen betrachtet, zeigt sich zunächst, dass keine der befragten Studentinnen oder Absolventinnen dieses Fachbereichs bereits selbstständig waren, während es bei den Männern 16,7% waren. Hingegen war der Anteil derjenigen, die eine Selbstständigkeit ernsthaft erwägen bei Männern und Frauen ähnlich hoch (30,0% vs. 31,3%). Allerdings gaben deutlich mehr Frauen als Männer dieses Fachbereichs an, dass eine Selbstständigkeit nicht in Frage kommt (21,9% vs. 3,3%). Am häufigsten nannten Frauen als Hemmnis, dass sie zu wenig kaufmännisches Wissen und zu geringe Marktkenntnisse haben (nicht dargestellt).

Für Personen des Fachbereichs Design scheint die berufliche Selbstständigkeit eine interessante Erwerbsalternative zu sein. Bei den Männern waren gut die Hälfte der Befragten bereits selbstständig, bei den Frauen waren es etwa ein Drittel der Befragten, die bereits selbstständig waren. Die Ergebnisse sind sehr gut nachvollziehbar, wenn man bedenkt, dass Studierende und Absolvent\*innen eines kreativen Fachs oft die Möglichkeit haben, als Freiberufler\*innen tätig zu sein (Briedis et al. 2008), wofür in der Regel nur kleine oder keine Kredite erforderlich sind (Räthke 2002), was den Start in die Selbstständigkeit vereinfacht. Allerdings gaben auch etwa ein Viertel der Männer

und fast ein Drittel der Frauen an, dass eine Selbstständigkeit derzeit oder überhaupt nicht in Frage kommt. Als Hemmnis wurde am häufigsten angegeben, dass die Risiken einer Selbstständigkeit zu hoch oder zu schwer kalkulierbar sind (nicht dargestellt), was jedoch im Widerspruch zu den Vorteilen einer freiberuflichen Tätigkeit steht. Die Ergebnisse der Umfrage bestätigten die Annahme, dass bereits selbstständige Designer\*innen häufig die Freiberuflichkeit als Selbstständigkeitsform wählen.

Auf der anderen Seite zeichnet sich der Fachbereich Informationswissenschaften eher durch eine Ablehnung gegenüber der beruflichen Selbstständigkeit aus. Fast 73% der männlichen und fast 85% der weiblichen Studierenden und Absolvent\*innen gaben an, dass eine Selbstständigkeit derzeit oder überhaupt nicht in Frage kommt. Am häufigsten wurde als Hemmnis das Fehlen einer konkreten Geschäftsidee angegeben. Frauen gaben zusätzlich häufig an, dass die Risiken einer Selbstständigkeit zu hoch seien (nicht dargestellt). Außerdem war für Männer dieses Fachbereichs der geringste Anteil der bereits Selbstständigen zu verzeichnen (9,1%).

Abbildung 2 Selbstständigkeit von Studierenden und Absolvent\*innen nach Fachbereich und Geschlecht



Insgesamt lässt sich somit festhalten, dass vor allem Personen des Fachbereichs Design die Selbstständigkeit als interessante und realisierbare Erwerbstätigkeit wahrnehmen. Für Personen des Fachbereichs Informationswissenschaften kommt eine Selbstständigkeit hingegen eher nicht in Betracht. Zusätzlich zeigte sich, dass Frauen des Fachbereichs Bauingenieurwesen bisher keine Selbstständigkeit umgesetzt haben, dafür aber eine Selbstständigkeit erwägen. Am größten scheint die Abbruchrate einer beruflichen Selbstständigkeit bei den Männern des Fachbereichs Sozial- und Bildungswissenschaften zu sein. In allen anderen Fachbereichen war die Abbruchquote etwa gleich groß.

## 4. Was spricht derzeit gegen eine Selbstständigkeit?

Im Folgenden wird ein Überblick über die Hemmnisse einer Selbstständigkeit von Studierenden und Absolvent\*innen getrennt nach Geschlecht gegeben. Um die Hemmnisse zu benennen, wurden 13 mögliche Gründe vorgegeben. Zusätzlich hatten die Befragten die Option, sonstige Gründe in Form eines Freitextes anzugeben. Außerdem waren Mehrfachantworten möglich. Es wurden lediglich Personen gebeten, Angaben zu den Hemmnissen einer Selbstständigkeit zu machen, wenn sie zuvor angaben, dass derzeit einiges gegen eine Selbstständigkeit spricht oder eine Selbstständigkeit nicht in Frage kommt. Hingegen sollten Personen, die bereits selbstständig sind oder aber eine Selbstständigkeit ernsthaft erwägen, Angaben zu den Motivatoren machen (Kapitel 5).

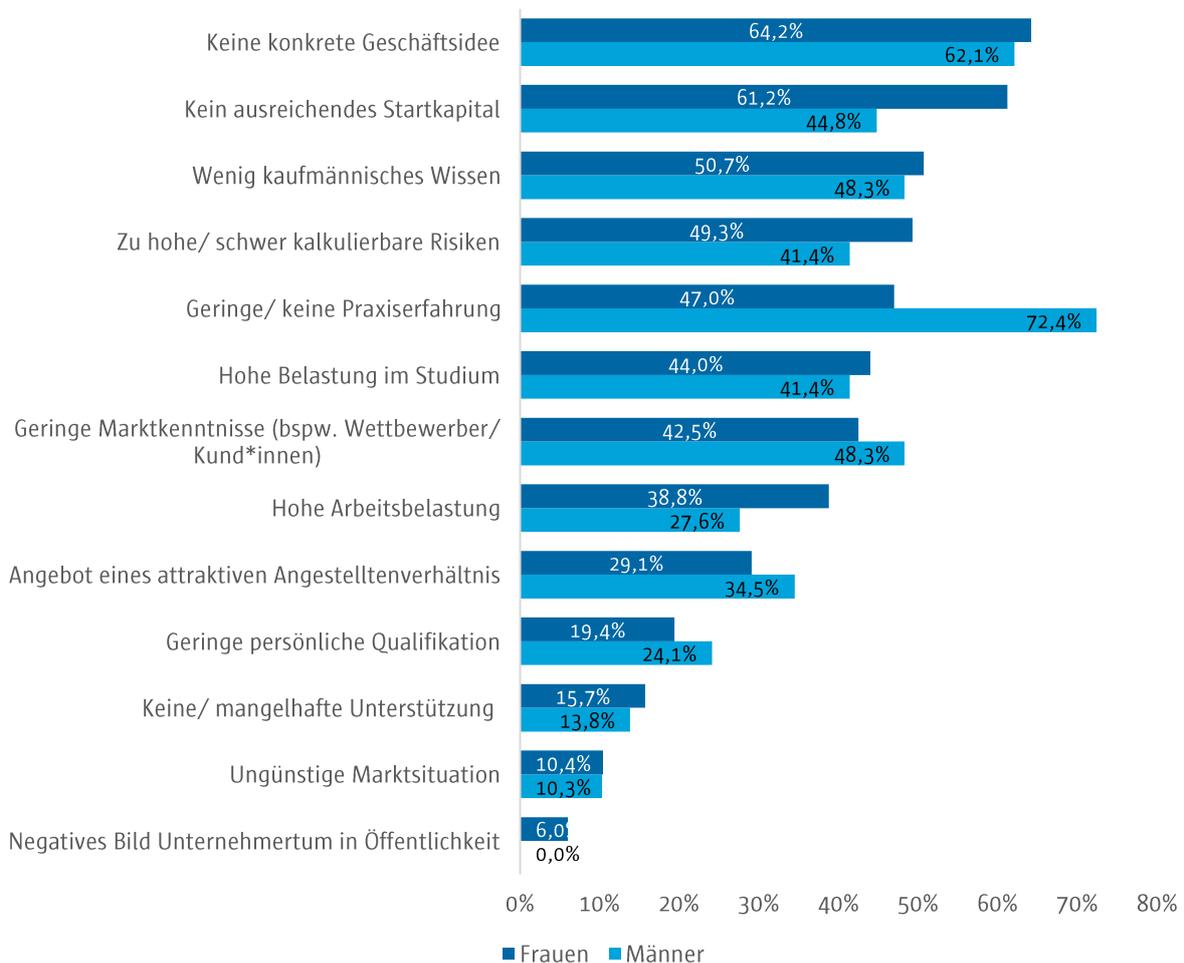
### 4.1 Studierende

Studierende, die angaben, sich nicht beruflich selbstständig machen zu wollen (n=172), wurden gebeten, zusätzlich Angaben darüber zu machen, was (derzeit) gegen eine Selbstständigkeit spricht. Abbildung 3 gibt einen Überblick über die Gründe, die bei den befragten Studierenden gegen eine Selbstständigkeit sprechen. Aufgrund bestehender Geschlechterunterschiede wurden Männer und Frauen getrennt voneinander betrachtet. Studierende mit dem Geschlecht »divers« konnten aufgrund geringer Fallzahlen nicht in die Auswertung einbezogen werden.

Die häufigsten Gründe, die gegen die Umsetzung einer selbstständigen Tätigkeit sprechen, waren, dass bisher keine konkrete Geschäftsidee entwickelt wurde (64,2% bei Frauen; 62,1% bei Männern) oder dass nicht ausreichend Startkapital zur Verfügung steht, wobei letzteres Hemmnis häufiger von weiblichen Studierenden genannt wurde (61,4% vs. 44,8%). Dass das Unternehmertum in der Öffentlichkeit nicht als angesehen gilt, derzeit eine ungünstige Marktsituation besteht oder dass es keine oder nur unzureichende Unterstützung bei der Umsetzung einer Selbstständigkeit gibt, wurden sehr selten als Gründe gegen eine Selbstständigkeit angegeben. Besonders hinsichtlich der geringen Praxiserfahrung gab es deutliche geschlechtsspezifische Unterschiede. Ein Großteil der männlichen Studierenden nannte dies als Grund gegen eine Selbstständigkeit (72,4%), während nur 47,0% der weiblichen Studierenden dies angab. Ebenso gab es geschlechtsspezifische Unterschiede in Bezug auf die als schwer einzuschätzenden Risiken. Diese wurden häufiger von weiblichen Studierenden als Grund gegen eine Selbstständigkeit genannt (49,3% vs. 41,4%). Der Befund

unterstützt die Erkenntnis aus der Literatur, dass Frauen tendenziell risikoaverser sind als Männer (Dohmen et al. 2011; Caliendo et al. 2015). Darüber hinaus gaben deutlich mehr weibliche Studierende an, dass die hohe Arbeitsbelastung im Studium ein Hindernis für die Selbstständigkeit darstellt (38,8% vs. 27,6%). Zusätzlich scheinen weibliche Studierende mehr als männliche Studierende der Meinung zu sein, dass das Unternehmertum in der Öffentlichkeit eher negativ wahrgenommen wird (6,0% vs. 0%). Zusätzlich haben 19 Studierende die Möglichkeit genutzt, weitere Hemmnisse anzugeben. Dabei wurde oft erwähnt, dass das gewählte Berufsfeld sich nicht für eine Selbstständigkeit eignet oder dass finanzielle Unsicherheiten, insbesondere im Fall von Krankheit, ein bedeutendes Hemmnis darstellen.

Abbildung 3 Studierende: Was spricht derzeit gegen eine Selbstständigkeit? (n=172)

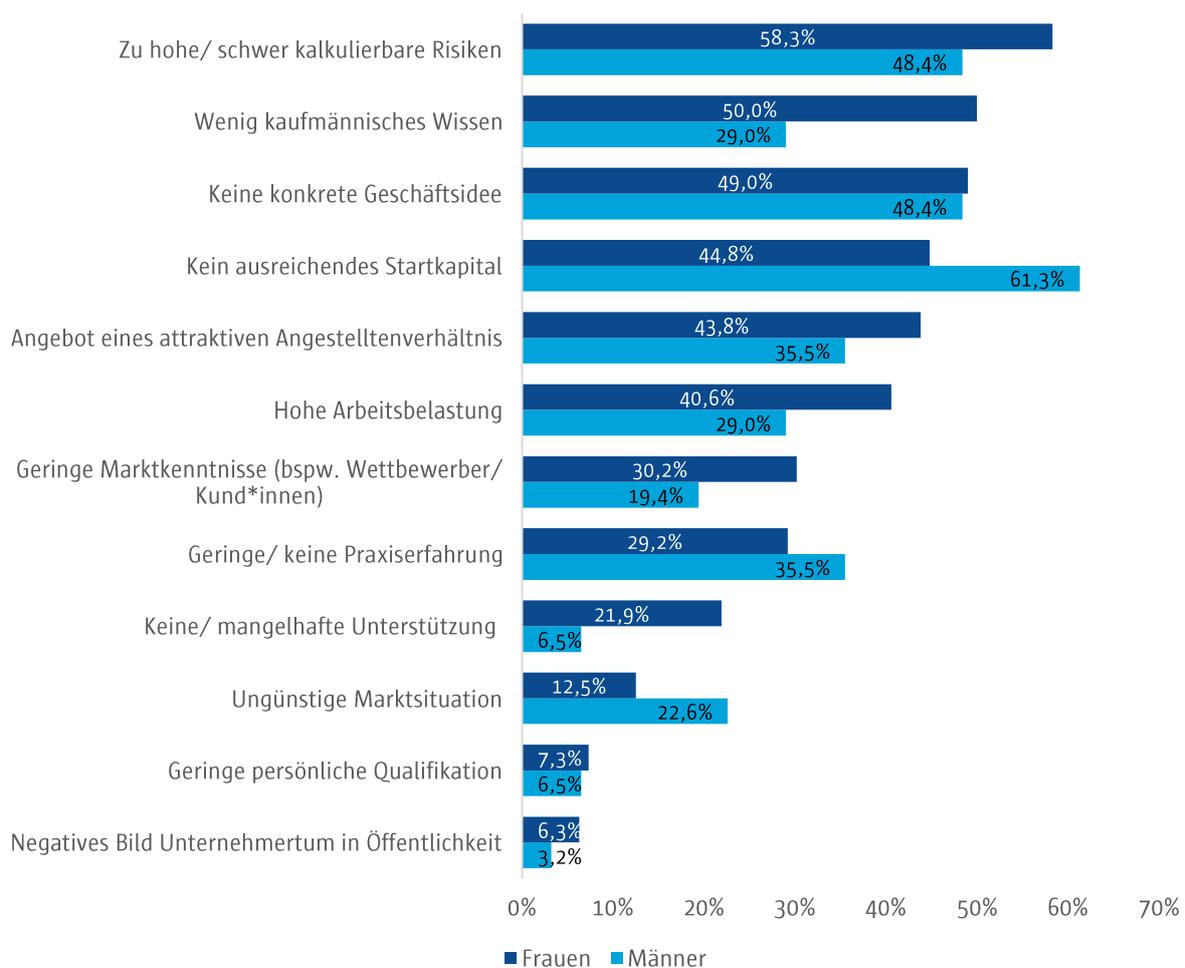


#### 4.2 Absolvent\*innen

Auch Absolvent\*innen, die angaben, sich nicht beruflich selbstständig machen zu wollen (n=134), wurden gebeten, zusätzlich Angaben darüber zu machen, was (derzeit) gegen eine Selbstständigkeit spricht. Die Ergebnisse, wie in Abbildung 4 dargestellt, zeigen, dass vor allem die als zu hoch und schwer kalkulierbar empfundenen Risiken als maßgeblicher Faktor gegen eine Selbstständigkeit genannt wurden. Interessanterweise neigten Absolventinnen dazu, dieses Hindernis häufiger zu

erwähnen als ihre männlichen Kollegen (58,3% vs. 48,4%), was sich erneut mit anderen empirischen Befunden deckt (Dohmen et al. 2011; Caliendo et al. 2015). Ein weiterer wesentlicher Aspekt ist das Manko an kaufmännischem Wissen, das besonders Absolventinnen davon abhält, den Schritt in die berufliche Selbstständigkeit zu wagen (50,0% vs. 29,0%). Hingegen ist das Fehlen einer konkreten Geschäftsidee gleichermaßen bei männlichen und weiblichen Absolventinnen verbreitet (ca. 49%). Im Gegensatz dazu wurden seltener Gründe wie die negative öffentliche Wahrnehmung des Unternehmertums (weiblich: 6,3%, männlich: 3,2%) oder mangelnde persönliche Qualifikationen (weiblich: 7,3%, männlich: 6,5%) genannt. Auffällige geschlechtsspezifische Unterschiede zeigten sich insbesondere in Bezug auf die Einschätzung der Marktsituation als ungünstig (22,6% vs. 12,5%) und das Fehlen ausreichenden Startkapitals (61,3% vs. 44,8%), wobei diese Gründe häufiger von männlichen Absolventen angeführt wurden. Demgegenüber nannten Frauen häufiger die hohe Arbeitsbelastung (40,6% vs. 29,0%) und das Fehlen oder die Unzulänglichkeit von Unterstützung bei der Umsetzung einer Selbstständigkeit (21,9% vs. 6,5%) als Hindernisse für den Schritt in die Selbstständigkeit.

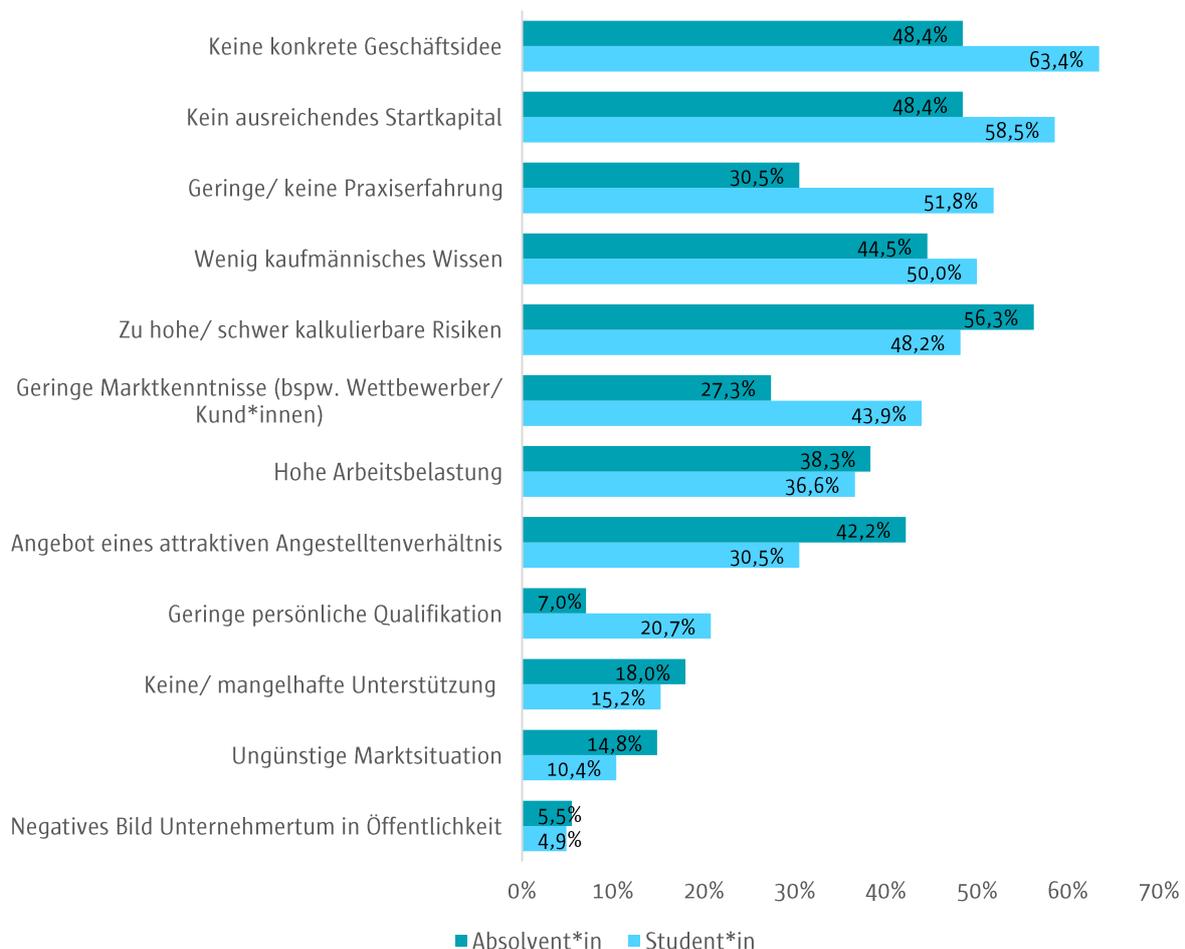
Abbildung 4 Absolvent\*innen: Was spricht derzeit gegen eine Selbstständigkeit? (n=134)



### 4.3 Unterschiede zwischen Studierenden und Absolvent\*innen

Werden nun die Ergebnisse für Studierende und Absolvent\*innen gegenübergestellt (Abbildung 5), wird deutlich, dass sich diese zwei Statusgruppen in ihren wahrgenommenen Hemmnissen unterscheiden. Während Studierende eine fehlende Geschäftsidee (63,4%) oder kein ausreichendes Startkapital (58,5%) als größte Hemmnisse nannten, wurden von Absolvent\*innen die zu hohen oder schwer kalkulierbaren Risiken (56,3%) als relevantestes Hemmnis genannt. Aber auch das fehlende Startkapital oder das Fehlen einer konkreten Geschäftsidee (jeweils 48,4%) wurde von Absolvent\*innen häufig als Grund gegen eine Selbstständigkeit angegeben. Deutliche Unterschiede zwischen den beiden Gruppen treten vor allem in Bezug auf die Hindernisse geringer persönlicher Qualifikation (20,7% vs. 7,0%), geringer Praxiserfahrung (51,8% vs. 30,5%) und mangelnder Marktkennntnisse (43,9% vs. 27,3%) zutage, die erwartungsgemäß häufiger von Studierenden genannt wurden. Hingegen gaben Absolvent\*innen vermehrt an, dass ihnen ein attraktives Angestelltenverhältnis angeboten wurde (42,2% vs. 30,5%). Ebenso häufig wurde von beiden Gruppen erwähnt, dass die hohe Arbeitsbelastung, die mit einer Selbstständigkeit einhergeht (Absolvent\*in: 38,3% vs. Studierende: 36,6%), oder das Fehlen von kaufmännischem Wissen (Absolvent\*in: 44,8% vs. Studierende: 50,0%) Gründe gegen eine Selbstständigkeit darstellen.

Abbildung 5 Studierende und Absolvent\*innen im Vergleich: Was spricht derzeit gegen eine Selbstständigkeit?



## 5. Gründungsmotivationen

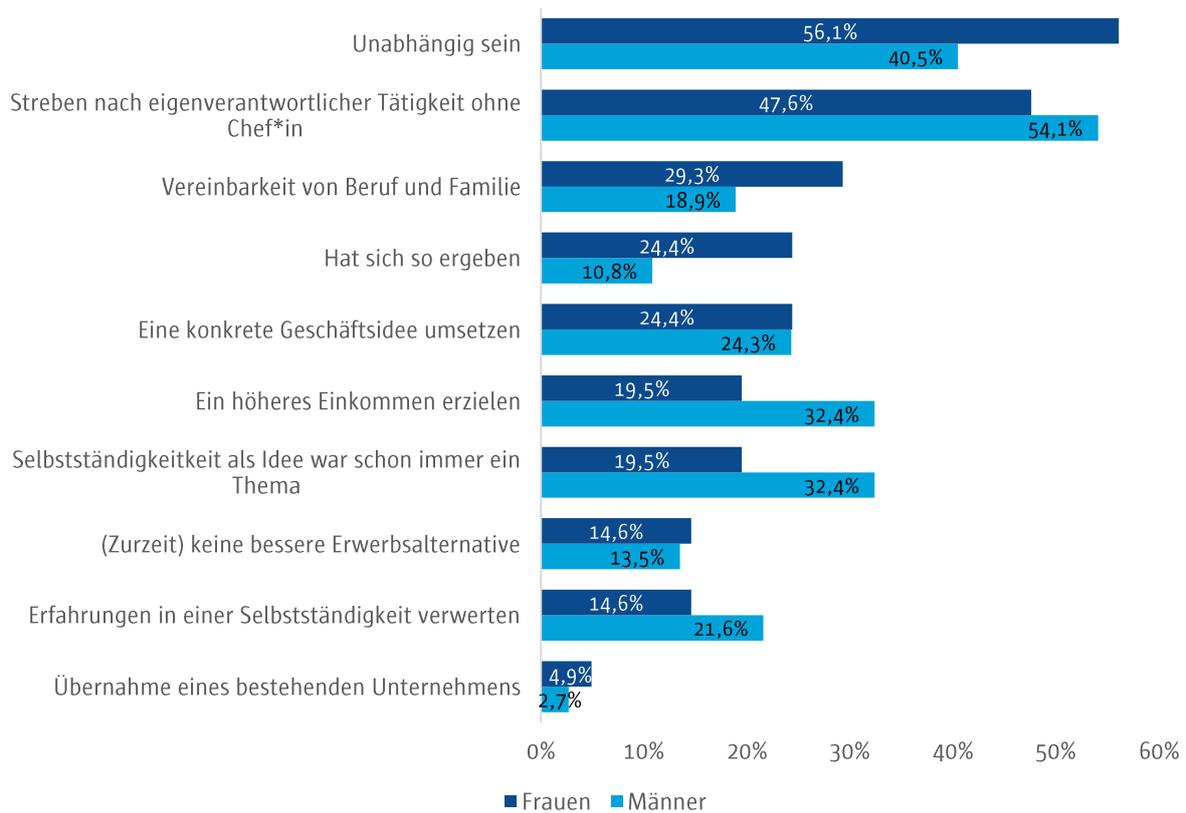
Im Folgenden wird ein Überblick über die Gründungsmotivationen einer Selbstständigkeit von Studierenden und Absolvent\*innen getrennt nach Geschlecht gegeben. Dazu wurden Personen, die zuvor angaben, bereits selbstständig zu sein oder aber ernsthaft an einer Selbstständigkeit interessiert sind, gebeten, Angaben zu maximal drei Gründungsmotivoren zu machen und sich dabei auf die wichtigsten zu konzentrieren. Insgesamt standen zehn mögliche Motivatoren zur Verfügung und ein Freitextfeld, in dem sonstige Gründe genannt werden konnten.

### 5.1 Studierende

119 Studierende machten Angaben zu ihren Gründungsmotiven (Abbildung 6). Dabei ergab sich, dass die Mehrheit der Studierenden „Unabhängigkeit“ als ein maßgebliches Motiv für die Gründung ansah. Dies wurde jedoch häufiger von weiblichen Studierenden genannt (weiblich: 56,1%, männlich: 40,5%). Ein ebenso bedeutendes Motiv war das Streben nach einer eigenverantwortlichen Tätigkeit ohne Vorgesetzte oder Vorgesetzten (weiblich: 47,6%, männlich: 54,1%). Im Gegensatz dazu wurde die Absicht, ein bestehendes Unternehmen zu übernehmen, als weniger relevantes Motiv angesehen (weiblich: 4,9%, männlich: 2,7%).

Größere Geschlechterunterschiede traten bei den Motiven „Beruf und Familie vereinbaren“ (weiblich: 29,3% vs. männlich: 18,9%) und „Die Selbstständigkeit hat sich so ergeben“ (weiblich: 24,4% vs. männlich: 10,8%) auf, wobei diese Gründe vermehrt von weiblichen Studierenden angegeben wurden. Hingegen gaben männliche Studierende häufiger an, ein höheres Einkommen anstreben zu wollen (32,4% vs. 19,5%), was mit früheren Forschungsergebnissen übereinstimmt (Dawson und Henley 2010, Georgellis und Wall 2005). Außerdem erwähnten männliche Studierende häufiger, dass die Idee der Selbstständigkeit schon immer präsent war (32,4% vs. 19,5%). Auch sonstige Gründe wurden von Studierenden genannt, die die Gründungsmotivation beschreiben. Einige gaben an, dass die Selbstständigkeit in ihrem jeweiligen Fachgebiet üblich ist, während andere die Selbstständigkeit als Mittel zur Schaffung von Veränderungen betrachteten, wie beispielsweise im Bereich Nachhaltigkeit oder für die Gesellschaft relevante Transformationen.

Abbildung 6 Studierende: Gründungsmotive nach Geschlecht (n=119)



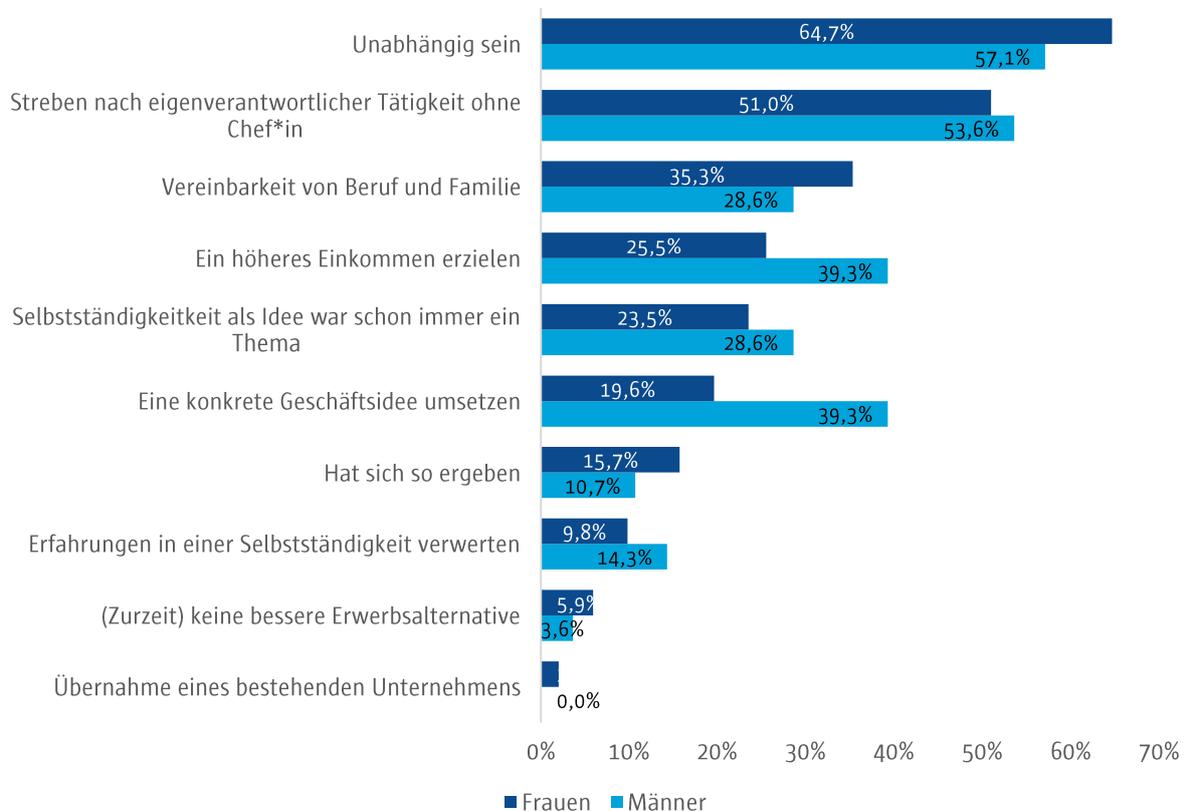
## 5.2 Absolvent\*innen

Auch Absolventinnen, die bereits selbstständig sind oder ernsthaft eine Selbstständigkeit in Betracht ziehen, wurden zu ihren Gründungsmotiven befragt, wie in Abbildung 7 dargestellt. Insgesamt haben 79 Absolvent\*innen ihre drei wichtigsten Gründungsmotive genannt. Die am häufigsten genannten Gründungsmotive sowohl von weiblichen als auch von männlichen Absolvent\*innen waren der Wunsch nach Unabhängigkeit (weiblich: 64,7%, männlich: 57,1%) und das Streben nach einer eigenverantwortlichen Tätigkeit ohne Vorgesetzte oder Vorgesetzten (weiblich: 51,0%, männlich: 53,6%). Im Gegensatz dazu wurden die Absicht, ein bestehendes Unternehmen zu übernehmen (weiblich: 2,0%, männlich: 0,0%), und die Überlegung, dass keine bessere Erwerbsalternative zur Verfügung steht (weiblich: 5,9%, männlich: 3,6%), am seltensten genannt.

Besonders auffällige geschlechtsspezifische Unterschiede zeigten sich bezüglich des Gründungsmotivs, ein höheres Einkommen anstreben zu wollen, das signifikant häufiger von männlichen Absolvent\*innen genannt wurde (39,3% vs. 25,5%). Diese Beobachtung steht im Einklang mit früheren Forschungsergebnissen, die darauf hinweisen, dass finanzielle Anreize für Männer in Bezug auf berufliche Selbstständigkeit von größerer Bedeutung sind als für Frauen

(Dawson und Henley 2010). Darüber hinaus gaben mehr Absolventen an, dass sie die Umsetzung einer konkreten Geschäftsidee verfolgen möchten (39,3% vs. 19,6%).

Abbildung 7 Absolvent\*innen: Gründungsmotive nach Geschlecht (n=79)



Da sich Absolvent\*innen und Studierende nicht wesentlich in ihren Motiven voneinander unterscheiden, wurde auf eine Darstellung der Gegenüberstellung der Statusgruppen mit ihren jeweiligen Motiven verzichtet.

## 6. Merkmale einer bestehenden oder geplanten Selbstständigkeit

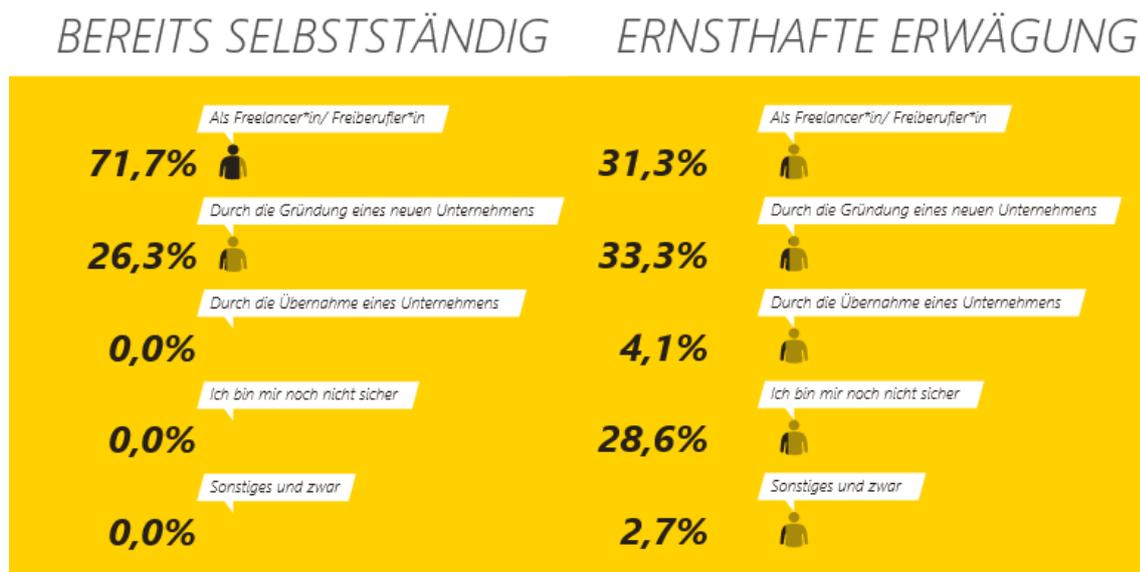
Im nachfolgenden Abschnitt wird ein Überblick über die Form der Selbstständigkeit sowie den Kontext der Gründungsidee gegeben. Alle Teilnehmer\*innen, die angegeben haben, derzeit bereits selbstständig tätig zu sein oder ernsthaft die Möglichkeit einer Selbstständigkeit zu erwägen, wurden gebeten, Informationen zu bestimmten Merkmalen im Zusammenhang mit ihrem Gründungsvorhaben bereitzustellen.

### 6.1 Selbstständigkeitsform

Personen, die angaben, bereits selbstständig tätig zu sein oder aber eine Selbstständigkeit ernsthaft zu erwägen, wurden zusätzlich nach der derzeitigen oder geplanten Selbstständigkeitsform befragt (Abbildung 8). Insgesamt ergab sich, dass Angehörige der FHP, die bereits selbstständig sind, am

häufigsten die freiberufliche Tätigkeit wählten. Bei jenen Personen, die eine Selbstständigkeit bisher nur ernsthaft erwogen, zeigte sich hingegen ein anderes Bild: Etwa ein Drittel der Befragten strebt eine freiberufliche Tätigkeit an, während etwa ein weiteres Drittel die Gründung eines eigenen Unternehmens in Erwägung zieht. Bei 28,6% der Befragten besteht noch Unsicherheit hinsichtlich der Wahl der Selbstständigkeitsform. Es ist jedoch anzunehmen, dass diese Unsicherheit auf den Bedarf an weiteren Informationen zur passenden Selbstständigkeitsform zurückzuführen ist. Darüber hinaus wurden unter der Option „Sonstiges“ auch Angaben wie beispielsweise die Eröffnung einer eigenen Praxis gemacht.

Abbildung 8 Selbstständigkeitsform nach Selbstständigkeitsstatus



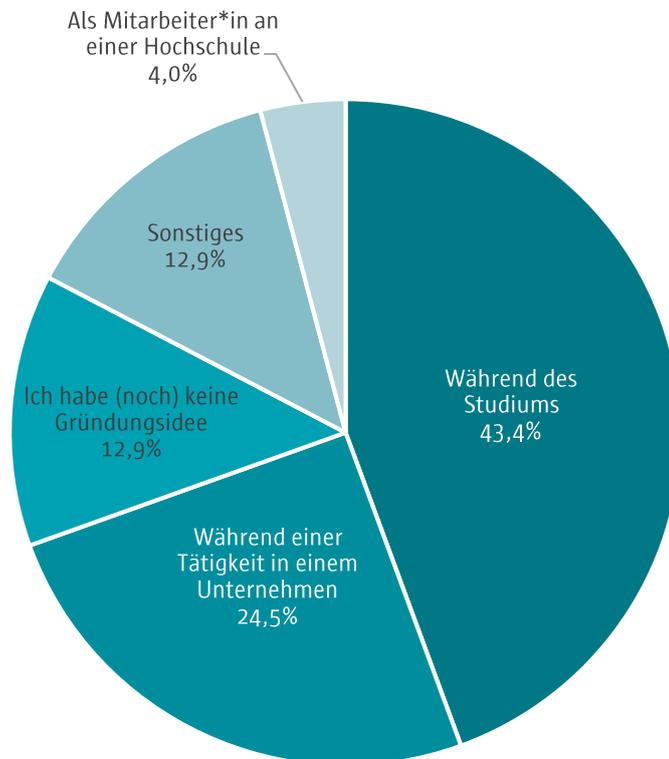
## 6.2 Kontext der Gründungsidee

Zudem wurden diejenigen, die bereits selbstständig sind oder eine Selbstständigkeit in Erwägung ziehen, gebeten, Informationen anzugeben, in welchem Kontext ihre Gründungsidee entstanden ist (siehe Abbildung 9). Insgesamt machten 243 Personen dazu Angaben. Die Mehrheit der Befragten (43,4%) gab an, dass die Gründungsidee während ihres Studiums entstand. Fast ein Viertel der Befragten erklärte, dass die Idee während ihrer beruflichen Tätigkeit in einem Unternehmen geboren wurde. Für 12,9% der Befragten lag bisher keine konkrete Gründungsidee vor. Darüber hinaus gaben 4,0% an, dass die Idee während ihrer Anstellung in einer Hochschule entstand. Weitere 12,9% nannten „Sonstige Gründe“. Dies umfasst beispielsweise Situationen, in denen die Idee bereits vor dem Studium entstand oder durch Gespräche mit Freund\*innen oder Kommiliton\*innen inspiriert wurde.

Von denjenigen, bei denen die Gründungsidee während des Studiums entstand, gaben 47,9% an, dass der Kontakt zu anderen Gründer\*innen eine wesentliche Rolle gespielt hat. Für 43,8% war ein Praktikum während des Studiums Auslöser für ihre Idee. Fast ein Viertel der Befragten nannte die

Abschlussarbeit als entscheidenden Faktor, und 21,9% gaben an, dass die FHP Entrepreneurship School & Gründungsservice einen Einfluss auf ihre Gründungsidee hatte.

Abbildung 9 Kontext der Gründungsidee



## 7. Persönlichkeitsmerkmale

### 7.1 Risikobereitschaft

Die Befragten wurden gebeten, ihre persönliche Risikobereitschaft auf einer siebenstufigen Kurzsкала (R-1) einzuschätzen, wobei der Wert 1 für „gar nicht risikobereit“ und der Wert 7 für „sehr risikobereit“ stand. Diese Kurzsкала wurde speziell für sozialwissenschaftliche Untersuchungen entwickelt, die zeitlichen Beschränkungen unterliegen (Beierlein et al. 2015). Somit entspricht der Skalenwert dem individuellen Risikobereitschaftsniveau einer Person. Insgesamt haben 510 Personen Angaben zu ihrer Risikobereitschaft gemacht. Die Mittelwerte der Risikobereitschaft nach Geschlecht und anderen Merkmalen sind in Tabelle 2 aufgeführt. Ein höherer Mittelwert deutet gleichzeitig auf eine höhere Risikobereitschaft hin.

Die Ergebnisse zeigen, dass männliche Befragte über alle Merkmale hinweg höhere Werte auf der Risikoskala aufwiesen. In Bezug auf die Statusgruppe war festzustellen, dass insbesondere männliche Studierende eine höhere Risikobereitschaft aufwiesen als die anderen Statusgruppen. Bei den Frauen hingegen zeigten Mitarbeiterinnen der FHP die höchste Risikobereitschaft. In Bezug auf die Fachbereichszugehörigkeit von Studierenden und Absolventinnen zeigte sich, dass Männer des

Fachbereichs Bauingenieurwesen und Frauen des Fachbereichs Stadt | Bau | Kultur die höchste mittlere Risikobereitschaft aufwiesen. Die niedrigste Risikobereitschaft wurde sowohl bei Männern als auch bei Frauen im Fachbereich Informationswissenschaften festgestellt. Diese Ergebnisse stimmen mit den Erkenntnissen eines früheren Datenmonitors überein, der durch qualitative Interviews herausstellte, dass beispielsweise Archivar\*innen und Bibliothekar\*innen, die dem Fachbereich Informationswissenschaften zugeordnet sind, tendenziell eine geringere Risikobereitschaft aufweisen (Köpke & Sass 2023). Im Hinblick auf die Selbstständigkeit bestätigten sich unsere erwarteten Vermutungen: Sowohl bereits selbstständig tätige Männer als auch Frauen zeigten die höchste Risikobereitschaft. Im Gegensatz dazu waren Personen, für die eine Selbstständigkeit überhaupt nicht in Frage kommt, am risikoscheuesten.

*Tabelle 2 Risikobereitschaft nach ausgewählten Merkmalen (Mittelwerte)*

		Männlich	Weiblich
Geschlecht	Männlich	4,18	-
	Weiblich	-	3,52
Akademischer Status	Student*innen	4,23	3,55
	Absolvent*innen	4,12	3,48
	Mitarbeitende	4,12	3,68
Fachbereich Studierende & Absolvent*innen	Sozial- und Bildungswissenschaften (FB 1)	3,95	3,46
	Stadt / Bau / Kultur (FB 2)	4,37	3,95
	Bauingenieurwesen (FB 3)	4,70	3,73
	Design (FB 4)	4,61	3,82
	Informationswissenschaften (FB 5)	3,16	2,92
Selbstständigkeit	Bereits selbstständig	5,12	4,09
	Ernsthafte Erwägung	4,59	3,97
	Nein, zurzeit spricht einiges dagegen	3,70	3,50
	Nein, kommt gar nicht in Frage	3,00	2,98
	Schon selbstständig gewesen, aber wieder aufgegeben	4,00	3,50

## 7.2. Unternehmerisches Persönlichkeitsprofil

Zur Erfassung spezifischer Persönlichkeitsmerkmale wurde eine Kurzskala – der BFI-10 – verwendet (Rammstedt et al. 2014). Jedes der zehn Items soll dabei auf einer fünfstufigen Ratingskala von 1 „trifft überhaupt nicht zu“ bis 5 „trifft voll und ganz zu“ beantwortet werden, wobei je zwei Items jede Dimension der Persönlichkeit „Extraversion“, „Verträglichkeit“, „Gewissenhaftigkeit“, „Neurotizismus“ und „Offenheit für Erfahrungen“ abdecken. Aus diesen Items lässt sich wiederum ein unternehmerisches Persönlichkeitsprofil berechnen (z. B. Schmitt-Rodermund 2004; 2007), sodass eine intraindividuelle Konstellation der Persönlichkeitsmerkmale dargestellt werden kann (Obschonka et al. 2013). Personen mit hohen Werten in Extraversion, Offenheit und Gewissenhaftigkeit sowie niedrigen Werten in Verträglichkeit und Neurotizismus gelten als maximal unternehmerisch. Je näher sich dann das berechnete unternehmerische Persönlichkeitsprofil der 0 nähert, desto stärker gilt eine Person als unternehmerisch.

Tabelle 3 gibt einen Überblick über die Mittelwerte des unternehmerischen Profils nach unterschiedlichen Merkmalen. Die Ergebnisse zeigen, dass männliche Angehörige der FHP ein höheres unternehmerisches Persönlichkeitsprofil besaßen als Frauen, was mit früherer Forschung im Einklang steht (Obschonka et al. 2014). Wird das unternehmerische Persönlichkeitsprofil nach akademischem Status betrachtet, zeigen die Ergebnisse, dass männliche Absolventen eine höhere unternehmerische Persönlichkeit hatten als die anderen Statusgruppen. Bei den Frauen war es hingegen die Gruppe der Mitarbeiterinnen, die am stärksten unternehmerisch zu sein scheint.

Werden die Ergebnisse hinsichtlich des Fachbereichs betrachtet, wird deutlich, dass sowohl männliche als auch weibliche Studierende und Absolvent\*innen des Fachbereichs Bauingenieurwesen die höchste unternehmerische Persönlichkeit zeigten. Bei den Männern folgten dann die Fachbereiche Design und Stadt | Bau | Kultur und bei den Frauen die Fachbereiche Stadt | Bau | Kultur und Design. Personen des Fachbereichs Informationswissenschaften schienen im Durchschnitt die geringste unternehmerische Persönlichkeit zu haben, wobei diese bei Frauen ausgeprägter war als bei Männern.

Interessanterweise deutete sich an, dass Personen, die eine Selbstständigkeit ernsthaft in Erwägung zogen, tendenziell eine stärker ausgeprägte unternehmerische Persönlichkeit besaßen als diejenigen, die bereits selbstständig waren. Personen, für die eine Selbstständigkeit überhaupt nicht in Betracht kam, zeigten die geringste Ausprägung eines unternehmerischen Profils, wobei Frauen in dieser Kategorie unternehmerischer zu sein scheinen als Männer. Auch Personen, die ihre Selbstständigkeit aufgegeben haben, schienen tendenziell weniger unternehmerische Persönlichkeitsmerkmale zu haben, wobei Frauen auch hier in ihrer Persönlichkeit unternehmerischer zu sein scheinen.

*Tabelle 3 Unternehmerisches Persönlichkeitsprofil nach ausgewählten Merkmalen (Mittelwerte)*

		Männlich	Weiblich
Geschlecht	Männlich	-17,80	-
	Weiblich	-	-18,94
Akademischer Status	Student*innen	-17,73	-19,38
	Absolvent*innen	-17,19	-18,90
	Mitarbeitende	-20,35	-17,29
Fachbereich Studierende & Absolvent*innen	Sozial- und Bildungswissenschaften (FB 1)	-17,49	-20,15
	Stadt / Bau/ Kultur (FB 2)	-16,47	-17,36
	Bauingenieurwesen (FB 3)	-14,72	-14,60
	Design (FB 4)	-15,42	-18,17
	Informationswissenschaften (FB 5)	-23,43	-21,62
Selbstständigkeit	Bereits selbstständig	-16,20	-17,58
	Ernsthafte Erwägung	-14,16	-15,90
	Nein, zurzeit spricht einiges dagegen	-18,24	-19,23
	Nein, kommt gar nicht in Frage	-23,04	-21,48
	Schon selbstständig gewesen, aber wieder aufgegeben	-20,91	-18,29

## 8. Implikationen für die Gründungsförderung an Hochschulen

### 8.1 Praxisfokus, betriebswirtschaftliche und gründungsspezifische Qualifizierung

Entrepreneurship-Lehrangebote inklusive grundständiger betriebswirtschaftlicher Qualifizierungen sind bereits bekannte Settings für die Förderung von Existenzgründungen. Hierzu zählen nicht nur kreative Geschäftsideenentwicklungskurse und das Training von Soft Skills, sondern vor allem auch ein Angebot, das grundständiges betriebswirtschaftliches Handeln vermittelt. Dabei stehen Kalkulation und Finanzierung im Mittelpunkt. Das alleinige Angebot von „VISIONSENTWICKLUNGS- und IDEENENTWICKLUNGSKURSEN“ reicht in der heutigen Zeit nicht mehr aus. Vielmehr sollte jede\*r Gründer\*in in der Lage sein, mit Hilfe kalkulatorischer Grundlagen zahlenfundierte Szenarien für eine erfolgreiche Implementierung und Weiterentwicklung einer Geschäftsidee abzuleiten.

Diese betriebswirtschaftlichen Qualifikationen sind jedoch für eine zeitgemäße Gründungsförderung nicht ausreichend. Um marktnahe Ideen für Gründungsprojekte zu entwickeln bzw. Ideen zu generieren, ist eine intensive Auseinandersetzung mit dem Umfeld und der Praxis eine wesentliche Voraussetzung. Dies bestätigen die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung. Praxiserfahrungen sind wesentliche Impulsgeber für Gründungsideen. In diesem Sinne sollte eine Hochschule, die den Existenzgründer\*innengeist fördern möchte, ein praxisorientiertes Lehrangebot bieten und Projektaktivitäten in den Lehrangeboten verankern. Eine stark theoretische Ausbildung entspricht zwar dem Grundgedanken einer akademischen Qualifizierung, kann jedoch bei der Gründungsförderung als Hindernis gesehen werden. Dies ist dann der Fall, wenn Wissen nicht in reale Anwendungsfälle während des Studiums überführt wird. Somit ist eine Lehr- und Lernstruktur wichtig, die simultan zu Projektaktivitäten wichtige unternehmerische Qualifikationen vermittelt und Projekte im besten Fall in unternehmerische Verwertungspotentiale überführt. Ein Gründungsservice der Zukunft sollte als querschnittartige Schlüsselqualifikationseinheit fest in den Fachbereichen und dem Curriculum – zumindest als Wahlangebot – verankert sein. Eine fest verankerte Entrepreneurship-Lehre hat den positiven Nebeneffekt, dass Studierende, die keine Gründungsneigung haben, die Möglichkeit einer betriebswirtschaftlichen Qualifizierung für spätere Führungspositionen genießen können (Stichwort „Förderung Intrapreneurship-Fähigkeiten“). Typische Entrepreneurship-Kurse wie Geschäftsmodellentwicklung, Teamführung, Kalkulation und Finanzierung (Businessplan) vermitteln ebenso Grundlagen für eine spätere Steuerung und Verantwortung von Teams und Strukturen in existierenden Startups und Unternehmen. Bewährt hat sich die Etablierung eines Entrepreneurship- und Management-Labs (Sass 2017, Sass & Neugebauer 2016). Dieses Lab ist ein Gründungsförderungsansatz, der einen experimentellen Labor-Charakter besitzt. Studierende lernen eine nutzerzentrierte und marktnahe Entwicklung von Gründungsideen. Zudem erfolgt das Training von Managementkompetenzen auf individueller und auf teambasierter Ebene sowie ein Training der Fähigkeit, die eigenen Stärken und Schwächen zu reflektieren.

20

## 8.2 Gründungsservice vereint betriebswirtschaftliche und coachingspezifische Expertise

Ein Gründungsservice ist bereits ein fester Bestandteil vieler Hochschulen im Transferbereich. Dieser wird auch in naher Zukunft eine hohe Bedeutung haben. Gründungsinteressierte benötigen neben dem Lehrangebot im Bereich Entrepreneurship-Training eine persönliche Anlaufstelle. Diese Stelle ist sehr wichtig hinsichtlich des Aufzeigens der Anforderungen an eine Existenzgründung sowie im Rahmen der Unterstützung von individuellen Gründer\*innentalenten. Diese Funktionen reichen jedoch zukünftig nicht mehr aus. Jeder Gründungsservice sollte eine einschlägige Coaching-Expertise aufweisen, gepaart mit einer betriebswirtschaftlichen Geschäftsmodellentwicklungskompetenz. Erst wenn beide Kompetenzfelder zusammenkommen, kann eine bestmögliche Unterstützung von Gründer\*innen erfolgen. Dabei spielt es keine Rolle, ob sich eine Existenzgründung in der Kreativbranche oder im E-Commerce vollzieht. „Coaching-Expertise“ bedeutet, dass individuelle sowie teambasierte Stärken und Schwächen potenzieller Gründer\*innen reflektiert sowie Entwicklungspotentiale abgeleitet werden. Diese Kompetenz ist außerordentlich wichtig. Sie sollte methodenbasiert und nicht learning by doing mittels Checkliste erfolgen. Dies verlangt qualifizierte Mitarbeiter\*innen im Gründungsservice. Zur Reflexion gehört es ebenso, eine negative Empfehlung geben zu können, insbesondere bei fehlenden unternehmerischen Stärken und fehlenden Entwicklungspotentialen von der Karriereoption „Existenzgründung“ abzuraten. Im Rahmen einer „betriebswirtschaftlichen“ Geschäftsmodellentwicklungskompetenz geht es darum, dass Mitarbeiter\*innen eines Gründungsservices die jeweiligen Gründungsideen ganzheitlich und betriebswirtschaftlich reflektieren können, Anforderungen und Defizite sichtbar machen. Es reicht nicht mehr aus, nur eine Frage nach der Einzigartigkeit und den potenziellen Abnehmer\*innen zu stellen sowie ein fiktives Umsatzpotential an die Wand zu werfen. Erst wenn ein ganzheitliches und betriebswirtschaftlich getriebenes Verständnis für Kosten, Finanzierung und Einbezug wichtiger externer Lieferant\*innen vorhanden ist, ist eine ganzheitliche Beurteilung und Ableitung von Entwicklungsplänen möglich. Hochschulen sollten ein starkes Bewusstsein für diese Anforderung an einen zeitgemäßen Gründungsservice besitzen. Ein Gründungsservice sollte fester Bestandteil jeder zeitgemäßen Transferstruktur einer Hochschule sein. Gründungsservice-Mitarbeiter\*innen sind Hochschulmanager\*innen, die Coaching-Expertise und einen fundierten betriebswirtschaftlichen Verstand besitzen. Zudem muss ein Gründungsservice in der heutigen Zeit Gründungsservicemitarbeiter\*innen eine attraktive Möglichkeit hinsichtlich Vergütung, vertraglicher Konditionen und Entwicklungsmöglichkeiten bieten.

## 8.3 Begleitforschung als zeitgemäße Evaluation

Im Rahmen der hier durchgeführten Untersuchung hat es sich gezeigt, dass es außerordentlich wichtig ist, die Zielgruppe potenzieller Gründer\*innen an einer Hochschule zu verstehen. Hierzu hat sich das Instrument einer Begleitforschung bewährt. Eine regelmäßige Befragung der Studierenden hinsichtlich demographischer Merkmale, Gründungsneigungen, Gründungshindernisse und gründungsförderlicher Settings ist für die Gründungsförderung grundlegend. Eine Begleitforschung

schafft zudem Akzeptanz, sodass ein Gründungsservice im akademischen Umfeld nicht nur als eine institutionalisierte Coachingstelle gesehen wird, die Stärken und Schwächen reflektiert, in Analogie zu einer Studieneingangsberatung. Die Erforschung von Wirkungsmechanismus und Verhaltensweisen im akademischen Gründungskontext sind eine wesentliche Voraussetzung für die Weiterentwicklung von Gründungsförderformaten und für die Entwicklung eines Verständnisses für Studierende jüngerer Generationen. So zeigt sich, dass ein starker Selbstgestaltungswille Studierender in kreativen Studienfächern (bspw. Design) immer noch in einem Einklang mit einer Existenzgründung als Freelancer\*in steht (Köpke & Sass 2023). Ersichtlich wird auch, dass bspw. Studierende des Faches Architektur ein starkes Selbstbewusstsein für das Herausbringen ihrer Entwürfe mitbringen (müssen), um sich erfolgreich durchzusetzen (ebd.). Diese Eigenschaft ist oftmals bei Unternehmer\*innen zu finden.

Auch die Identifizierung und Erforschung von Hemmnissen und Motivatoren einer Selbstständigkeit sind entscheidend, um Gründungen aus dem Hochschulkontext zu fördern. Auch Wirtschaft und Politik profitieren von derartigen Angeboten, da Hochschulangehörige oftmals ein hohes Gründungspotential aufweisen (Van der Sluis et al. 2008) und somit das Wirtschaftswachstum fördern (Obschonka & Schmitt-Rodermund 2019). Eine Begleitforschung hat zudem den Vorteil, dass neben der Generierung von Forschungsergebnissen ein einfaches Controlling für die Evaluation des Gründungsservices implementiert werden kann. Demographische Merkmale, Einstellung zur Existenzgründung und vor allem Qualifizierungsbedarfe sind wesentliche Evaluationskriterien für den Gründungsservice und dessen Organisationsentwicklung im spezifischen Hochschulkontext.

22

#### 8.4 Existenzgründung startet mit Freelancer\*innen-Tätigkeiten

Die Förderung von Existenzgründungen steht oftmals im Zusammenhang mit dem Gedanken an die Gründung eines Startups, das im Idealfall eine neuartige Technologie und Skalierungspotential aufweist. Sicherlich sind diese Gründungen sehr wichtig und auch in technologieorientierten, naturwissenschaftlichen, softwarespezifischen Forschungsumfeldern zu finden. Die Studienergebnisse verdeutlichen, dass eine Existenzgründung oftmals schon viel früher und niederschwelliger startet. Dabei sind Freelancer\*innen-Tätigkeiten die Form einer Existenzgründung, die in der Kreativbranche und in kreativen Studienfächern zu finden ist (bspw. Kommunikationsdesign). Studierende verwerten ihre im Studium gefestigten Kompetenzen, indem sie bspw. ein Corporate Design für ein Unternehmen entwickeln.

Sie rutschen somit recht schnell in die Welt der Projektstätigkeiten und das Schreiben von Rechnungen. Diese Art der Existenzgründung kann als sehr niederschwellig beschrieben werden. Das finanzielle Risiko ist überschaubar. Es wird nicht viel Geld für eine Infrastruktur benötigt (nur Rechner, Software). Freelancer\*innen können somit während des Studiums wertvolle Praxiserfahrungen sammeln, die sich vom Umgang mit Kund\*innen bis zur Preisgestaltung sowie den Einbezug weiterer Freelancer\*innen in größere Projekte erstrecken. Freelancing ist eine ideale Voraussetzung für das Gründen größerer Vorhaben (bspw. Startups, Agenturen). Wobei an dieser

Stelle auch betont werden muss, dass Studierende der Kreativwirtschaft oftmals eine Erfüllung im Freelancing sehen. Sie können ihrem Drang nach Selbständigkeit und individueller Verwirklichung in dieser Form am besten nachgehen. Die Gründung eines Unternehmens kann eher abschreckend wirken. Gründungskomplexität sowie Risiko und der Aufwand hinsichtlich der Gründung und des Managements eines Unternehmens werden als hoch eingeschätzt. Dies hat zur Folge, dass die schöpferische, gestalterische Arbeit, die gerade eine leidenschaftliche Designerin auszeichnet, im „Daily Business“ untergehen könnte. Gründungsförderung bedeutet, sich sehr intensiv mit der Förderung von Freelancing zu beschäftigen. Dies entspricht oftmals der Verwirklichungsoption Studierender kreativer Studienfächer. Auf volkswirtschaftlicher Betrachtungsebene sind Freelancer\*innen in der Kreativwirtschaft sehr wichtige Lieferant\*innen für kreative und spezifische Dienstleistungen für bestehende Unternehmen (bspw. als freie Designer\*innen, selbstständige Softwareentwickler\*innen).

## 8.5 Trainings für den Umgang mit Unsicherheit und Risiken

Unsicherheit und nicht kalkulierbare Risiken stellen oftmals grundlegende Hemmnisse dar, die eine Existenzgründung negativ beeinflussen. Auch wenn „Risikoneigung“ ein Persönlichkeitsmerkmal ist, das eine Person mitbringt bzw. im Rahmen des vorangehenden Lebens erlernt hat, ist es dennoch essenziell, den Umgang mit Risiken und Unsicherheit zu trainieren. Ein Ansatz ist die Förderung dynamischer Fähigkeiten. Diese bieten Gründer\*innen die Möglichkeit, eine Sensibilität für eine oftmals schnelle Veränderung von Rahmenbedingungen und dem damit verbundenen Geschäftsmodell zu entwickeln. Damit einher geht eine Sensibilisierung für eine strategische Denkweise. Gerade diese ist wichtig, um mittel- und langfristig weitere Verwertungsoptionen als „back-up“ zu erarbeiten. Der Umgang mit Unsicherheit und Risiken kann somit besser strukturiert werden. Dies kann einen positiven Einfluss auf die Stärkung der emotionalen Stabilität hervorrufen.

### Dynamische Fähigkeiten

Das Konzept der dynamischen Fähigkeiten wurde sehr stark von Teece (2007; 2009) geprägt. Übertragen auf den Kontext der Existenzgründung, insbesondere mit Unsicherheit umgehen zu können, bieten die dynamischen Fähigkeiten eine Möglichkeit, sich an veränderte Marktbedingungen anzupassen bzw. innovative Ideen voranzutreiben. Hierzu gehören die drei Fähigkeitsebenen „Screening“, „Seizing“ und „Transforming“.

Im Rahmen des Screenings geht es darum, dass potenzielle Existenzgründer\*innen ein permanentes Beobachten des Umfeldes praktizieren. Dies beinhaltet die Beobachtung von Trends, Entwicklungen von Konsument\*innenverhalten und die Evaluation dieser Entwicklungen, inwieweit sie für die eigene Existenzgründung einen positiven oder negativen Effekt generieren.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Siehe ebenso Sass (2023) hinsichtlich „Dynamischer Fähigkeiten“ als grundlegende Managementkompetenz.

Im Rahmen des Seizings sollten Existenzgründer\*innen in der Lage sein, ein Geschäftsmodell aufbauend auf neuen Marktentwicklungen zu konstruieren. Hierfür ist es wichtig, Netzwerke für wichtige Kooperationen zu nutzen bzw. so weit zu denken, dass mit Hilfe von Kooperationen ein innovatives Geschäftsmodell entwickelt wird (Stichwort „Gewinnung komplementärer Gründungsressourcen“).

Im Rahmen des Transformings geht es darum, das im vorangehenden Schritt entwickelte Geschäftsmodell umzusetzen. Hierzu gehört die Fähigkeit, Ressourcen, Unterstützer\*innen und vorhandene Mitarbeiter\*innen hinsichtlich der Umsetzung eines neuen Geschäftsmodells zu motivieren. Die hier beschriebenen Fähigkeiten können sehr gut innerhalb der Entrepreneurship-Lehre trainiert werden. Innerhalb eines Planspiels werden bspw. sukzessive Marktveränderungen vorgegeben. Studierende müssen diese Veränderungen analysieren sowie das Geschäftsmodell anpassen und mit Hilfe eines Pitches Zuhörer\*innen überzeugen. Das Training dynamischer Fähigkeiten sollte somit persönlichkeitsstärkend wirken, sodass Studierende ein größeres Selbstvertrauen für die Bewältigung unvorhersehbarer Situationen aufbauen.

### Strategisches Denken

Ein weiterer Punkt hinsichtlich des Umgangs mit Unsicherheit ist das Training einer strategischen Denkweise. Diese Fähigkeit sollte Teil der zuvor beschriebenen dynamischen Fähigkeiten sein (Screening-Phase). Sie wird an dieser Stelle noch einmal fokussiert. Ein\*e potenzielle\*r Existenzgründer\*in sollte in die Lage versetzt werden, in verschiedenen Verwirklichungsoptionen zu denken. Das Grundgerüst hierfür bietet ein bekanntes Tool aus dem strategischen Management, die SWOT-Analyse (siehe bspw. Hartenstein et al. 2016). Wird dieser Ansatz auf den Existenzgründungskontext übertragen, so bedeutet dies, dass Existenzgründer\*innen zum einen ihre Stärken und Schwächen würdigen müssen, zum anderen diese Stärken und Schwächen mit Chancen und Risiken abgleichen, die sich aufgrund von Trends und zukünftigen Entwicklungen ergeben. Dabei ist es wichtig, dass Existenzgründer\*innen verschiedene Handlungsstrategien ableiten. Hierzu gehören bspw. das Zusammenführen persönlicher Stärken mit sich ergebenden Chancen oder die Neuausrichtung von Leistungsangeboten aufgrund fehlender Stärken und in naher Zukunft eintretender Risiken (bspw. Reduktion öffentlicher Gelder für Projekte in der Kreativbranche). Die hier skizzierte Ableitung von Normstrategien bietet einen Orientierungsrahmen in Bezug auf den Umgang mit möglichen Unsicherheiten. Das Erarbeiten strategischer Verwertungsoptionen sollte somit Bestandteil jeder zeitgemäßen Gründungsförderung sein. Es reicht nicht mehr aus, ein „schönes“ Geschäftsmodell an die Wand zu werfen und weitere Studierende für die Bildung eines Gründungsteams zu motivieren. Angehende Existenzgründer\*innen sollten vom ersten Tag an ein strategisches Mindset praktizieren und eine Antwort auf die Frage haben, welche Lösungen existieren, wenn ihr Produkt aufgrund eines marktspezifischen Ereignisses nicht mehr nachgefragt wird. Dies führt schlussendlich zum banalen Erkenntnis, dass die betriebswirtschaftliche Ausbildung mit ihren Teildisziplinen (u.a. strategisches Management, Finanzierung, Kalkulation) – neben der

kreativen Geschäftsideenentwicklungskompetenz – eine grundlegende Voraussetzung für die Förderung von Gründungen darstellt.

## 9. Literatur

- Beierlein, C., A. Kovaleva, C. J. Kemper und B. Rammstedt. 2015. *Kurzskala zur Erfassung der Risikobereitschaft (R-1)*.
- Briedis, Kolja, Fabian, Georg, Kerst, Christian, Schaeper, Hildegard. 2008. *Berufsverbleib von Geisteswissenschaftlerinnen und Geisteswissenschaftlern*. HIS: Forum Hochschule 11|2008.
- Caliendo, Marco, Fossen, Frank M., Kritikos, Alexander & Wetter, Miriam. 2015. The Gender Gap in Entrepreneurship: Not Just a Matter of Personality. *CESifo Economic Studies* 61: 202-238.
- Dawson, Christopher, Henley, Andrew. 2010. "Push" versus "pull" entrepreneurship: an ambiguous distinction? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* 18: 697-719.
- Dohmen, Thomas; Falk, Armin; Huffman, David; Sunde, Uwe; Schupp, Jürgen; Wagner, Gert G. 2011. Individual Risk Attitudes. Measurement, determinants, and behavioural consequences. *Journal of the European Economic Association* 9: 522–550. DOI: 10.1111/j.1542-4774.2011.01015.x.
- Georgellis, Yannis, Wall, Howard J. 2005. Gender Differences in Self-Employment. *International Review of Applied Economics* 19: 321-342. DOI: 10.1080/02692170500119854.
- Hartenstein, Martin; Billing, Fabian; Schawel, Christian; Grein, Michael. 2016. *Der Weg in die Unternehmensberatung. Consulting Case Studies erfolgreich bearbeiten*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- IAB ZEW Gründungspanel. 2018. Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW) Mannheim (Hrsg.), IAB“8.
- Köpke, Ulrike, Sass, Enrico. 2023. Gründungsmotive und Einblick in die Fachkulturen Archiv, Bibliothek, Design, Bau, Kulturarbeit, Architektur, soziale Arbeit und Restaurierung. Eine Publikation im Rahmen des Gründungsmonitors der Fachhochschule Potsdam.
- Köpke, Ulrike & Schmitt-Rodermund. 2023. Aus welchen Gründen wagen Hochschulabsolventinnen seltener den Schritt in die Selbstständigkeit als Hochschulabsolventen? Eine Analyse auf Basis des DZHW-Absolventenpanels. *KZfSS Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 75 (3): 289–318. DOI: 10.1007/s11577-023-00909-z.
- Obschonka, Martin, Schmitt-Rodermund, Eva, Silbereisen, Rainer K., Gosling, Samuel D., Potter, Jeff. 2013. The Regional Distribution and Correlates of an Entrepreneurship-Prone Personality Profile in the United States, Germany, and the United Kingdom: A Socioecological Perspective. *Journal of Personality and Social Psychology* 105: 104-122. DOI: 10.1037/a0032275.
- Obschonka, Martin. Schmitt-Rodermund, Eva. Terracciano, Antonio. 2014. Personality and the Gender Gap in Self-Employment: A Multi-Nation Study. *PLOS ONE* 9: 1-11.
- Obschonka, Martin, Schmitt-Rodermund, Eva. 2019. Entrepreneurship: Unternehmerische Aktivität in der beruflichen Karriere. In Kauffeld, Simone & Spurk, Danl (Hrsg.): *Handbuch Karriere und Laufbahnmanagement*. Heidelberg: Springer Verlag. DOI:10.1007/978-3-662-45855-6.
- Rammstedt, Beatrice, Kemper, Christoph, J., Klein, Mira C., Beierlein, Constanze, & Kovaleva, Anastassiya. 2014. *Big Five Inventory (BFI-10). Zusammenstellung sozialwissenschaftlicher Items und Skalen (ZIS)*. DOI: <https://doi.org/10.6102/zis76>.
- Räthke, Solvig. 2002. Bankbeziehungen von Freiberuflern – Ergebnisse einer deutschlandweiten Umfrage bei Freiberuflern. *Thünen-Series of Applied Economic Theory- Working Paper, No. 36*, Universität Rostock, Institut für Volkswirtschaftslehre, Rostock
- Sass, Enrico & Neugebauer, Tim. 2016. Innovative Gründungsförderung: Das Entrepreneurship- und Management-Lab an der FH Potsdam. *Zeitschrift für Wissenschaftsmanagement* 3/2016.

- Sass, Enrico. 2017. *Anforderungen an ein zeitgemäßes Format zur Entwicklung von Gründungsideen: Das Entrepreneurship- und Management-Lab an der FH Potsdam*. Buchbeitrag für Sammelband "Gründung und Innovation", Mieke/Siemon 2017.
- Sass, Enrico. 2023. *Managementkompetenzen der Gegenwart und Zukunft. Welche Skills brauchen Führungskräfte?* Springer Gabler Verlag.
- Schmitt-Rodermund, Eva, Schröder, Elke. 2004. *Wer hat das Zeug zum Unternehmer? Ein Training zur Förderung unternehmerischer Potenziale*. Göttingen: Hogrefe.
- Schmitt-Rodermund, Eva. 2007. The long way to entrepreneurship. Personality, parenting, early interests and competencies for entrepreneurial activity among the "Termites". Silbereisen, R. K. & Lerner, R. M. (Hrsg.): *Approaches to positive youth development*, 205-224. Thousand Oaks: Sage.
- Sternberg, Rolf, Gorynia-Pfeffer, Natalia, Wallisch, Matthias, Baharian, Armin, Stolz, Lennard, von Bloh, Johannes. 2020. *Global Entrepreneurship Monitor*. Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich. Länderbericht Deutschland 2019/20. RKW Kompetenzzentrum (Hrsg.).
- Teece, David J. 2007. Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal* 28 (13): 1319-1350.
- Teece, David J. 2009. *Dynamic Capabilities and Strategic Management: Organizing for Innovation and Growth*. Oxford.
- Van der Sluis, Justin, Mirjam van Praag und Wim Vijverberg. 2008. Education and Entrepreneurship Selection: A Review of the empirical literature. *Journal of Economic Surveys* 22 (5): 795-841. DOI:10.1111/j.1467-6419.2008.00550.x.