

Entrepreneurship und Start-up-Kultur an der TH Köln

**AUSWERTUNG DER EMPIRISCHEN ERHEBUNG TEIL III:
Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften**

2. überarbeitete Auflage

Prof. Dr. Annette Blöcher
Lukas Gawlik

Fakultät für
Wirtschafts- und
Rechtswissenschaften

Technology
Arts Sciences
TH Köln

Kontaktdaten der Autoren

Prof. Dr. Annette Blöcher

Unternehmensführung & Entrepreneurship
Technische Hochschule Köln
Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften
Schmalenbach Institut für Wirtschaftswissenschaften
Claudiusstraße 1, Raum E4.345, D-50678 Köln
T: +49 221-8275-3659
E: annette.bloecher@th-koeln.de

Lukas Gawlik

Wissenschaftlicher Mitarbeiter für Entrepreneurship
Technische Hochschule Köln
Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften
Schmalenbach Institut für Wirtschaftswissenschaften
Claudiusstraße 1, Raum B1.61E, D-50678 Köln
T: +49 221-8275-3705
E: lukas_simon.gawlik@th-koeln.de

Inhalt

1. Einführung.....	1
2. Key Findings	2
3. Erste Handlungsschritte aus der Studie für die Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften.....	3
4. Überblick über die Befragten.....	4
5. Selbstständigkeit im Vergleich	6
6. Selbstständige Bezugspersonen im direkten Umfeld der Studierenden.....	12
7. Selbsteinschätzung der Studierenden zu bestimmten Merkmalen.....	14
8. Kriterien für den Einstieg ins Berufsleben	20
9. Angebote der TH Köln zur Förderung der Start-up-Kultur	25
10. Ausblick.....	34
11. Ausgewählte offene Antworten der Studierenden der F04.....	35

Literaturverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

1. Einführung

Die TH Köln hat sich in ihrer **Transferstrategie 2025** zur Förderung von Existenzgründungen und Entrepreneurship Education positioniert.¹ Für diese Positionierung ist es bedeutsam den Status Quo der derzeitigen Start-up-Kultur an der TH Köln zu ermitteln. Wie viele Studierende sind bereits selbstständig? Wie viele haben Interesse an dem Thema Existenzgründung? Welche Angebote, die die TH Köln bereits zur Verfügung stellt, sind bekannt und welche zusätzlichen Angebote werden gewünscht? Fühlen sich die Studierenden ausreichend informiert und welche Anregungen haben sie zur Etablierung und Förderung der Start-up-Kultur an der TH Köln?

Unter Entrepreneurship Education wird der Prozess und das Ergebnis der Denkhaltung ‚Entrepreneurship‘ verstanden. Im Weiteren soll der Definition von Puteanus-Birkenbach und Hölzle (2014) gefolgt werden:

„Entrepreneurship ist unternehmerisches Denken und Handeln und ist die erlernbare Kunst des Entdeckens von Gelegenheiten und geistigen Antizipation eines Geschäftsmodells vom Einfall (oder der Technologie), über die Idee- und Ideenentwicklung bis zum Konzept durch kreative Faktorkombination, verbunden mit einer Kunst des Handelns, nämlich des Durchsetzens des Konzeptes mit dem Bewusstsein, dass Fehler möglich und nötig sind.“²

Im Rahmen der **Entrepreneurship Education** an der TH Köln wurden die Möglichkeiten, wie die TH Köln unternehmerisches Denken und Handeln der Studierenden bereits unterstützt und unterstützen kann, untersucht. Als Ergebnis ist eine Auswertung für die gesamte TH Köln entstanden sowie 11 Auswertungen für die einzelnen Fakultäten: 2.071 der 23.500 Studierenden der TH Köln (Stand WS 2015/16) nahmen an der Umfrage teil, das sind ca. 8,8% aller Studierenden an 11 Fakultäten. Auf diese Gesamtstudie wird teilweise Bezug genommen.³

Diese Studie wird hier detailliert für die Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften ausgewertet:

- ▶ Insgesamt nahmen 365 Studierende der 3.522 Studierenden der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften (F04) (Stand WS 2015/16) an dieser Teilmfrage teil. Das sind 10,4% der Studierenden und damit der höchste Anteil an der Gesamtauswertung.
- ▶ Die Verteilung der Stichprobe deckt sich in Bezug auf das Geschlecht und den Anteil an Bachelor- und Masterstudierenden mit der Hochschulstatistik.
- ▶ Der Umfragezeitraum ist Juli bis Dezember 2016.
- ▶ Die Umfrage umfasst 13 geschlossene und zwei offene Fragestellungen.

Empirische Erhebungen zur unternehmerischen Aktivität im Sinne des Entrepreneurship legen nahe, dass Deutschland im europäischen Vergleich unterdurchschnittlich im Bereich Entrepreneurship Education der Hochschulen abschneidet.⁴ Es stellt sich die Frage, was die Bildungspolitik allgemein und die einzelnen Hochschulen im speziellen zur Verbesserung der Entrepreneurship Education beitragen können und wollen. Zu dieser Diskussion soll diese Erhebung beitragen, um ein umfassendes Bild der Start-up-Kultur an der TH Köln und im speziellen an der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften sowie deutschen Hochschulen allgemein zu zeichnen und fundierte Handlungsmaßnahmen abzuleiten.

¹ Vgl. TH Köln (2017), S. 7.

² Puteanus-Birkenbach / Hölzle (2014), S. 93.

³ Vgl. Blöcher / Gawlik (2017), S. 5.

⁴ Vgl. GEM (2017); zur Information: weit überdurchschnittlich schneiden die Länder Portugal und die Schweiz ab.

2. Key Findings

Die wichtigsten Ergebnisse der Studie für die Teilauswertung der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften der TH Köln im Überblick:

- ▶ **10,7% der Studierenden der F04 sind bereits selbständig** (15,9% der männlichen Studierenden, bei weiblichen Studierenden liegt der Anteil mit 5,5% deutlich darunter). Damit ist an der **F04 die höchste Selbstständigkeitsquote aller Fakultäten der TH Köln** zu verzeichnen.
- ▶ Zusätzlich zu den bereits selbstständigen Studierenden haben **14,5% der Studierenden** bereits **erste Schritte in Richtung Selbstständigkeit unternommen**.
- ▶ **Für 67,7% der Studierenden ist Selbstständigkeit eine Karriereoption**, für 32,3% der Studierenden ist Selbstständigkeit (zurzeit) keine Option.
- ▶ **Studierende mit Migrationshintergrund** (14,6% Selbstständigkeitsquote) **sind aktiver in Bezug auf die eigene Selbstständigkeit** als Studierende ohne Migrationshintergrund (9,0% Selbstständigkeitsquote).
- ▶ Positive bzw. **erfolgreiche Vorbilder** spielen bei dem Wunsch nach selbständiger Tätigkeit eine merkbare Rolle.
- ▶ Die größten **Unterschiede** zwischen sehr gründungsaffinen Studierenden (die, die sich bereits selbstständig gemacht haben und die, die erste Schritte in diese Richtung unternommen haben) und jenen für die Selbstständigkeit zur Zeit keine Option ist, zeigen sich in ihrer Selbsteinschätzung im **visionären Denken, im Erkennen unternehmerischer Gelegenheiten**, in der **Proaktivität** sowie in der **Bereitschaft Risiken einzugehen**.
- ▶ Bei den Berufseinstiegsriterien zeigt sich, dass für die Studierenden für die, die Selbstständigkeit zurzeit keine Option ist, der **sichere Arbeitsplatz** das wichtigste Kriterium darstellt.
- ▶ Für die Fakultät ergeben sich **diverse Ansatzpunkte, um Entrepreneurship stärker zu fördern**, vor allem durch das Angebot einer Gründerberatung, bessere Information zu Unterstützungs- und Fördermöglichkeiten für Start-ups, Workshops zum Thema Entrepreneurship & Existenzgründung sowie die Schaffung von Coworking Spaces, etc.

3. Erste Handlungsschritte aus der Studie für die Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften

Wie die Studie gezeigt hat, ist das Interesse am Thema Selbstständigkeit und Gründung in der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften besonders hoch. Das „Unternehmen“ und damit auch die Gründung des gleichen ist Erkenntnisobjekt und Lerngegenstand der Betriebswirtschaftslehre. In diesem Sinne **versteht sich die Fakultät als Impulsgeber** für die Themen **Entrepreneurship** im allgemeinen Sinne des „**unternehmerischen Denken und Handelns**“ und im Speziellen, wenn es um das Thema **Unternehmensgründung** über die eigene Fakultät hinaus geht. Erklärtes **Ziel ist es, dass jeder Studierende sich zumindest einmal in seinem Studium mit dem Thema Selbstständigkeit und der Möglichkeit der Unternehmensgründung als Karriereoption intensiv beschäftigt hat.**

In der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften wurden auf Basis der Erkenntnisse der vorliegenden Studie bereits **erste Maßnahmen zur Stärkung der Start-up-Kultur** und zur **Förderung der Entrepreneurship Education** ergriffen:

Seit dem Sommersemester 2016 wird von der F04 der interdisziplinäre „**Arbeitskreis Entrepreneurship**“⁵ initiiert und organisiert. Ziel des Arbeitskreises ist es, eine Plattform zum Austausch über neue Lehrkonzepte zum Thema Entrepreneurship, eine Diskussion über Entrepreneurship Education an der TH Köln und nicht zuletzt auch eine Schnittstelle zur Praxis zu bieten. Auf diese Weise sollen einerseits die Vermittlung von Umsetzungs- und Handlungskompetenzen der Studierenden im Unternehmenskontext gefördert werden. Zum anderen werden studentische Unternehmer von der Ideenentwicklung bis hin zur Erarbeitung eines tragfähigen Geschäftsmodells unterstützt unternehmerische Gelegenheiten zu entwickeln und wahrzunehmen. Mittlerweile sind in diesem Arbeitskreis ca. 20 Professoren der TH Köln und damit neben Vertretern der F04 auch Vertreter der F01, F02, F03, F8, F09, F10 sowie des Referats 5.

Ebenfalls seit dem Sommersemester 2016 wird von Professoren der F04 das Angebot einer **Start-up-Beratung** gemacht. Hier können Studierende der F04 bei konkreten Fragen rund um ihr Geschäftsmodell, Businessplan, die Beantragung von Fördermitteln, etc. Rat einholen.⁶

Vom Schmalenbach Institut für Wirtschaftswissenschaften (F04) wird in Zusammenarbeit mit dem Institut für Informationswissenschaft (F03) semesterweise eine **interdisziplinäre Ringvorlesung „Entrepreneurship & Innovation“** angeboten.⁷ Zielsetzung der Veranstaltungsreihe ist es, mit Hilfe von Gastvorträgen von Experten den Studierenden praxisnah unternehmerisches Denken und Handeln zu vermitteln.

Seit dem Wintersemester 2016/17 wird einmal im Semester eine **interdisziplinäre Netzwerkveranstaltung** organisiert, die Gründer, „Noch-Nicht-Gründer“ und Interessierte zusammenbringt und den Studierenden Mut machen soll, das eigene Projekt zu forcieren. Auf dem diesem sog. „**Entrepreneurs-Club**“⁸ spricht ein erfolgreicher Gründer von seinen Erfahrungen und drei studentische Start-ups haben die Gelegenheit ihre Ideen

⁵ Vgl. Arbeitskreis Entrepreneurship: https://www.th-koeln.de/wirtschafts-und-rechtswissenschaften/arbeitskreis-entrepreneurship-education_36434.php (zuletzt aufgerufen am 16.02.2018).

⁶ Vgl. Start-up-Beratung der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften: https://www.th-koeln.de/wirtschafts-und-rechtswissenschaften/start-up-beratung_36355.php (zuletzt aufgerufen am 16.02.2018).

⁷ Vgl. Interdisziplinäre Ringvorlesung Entrepreneurship & Innovation: https://www.th-koeln.de/hochschule/ringvorlesung-entrepreneurship-innovation_42430.php (zuletzt abgerufen am 16.02.2018).

⁸ Vgl. Entrepreneurs-Club der TH Köln: https://www.th-koeln.de/hochschule/entrepreneurs-club_45259.php (zuletzt abgerufen am 16.02.2018).

zu pitchen und Feedback einzuholen. Im Anschluss bietet die Veranstaltung Raum für Diskussion und Vernetzung.

Die F04 bietet vorwiegend im Bachelor ein **vielfältiges Wahlpflichtangebot (meist interdisziplinär)** rund um das Thema Entrepreneurship an. So werden u.a. die Fächer „Entrepreneurship“, „Entrepreneurship & Market Intelligence“ (zusammen mit der F03), „Internet of Things und digitale Geschäftsmodelle“ (zusammen mit der F10) sowie „Existenzgründungsszenarien“ (geöffnet für Studierende der F09) angeboten. Daneben wird auch das **Workshopangebot** ausgebaut, so wurde im Sommersemester 2016 i.R. der Gleichstellungsförderung gezielt ein **Existenzgründerinnen-Seminar** angeboten sowie eine **Start-up-Tour** zum Kölner Inkubator STARTPLATZ angeboten.

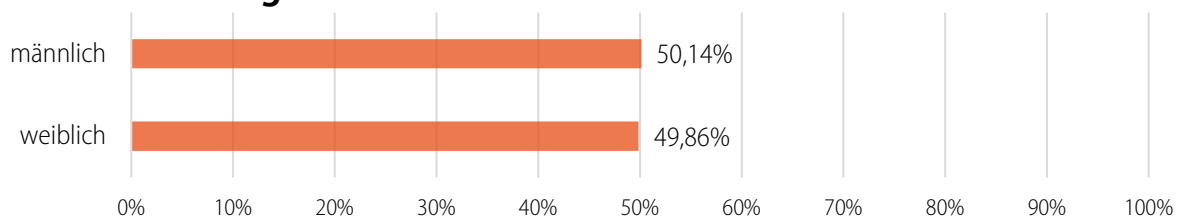
Die genannten Angebote werden von den Studierenden sehr gut angenommen. Weitere Angebote sind in Planung und werden zunehmend interdisziplinärer.

Ab dem Sommersemester 2018 wird ein Inkubator an der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften für den Campus Südstadt eingerichtet. Der Inkubator bietet Studierenden mit fundierten Gründungsabsichten die Möglichkeit an ihren Geschäftsideen und Gründungsvorhaben zu arbeiten. Die Gründungsteams durchlaufen ein Inkubatorprogramm mit dem Ziel das Geschäftsmodell eines Start-ups valide und zeitnah auf seine Tragfähigkeit hin zu überprüfen und zu plausibilisieren. Es sollen Fördermöglichkeiten aufgezeigt und durch gezieltes Coaching ein Team in möglichst kurzer Zeit so weit gebracht werden, dass das Geschäftsmodell einem Investor präsentiert werden kann und sich das Start-up durch eingeworbene Mittel selbst finanzieren sowie eigene Büroräume anmieten kann. Verfolgt wird dabei die Lean-Start-up-Methode, um durch das datengetriebene Lernen auf Basis von Kunden- und Userfeedback, risikoarm und mit einem Fokus auf hohe Geschwindigkeit ein Unternehmen zu gründen. Auch Studierende anderer Fakultäten sind angesprochen, da insbesondere **auch interdisziplinäre Gründungen** gefördert werden.

4. Überblick über die Befragten

Die nachfolgenden Grafiken beschreiben die demographischen Merkmale der Stichprobe. Die befragten Studierenden können nach Geschlecht, Alter, Migrationshintergrund und Studienziel eingeordnet werden. Dadurch ist eine Segmentierung möglich, die es im weiteren Verlauf der Erhebung zulässt Aussagen über förderliche Merkmale für das unternehmerische Denken und Handeln und Bedarf an Handlungsmaßnahmen hinsichtlich bestimmter Gruppen zu treffen.

Anteil der Befragten nach Geschlecht

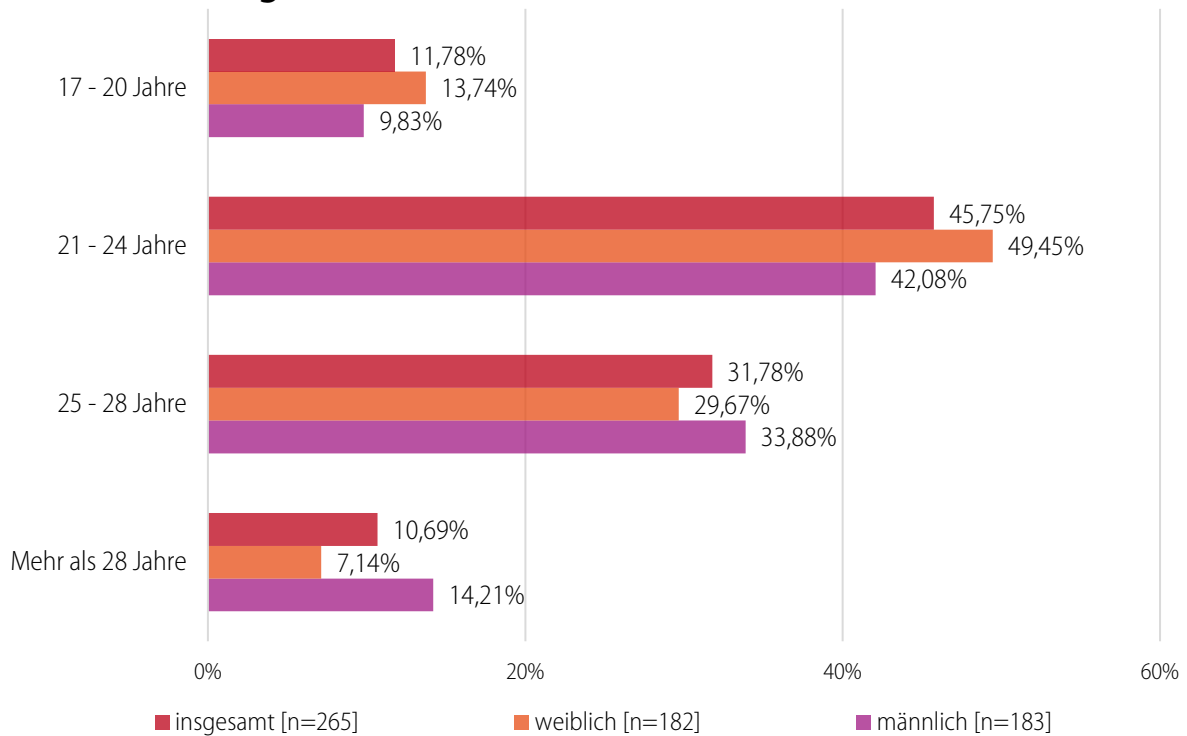


[n = 365]

Abbildung 1: Geschlechterverteilung der befragten Studierenden der F04

Die empirischen Daten decken sich zum Teil mit den tatsächlichen Zahlen der Hochschulstatistik. Die paritätische Verteilung des Geschlechts kann hier als Zufallsvariable dienen um die Repräsentativität der Erhebung zu überprüfen.⁹

Anteil der Befragten nach Alter

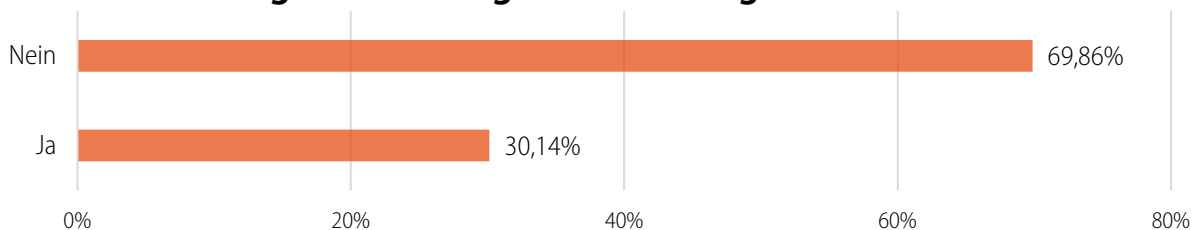


[n = 365]

Abbildung 2: Altersverteilung der befragten Studierenden der F04

Bei den Befragten handelt es sich um eine besonders junge Zielgruppe mit einem Durchschnittsalter von etwa 24,2 Jahren. Dies entspricht fast genau dem Durchschnittsalter deutscher Hochschulabsolventen allgemein.¹⁰

Anteil der Befragten nach Migrationshintergrund



[n = 365]

Abbildung 3: Übersicht über die befragten Studierenden der F04

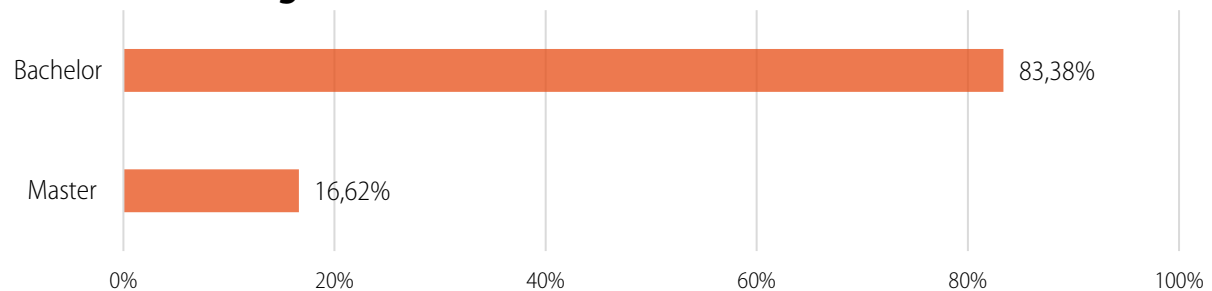
Der Hochschulstatistik der TH Köln kann zwar der Anteil ausländischer Studierender entnommen werden, von Interesse ist aber auch, ob ein Migrationshintergrund unabhängig von der deutschen Staatsbürgerschaft vorliegt

⁹ Es ergibt sich ein Unterschied von ca. drei Prozentpunkten, der dadurch erklärt werden kann, dass es sich bei dem angestrebten Abschluss nicht um eine Zufallsvariable handelt, da die Umfrage auch gezielt in Vorlesungen getragen worden ist.

¹⁰ Statistisches Bundesamt (2017).

und ob die daraus resultierenden kollektiven und postmigrantischen Erfahrungen Auswirkungen auf das unternehmerische Denken und Handeln bei Studierenden haben.

Anteil der Befragten nach Studienziel



[n = 361]

Abbildung 4: Anteil der befragten Master- und Bachelorstudierenden der F04

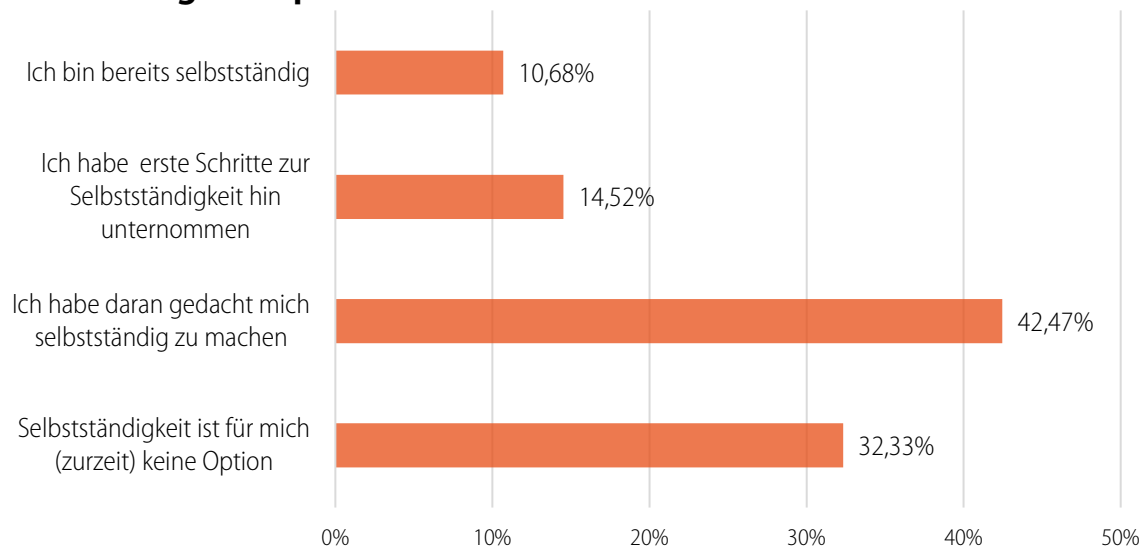
Die Stichprobe hat einen Anteil von 16,6% an Studierenden, die einen Masterabschluss anstreben. In der offiziellen Hochschulstatistik wird ein Anteil von 13,3% an Masterstudierenden der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften festgehalten.¹¹ Diese leichte Abweichung lässt sich dadurch erklären, dass im Rahmen der Befragung die Umfrage gezielt in Vorlesungsveranstaltungen getragen worden ist, die ex ante bestimmt worden sind, um einen möglichst umfassenden und repräsentativen Status Quo der Start-up-Kultur an der TH Köln festzuhalten. Deshalb handelt es sich bei dem angestrebten Studienabschluss nicht um ein zufällig verteiltes Merkmal in dieser Stichprobe.

5. Selbstständigkeit im Vergleich

Im Folgenden schließt sich ein Befund der Selbstständigkeitsambitionen der Studierenden der F04 an. Untersucht werden dabei die Quoten der Studierenden, die bereits selbstständig sind, erste Schritte zur Selbstständigkeit unternommen haben, darüber nachgedacht haben einer selbstständigen Tätigkeit nachzugehen und denen, für die Selbstständigkeit (zurzeit) keine Option ist. Untersucht werden darüber hinaus welche demographischen Merkmale der Stichprobe zu unterschiedlichen Verteilungen bei der Selbstständigkeit haben und damit Einfluss auf die Gründungsentscheidung bei Studierenden nehmen.

¹¹ Vgl. TH Köln (2016), S. 49.

Selbstständigkeitsquote



[n = 365]

Abbildung 5: Anteil der selbstständigen Studierenden der F04

An der F04 gehen 10,8% der Studierenden einer selbstständigen Tätigkeit nach. Diese umfasst sowohl freiberufliche als auch gewerbetreibende Tätigkeiten. Im Vergleich zu den anderen Fakultäten hat die Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften (F04) die höchste Selbstständigkeitsquote der TH Köln. Grund dafür könnte sein, dass Studierende an der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften (F04) wirtschaftliche Studiengänge aufgrund des Interesses an unternehmerischem Denken und Handeln belegen und daher auch über eine stärkere Neigung zur Selbstständigkeit verfügen als in anderen Studiengängen.

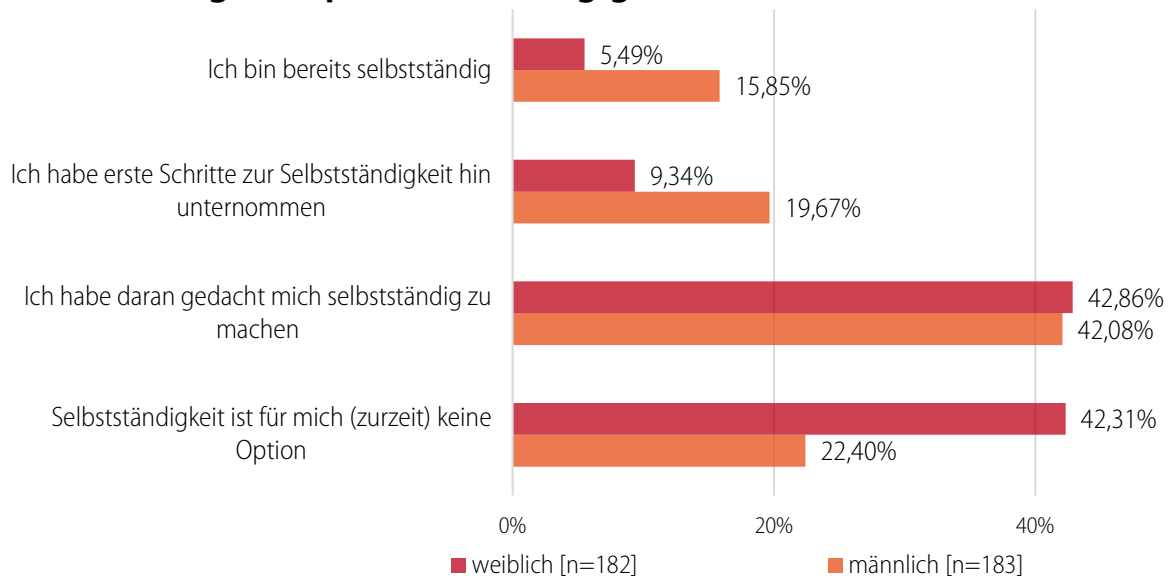
Der Anteil der Studierenden der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften (F04), die bereits erste Schritte zur Selbstständigkeit unternommen haben, beträgt 14,5%. Dieser Anteil wird nur an der Fakultät für Kulturwissenschaften (F02) mit 15,5% übertroffen. Zusammen mit dem Anteil der selbstständigen Studierenden ergibt sich so eine Quote von 25,2% an selbstständigen und selbständig werdenden Studierenden der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften, der weit über dem bundesdeutschen Durchschnitt (10,8%), bzw. der Selbstständigkeitsquote für das Land NRW (9,2%) liegt.¹²

Unter Berücksichtigung des Alters der Studierenden¹³, kann davon ausgegangen werden, dass die Selbstständigkeitsquote der Studierenden mit zunehmendem Alter größer wird. Nach Fritsch (2016) steigt die Gründungswahrscheinlichkeit mit zunehmendem Alter bis zu einem Maximalwert im ca. 41. Lebensjahr, danach ist die Gründungswahrscheinlichkeit wieder abnehmend. Sobald das Selbstvertrauen in die eigenen unternehmerischen Fähigkeiten steigt, Erfahrungen gesammelt und Eigenkapital für die Finanzierung einer Unternehmensgründung aufgebaut wird, nimmt auch die Gründungsneigung zu.

¹² Vgl. OECD (2017).

¹³ Vgl. Abbildung 2: Altersverteilung der befragten Studierenden der F04

Selbstständigkeitsquote in Abhängigkeit des Geschlechts



[n = 365]

Abbildung 6: Anteil der selbstständigen Studierenden der F04

Bei der Betrachtung der Selbstständigkeit lässt sich ein geschlechtsspezifischer Unterschied feststellen. Der Anteil der männlichen, selbstständigen Studierenden ist über zehn Prozentpunkte größer als bei weiblichen Studierenden. Dies gilt im fast gleichen Maße für den Anteil der Studierenden, die bereits erste Schritte zur Selbstständigkeit hin unternommen haben. Analog ist der Anteil weiblicher Studierender für die Selbstständigkeit zurzeit keine Option ist fast 20 Prozentpunkte höher als beim Anteil männlicher Studierender.

Der geschlechtsspezifische Unterschied lässt sich weniger stark ausgeprägt auch bundesweit beobachten: Hier liegt der Unterschied bei etwa 5,8 Prozentpunkten.¹⁴ Fritsch (2016) beschreibt als Hauptgründe für diesen geschlechtsspezifischen Unterschied das niedrigere Qualifikationsniveau bei Frauen, tradierte Rollenbilder, in älteren Jahren außerdem familiäre Verpflichtungen, häusliche Verantwortung und steigende Opportunitätskosten.¹⁵ Diese Argumente greifen allerdings für eine rein akademische Zielgruppe zu kurz. In der Gesamtauswertung der Daten der TH Köln lässt sich empirisch feststellen, dass der Frauenanteil mit steigendem Qualifikationsniveau (Bachelor/Master) ansteigt.¹⁶

Das Argument unterschiedlicher Altersverteilung (vgl. Fritsch 2016), kann diesen geschlechtsspezifischen Unterschied in der Selbstständigkeitsverteilung nur bedingt erklären.¹⁷ Bei Auswertung dieser können nur marginale Unterschiede festgestellt werden, die diesem Argument keinen Auftrieb geben.

Daher müssen darüber hinaus weitere Erklärungsmöglichkeiten in Erwägung gezogen werden, die sich auch empirisch belegen lassen. In „6. Selbstständige Bezugspersonen im direkten Umfeld der Studierenden“ wird festgehalten, dass weibliche Studierende durchschnittlich seltener eine Bezugsperson im direkten Umfeld haben, die positive Erfahrungen mit Selbstständigkeit gemacht hat. Dementsprechend liegt der Anteil der weiblichen Studierenden, die eine selbstständige Bezugsperson im direkten Umfeld haben, die negative Erfahrungen mit Selbstständigkeit gemacht hat, mehr als 9 Prozentpunkte über dem Anteil der männlichen Studierenden. Dieser Unterschied könnte einen Ansatz zur Erklärung des geschlechtsspezifischen Unterschieds leisten.

¹⁴ Vgl. OECD (2017).

¹⁵ Vgl. Fritsch (2016), S. 59.

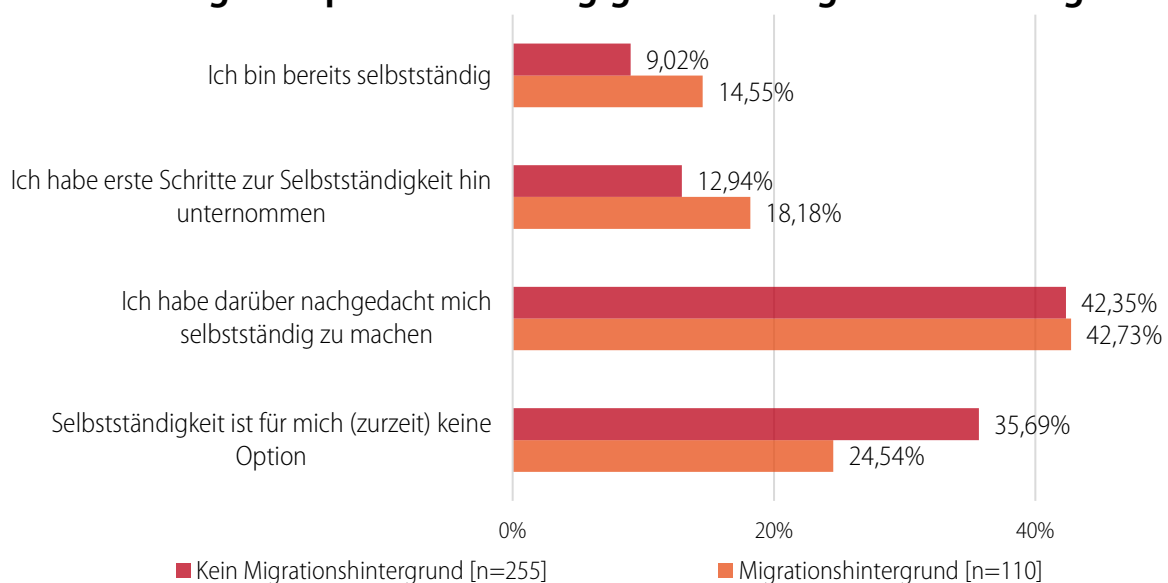
¹⁶ Vgl. Blöcher / Gawlik (2017), S. 9.

¹⁷ Vgl. Fritsch (2016), S. 58.

Auch die Familienplanung weiblicher Studierender kann bei der Erklärung eine Rolle spielen. Die Gründungswahrscheinlichkeit nimmt mit fortschreitendem Alter bis zum 41. Lebensjahr zu. Demgegenüber erreichen Geburtenziffern ihr Maximum im Schnitt schon im 31. Lebensjahr.¹⁸ Auch diese statistische Verschiebung könnte eine Erklärung für die niedrigere Gründungsquote bei weiblichen Studierenden liefern.

Darüber hinaus erfolgt in „7. Selbsteinschätzung der Studierenden zu bestimmten Merkmalen“ eine Auswertung von potenziell gründungsrelevanten Merkmalen. Hier kann festgestellt werden, dass einige Merkmale, die sich positiv auf die Entscheidung einer selbstständigen Tätigkeit nachzugehen auswirken, bei weiblichen Studierenden im Schnitt weniger stark ausgeprägt sind.

Selbstständigkeitsquote in Abhängigkeit des Migrationshintergrundes



[n = 365]

Abbildung 7: Anteil der selbstständigen Studierenden der F04 in Abhängigkeit des Migrationshintergrundes

Es lassen sich Unterschiede hinsichtlich der Selbstständigkeitsambitionen abhängig vom Migrationshintergrund der Studierenden beobachten. Der Anteil selbstständig tätiger Studierender mit Migrationshintergrund liegt mehr als 5 Prozentpunkte über dem Anteil der Studierenden ohne Migrationshintergrund. Ähnlich verhält es sich bei Studierenden, die bereits erste Schritte zur Selbstständigkeit unternommen haben. Hier beträgt der Unterschied ebenfalls mehr als 5 Prozentpunkte. Ausgeglichen sind hingegen die Anteile der Studierenden, die darüber nachgedacht haben sich selbstständig zu machen. Für Studierende ohne Migrationshintergrund ist Selbstständigkeit häufiger keine Option, verglichen mit Studierenden mit Migrationshintergrund. Der Unterschied beträgt an dieser Stelle über 11 Prozentpunkte.

In der Forschung werden im Rahmen des Ethnic Entrepreneurship Erklärungen für diese Beobachtungen gesucht. Aygün et al (2017) beschreiben sog. Push- und Pull-Faktoren, die Migrantinnen und Migranten zur Selbstständigkeit bewegen. Erstere beschreiben ein „gedrängt werden“ in die Selbstständigkeit, beispielsweise durch drohende Arbeitslosigkeit und eine Aussicht auf Arbeit durch Selbstständigkeit; letztere beziehen sich auf Faktoren, die Migrantinnen und Migranten anziehen sich selbstständig zu machen, wie beispielsweise günstige Umstände (Opportunity Recognition) mit Aussicht auf eine verbesserte Einkommenssituation, eigene Qualifikation, Risikobereitschaft, etc.¹⁹ Nach Fritsch (2016) gibt es Hinweise darauf, dass Necessity

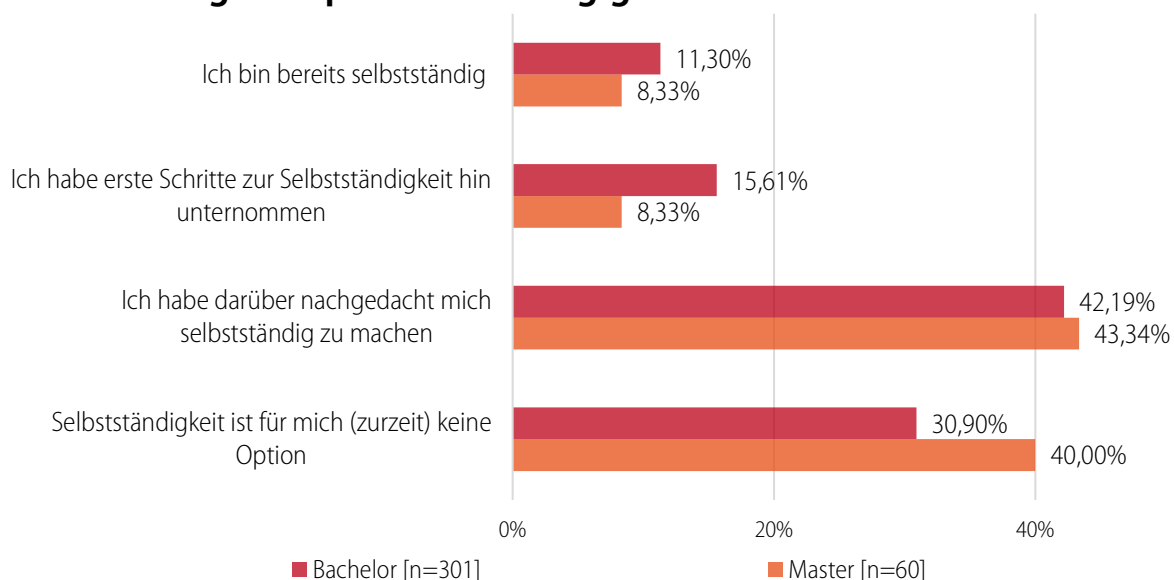
¹⁸ Ebd.

¹⁹ Vgl. Aygün et al. (2017).

Entrepreneurship bei Gründungen von Migrantinnen und Migranten eine Rolle spielt, jedoch auch zwischen Herkunftsländern der Gründerinnen und Gründer differenziert werden muss, da im internationalen Vergleich auch hier Unterschiede hinsichtlich der Gründungsneigung bestehen.²⁰

Es muss jedoch unterschieden werden zwischen kulturellen Einflussfaktoren – es lassen sich unterschiedlich starke Selbstständigkeitsambitionen zwischen verschiedenen Ländern im internationalen Vergleich beobachten – und verallgemeinerbaren Faktoren. Wichtigste Motive von Migrantinnen und Migranten beim Schritt in die Selbstständigkeit sind Selbstverwirklichung sowie sozialer Aufstieg in Verbindung mit Anerkennung und verbesserter Einkommenssituation, die sich auf vergleichbare subjektive Erfahrungen im Rahmen der Migration zurückführen lassen. Dazu gehören ebenso auch Autonomie und Entscheidungsfreiheit, die Gründe für die höhere Selbstständigkeitsquote unter Studierenden mit Migrationshintergrund sein können.²¹

Selbstständigkeitsquote in Abhängigkeit des Studienziels



[n = 361]

Abbildung 8: Selbstständigkeitsquote der Studierenden der F04 in Abhängigkeit des Studienziels

Die Erhebung zeigt, dass Studierende eines Bachelorstudienganges eine höhere Selbstständigkeitsaffinität aufweisen, als es der Fall bei Studierenden eines Masterstudienganges ist. Der Unterschied zwischen Studierenden eines Bachelorstudienganges, die bereits selbstständig sind oder bereits erste Schritte dahin unternommen haben und Studierenden eines Masterstudienganges beträgt über 10 Prozentpunkte.

Diese empirischen Ergebnisse widersprechen teilweise der in der Literatur beschriebenen steigenden Gründungsaffinität mit steigendem Qualifikationsniveau.²² Auch ist dies insofern interessant, als dass die Auswertung der Erhebung hinsichtlich der gesamten Hochschule den in der Literatur beschriebenen Zusammenhang bestätigt. Es müssen also Gründe gefunden werden, die erklären weshalb Studierende eines Bachelorstudienganges in der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften über eine höhere Gründungsaffinität verfügen, als Studierende eines Masterstudienganges.

Möglicherweise nutzen Studierende mit Selbstständigkeitsambitionen das Studium im Rahmen eines Bachelorstudienganges an der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften zum Erwerb von

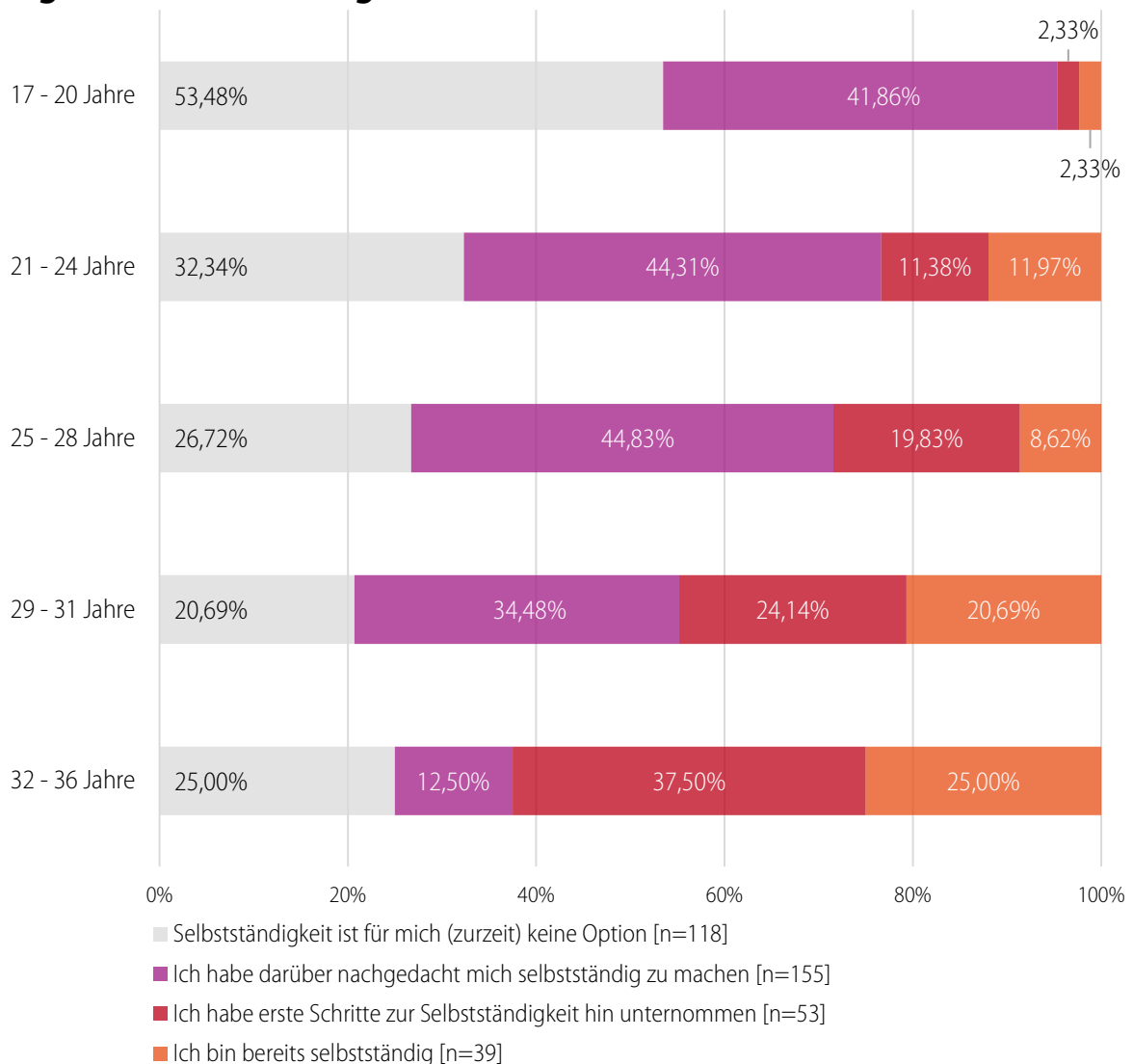
²⁰ Vgl. Fritsch (2016), S. 114.

²¹ Vgl. Leicht (2009), S. 20.

²² Vgl. Fritsch (2016), S. 45.

wirtschaftlichen Grundkenntnissen, um dann den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen. Ein weiterer Grund könnte sein, dass die Masterstudiengänge der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften in besonderem Maße Karrieremöglichkeiten in einem Angestelltenverhältnis vermitteln und Selbstständigkeit nicht als tatsächliche Karriereoption kommuniziert wird. Die nachfolgende Grafik bestätigt jedoch den positiven Zusammenhang zwischen steigender Selbstständigkeitsambition und zunehmendem Alter.

Steigende Selbstständigkeitsambition mit zunehmendem Alter



[n = 365]

Abbildung 9: Selbstständigkeit in verschiedenen Altersgruppen der Studierenden der F04

Zu überprüfen ist, ob auch unter einer rein akademischen Zielgruppe ein positiver Zusammenhang zwischen steigender Selbstständigkeitsquote und zunehmendem Alter besteht, wie es auf das Gründungsgeschehen in Deutschland allgemein zutrifft.²³ Die Gründungswahrscheinlichkeit nimmt mit zunehmendem Alter laut Fritsch (2016) zu, bis sie im etwa 41 Lebensjahr ihr Maximum erreicht und wieder abfällt.²⁴ Bei den Studierenden der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften handelt es sich jedoch im Regelfall um eine jüngere Zielgruppe. Trotzdem kann man den beschriebenen Anstieg der Selbstständigkeit unter den Studierenden mit zunehmendem

²³ Vgl. Fritsch (2016), S.58.

²⁴ Ebd.

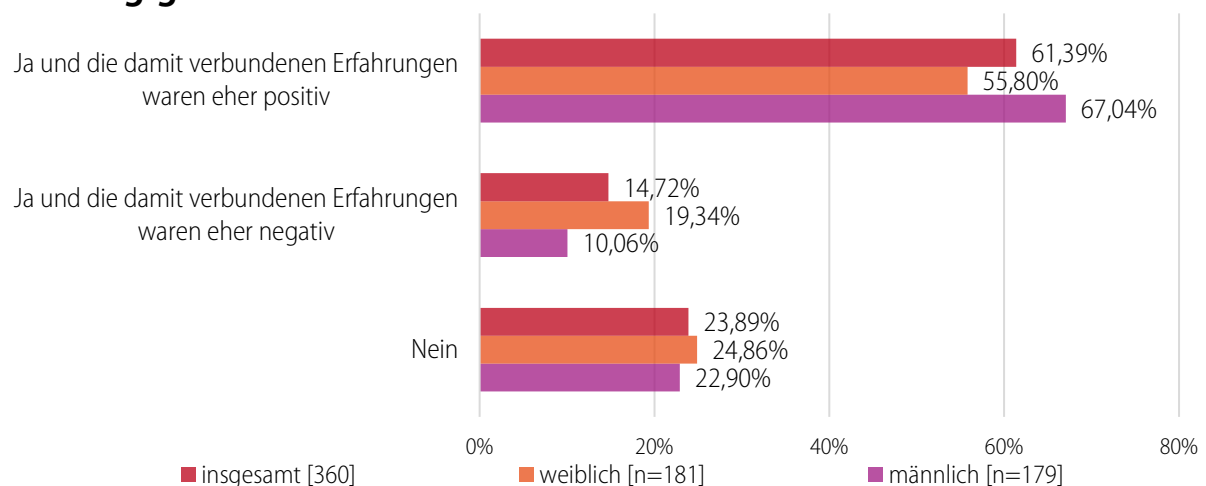
Alter empirisch belegen: Während der Anteil selbstständiger Studierender im Alter zwischen 17 und 20 Jahren bei 2,3% liegt, steigt dieser mit zunehmenden Alter stetig an bis zu einem Anteil von 25,0% bei Studierenden im Alter von 32 bis 36 Jahren. Dies gilt ebenfalls für Studierende, die bereits erste Schritte zur Selbstständigkeit unternommen haben. Zusammen mit den bereits selbstständigen Studierenden machen sie einen Anteil von 62,5% der Studierenden in dieser Altersgruppe aus.

6. Selbstständige Bezugspersonen im direkten Umfeld der Studierenden

Bezugspersonen sind Personen zu denen andere Menschen eine besondere Beziehung haben. Geprägt wird eine solche Beziehung vor allem durch Vertrauen und Identifikation. Solche Bezugspersonen fungieren oft als Vorbild oder Leitbild an denen Normen, Verhalten und Wertesysteme ausgerichtet werden und eine Richtlinie für Lebensführung und Entscheidungen bieten.²⁵ Gleichzeitig verschaffen sie eine „Projektionsfläche für eigene Sehnsüchte, Hoffnungen und Erwartungen.“²⁶

Inwieweit die Entscheidung zur Selbstständigkeit von Bezugspersonen beeinflusst wird, soll hier untersucht werden. Gefragt wurde, ob eine solche Person, die einer selbstständigen Tätigkeit nachgeht, im direkten Umfeld des Studierenden existiert und ob die mit der Selbstständigkeit verbundenen Erfahrungen von eher positiver oder negativer Natur waren.

Anteil selbstständiger Bezugspersonen von Studierenden in Abhängigkeit des Geschlechts



[n = 365]

Abbildung 10: Anteil der Studierenden der F04 mit positivem, negativem oder keinem Vorbild in Bezug auf Selbstständigkeit

Betrachtet man Bezugspersonen der Studierenden, die einer selbstständigen Tätigkeit nachgehen, so ergeben sich Unterschiede bei männlichen und weiblichen Studierenden: Der Anteil der männlichen Studierenden, die eine selbstständige Bezugsperson im direkten Umfeld haben, die positive Erfahrungen mit der Selbstständigkeit

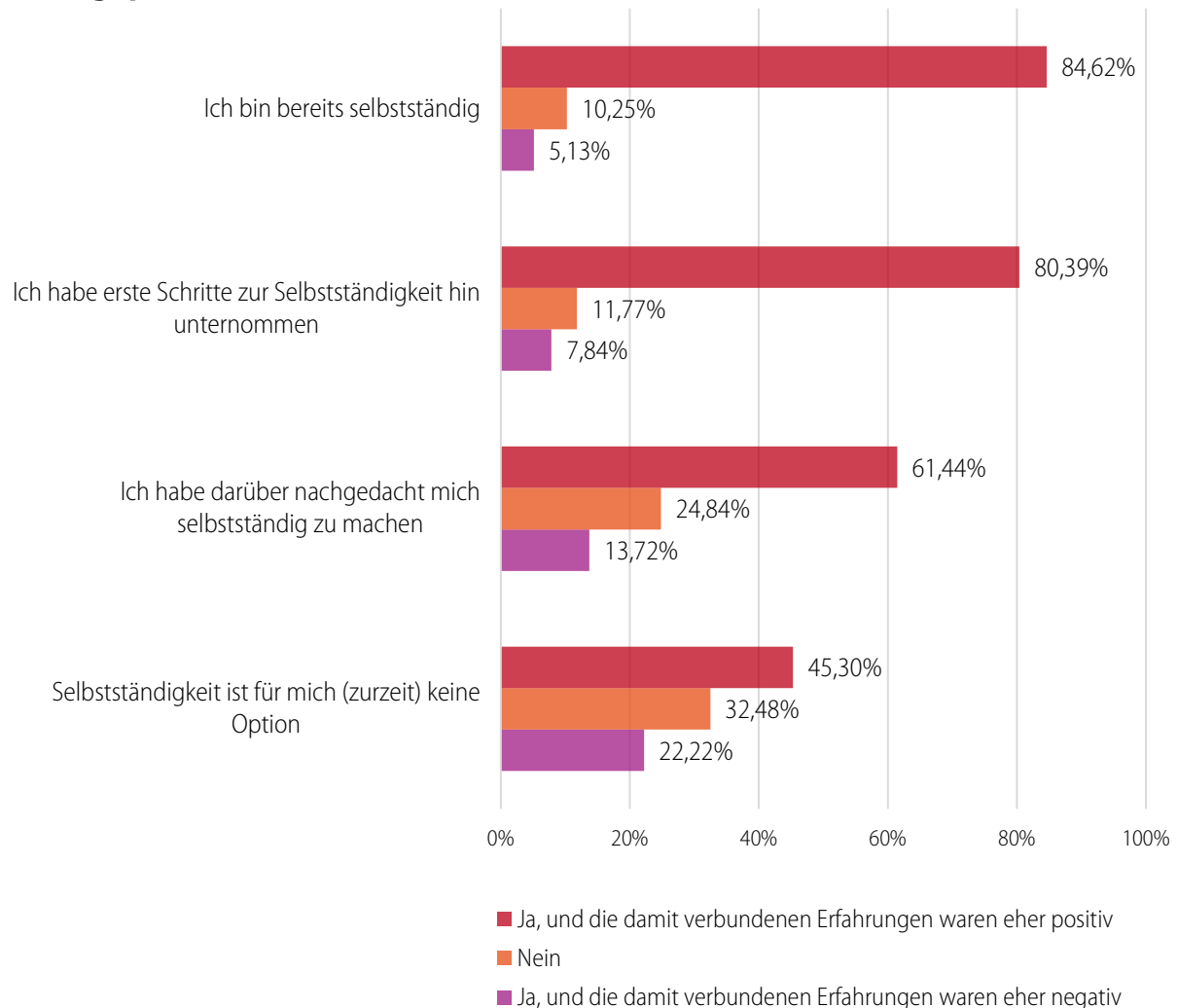
²⁵ Vgl. Riemer (2011), S.5.

²⁶ Vgl. Riemer (2011), S.6.

gemacht haben, liegt mehr als 11 Prozentpunkte über dem Anteil der weiblichen Studierenden. Analog ist festzuhalten, dass der Anteil der weiblichen Studierenden, die eine selbstständige Bezugsperson im direkten Umfeld haben, die negative Erfahrungen mit der Selbstständigkeit haben, mehr als 9 Prozentpunkte über dem Anteil männlicher Studierender liegt. Der Anteil der Studierenden, die keine Bezugsperson im direkten Umfeld haben, die einer selbstständigen Tätigkeit nachgehen, ist nahezu ausgeglichen.

Fehlende Vorbilder können ein Grund dafür sein, weshalb weniger weibliche Studierende die Selbstständigkeit ergreifen. Es muss darüber nachgedacht werden, wie im Studium insbesondere weibliche Studierende mit positiven Vorbildern in Kontakt kommen können, um ihr Potenzial auszuschöpfen.

Selbstständigkeit in Abhängigkeit von selbstständigen Bezugspersonen im direkten Umfeld



[n = 360]

Abbildung 11: Selbstständigkeit in Abhängigkeit von selbstständigen Bezugspersonen im direkten Umfeld der Studierenden der F04

Selbstständige Studierende haben den größten Anteil an selbstständigen Bezugspersonen im direkten Umfeld, die positive Erfahrungen mit Selbstständigkeit gemacht haben. Analog überwiegt der Anteil der Studierenden, die entweder keine selbstständige Bezugsperson im direkten Umfeld haben oder aber, dass diese Person

negative Erfahrungen mit Selbstständigkeit gemacht hat (insgesamt etwa 54,7%), wenn für den Studierenden Selbstständigkeit keine Option ist.

Diese Ergebnisse legen nahe, dass selbstständige Personen im direkten Umfeld eines Studierenden bei der Gründungsentscheidung eine wichtige Rolle spielen und eine Vorbildfunktion übernehmen. Von Bedeutung erscheinen außerdem die Erfahrungen, die diese Vorbilder mit der Selbstständigkeit gemacht haben, bzw. welche Erfahrungen sie den Studierenden kommunizieren. So kann es sein, dass eine selbstständige Bezugsperson im direkten Umfeld nicht nur Auswirkungen auf die Selbstständigkeitsentscheidung hat, sondern durch das Spiegelungsprinzip auch den Erfolg der selbstständigen Tätigkeit maßgeblich beeinflusst.²⁷ Studierende ahmen Unternehmer nach, wenn sie sich mit ihnen identifizieren können. Über die Zeit hinweg kann es sein, dass der Studierende zu einem regelrechten Spiegelbild der selbstständigen Bezugsperson wird. Bewusstes Vorbildhandeln selbstständiger Personen führt dann zu einer Wertemultiplikation durch Authentizität.²⁸

7. Selbsteinschätzung der Studierenden zu bestimmten Merkmalen

Die Entrepreneurship-Forschung stellt häufig auch die Persönlichkeit des Unternehmers in den Fokus, da aufgrund seiner Entscheidungen letztlich der ökonomische Erfolg seiner Unternehmung eintritt oder ausfällt. Dass die Persönlichkeit Entscheidungen maßgeblich beeinflusst steht außer Frage. In der Entrepreneurship-Forschung wird vielmehr untersucht, welche Wesenszüge, Charakteristika und Eigenschaften eines Unternehmers schließlich auch zum Erfolg des Unternehmens führen.²⁹

Im Rahmen der Erhebung wurden die Studierenden gebeten sich hinsichtlich einer Reihe selektierter Merkmale selbst einzuschätzen. Die Frage lautete: „Wie würden Sie sich selbst in Bezug auf die folgenden Merkmale einordnen?“ Dabei wurde eine Skala von „trifft vollkommen zu“ bis „trifft nicht zu“ angelegt, sowie die Möglichkeit keine Beurteilung des Merkmals vorzunehmen.

Die Merkmale, die für die Erhebung ausgewählt wurden, orientieren sich am „Fünf-Faktoren-Modell“ nach Allport und Odpert³⁰, ergänzt um weitere Wesenszüge, die das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) in einer Studie³¹ nutzt sowie Merkmale nach Fritsch, die auf Wesenszüge des Unternehmers ausgelegt sind.³² Als wesentlich werden vor allem das Erkennen unternehmerischer Gelegenheiten (Opportunity Recognition) und Proaktivität angesehen.

²⁷ Vgl. Riemer (2011), S.80.

²⁸ Ebd.

²⁹ Vgl. Fritsch (2016), S.47.

³⁰ Vgl. DIW (2011), S.5.

Zum Verständnis: Dieses Modell findet auch unabhängig von unternehmerischer Tätigkeit Anwendung.

³¹ Ebd.

³² Vgl. Fritsch (2016), S.47.

Selbsteinschätzung in Bezug auf ausgewählte Merkmale

Bewertungen: 5 = trifft vollkommen zu, 4 = trifft eher zu, 3 = indifferent, 2 = trifft eher nicht zu, 1 = trifft nicht zu

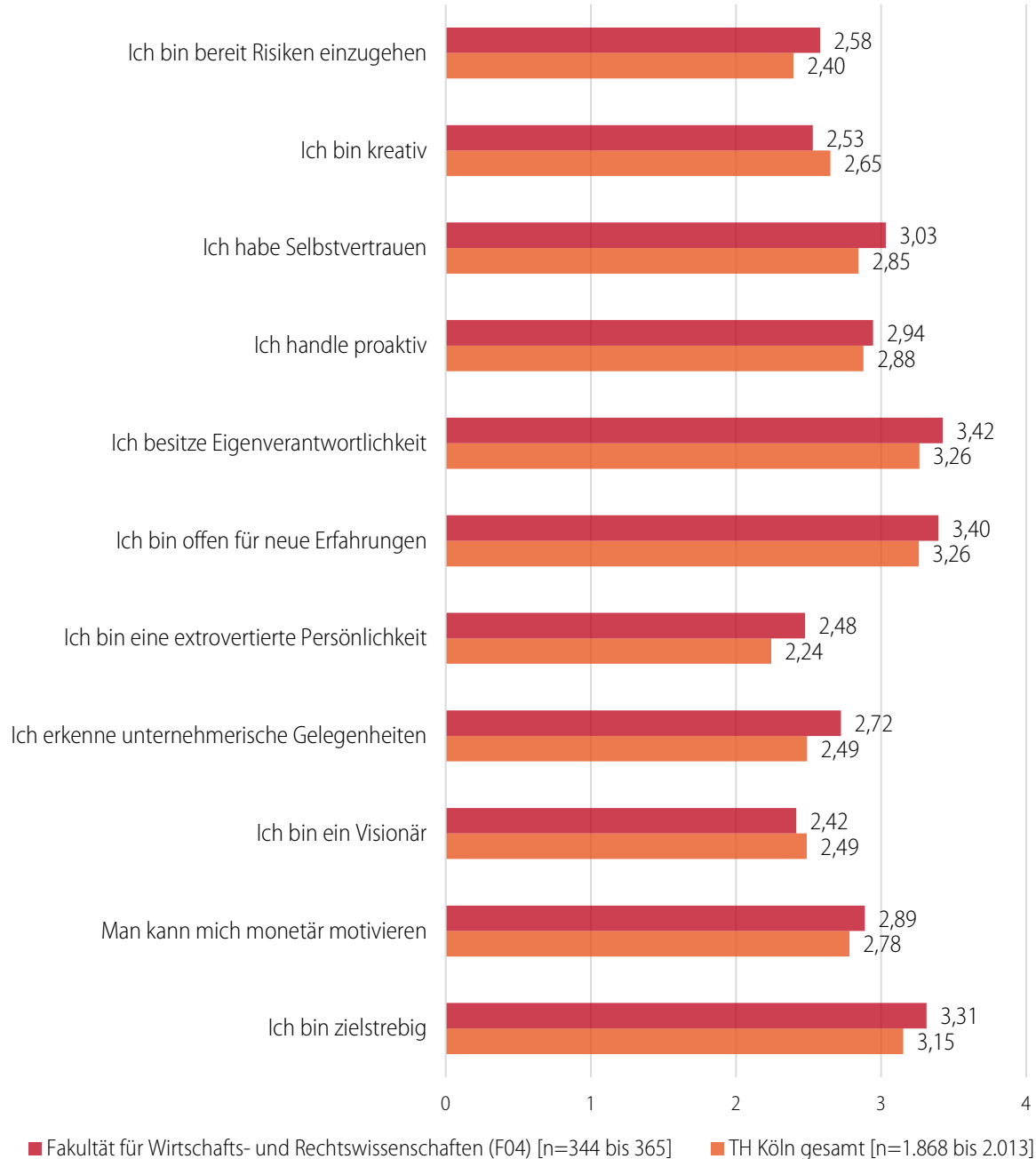
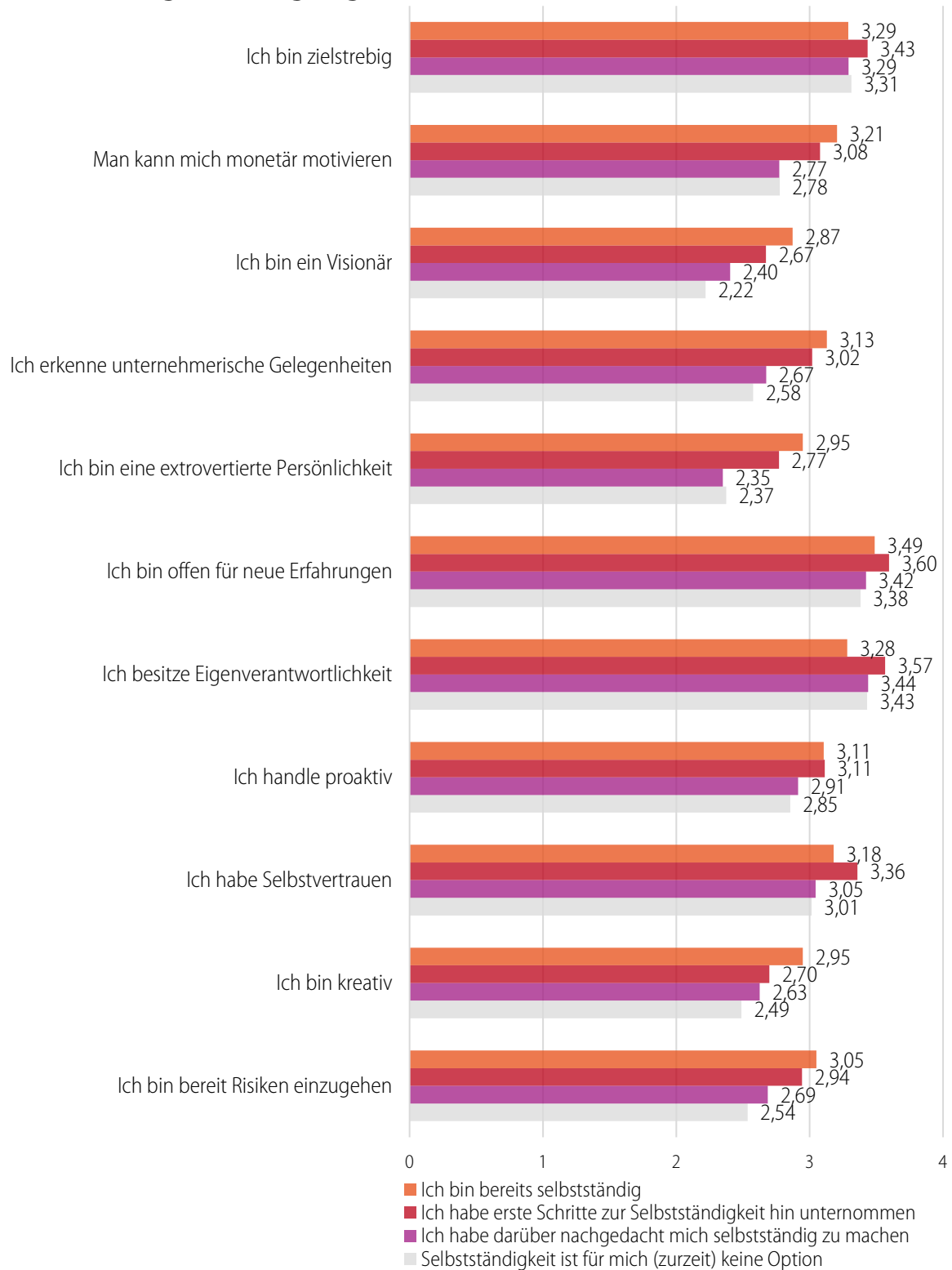


Abbildung 12: Selbsteinschätzung von Studierenden der F04 im Vergleich zu Studierenden der TH Köln gesamt hinsichtlich bestimmter Merkmale

Bei der Erhebung der Selbsteinschätzung der Studierenden hinsichtlich bestimmter Merkmale wird offensichtlich, dass sich die Selbsteinschätzung Studierender der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften nicht wesentlich von der Selbsteinschätzung der Studierenden der TH Köln insgesamt unterscheidet. Dennoch ist ersichtlich, dass Studierende der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften durchweg eine höhere Selbsteinschätzung vornehmen, außer bei den beiden Merkmalen, die die Kreativität sowie die Fähigkeit visionär zu denken abfragen. Die vergleichsweise durchschnittlich höhere Einschätzung kann als ein Indikator für höhere Gründungsaffinität der Studierenden der F04 verstanden werden. Zu beachten ist, dass nicht alle Merkmale in gleicher Weise für eine Gründungsentscheidung förderlich sind.

Ausgewählte Merkmale (Selbsteinschätzung) in Abhängigkeit der Selbstständigkeitsneigung



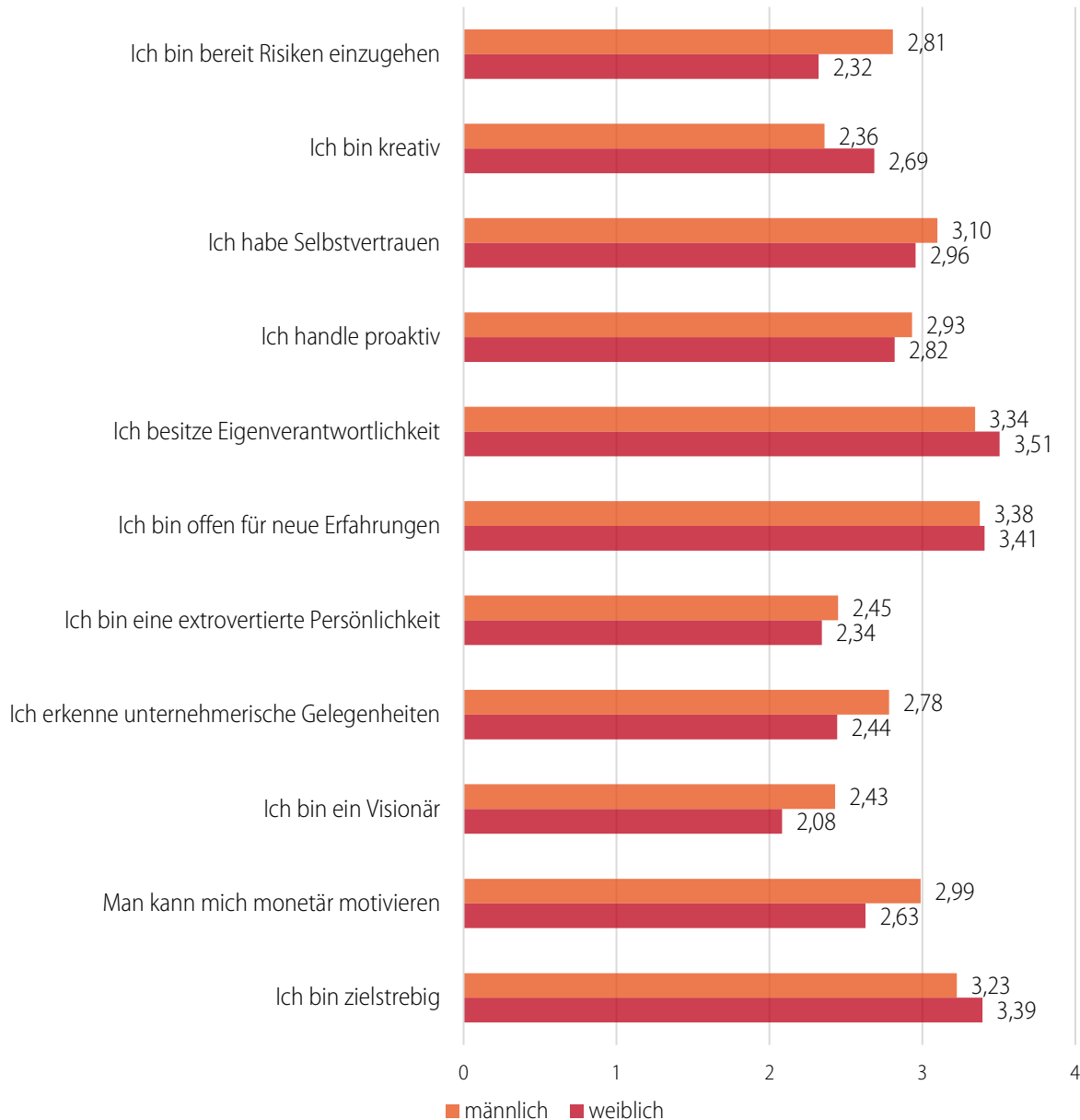
[n = 344 bis 365]

Abbildung 13: Selbsteinschätzung von Studierenden der F04 hinsichtlich bestimmter Merkmale in Abhängigkeit der Selbstständigkeit

In besonderem Maße wirkt sich die Selbsteinschätzung visionär zu denken positiv auf die Selbstständigkeitsambitionen eines Studierenden aus. Der Unterschiedsbetrag zwischen selbstständigen Studierenden und solchen für die Selbstständigkeit keine Option ist, ist hier am größten. Interessant ist an dieser Stelle jedoch auch der Vergleich mit der gesamten Hochschule, denn visionäres Denken ist bei Studierenden der F04 eines der Merkmale, das im Vergleich weniger stark ausgeprägt ist. Im Weiteren zeigen die Ergebnisse, dass insbesondere auch monetäre Motivierbarkeit, Kreativität, Risikobereitschaft, Opportunity Recognition, Extraversion sowie Selbstvertrauen sich positiv auf die Selbstständigkeitsambitionen auswirken. Offenheit für neue Erfahrungen, Eigenverantwortlichkeit sowie Zielstrebigkeit sind den Ergebnissen zufolge Faktoren, die wenig Korrelation zur Gründungsaffinität eines Studierenden aufweisen.

Auffällig ist, dass Studierende, die erste Schritte zur Selbstständigkeit unternehmen sich bei einigen Merkmalen höher einschätzen als selbstständige Studierende. So sehen sie sich als zielstrebig, eigenverantwortlicher und offener für neue Erfahrungen, als Studierende, die bereits selbstständig sind. Ebenso wird das Selbstvertrauen als höher eingeschätzt. Gegebenenfalls verändern sich die Merkmale im Zeitverlauf der unternehmerischen Tätigkeit: Zu Beginn einer unternehmerischen Tätigkeit könnten Selbstvertrauen, Zielstrebigkeit, Eigenverantwortlichkeit und Offenheit für neue Erfahrungen eine tragende Rolle spielen und die Entscheidung für die Selbstständigkeit fördern. Mit zunehmender Dauer einer selbstständigen Tätigkeit könnten andere Merkmale wie visionäres Denken, das Erkennen unternehmerischer Gelegenheiten, Kreativität oder Risikobereitschaft an Bedeutung gewinnen. Dies bedeute dann, dass Studierende mit diesen Merkmalsausprägungen gute Voraussetzungen mitbringen einer selbstständigen Tätigkeit nachzugehen.

Ausgewählte Merkmale (Selbsteinschätzung) in Abhängigkeit des Geschlechts



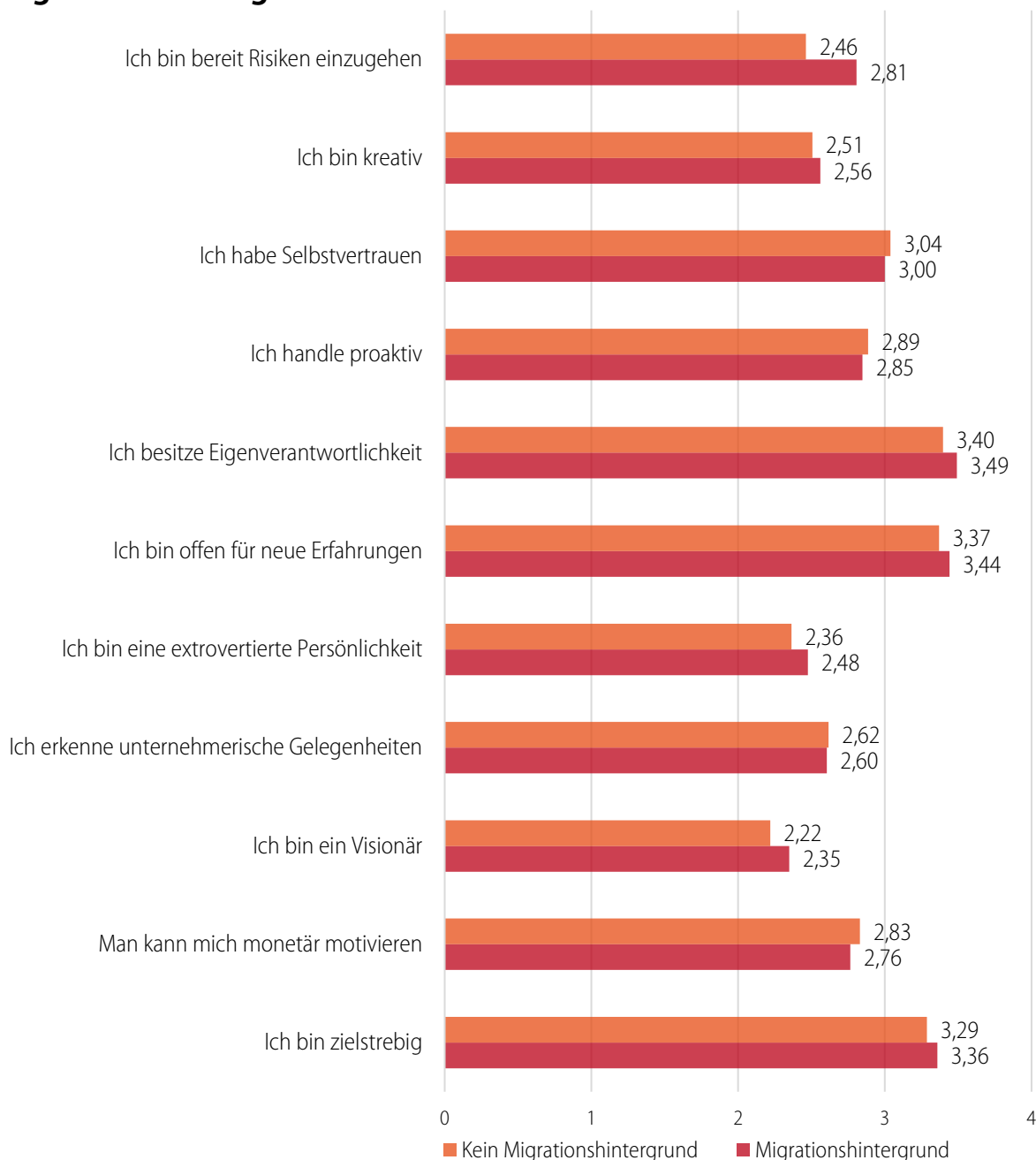
[n = 344 bis 365]

Abbildung 14: Selbsteinschätzung von Studierenden der F04 hinsichtlich bestimmter Merkmale in Abhängigkeit des Geschlechts

Die Ergebnisse offenbaren geschlechtsspezifische Unterschiede bei der Selbsteinschätzung von Studierenden der F04 hinsichtlich bestimmter Merkmale. Vergleichsweise stark ausgeprägt bei männlichen Studierenden ist die Bereitschaft Risiken einzugehen, das Erkennen unternehmerischer Gelegenheiten, visionäres Denken sowie monetäre Motivierbarkeit. Wie bereits festgestellt handelt es sich dabei auch um die Merkmale, die bei selbstständigen Studierenden besonders stark ausgeprägt sind. Bei weiblichen Studierenden wurden Kreativität, Eigenverantwortlichkeit und Zielstrebigkeit höher eingeschätzt als bei männlichen Studierenden. Jedoch handelt es sich bei diesen Merkmalen bis auf die Kreativität um solche, die geringere Auswirkung auf eine Gründungsneigung haben.

Dies könnte einen weiteren Erklärungsansatz für die unausgeglichene geschlechtsspezifische Selbstständigkeitsquote aus „5. Selbstständigkeit im Vergleich“ liefern. Um die Selbstständigkeitsquote weiblicher Studierender zu erhöhen könnte ein Ansatzpunkt darin liegen diese Merkmale zu fördern, zumal es sich auch um teils erlernbare Fähigkeiten handelt. Empfehlenswert wäre es die Vermittlung dieser in die Lehre mit aufzunehmen. So kann das Erkennen unternehmerischer Gelegenheiten geschärft oder auch visionäres Denken durch bestimmte Methoden und Techniken begünstigt werden.

Ausgewählte Merkmale (Selbsteinschätzung) in Abhängigkeit des Migrationshintergrundes



[n = 344 bis 365]

Abbildung 15: Selbsteinschätzung von Studierenden der F04 hinsichtlich bestimmter Merkmale in Abhängigkeit des Migrationshintergrundes

Studierende, die über einen Migrationshintergrund verfügen, sind im Durchschnitt eher dazu bereit Risiken einzugehen als Studierende ohne Migrationshintergrund. Während andere Merkmale nahezu ausgeglichen ausgeprägt sind, ist die Risikobereitschaft das einzige erhobene Merkmal, das als Erklärung für die überdurchschnittlich hohe Selbstständigkeitsquote bei Studierenden mit Migrationshintergrund erklären kann. Dies spricht dafür, dass Push-Faktoren, bzw. Necessity Entrepreneurship, genauso wie Pull-Faktoren eine wesentliche Rolle bei der Gründungsentscheidung spielen, die hier nicht erhoben worden sind, da die Risikobereitschaft allein den Selbstständigkeitsunterschied nicht begründen kann.

8. Kriterien für den Einstieg ins Berufsleben

Die Studierenden wurden gebeten selektierte Kriterien für den Berufseinstieg selbst zu bewerten. Hintergrund ist die Untersuchung unterschiedlicher Ansprüche an das Berufsleben zwischen gründungsaffinen Studierenden und solchen ohne Gründungsambitionen.

Die Frage lautete: „Welche Kriterien sind Ihnen für Ihren Einstieg ins Berufsleben besonders wichtig?“ Die Kriterien konnten dann mithilfe einer Skala von „sehr wichtig“ bis „unwichtig“ priorisiert werden. Außerdem bestand die Möglichkeit keine Beurteilung des Merkmals vorzunehmen.

Vordergründig war dabei die Untersuchung der Unterschiede in den Auswahlkriterien von Studierenden, die bereits selbstständig sind bzw. den konkreten Wunsch haben sich selbstständig zu machen und jenen Studierenden, für die Selbstständigkeit keine Option ist.

Wichtige Kriterien für den Einstieg ins Berufsleben

Bewertungen: 5 = sehr wichtig, 4 = wichtig, 3 = indifferent, 2 = weniger wichtig, 1 = unwichtig; kann ich nicht beurteilen

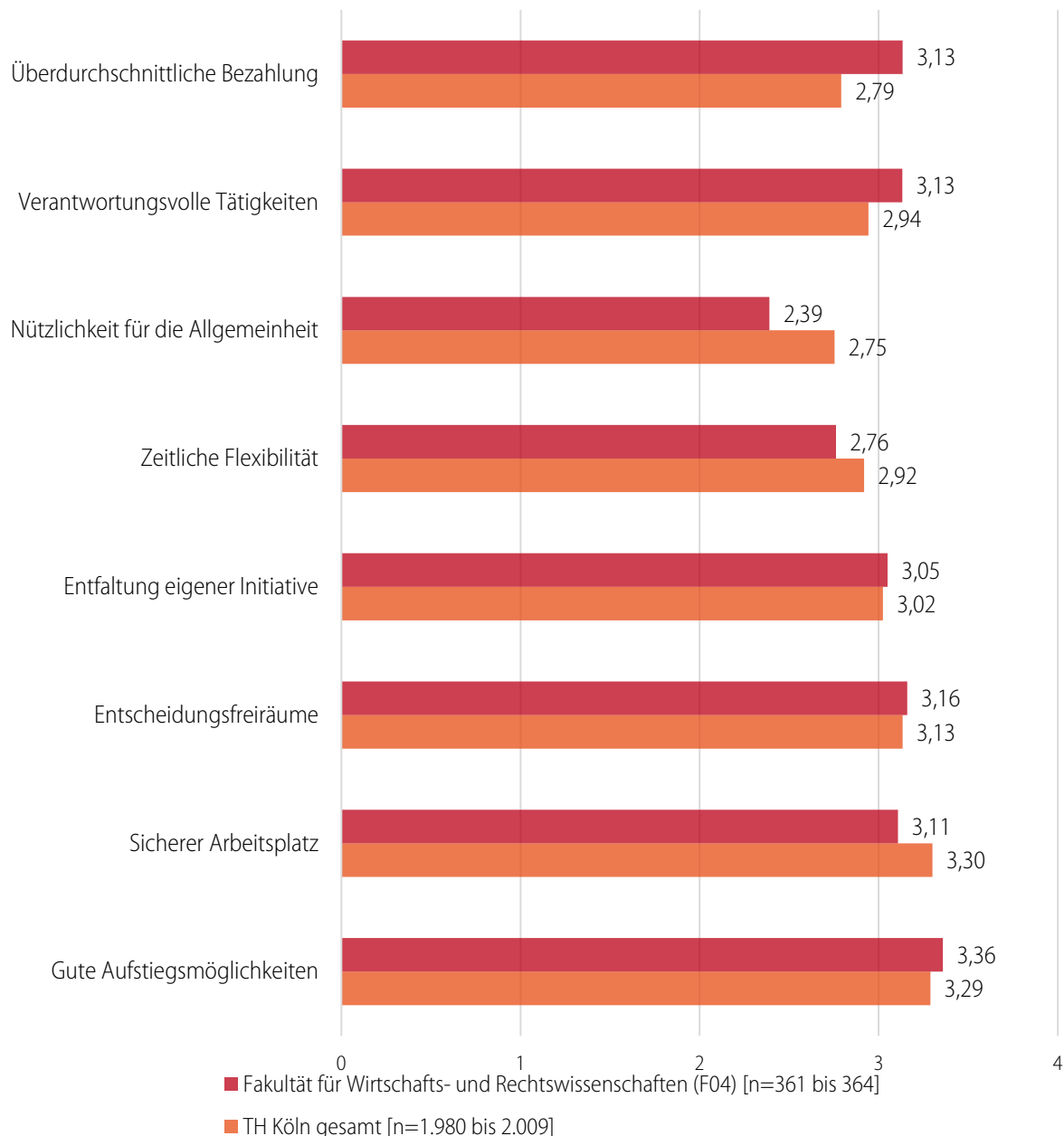
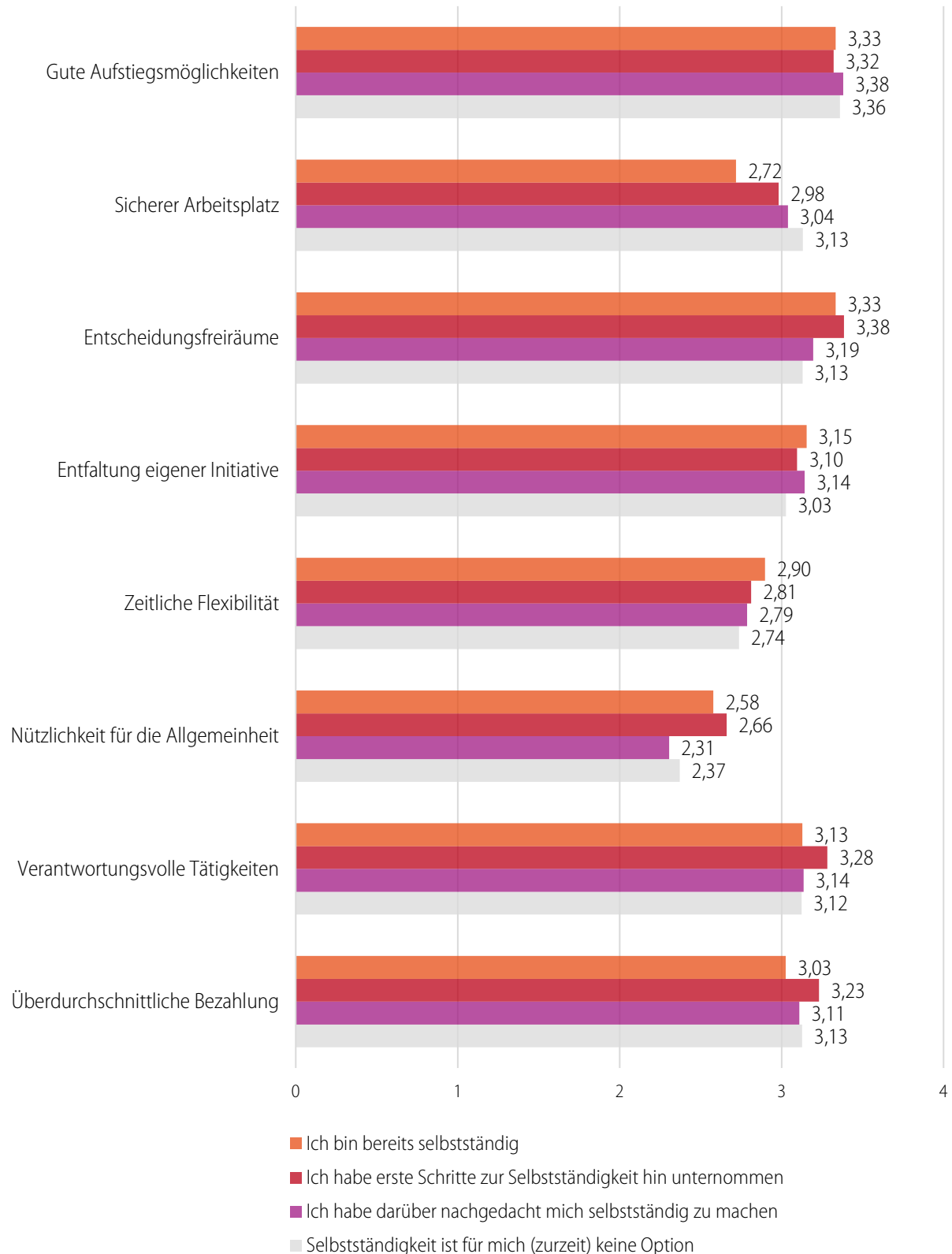


Abbildung 16: Bewertung von Berufseinstiegsriterien der Studierenden der F04 im Vergleich zu Studierenden der TH Köln gesamt

Zwischen der F04 und der TH Köln lässt sich der größte Unterschied hinsichtlich der Bewertung der Kriterien zum Einstieg ins Berufsleben bei der Nützlichkeit der beruflichen Tätigkeit für die Allgemeinheit mit einer Differenz von 0,36 feststellen. Dieses Kriterium ist Studierenden der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften weniger wichtig als Studierenden der TH Köln insgesamt. Dies trifft ebenfalls auf einen sicheren Arbeitsplatz zu. Dahingegen sind den Studierenden der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften eine überdurchschnittliche Bezahlung und eine verantwortungsvolle Tätigkeit wichtiger als Studierenden der TH Köln insgesamt. Dies passt zur stärkeren monetären Motivierbarkeit der Studierenden der F04 aus 6. *Selbsteinschätzung der Studierenden zu bestimmten Merkmalen, sowie auch zur größeren Risikobereitschaft.*

Berufseinstiegsriterien in Abhängigkeit der Selbstständigkeitsambitionen



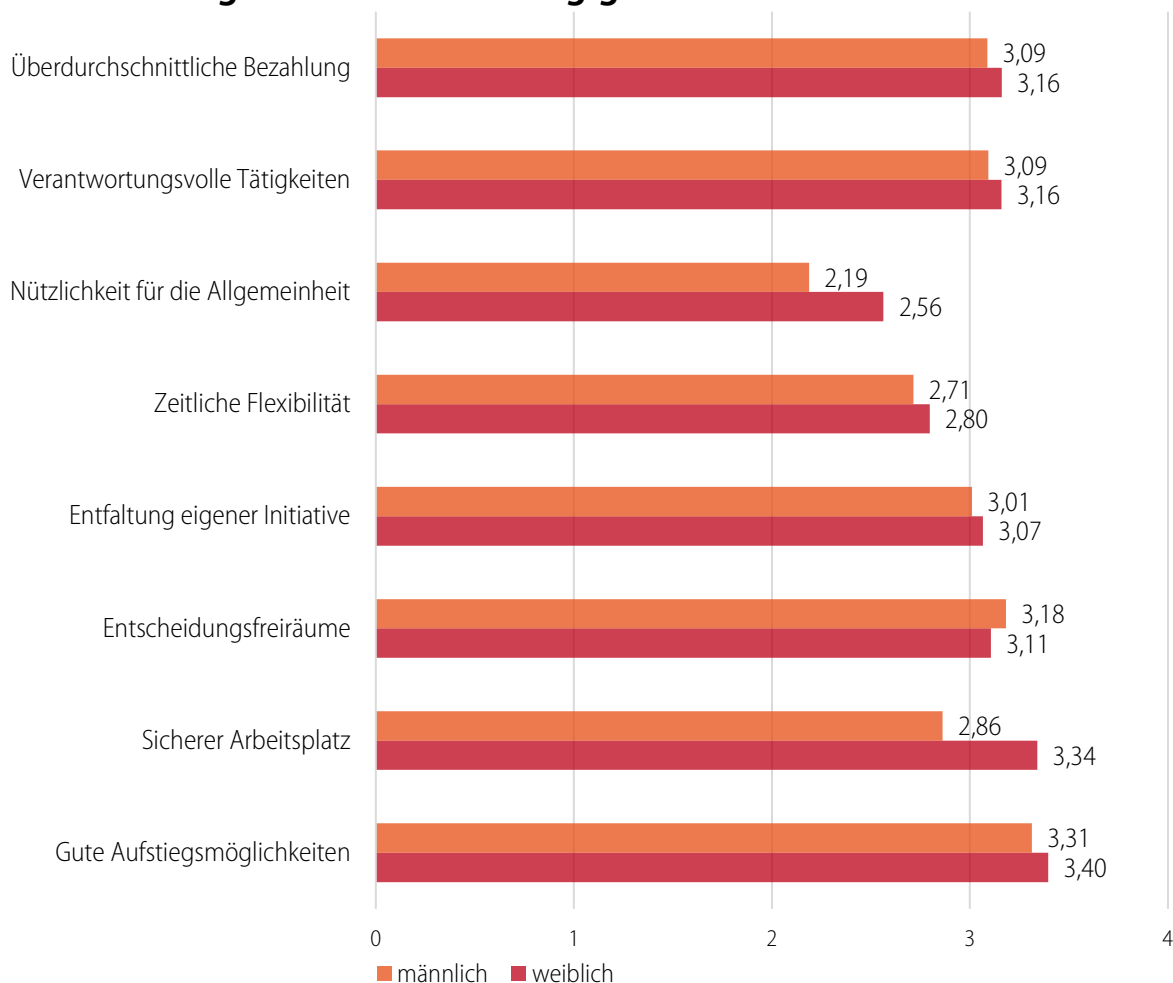
[n = 361 bis 364]

Abbildung 17: Bewertung von Berufseinstiegsriterien der Studierenden der F04 in Abhängigkeit der Selbstständigkeitsambitionen

Untersucht wurden zudem Unterschiede bei den Berufseinstiegsriterien in Abhängigkeit der Selbstständigkeitsambitionen. Während einige Kriterien nur marginale Unterschiede aufweisen (z.B. gute Aufstiegsmöglichkeiten oder die Entfaltung eigener Initiative), ergeben sich bei anderen Kriterien große Unterschiede. Ein sicherer Arbeitsplatz ist selbstständigen Studierenden weniger wichtig, während es bei Studierenden ohne Selbstständigkeitsambitionen ein äußerst wichtiges Kriterium ist. Umgekehrt verhält es sich bei der Bewertung der Nützlichkeit für die Allgemeinheit. Studierende, die bereits selbstständig sind oder aber erste Schritte zur Selbstständigkeit hin unternommen haben, erachten dieses Kriterium als wichtiger als Studierende die über Selbstständigkeit nachdenken oder für die eine selbstständige Tätigkeit keine Option ist. Auch bei der zeitlichen Flexibilität lässt sich feststellen, dass die Bewertung dieses Kriteriums mit zunehmender Selbstständigkeitsambition an Bedeutung für den Studierenden gewinnt.

Interessant ist überdies die Betrachtung der überdurchschnittlichen Bezahlung, der verantwortungsvollen Tätigkeit sowie der Entscheidungsfreiräume. Diese drei Kriterien werden bei Studierenden, die gerade im Begriff sind sich selbstständig zu machen durchweg als wichtiger eingestuft als bei den anderen drei Gruppen. Es kann geschlussfolgert werden, dass es sich hierbei um Pull-Faktoren handeln, die bei diesen Studierenden wie Motivatoren wirken und Selbstständigkeit fördern. Diese Neigung scheint dann mit zunehmender Dauer der selbstständigen Tätigkeit weniger wichtig werden.

Berufseinstiegsriterien in Abhängigkeit des Geschlechts

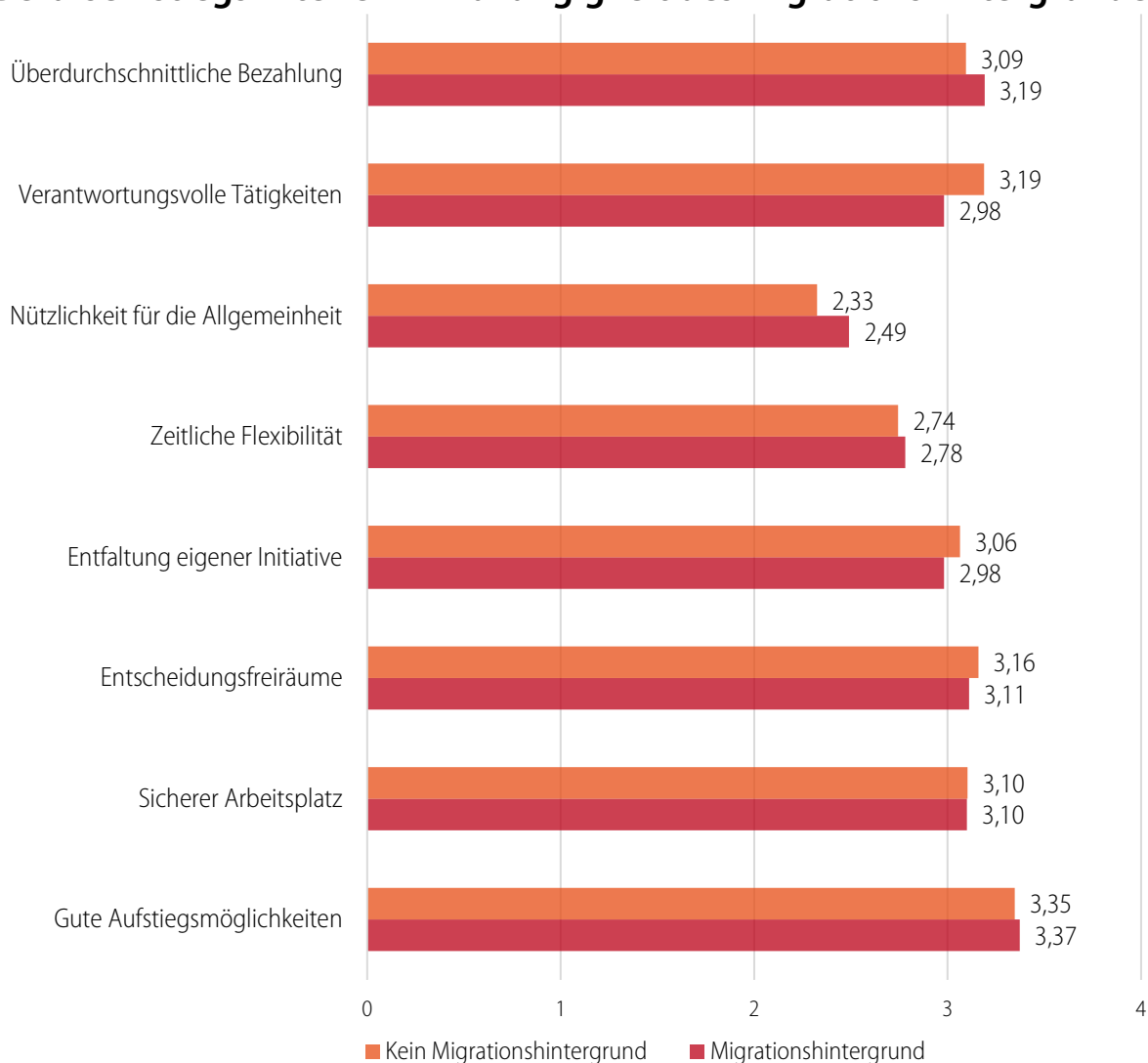


[n = 361 bis 364]

Abbildung 18: Bewertung von Berufseinstiegsriterien von Studierenden der F04 in Abhängigkeit des Geschlechts

Auch die Bewertung der Berufseinstiegsriterien weist Unterschiede hinsichtlich des Geschlechts auf. Insbesondere weibliche Studierende legen vergleichsweise großen Wert auf die Nützlichkeit der beruflichen Tätigkeit für die Allgemeinheit sowie auf einen sicheren Arbeitsplatz. Da der Schritt in die Selbstständigkeit gemeinhin als risikoreich angesehen wird und in diesem Sinne kein sicherer Arbeitsplatz ist, liefert dies eine weitere Hypothese für die weniger stark ausgeprägte Selbstständigkeitsquote bei weiblichen Studierenden. Im Gegensatz dazu ist die Nützlichkeit für die Allgemeinheit von weiblichen Studierenden als wichtigeres Kriterium eingestuft worden, als bei männlichen Studierenden, was auch bei selbstständigen Studierenden als wichtiger bewertet worden ist.

Berufseinstiegsriterien in Abhängigkeit des Migrationshintergrundes



[n = 361 bis 364]

Abbildung 19: Bewertung von Berufseinstiegsriterien von Studierenden der F04 in Abhängigkeit des Migrationshintergrundes

Studierende, die über einen Migrationshintergrund verfügen weisen die Tendenz auf überdurchschnittliche Bezahlung als wichtiger zu erachten als Studierende ohne Migrationshintergrund. Genauso verhält es sich bei der Nützlichkeit der Tätigkeit für die Allgemeinheit. Das Kriterium der Ausübung von verantwortungsvollen Tätigkeiten hat jedoch eine geringere Bedeutung für Studierende mit Migrationshintergrund verglichen mit

Studierenden, die nicht über einen solchen verfügen. Interessant ist aber vor allem, dass die Priorität des Kriteriums „sicherer Arbeitsplatz“ bei Studierenden mit und ohne Migrationshintergrund gleichermaßen bewertet wurde (Unterschiede ergeben sich erst in der dritten Nachkommastelle). Da bei selbstständigen Studierenden die Wichtigkeit dieses Kriteriums als besonders niedrig eingestuft worden ist, ist auch dies ein Indikator dafür, dass weitere Faktoren, die nicht erhoben wurden, die Gründungsentscheidungen von Studierenden mit Migrationshintergrund wesentlich beeinflussen. Um diesen empirisch belegbaren Unterschied hinsichtlich der Selbstständigkeitsambitionen zu erklären, bedarf es weiterer Forschung dahingehend.

9. Angebote der TH Köln zur Förderung der Start-up-Kultur

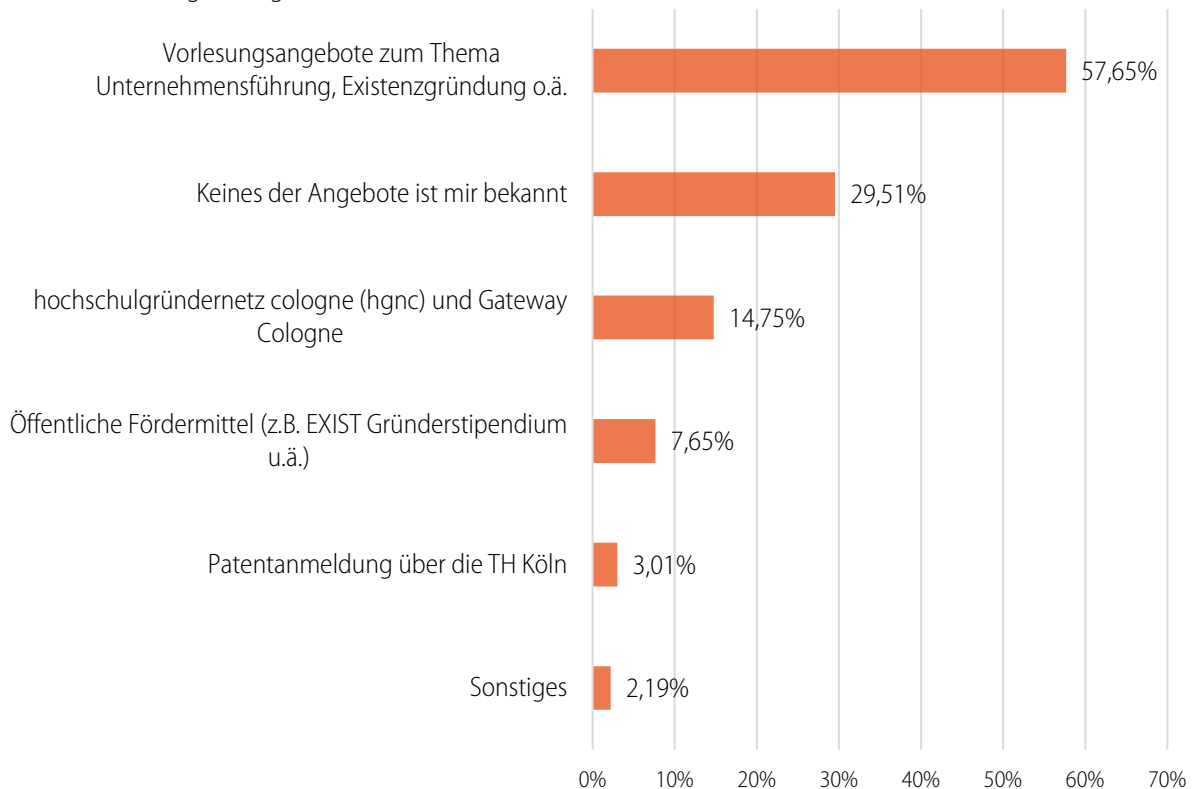
In Zeiten zunehmenden globalen Wettbewerbs nimmt die Bedeutung von Hochschulen als Wissensvermittler zu. Der Transfer von Wissen und Technologie in die Wirtschaft ist zu einem maßgebenden Faktor der Innovationsfähigkeit auch auf makroökonomischer Ebene geworden. Daraus resultierende Innovationen entspringen gleichwohl vor allem des Gedanken des Entrepreneurship: Unternehmerisches Denken und Handeln muss insofern auch in einer Hochschule verankert sein, als sich Erwartungen, Anforderungen und Ansprüche in einer sich wandelnden Umwelt an den Hauptauftrag von Hochschulen ändern. Daher muss sich die Hochschule den Fragen stellen, die zur Optimierung des Angebots zur Vermittlung von unternehmerischem Denken und Handeln beitragen: Welche Angebote sind relevant? Welche Angebote sind zur Vermittlung von Entrepreneurship sinnvoll? Für welche Angebote besteht Bedarf? Werden die Schwerpunkte richtig gesetzt? Wie werden diese kommuniziert? Auch darüber soll diese Erhebung im Folgenden Aufschluss geben.

Bekanntheitsgrade der Angebote der TH Köln zum Thema Selbstständigkeit

Die TH Köln verfügt bereits über eine Reihe an Angeboten zur Unterstützung der Selbstständigkeit bei Studierenden. Besonders in der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften wird großer Wert auf Auseinandersetzung mit diesem Thema gelegt, sodass Studierende sich mindestens einmal im Verlauf ihres Studiums intensiv mit der Selbstständigkeit als Karriereoption beschäftigt haben sollen. Darüber hinaus bietet die TH Köln neben den Vorlesungsangeboten in Kooperation mit dem hochschulgründernetz cologne e.V. (hgnc) Workshops zum Thema an, sowie auch Möglichkeiten zum Coworking für Gründerinnen und Gründer im Gateway Cologne. Ebenso bestehen Möglichkeiten zur Beantragung öffentlicher Fördermittel wie dem EXIST Gründerstipendium oder zur Anmeldung eines Patents. Die Frage nach den Bekanntheitsgraden und der Optimierung des bestehenden Angebotsspektrums ist Gegenstand der nachfolgenden Ergebnisse.

Bekanntheitsgrade der Angebote der TH Köln zur Unterstützung der Selbstständigkeit

[Mehrfachnennungen möglich]



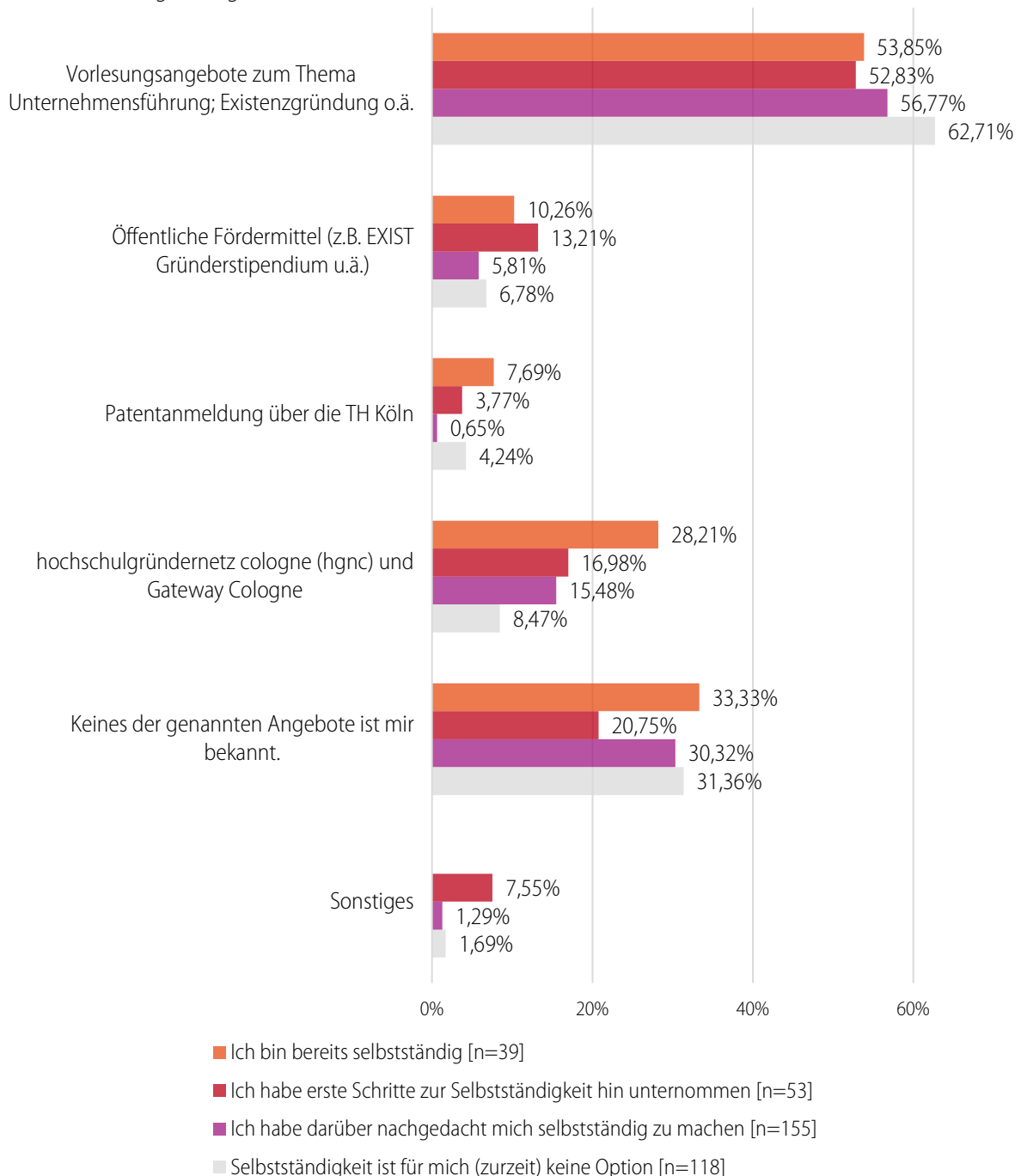
[n = 365]

Abbildung 20: Bekanntheit der Angebote der TH Köln zur Unterstützung der Selbstständigkeit in der F04

Einem Großteil der Studierenden der F04 sind Vorlesungsangebote zum Thema Unternehmensführung, Existenzgründung und ähnlichen Themen bekannt. Es fällt deshalb auf, dass 29,5% der Studierenden keines der Angebote kennen, obwohl einige dieser Vorlesungen für einen Großteil der Studierenden Pflichtvorlesungen sind und daher bekannt sein müssten. Es ergeben sich jedoch Unterschiede hinsichtlich der Bekanntheitsgrade, sobald diese nach den Selbstständigkeitsambitionen der Studierenden aufschlüsselt werden.

Bekanntheit der Angebote der TH Köln zur Unterstützung der Selbstständigkeit in Abhängigkeit der Selbstständigkeitsambitionen

[Mehrfachnennungen möglich]



[n = 365]

Abbildung 21: Bekanntheit der Angebote der TH Köln zur Unterstützung der Selbstständigkeit in der F04 in Abhängigkeit der Selbstständigkeit

Vorlesungsangebote zum Thema Unternehmensführung, Existenzgründung und anderen Themen sind vor allem bei Studierenden bekannt, für die Selbstständigkeit keine Option ist. Öffentliche Fördermittel wie beispielsweise das EXIST Gründerstipendium sind hingegen besonders bei Studierenden bekannt, die bereits selbstständig sind oder erste Schritte zur Selbstständigkeit hin unternommen haben (10,3%, bzw. 13,2%). Patentanmeldungen über die TH Köln sind insbesondere bei selbstständigen Studierenden bekannt. Das Hochschulgründernetz Cologne

e.V. (hgnc) ist unter fast einem Drittel der selbstständigen Studierenden bekannt, während nur 8,5% der Studierenden für die Selbstständigkeit keine Option ist angegeben haben, dass ihnen das hgnc bekannt ist.

Auffällig ist aber, dass die Gruppe der Studierenden, die im Begriff sind sich selbstständig zu machen und keines der genannten Angebote kennen, eine Ausnahme bildet: Im Vergleich zu den anderen Gruppen liegt der Anteil dieser Studierenden etwa zehn Prozentpunkte unter dem der anderen Gruppen. Dieser Unterschied lässt sich mit der Bereitschaft dieser Gruppe sich aktiv selbst über Angebote der TH Köln zu informieren erklären, während Studierende, die bereits selbstständig sind, diese Initiative nicht an den Tag legen. Dies würde auch mit der Selbsteinschätzung der Merkmale³³ korrespondieren, bei denen Studierende, die im Begriff sind sich selbstständig zu machen, höhere Werte erzielen als Studierende, die bereits selbstständig sind. Dazu zählen vor allem auch Eigenverantwortlichkeit, Zielstrebigkeit sowie Selbstvertrauen.

Angebotswünsche der Studierenden, um die Start-up-Kultur an der TH Köln zu stärken

Bei der Beantwortung des Bedarfs an Angeboten zur Vermittlung von unternehmerischem Denken und Handeln, darf die Studierendensicht nicht vernachlässigt werden. Die Erhebung soll dazu einen Befund liefern und Studierenden die Möglichkeit bieten aus Ihrer Perspektive die Relevanz von Angeboten zu diesem Thema zu bewerten.

³³ vgl. 7. Selbsteinschätzung der Studierenden zu bestimmten Merkmalen

Angebotswünsche zur Stärkung der Start-up-Kultur an der TH Köln zu stärken

[Mehrfachnennungen möglich]

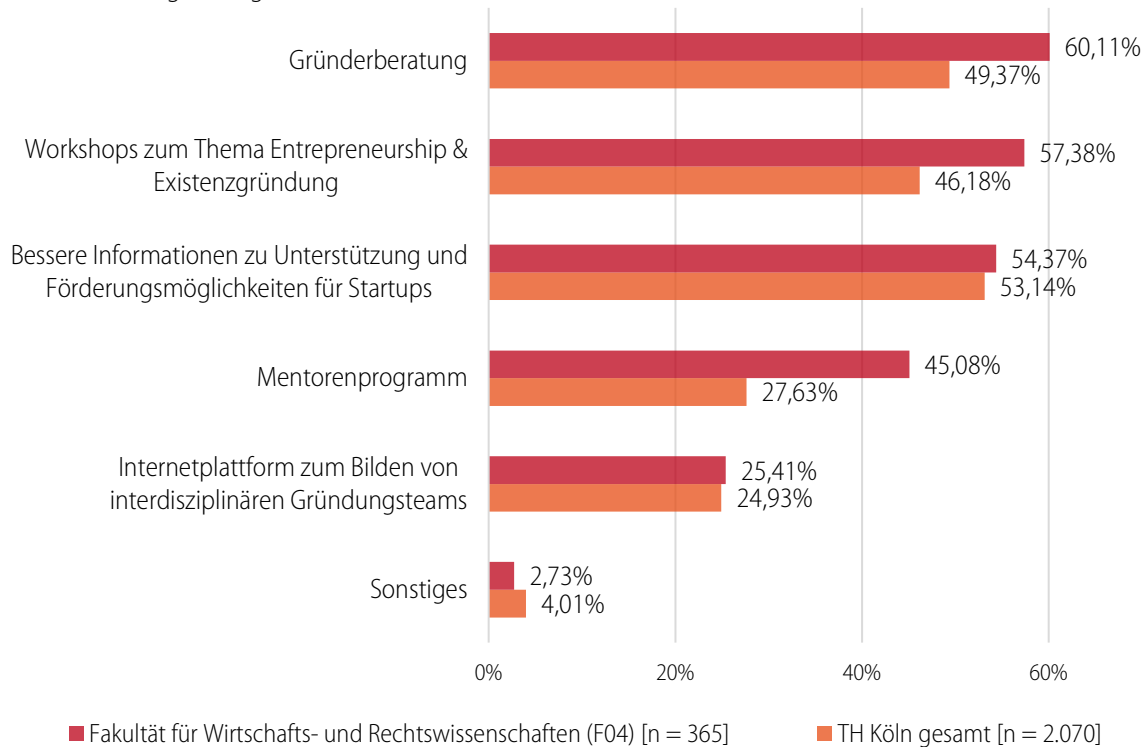


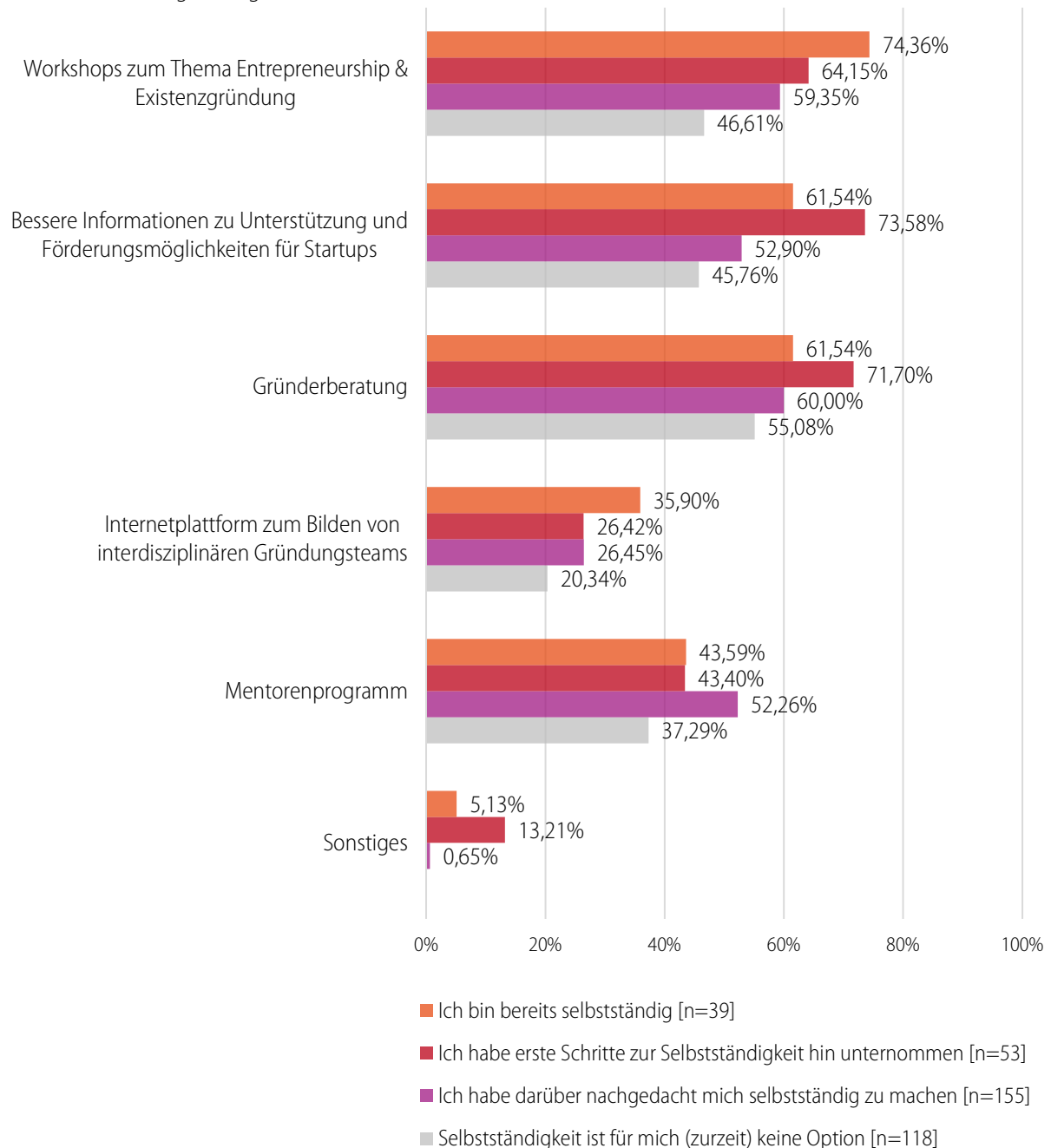
Abbildung 22: Angebotswünsche der Studierenden der F04 zur Stärkung der Start-up-Kultur an der TH Köln

Angebotswünsche der Studierenden der F04 unterscheiden sich in einigen Punkten stark von denen der Studierenden der TH Köln insgesamt. So ist der Anteil der Studierenden der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften, die sich eine Gründerberatung wünschen um mehr als zehn Prozentpunkte größer, als der der Studierenden der TH Köln insgesamt. Ähnlich verhält es sich mit Workshops zum Thema Entrepreneurship & Existenzgründung. Bei dem Wunsch nach einem Mentorenprogramm beträgt der Unterschied mehr als 17 Prozentpunkte. Relativ ausgeglichen ist im Vergleich der Wunsch nach besserer Information zu Unterstützung und Förderungsmöglichkeiten für Start-ups sowie einer Internetplattform zur Bildung von interdisziplinären Gründungsteams.

Dies zeigt das vergleichsweise starke Interesse der Studierenden der F04 an Angeboten zum Thema Entrepreneurship. Saldiert man die Unterschiedsbeträge der Angebotswünsche der Studierenden der F04 und der Studierenden der TH Köln insgesamt, so ergibt sich ein Unterschied von fast 40 Prozentpunkten.

Angebotswünsche der Studierenden zur Förderung der Start-up-Kultur an der TH Köln in Abhängigkeit der Selbstständigkeit

[Mehrfachnennungen möglich]



[n = 365]

Abbildung 23: Angebotswünsche der Studierenden der F04 zur Stärkung der Start-up-Kultur an der TH Köln in Abhängigkeit von den Selbstständigkeitsambitionen

Betrachtet man die Angebotswünsche der Studierenden der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften, so variieren die Wünsche in Abhängigkeit der Selbstständigkeitsambitionen der Studierenden: Mit zunehmendem Wunsch nach Selbstständigkeit steigt das Interesse an Workshops zum Thema Entrepreneurship & Existenzgründung. Ähnlich verhält es sich bei dem Wunsch nach einer Internetplattform zum Bilden interdisziplinärer Gründungsteams.

Eine Gründerberatung und bessere Information zu Unterstützung und Förderungsmöglichkeiten von Start-ups werden vor allem von Studierenden gewünscht, die gerade im Begriff sind sich selbstständig zu machen. Hier beträgt der Unterschiedsbetrag zu den anderen Gruppen jeweils mindestens zehn Prozentpunkte.

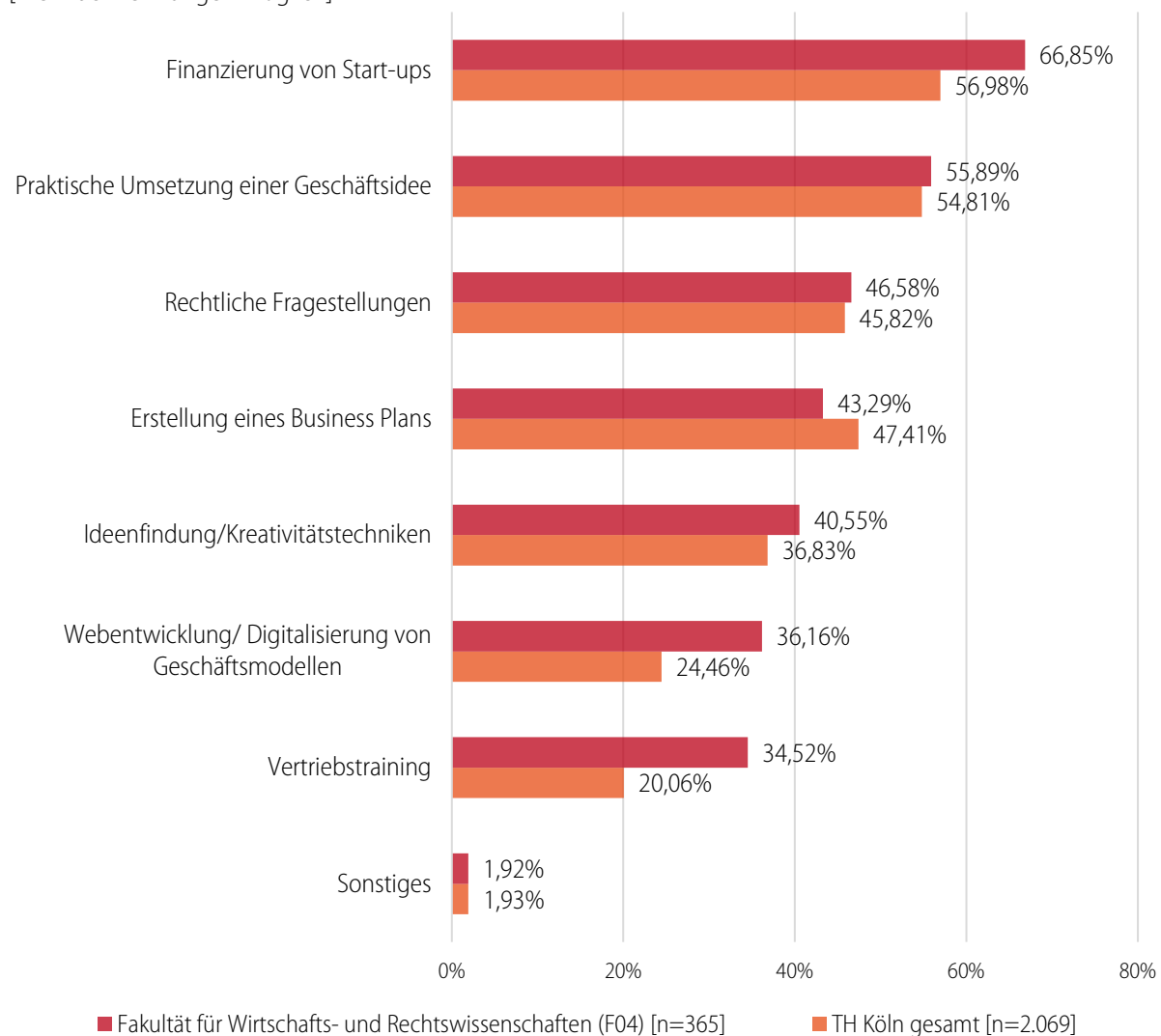
Ein Mentorenprogramm wird vor allem von Studierenden, die darüber nachdenken sich selbstständig zu machen, als besonders hilfreich erachtet. Ein Mentorenprogramm bei dem Unternehmer diesen Studierenden Einblicke in die Selbstständigkeit ermöglichen, kann helfen Klarheit über eine Entscheidung zur Selbstständigkeit zu schaffen.

Interesse an Workshops

Die Erhebung des Interesses von Studierenden an Workshops dient zuvorderst der Anpassung von bestehenden Angeboten zum Thema Entrepreneurship, sowie der thematischen Ausrichtung geplanter Lehrveranstaltungen. Neben geschlossenen Antwortmöglichkeiten konnten auch offen Themenvorschläge unterbreitet werden. Diese sind in „10. Ausgewählte offene Antworten der Studierenden der F04“ zu finden.

Angebotsinteressen

[Mehrfachnennungen möglich]



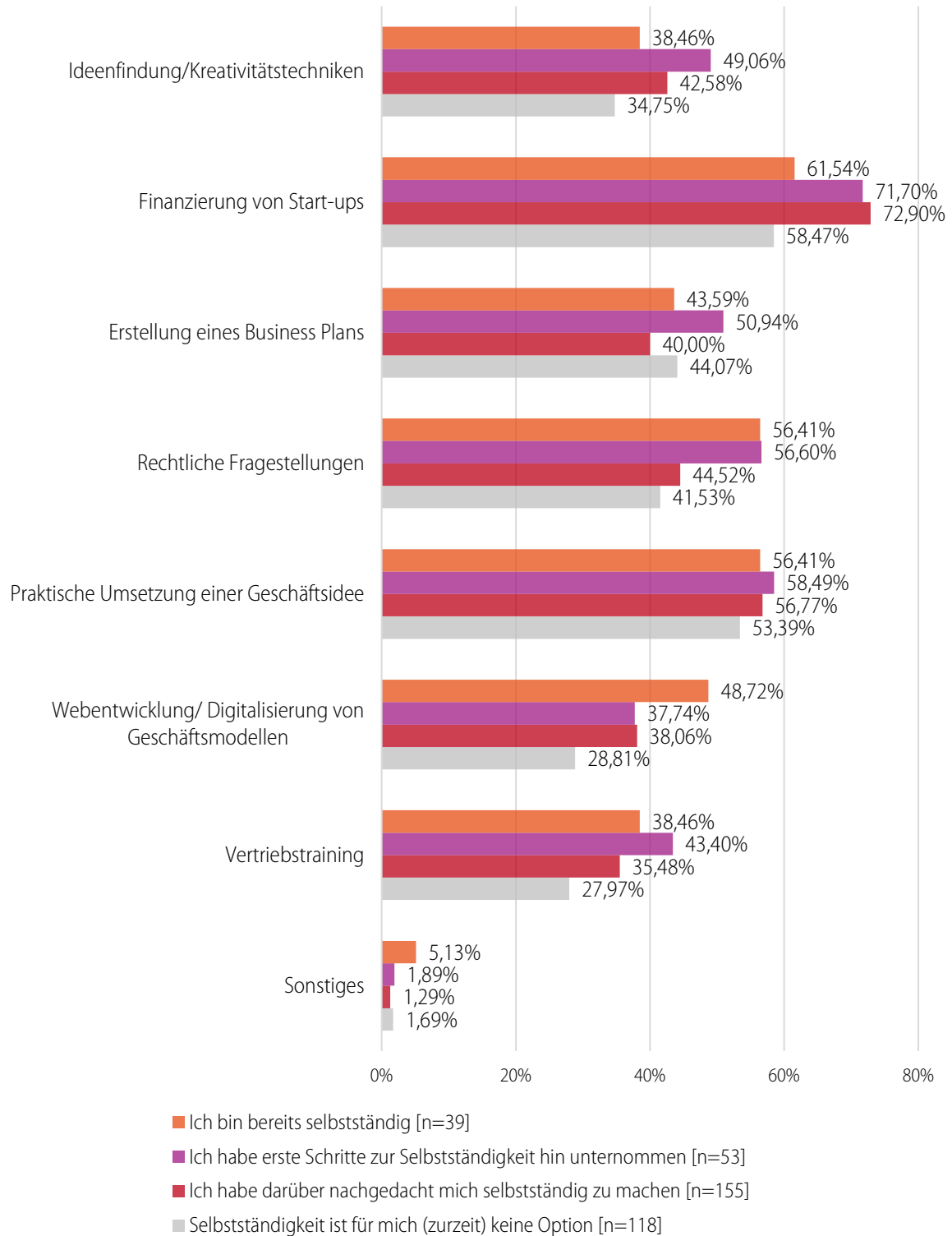
[n = 365]

Abbildung 24: Angebotsinteressen der Studierenden der F04 bezogen auf die inhaltliche Ausrichtung von Workshops

Die Priorisierung der thematischen Interessen bezüglich Workshops zum Thema Entrepreneurship unterscheidet sich nicht wesentlich von der der Studierenden der TH Köln insgesamt. Es ergeben sich Unterschiede in der Ausprägung des Interesses der Studierenden. Bei Workshops zum Thema Finanzierung von Start-ups ist das Interesse bei Studierenden der F04 um fast zehn Prozentpunkte größer als bei Studierenden der TH Köln insgesamt. Ähnlich verhält es sich bei den Themen Webentwicklung/ Digitalisierung von Geschäftsmodellen und Vertriebstraining. Hier beträgt der Unterschied sogar 11,7 bzw. 14,5 Prozentpunkte.

Die Erstellung eines Businessplans bei Studierenden der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften stößt auf weniger Interesse als bei den Studierenden der TH Köln insgesamt. Das hängt womöglich damit zusammen, dass Studierende der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften in der Regel schon sehr früh im Verlauf des Studiums Lehrveranstaltungen besuchen in denen Businesspläne behandelt werden. Viele sollten deshalb bereits über Wissen bezüglich dieses thematischen Schwerpunkts verfügen im Vergleich zu den Studierenden der TH Köln allgemein.

Workshopinteressen der Studierenden in Abhängigkeit der Selbstständigkeitsambitionen [Mehrfachnennungen möglich]



[n = 365]

Abbildung 25: Angebotsinteressen der Studierenden der F04 bezogen auf die inhaltliche Ausrichtung von Workshops in Abhängigkeit von den Selbstständigkeitsambitionen

Wesentliche Unterschiede bei der Betrachtung der Workshopwünsche lassen sich bei verschiedenen thematischen Schwerpunkten feststellen: Ideenfindung und Kreativitätstechniken stoßen vor allem bei

Studierenden, die im Begriff sind sich selbstständig zu machen, auf Interesse. Bei der Finanzierung von Start-ups sind vor allem Studierende, die darüber nachdenken sich selbstständig zu machen oder erste Schritte zur Selbstständigkeit unternommen haben, interessiert. Hier beträgt der Unterschied zu den anderen beiden Gruppen mindestens zehn Prozentpunkte. Rechtliche Fragestellungen interessieren vor allem Studierende, die selbstständig sind oder erste Schritte zur Selbstständigkeit hin unternehmen. Das Interesse bei Studierenden, die nur darüber nachdenken oder für die Selbstständigkeit keine Option ist, demgegenüber wesentlich geringer. Interessant für selbstständige Studierende im Vergleich zu den anderen Gruppen ist das Thema Webentwicklung sowie Digitalisierung von Geschäftsmodellen. Das Wissen in diesen Bereichen scheint für die Selbstständigkeit von Bedeutung; dieses wird im Verlauf der Studiengänge der F04 aber weniger stark in Lehrveranstaltungen vermittelt, bzw. unterliegt dem Selbststudium. Workshops zum Thema Vertriebsstraining sind bei Studierenden, die im Begriff sind sich selbstständig zu machen von Interesse.

10. Ausblick

Das Interesse der Studierenden der Wirtschafts- und Rechtswissenschaften am Thema Entrepreneurship und Existenzgründung ist überdurchschnittlich hoch. Dies zeigt sich zum einen an der **hohen Gründungsquote** und der **hohen Gründungsaffinität**, zum anderen aber auch an den vielen Anmerkungen und Vorschläge der Studierenden wie die TH Köln und im speziellen die F04 die Start-up-Kultur fördern kann.

Um zukünftig unternehmerisches Denken und Handeln als Kernkompetenz erlern- und erlebbar zu machen, sind große Anstrengungen notwendig. Die Lösung von komplexen und dynamischen Problemstellungen macht es notwendig, die Vernetzungsdichte zu erhöhen. **Die Hochschule muss ein Ort der Vernetzung werden** - ein Ort, um Studierende verschiedener Disziplinen zusammenzubringen und ein Ort, an dem Studierende und Lehrende gerne Zeit verbringen. Nur so kann an der Hochschule neben einer **Start-up-Kultur** eine **Innovationskultur** etabliert werden, in der Ideen und Erfindungen erfolgreich in marktfähige Produkte wirtschaftlich umgesetzt werden können.

Dieses Ziel kann durch **geeignete Plattformen** gefördert werden, ist aber um ein vielfaches effektiver, wenn auf der Ebene der **Vernetzung der Professoren** der unterschiedlichen Fakultäten größere Anstrengungen unternommen werden.

In diesem Zusammenhang ist das Angebot eines Lehrmoduls, welches die praktische Umsetzung einer Geschäftsidee von der Ideenfindung, der Gewinnung von Investoren, der praktischen Umsetzung der Idee sowie der anschließende Verkauf an Kunden zum Inhalt hat, außerordentlich zielführend. Die F04 hat solch ein zweisemestriges Modul „**TH start up!**“ als Pilotprojekt in Zusammenarbeit mit dem Institut der Deutschen Wirtschaft gGmbH in den Semestern 2015 und 2015/16 angeboten. Das Feedback aller Beteiligten war außerordentlich positiv, allerdings ist die Fortführung des Projektes aufgrund der dazu notwendigen Finanzierung bislang nicht möglich. Auch hier ergibt sich eine große Herausforderung.

Auf der Seite der **Forschungsaktivitäten** zeigt sich weiteres Potential: Aufbauend auf dieser empirischen Erhebung ist weitere Forschungsarbeit sinnvoll und notwendig. So wurde im Wintersemester 2017/18 eine weitere Erhebung durchgeführt, in der gezielte Studierende befragt wurden, die bereits selbstständig sind. Diese weitere Erhebung gibt Antworten auf folgende Fragen:

- ▶ Mit welcher Art von Geschäftsidee machen sich die Studierenden der TH Köln selbstständig?
- ▶ In welcher Branche machen sie sich selbstständig?
- ▶ Herrschen Einzel- oder Teamgründungen vor?

- ▶ Wo bzw. wie werden Partner für die Selbstständigkeit und / oder Kooperationspartner gefunden?
- ▶ Wird die Selbstständigkeit annähernd in Vollzeit oder in Teilzeit ausgeübt?
- ▶ Welche Förderprogramme werden mit welcher Erfolgsquote genutzt?
- ▶ Wie hoch ist der Finanzierungsbedarf der Gründungsideen? Was sind die Finanzierungsquellen?
- ▶ Wie hoch ist der Innovationsgrad der Gründung? Wie hoch ist der Anteil der Gründungen, die Marktneuheiten entwickeln?

Werden die in dieser Studie abgeleiteten Maßnahmen an der TH Köln umgesetzt, ist auch eine Erhebung gleichen Inhalts in einigen Jahren sinnvoll, um die **Veränderungen in der Start-up-Kultur der TH Köln** festzustellen und den dann gegebenen konkreten Bedarf der Studierenden zu ermitteln.

Diese Ideen und Handlungsempfehlungen anzugehen, weiter zu entwickeln und auch umzusetzen und deren Finanzierbarkeit zu unterstützen ist eine große Herausforderung, derer es sich lohnt sich als Lehrender, als Student und als Hochschule zu stellen. **Mit der „Kultur des Ermöglichens“ sind diese großen Herausforderungen machbar.**

11. Ausgewählte offene Antworten der Studierenden der F04

Zum Abschluss der Umfrage wurden die Studierenden in der freien Frage „wie könnte die TH Köln die Start-up-Kultur an der Hochschule fördern?“ gefragt, ob sie weitere Anmerkungen und Ideen haben, um das Thema Entrepreneurship zu fördern.³⁴

Die Auflistung der Antworten erfolgt in thematischen Clustern, die durch die Kategorien Netzwerk und Austausch, Vorlesungen und Workshops, Interdisziplinarität, Praxisorientierung, Beratung, mehr Informationen und Sonstiges gekennzeichnet sind.

1. Netzwerk und Austausch

- ▶ Austauschmöglichkeiten und offene Netzwerkveranstaltungen; alles möglichst niedrigschwellig und nicht voller Projektteams, welche sowieso lieber für sich alleine arbeiten und Erfolge einsam halten möchten.
- ▶ Börse, wo mehrere Interessierte sich zusammen tun können
- ▶ Netzwerktreffen

³⁴ Die folgenden Anmerkungen dieser Studie sind online sowie durch Umfragebögen erhoben worden. Die durch Umfragebögen erhobenen Antworten sind transkribiert sowie hinsichtlich Rechtschreibungs- und Grammatikfehlern korrigiert und teilweise zusammengefasst worden.

- ▶ Die erstmalige Veranstaltung vom 16.12.2016 des Entrepreneurs-Club fand ich als bereits selbstständiger Unternehmer und Student als eine gute Möglichkeit um neue Kontakte mit Kommilitonen zu knüpfen. Ich würde mir wünschen, die TH würde in der Richtung mehr machen.
- ▶ Mehr Get-together der versch. Fakultäten
- ▶ Junge Unternehmer einladen, die ihre Geschichte erzählen
- ▶ Plattform schaffen (1x ml Veranstaltung) um Geschäftsideen vorzustellen und sich auszutauschen, analog Telekom startup night
- ▶ Vermittlung zu Unternehmen mit Startuperfahrung zwecks Ideenaustausch, Informationen zu Finanzierungsmöglichkeiten
- ▶ Netzwerk für Interessierte, Mentoren für Gründer, Messen für Gründer
- ▶ Austauschmöglichkeiten in Form von Netzwerkveranstaltungen
- ▶ Möglichkeit Kontakt zu ehemaligen TH Köln Studenten aufzunehmen, die erfolgreich gegründet haben
- ▶ Kooperation mit Unternehmen

2. Vorlesungen und Workshops

- ▶ Weitere Vorlesung zum Thema
- ▶ Mehr Freiheit in der Gestaltung des Geschäftsmodells im Rahmen der Vorlesung 'Unternehmensführung 1'
- ▶ Inforeveranstaltungen mit Praxisbezug, z.B. Wann sollte welche Rechtsform gewählt werden? Was sind die notwendigen Schritte? Amt? Notar? Register? Welche rechtl. Fragestellungen sind zu beachten? Datenschutz? AGB? Markenschutz? Impressum/Webauftritt? Voraussetzungen im Zahlungsverkehr? Generell wünsche ich mir mehr Praxisbezug!
- ▶ Mehr Vorlesungen in dem Bereich
- ▶ Informationsveranstaltungen/Vorlesungen o.Ä., die die Gründung eines Unternehmens von der Idee bis zum 'ersten Tag' skizziert. Also eine Art Anleitung/Checkliste/Meilensteine zu folgenden Fragestellungen: Worauf muss ich achten? Welche Fördermittel kann ich wo, wie und wann beantragen? Wie gehe ich Schritt für Schritt vor (Banken, Behörden, Formulare, Steuerberatung, Versicherungen, etc.)? Wo kann ich mich (außer an der TH) noch beraten lassen bzw. Informationen einholen. Mit welchen Kosten habe ich bereits von der Idee bis zur Gründung zu rechnen bzw. Wie viel Eigenkapital benötige ich für welche Ideen/ Größenordnungen? u.v.m.
- ▶ Mehr Start-up-Gedanken auch während des Grundstudiums, nicht nur in der Vertiefung.
- ▶ Es wäre schön, wenn das Thema Startup und Existenzgründung mehr in die Vorlesungen integriert werden würde. Bisher habe ich leider schon einige Vorlesungen erlebt, in denen diese Themen unrealistisch dargestellt worden sind (Organisation und Planung zum Beispiel) oder gar nicht beachtet werden. Auch die Praxisnähe könnte mehr Aufmerksamkeit bekommen. Zwar bin ich durch mein BWL-Studium theoretisch in der Lage, ein Unternehmen zu gründen, jedoch ist mein Wissen sehr stark theoretisch und der Praxisbezug wenig vorhanden.
- ▶ Gastvorträge

- ▶ Treffen, Vorlesungen und Vorträge von jungen potentiellen Gründern --> Erfahrungen schildern (Chancen und Bedenken) 2. Generell den Austausch von Studierenden fördern
- ▶ Mehr Vorlesungen in diesem Bereich anbieten
- ▶ Kurse/Workshops am Wochenende anbieten
- ▶ mehr Vorlesungen zu dem Thema, mehr Workshops, Vorträge von erfolgreichen StartUps
- ▶ Vorlesung speziell zu Start-Up Gründung anbieten (als Wahlfach) Ehemalige Studenten einladen, die ein Startup gegründet haben
- ▶ Weitere spezielle und themenbasierte Workshops 2.
- ▶ Bereits in den früheren Semestern die Möglichkeit am 'TH-Startup' ermöglichen!
- ▶ Ringvorlesung
- ▶ Motivationsvorträge bspw. von erfolgreichen Gründern
- ▶ Weitere Vorträge von erfolgreichen Gründern (deren Gründung noch nicht zu weit weg ist) wie z.B. im MA Studiengang Markt. Unternehmensführung der Vortrag von True Fruits
- ▶ Vorträge von Unternehmern
- ▶ Mehr Vorlesungen/Beiträge von Startups selber (z.B. wie bei TrueFruits, die sich hier in der TH Köln vorgestellt hatten)
- ▶ Erfolgreiche Gründer für Workshops und Vorträge einladen
- ▶ Einladen von ehemaligen Start-up-Gründern, die ihren Werdegang darlegen
- ▶ Start-up Ideen vorstellen vor möglichen finanziellen Unterstützer --> organisiert durch TH
- ▶ Digital 4.0 - & grundsätzlich: wie sieht Geschäftsleben und Wertschöpfung in Bezug auf die Zukunft aus; VUCA Themen und Co. auf den Tisch bringen;
- ▶ Intercultural Business
- ▶ Mit ehemaligen Studenten, die jetzt Gründer sind 2. Über Kooperationen
- ▶ Vorträge von jungen Selbstständigen über ihre Anfänge
- ▶ Base Erosion Profit Shifting (BEPS)

3. Interdisziplinarität

- ▶ Offene Veranstaltungen für interessierte Studenten (Workshops)
- ▶ Interdisziplinäre Vorträge aus anderen Berufsfeldern, z.B. Unternehmensführung und Ethik
- ▶ Fakultätsübergreifende Ideen
- ▶ Das Problem ist, wir sind in der Fakultät nur BWLer. Es wäre schon wenn man sich mit Ingenieuren vernetzen könnte und so bessere Ideen bekommt
- ▶ Austausch zw. versch. Fachbereichen -> Kompetenzen

- ▶ Schnittstellenfindung (Inter-Studiengänge)
- ▶ Webentwicklungs-Know-how auch BWLern lehren

4. Praxisorientierung

- ▶ Im Studium müsste längeres Praktikum inkludiert sein, um persönlich die Entscheidung treffen zu können, ob man sich evtl. lieber selbstständig machen möchte als ein Angestellter zu werden.
- ▶ Bitte ermöglicht es den Studierenden kreativ zu sein. Fördert die Praxisorientierung noch mehr!

5. Beratung

- ▶ Ansprechpartner ausweiten auf den Bereich Steuern
- ▶ Beratung zur Fragenstellung: Ich habe eine Idee für eine Existenzgründung. Wieviel Potential hat diese und gibt es besondere Probleme mit denen zu rechnen ist?
- ▶ Beratungsgespräche 1:1, um zu überprüfen ob eine Idee gut ist
- ▶ Persönliche Beratung und Motivation zur Selbstständigkeit
- ▶ Persönliches Beratungsbüro, wo Termine gemacht werden können
- ▶ Mentorenprogramme, meiner Meinung nach das wichtigste, aus Erfahrungen anderer lernen.
- ▶ Mentoren Programm ist etwas Großartiges. Am meisten lernt man von den Erfahrungen über Schwierigkeiten beim Gründen von anderen Gründern. Training 'wie setze ich meine Idee um'

6. Mehr Informationen

- ▶ Mehr Infos über die Patentanmeldung über die TH Köln
- ▶ Mehr Informationskanäle, mehr Information
- ▶ Informationsveranstaltungen!!!!
- ▶ In den Vorlesungen entsprechende Kurse vorstellen!
- ▶ Die Studentinnen und Studenten mehr darauf aufmerksam machen welche Möglichkeiten die TH Köln bietet. Durch Werbung oder allein durch kurze Mitteilung der Dozenten in einer Vorlesung, auch in den früheren Semestern.
- ▶ Link auf der TH-Website mit Ansprechpartnern
- ▶ Da ich noch keine der oben genannten Angebote der TH kenne, wäre es zunächst notwendig, diese stärker zu promoten. Außerdem finde ich, dass innerhalb der Vorlesungen mehr dazu angemerkt werden kann. Die Dozenten sprechen immer nur von Konzernen - ein erster Schritt wäre schon, wenn die Dozenten Beispiele zu Start-ups in den Vorlesungen involvieren würden.

7. Sonstiges

- ▶ Co-Working-Space-Hilfen
- ▶ Praktikumssemester
- ▶ Ich kenne diese Angebote, aber eines daran stört mich enorm. Alle diese Angebote finden unterm Semester statt und meistens in Richtung Klausuren. Ist es möglich diese in den Semesterferien zu haben?
- ▶ Einen Bankrott/ Insolvenz-Workshop anbieten, um die Studenten/-innen zu zeigen, ob einen Unternehmensinsolvenz wirklich als 'Weltuntergang' zu bezeichnen ist, und wie man dies überleben kann.
- ▶ 1. Finanzielle Unterstützung 2. Geschäftsideen sammeln und gemeinsam im Team besprechen
- ▶ 1. Umfangreiches Bewerben der Angebote 2. Facebook Gruppe einrichten für Interessierte 3. Entrepreneurship-Tag veranstalten
- ▶ Nicht an der trockenen Theorie festhalten! Gerade Start-ups funktionieren in der Realität anders als man es in der Unternehmensführung lernt (eigene Erfahrung)!
- ▶ Start-up-Veranstaltungen aus Köln in die TH verlagern. Gründerstories von Leuten, die den Schritt bereits gewagt haben. Motivations- und Vertriebschulungen können nie schaden
- ▶ Menschen mit Erfolgsgeschichten gastieren lassen in Vorlesungen
- ▶ 'Ideenbörse' an denen Studierende ihre Start-up Idee kurz präsentieren und dann Mitgründer finden können
- ▶ Man könnte Investoren Business Pläne vorstellen, die im Rahmen des Studiums erstellt wurden, um Ideen eventuell zu fördern!
- ▶ Den Schwerpunkt FH Start-up durchsetzen!
- ▶ Die Bereitschaft sich mit einem akademischen Titel selbständig zu machen sinkt meiner Meinung nach immer weiter. Jeder hat mal Ideen, was man denn machen könnte, doch werden diese Ideen zum größten Teil verworfen oder so lange verschoben bis man sich anderen Zielen widmet und die Vorigen vergisst. Und selbst wenn man eine Idee hätte, hat man Angst diese zu teilen, weil man Angst hat, man bekommt diese gestohlen. Ich persönlich würde behaupten, dass eine mögliche Unterstützung für Start-ups nicht bekannt ist. Am besten wären Hinweise zur praktischen Umsetzung der eigenen Ideen. Ich möchte mich auch mal selbständig machen, doch fehlt mir momentan noch das Know-how, um eine Dienstleistung in der Qualität anzubieten, wie diese notwendig ist.
- ▶ Entrepreneurship als eigener Bachelor Studiengang. Mehr Modulfächer in Richtung Startup, Entrepreneurship und Selbstständigkeit
- ▶ Sponsoren gewinnen
- ▶ Posts in öffentlichen Plattformen, um die Studenten über Workshops zu informieren.
- ▶ Finanzielle Unterstützung, Mentoring, rechtl. Beratung, Begleitung in Anfangsphase durch Fachleute
- ▶ Stipendien/interne Programme/freiwillige Kurse inkl. Gründung
- ▶ Wettbewerb! Beste StartUp-Idee erhält Unterstützung

- ▶ 1 wöchiges Projekt im 3. Semester
- ▶ Venture Capital Unternehmen als Kooperationspartner gewinnen
- ▶ Exkursionen 'Rheinlandpitch'
- ▶ Räumlichkeiten, Investoren
- ▶ Z.B. durch Angebote während einer Blockwoche: eine Woche intensives Start-up Mentoring
- ▶ Das Anbieten von Arbeitskreisen (moderner Art) und der dazugehörigen Möglichkeit (zeitlich) diese wahr zu nehmen. Vor allem das Thema Ethik ist SEHR wichtig und sollte unbedingt eingebunden werden!!!
- ▶ Eine App für Entrepreneurship an der TH Köln
- ▶ Schauen sie sich Hochschulen wie die WHU, EBS, HSG etc. an. z.B. hat die WHU unzählige Gründer hervorgebracht (Zalando, Rocket Internet, eDarling, MyVideo etc.). Sie bieten Entrepreneurship als Vertiefungsfach an und veranstalten regelmäßig Events mit bekannten Gründerpersönlichkeiten aus der Startup-Szene
- ▶ Ideewettbewerbe mit Preisgeld oder anderem Anreiz - Hochschulkredite - Mentorenprogramme!
- ▶ Start-up Simulation: über bspw. eine Woche die Umsetzung und das Arbeiten in einem Start-up simulieren
- ▶ Neues Fach: 'Start-up-Gründung'

Literaturverzeichnis

- Aygün, T. et al (2017):** Ethnic Entrepreneurship. Stichwort im Gablers Wirtschaftslexikon; abrufbar unter: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/ethnic-entrepreneurship.html> (zuletzt aufgerufen: 24.05.2017).
- Amway (2016):** AGER 2016 – Amway Global Entrepreneurship Report; abrufbar unter: http://globalnewsassets.amway.com/501484/ager_2016_publication.pdf?r=1600 (zuletzt aufgerufen: 24.05.2017).
- Blöcher, A. / Gawlik, L.S. (2017):** Entrepreneurship und Start-up-Kultur an der TH Köln. Auswertung der empirischen Erhebung Teil I: TH Köln gesamt. Schriftenreihe Entrepreneurship & Innovation (1/2017); abrufbar unter: <https://epb.bibl.th-koeln.de/frontdoor/index/index/docId/1029> (zuletzt aufgerufen: 19.04.2018).
- Blöcher, A. / Gawlik, L.S. (2017):** Entrepreneurship und Start-up-Kultur an der TH Köln. Auswertung der empirischen Erhebung Teil II: Auswertung der 11 Fakultäten. Schriftenreihe Entrepreneurship & Innovation (2/2017); abrufbar unter: <https://epb.bibl.th-koeln.de/frontdoor/index/index/docId/1030> (zuletzt aufgerufen: 19.04.2018).
- Bundesagentur für Arbeit (2016):** Gute Bildung – gute Chancen – Der Arbeitsmarkt für Akademikerinnen und Akademiker; abrufbar unter: <https://statistik.arbeitsagentur.de/Statischer-Content/Arbeitsmarktberichte/Akademiker/generische-Publikationen/Broschuere-Akademiker-2016.pdf> (zuletzt aufgerufen: 24.05.2017).
- Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) (2011):** Selbständige sind anders: Persönlichkeit beeinflusst unternehmerisches Handeln. In: Wochenbericht des DIW Berlin Nr. 11/2011, S. 2-8; abrufbar unter: https://www.diw.de/documents/publikationen/73/diw_01.c.369405.de/11-11-1.pdf (zuletzt aufgerufen: 24.05.2017).
- Engelen, A. et al (2015):** Corporate Entrepreneurship: Unternehmerisches Management in etablierten Unternehmen. Springer-Verlag.
- Fritsch, M. (2016):** Entrepreneurship – Theorie, Empirie, Politik. Springer Gabler, Berlin, Heidelberg.
- GEM (2017): Global Entrepreneurship Research Association (GERA) 2016/2017;** abrufbar unter: <http://www.gemconsortium.org/report/49812> (zuletzt aufgerufen: 24.05.2017).
- Hayen, D. et al (2006):** Länderbericht Deutschland im Rahmen des Projekts INTI – Making Strength meet Demand. Evers & Jung (Hrsg.), Hamburg.
- Leicht (2009):** Selbstständigkeit integriert?. Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.), Düsseldorf.
- OECD (2017):** Self-employment rate (indicator); abrufbar unter: doi: 10.1787/fb58715e-en (zuletzt aufgerufen: 24.05.2017).
- Puteanus-Birkenbach, K. / Hölzle, K. (2014):** Entrepreneurship Education. Hölzle, K. / Puteanus-Birkenbach, K. / Wagner, D. (Hrsg.), Potsdam.
- Riemer, H.J. (2011):** Vorbilder und Vorbildhandeln über den Wandel der Werte und die Chancen ihrer Neuentdeckung. GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften, Berlin.

Statistisches Bundesamt (n.d.) (2015): Geburtenziffern in Deutschland nach Alter der Mütter (je 1.000 Frauen des jeweiligen Alters) im Jahr 2015. In Statista - Das Statistik-Portal; abrufbar unter:

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/3056/umfrage/geburtenzahlen-nach-dem-alter-der-muetter-in-deutschland/> (zuletzt aufgerufen: 24.05.2017).

Statistisches Bundesamt (2017): Durchschnittsalter von Hochschulabsolventen in Deutschland von 2003 bis 2016 (in Jahren); abrufbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/189237/umfrage/durchschnittsalter-von-hochschulabsolventen-in-deutschland/> (zuletzt abgerufen am 16. Februar 2018).

TH Köln (2013): Wissens- und Technologiestrategie 2020; abrufbar unter: https://www.th-koeln.de/mam/downloads/deutsch/forschung/wissens_und_technologietransferstrategie.pdf (zuletzt aufgerufen: 13.06.2017).

TH Köln (2016): Hochschulstatistik aktuell – Studienjahr 2015/16; abrufbar unter: https://www.verwaltung.th-koeln.de/imperia/md/content/verwaltung/dezernat1/sg13/intern/hochschulstatistik/hochschulstatistik_gesamt_2016_internet.pdf (zuletzt aufgerufen am 16.02.2018).

TH Köln (2017): Transferstrategie 2025 – Wissen gesellschaftlich wirksam machen; abrufbar unter: https://www.th-koeln.de/mam/downloads/deutsch/hochschule/profil/transferstrategie_2025_der_th_koeln.pdf (zuletzt aufgerufen: 24.05.2017).

TH Köln (2018): Arbeitskreis Entrepreneurship: https://www.th-koeln.de/wirtschafts-und-rechtswissenschaften/arbeitskreis-entrepreneurship-education_36434.php (zuletzt aufgerufen am 16.02.2018).

TH Köln (2018): Start-up-Beratung der Fakultät für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften: https://www.th-koeln.de/wirtschafts-und-rechtswissenschaften/start-up-beratung_36355.php (zuletzt aufgerufen am 16.02.2018).

TH Köln (2018): Interdisziplinäre Ringvorlesung Entrepreneurship & Innovation: https://www.th-koeln.de/hochschule/ringvorlesung-entrepreneurship--innovation_42430.php (zuletzt abgerufen am 16.02.2018).

TH Köln (2018): Entrepreneurs-Club der TH Köln: https://www.th-koeln.de/hochschule/entrepreneurs-club_45259.php (zuletzt abgerufen am 16.02.2018).

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Geschlechterverteilung der befragten Studierenden der F04

Abbildung 2: Altersverteilung der befragten Studierenden der F04

Abbildung 3: Übersicht über die befragten Studierenden der F04

Abbildung 4: Anteil der befragten Master- und Bachelorstudierenden der F04

Abbildung 5: Anteil der selbstständigen Studierenden der F04

Abbildung 6: Anteil der selbstständigen Studierenden der F04

Abbildung 7: Anteil der selbstständigen Studierenden der F04

Abbildung 8: Selbstständigkeitsquote der Studierenden der F04 in Abhängigkeit des Studienziels

Abbildung 9: Selbstständigkeit in verschiedenen Altersgruppen der Studierenden der F04

Abbildung 10: Anteil der Studierenden der F04 mit positivem, negativem oder keinem Vorbild in Bezug auf Selbstständigkeit

Abbildung 11: Selbstständigkeit in Abhängigkeit von selbstständigen Bezugspersonen im direkten Umfeld der Studierenden der F04

Abbildung 12: Selbsteinschätzung von Studierenden der F04 im Vergleich zu Studierenden der TH Köln gesamt hinsichtlich bestimmter Merkmale

Abbildung 13: Selbsteinschätzung von Studierenden der F04 hinsichtlich bestimmter Merkmale in Abhängigkeit der Selbstständigkeit

Abbildung 14: Selbsteinschätzung von Studierenden der F04 hinsichtlich bestimmter Merkmale in Abhängigkeit des Geschlechts

Abbildung 15: Selbsteinschätzung von Studierenden der F04 hinsichtlich bestimmter Merkmale in Abhängigkeit des Migrationshintergrundes

Abbildung 16: Bewertung von Berufseinstiegsriterien der Studierenden der F04 im Vergleich zu Studierenden der TH Köln gesamt

Abbildung 17: Bewertung von Berufseinstiegsriterien der Studierenden der F04 in Abhängigkeit der Selbstständigkeit

Abbildung 18: Bewertung von Berufseinstiegsriterien von Studierenden der F04 in Abhängigkeit des Geschlechts

Abbildung 19: Bewertung von Berufseinstiegsriterien von Studierenden der F04 in Abhängigkeit des Migrationshintergrundes

Abbildung 20: Bekanntheit der Angebote der TH Köln zur Unterstützung der Selbstständigkeit in der F04

Abbildung 21: Bekanntheit der Angebote der TH Köln zur Unterstützung der Selbstständigkeit in der F04 in Abhängigkeit der Selbstständigkeit

Abbildung 22: Angebotswünsche der Studierenden der F04 zur Stärkung der Start-up-Kultur an der TH Köln

Abbildung 23: Angebotswünsche der Studierenden der F04 zur Stärkung der Start-up-Kultur an der TH Köln in Abhängigkeit von den Selbstständigkeitsambitionen

Abbildung 24: Angebotsinteressen der Studierenden der F04 bezogen auf die inhaltliche Ausrichtung von Workshops

Abbildung 25: Angebotsinteressen der Studierenden der F04 bezogen auf die inhaltliche Ausrichtung von Workshops in Abhängigkeit von den Selbstständigkeitsambitionen