



Studie

Gründergeist oder „German Angst“?
Duale Studierende und ihre Gründungseinstellung

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----------|-------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1 | Executive Summary | 4 |
| 2 | Einleitung | 7 |
| 3 | Forschungsstand: Deutschland – Ein Land für Gründer? | 9 |
| 3.1 | Gründungsverhalten im Allgemeinen | 9 |
| 3.2 | Gründungsverhalten von Studierenden..... | 11 |
| 4 | Methodisches Vorgehen | 13 |
| 5 | Ergebnisse | 14 |
| 5.1 | Beschreibung der Stichprobe | 14 |
| 5.2 | Zentrale Ergebnisse..... | 15 |
| 6 | Zusammenfassung der Ergebnisse und Empfehlungen | 28 |
| 7 | Literatur | 31 |
| 8 | Die Autoren der Studie | 33 |
| 9 | Die iba | 34 |

Abbildungsverzeichnis

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Abbildung 1: Gründungsintention (N = 417 Befragte; in Prozent)..... | 16 |
| Abbildung 2: Motivation für Gründung (N = 609 Antworten; Mehrfachnennungen; in Prozent) | 17 |
| Abbildung 3: Geplanter Zeitpunkt der Unternehmensgründung (N = 357 Befragte; in Prozent) | 18 |
| Abbildung 4: Gründe für Branchenauswahl bei Unternehmensgründung (N = 626 Antworten; Mehrfachnennungen; in Prozent) | 19 |
| Abbildung 5: Hürden bei der Gründung (N = 883 Antworten; Mehrfachnennungen; in Prozent) | 20 |
| Abbildung 6: Gründe für Nicht-Gründung (N = 118 Antworten; Mehrfachnennungen; in Prozent) | 21 |
| Abbildung 7: Gründungsneigung nach Geschlecht (N = 417 Befragte; in Prozent) | 23 |
| Abbildung 8: Gründungsneigung nach Beruf der Eltern (N = 417 Befragte, in Prozent) | 23 |
| Abbildung 9: Gründungsneigung nach Auslandserfahrung (N = 417 Befragte; in Prozent) ... | 24 |
| Abbildung 10: Gründungsneigung nach Semester (N = 417 Befragte; in Prozent)..... | 25 |
| Abbildung 11: Verbesserungsvorschläge (N = 973 Antworten; Mehrfachnennungen; in Prozent)..... | 26 |
| Abbildung 12: Wünsche Hochschulangebote (N = 1.079 Antworten; Mehrfachnennungen; in Prozent)..... | 27 |

1 Executive Summary

Deutschland hat weltweit das Image **ein Land der Dichter und Denker** zu sein, **aber nicht ein Land der Gründer**. Entrepreneur, wie sie in der Fachsprache genannt werden, wollen ihre eigenen Ideen und dabei auch sich selbst verwirklichen. Sie sind stets auf der Suche nach neuen, kreativen und marktfähigen Lösungen. Diese Mentalität ist hierzulande bislang sehr gering ausgeprägt.

Die deutsche Wirtschaft steht jedoch wie viele andere Volkswirtschaften **unter dem Druck** des globalen Wettbewerbs, welcher durch die einsetzende **Digitalisierung** eine enorme Schubkraft erfahren hat. Gerade in einer solchen Situation **ist Entrepreneurship ein unverzichtbarer Wettbewerbsvorteil**. Ganz im Sinne des österreichischen Ökonoms Joseph Alois Schumpeter: **schöpferische Zerstörung ist der Auslöser für Innovationen**.

Die vorliegende Studie untersucht die **Gründungsneigung von Studierende des dualen Studiums**. Hierzu wurden bundesweit alle Studierenden der Fachrichtung Betriebswirtschaftslehre der **Internationalen Berufsakademie (iba)**, Deutschlands größter, staatlich anerkannter, privater Berufsakademie, befragt. **An der Studie beteiligten sich 417 Studierende**.

Die Ergebnisse der Studie zeigen erste Hinweise darauf, dass die **Gründungsneigung von Studierenden im dualen System, am Beispiel der iba, gegenüber Studierenden anderer Hochschulformen etwas höher ausfällt**. Dies kann u. a. darin begründet liegen, dass sie meist über mehr Praxiserfahrung verfügen, ein höheres Bewusstsein für Verbesserungspotenziale in den einzelnen Branchen und evtl. erste finanzielle Polster aufgebaut haben.

Andererseits bestätigt die Studie Ergebnisse vorangegangener Studien, wonach **auch Studierende im dualen System eine geringe Risikoneigung, ein ausgeprägtes Sicherheitsbedürfnis sowie wenig Mut in die eigenen unternehmerischen Fähigkeiten aufweisen**. Die Gruppe der „Gründer“ und „Gründungsinteressierten“ nennen als wesentliche Hürden fehlendes Eigenkapital (23,1 %) – trotz zahlreicher staatlicher Fördermaßnahmen –, zu hohe Risiken (16,3 %), Angst vor dem Scheitern (13,1 %) sowie fehlenden Mut (9,3 %).

Diese Defizite bzw. **Gründungshemmnisse verstärken sich nicht nur wenn familiäre Vorbilder fehlen**, sondern auch **im Verlauf des Studiums und bei festen Partnerschaften**. Des Weiteren sind **Frauen grundsätzlich risikoaverser als Männer**. Bei der Angst vor dem

Scheitern stammen 81 % aller Nennungen von Frauen. Bei den „Nicht-Gründern“ werden als Haupthürden zu hohe Risiken (29,7 %) und zu hoher Aufwand (24,6 %) genannt.

Es zeigt sich also: Trotz einer höheren Zahl an Gründern unter den Befragten der iba **dominieren viele (gefühlte) Hemmnisse das Bild.**

Die Autoren der Studie fordern daher:

Die Förderung des Unternehmergeistes muss auf der politischen Agenda

Die Erziehung unternehmerischen Handelns darf sich nicht auf Gründungsshows im privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunk beschränken. Die Förderung des Unternehmergeistes muss auch mehr sein als einzelne Leuchtturmprojekte oder Initiativen. Hierzu gehört **mindestens ein Ringen um die besten Ideen, Empfehlungen und Lösungen im politischen Prozess zwischen allen Parteien in Deutschland.**

Die Implementierung einer Entrepreneurship Education in Schulen und Hochschulen

Im Mittelpunkt sollte v. a. die Förderung zur Entwicklung und Umsetzung eigener Ideen stehen sowie die Förderung zu mehr Offenheit gegenüber Neuerungen. Dies gelingt nur durch eine **grundlegende Anpassung** bzw. Überarbeitung **von Lehrplänen (Schule) und Modulkatalogen (Hochschulen).** Jedoch nicht erst in zwanzig Jahre, sondern umgehend.

Mutmacher statt Bremser

Nicht nur in der schulischen und außerschulischen Bildung, wo eine grundlegende und fundierte **Entrepreneurial Education notwendig ist**, sondern **auch in der breiten Gesellschaft sind Mutmacher gefragt.** Die Gesellschaft muss **weg vom Mainstream**, nach dem Motto, dass haben wir schon immer so gemacht und es läuft doch. **Querdenker** sollen nicht länger ausgegrenzt und Entwickler neuer Ideen nicht belächelt werden. Menschen mit neuen und kreativen **Ideen sollen gefördert und gefordert werden. Konstruktiver Zuspruch statt unqualifiziertem Widerspruch** ist gerade zu Beginn einer Idee wichtig.

Unternehmerisches Scheitern muss gesellschaftsfähig werden

Deutschland muss eine Fehlerkultur etablieren, in der Menschen in ihren unternehmerischen Bestrebungen bestärkt und nicht durch Zweifel gehemmt werden. Hier ist die gesamte Gesellschaft bestehend aus Eltern, Bildungs- und Hochschuleinrichtungen, Wirtschaft, Medien und Politik gefordert, um den Leitgedanken der international erfolgreichen Start-up-Szene **“Fail often, fail fast and fail cheap“** in Deutschland zu etablieren. Ein Ansatz, der im Zusammenhang mit der digitalen Transformation ohnehin dringend benötigt wird, um den gewaltigen Strukturwandel zu meistern.

Lassen Sie uns jetzt einfach starten!

2 Einleitung

In einer globalisierten Welt stehen Unternehmen wie auch Staaten in vielerlei Hinsicht in einem weltweiten Wettbewerb um die besten Köpfe, die innovativsten Ideen, die herausragendsten Standorte (vgl. Süß 2017). Und die Konkurrenz ist groß. Zahlreiche aktuelle Beispiele zeigen, dass die Schwellen- und Tigerstaaten¹ nicht mehr nur die verlängerte Werkbank der Wohlstandsregionen dieser Welt sind, sondern u. a. zum Sprung nach Europa und Nordamerika angesetzt haben. Um das Wohlstandsniveau in diesem bisher wirtschaftlich so erfolgreichen Teil der Welt zu halten, ist Unternehmertum oder eben der englische Begriff des Entrepreneurships gefragt.

Dies gilt nicht nur, aber auch für die deutsche Wirtschaft. Der aktuelle Wettbewerbsvorteil der heimischen Wirtschaft beruht v. a. auf Wissen, Technologien und Innovationen. Neben den etablierten Unternehmen leisten hier besonders junge Unternehmen und Start-ups einen wichtigen Beitrag. Sie schaffen neue Arbeitsplätze und erzeugen zudem einen Innovationsdruck auf die etablierten Platzhirsche.

Gerade im Rahmen der Globalisierung ist eine Gründungskultur notwendig, um den Ideenabfluss und die Verlagerung von Produktionsstandorten ins Ausland zu verhindern (vgl. Chlosta et al. 2006: 5; vgl. Fueglistaller et al. 2009: 1).

Doch eine Gründungskultur muss nicht nur etabliert, sondern auch gelebt werden – von den Menschen einer Volkswirtschaft. Dabei sind gerade die jungen Erwachsenen die Zukunft eines Wirtschaftsstandorts. In zahlreichen international vergleichenden Studien zeigt sich jedoch, dass in Deutschland der Gründergeist allgemein und besonders unter den Studierenden unterdurchschnittlich ausgeprägt ist. Statt von einem Gründungsgeist zu sprechen herrscht hierzulande eher ein Gründergespens vor, welches Angst verbreitet (vgl. Brixey et al. 2009).

Und obwohl mittlerweile zahlreiche staatliche Fördermaßnahmen zur Gründung von Unternehmen bzw. zum Start in die Selbständigkeit von unterschiedlichen staatlichen Ebenen in

¹ Als Tigerstaaten werden die sich wirtschaftlich schnell entwickelnden asiatischen Staaten Südkorea, Republik China (Taiwan) und Singapur sowie die chinesische Sonderverwaltungszone Hongkong bezeichnet.

Deutschland existieren (z. B. finanzielle Anreize, Gründerzentren, Schulungs- und Weiterbildungsmaßnahmen) und viele namhafte Gründer² einen großen Raum in der öffentlichen Wahrnehmung einnehmen (vgl. Bergmann/Golla 2016; Berlin Valley 2015), zeigen international vergleichende Studien, dass sich die Situation in Deutschland u. a. gemessen an den Zahlen der Unternehmensgründungen dennoch kaum verändert hat.

Studien belegen, dass unter den Gründern der Anteil von Menschen mit Berufsausbildung und Hochschulabschluss besonders hoch ist (vgl. IW Consult 2016: 28). Absolventen dualer Hochschulen vereinen beides: Sie haben einen Hochschulabschluss erworben und verfügen zeitgleich über eine mindestens dreijährige Berufserfahrung. Vor diesem Hintergrund wird die Arbeitshypothese aufgestellt, dass die Gründungsneigung von Studierenden dualer Hochschulen gegenüber anderen Gruppen, wie z. B. Studierenden von Universitäten und Fachhochschulen, höher ausfallen wird. Nicht nur aufgrund ihrer größeren Praxiserfahrung und der möglichen Identifikation von Verbesserungspotenzialen bezogen auf ihre Praxisbetriebe oder ihre Branche, sondern auch, da sie evtl. erste finanzielle Polster aufbauen konnten.

Mit Blick in die deutschsprachige Literatur fällt jedoch auf, dass diese Gruppe bislang in den Studien nicht explizit berücksichtigt wurde. Im Fokus der Untersuchungen/Befragungen der letzten eineinhalb Jahrzehnte standen in erster Linie Studierende von Universitäten und Fachhochschulen. Diese Lücke soll mit dieser Studie geschlossen werden.

Im Mittelpunkt stehen daher folgende Fragen:

1. Wie sieht die Gründungsneigung bei Studierenden im dualen Studium aus?
2. Wie entwickelt sich die Gründungsneigung im Verlauf des Studiums?
3. Existieren geschlechterspezifische Unterschiede in der Gründungsneigung?
4. Beeinflusst das Vorliegen familiärer Gründungsvorbilder die Gründungsneigung?
5. Unterscheidet sich die Gründungsneigung von Studierenden im dualen Studium von Studierenden anderer Hochschulformen?

² Hierzu zählen u. a. Oliver Samwer (Rocket Internet), Delia Fischer (Westwing), Alexander Graubner-Müller (Kreditech).

Zu diesem Zweck wurden deutschlandweit Studierende der Internationalen Berufsakademie (iba), mit Sitz in Darmstadt, befragt.

Wenn im Rahmen der Studie von „Gründung“ oder „Unternehmertätigkeit“ gesprochen wird, umfasst dies sowohl den Begriff der Existenz- als auch der Unternehmensgründung. Auf eine weitergehende Unterscheidung wurde verzichtet.

Diese Studie verfolgt nicht das Ziel, repräsentativ zu sein. Hierfür wären eine deutliche größere Stichprobe und die Einbindung verschiedener Hochschulen notwendig gewesen. Ziel der Studie ist es vielmehr, eine fundierte und empirisch ausreichend belegte Trendaussage zum Forschungsgegenstand zu erhalten. Im folgenden Kapitel 3 werden zunächst die Erkenntnisse bisheriger Studien kurz skizziert. Nachdem in Kapitel 4 die Untersuchungsmethode vorgestellt wird, erfolgt im Anschluss die Vorstellung und kritische Würdigung der Untersuchungsergebnisse der durchgeführten Befragung (Kapitel 5). Die Studie endet mit einem Ausblick sowie mit Handlungsempfehlungen in Kapitel 6.

3 Forschungsstand: Deutschland – Ein Land für Gründer?

Welche Antworten können nun international vergleichende Studien zum Wirtschaftsstandort Deutschland geben, wenn es um die Gründungsneigung im Allgemeinen und die von Studierenden im Besonderen geht?

3.1 Gründungsverhalten im Allgemeinen

Die Zahl der Gründungen unterscheidet sich in Europa erheblich. Jedoch zeigt sich in mehreren aktuellen Studien (KfW Gründungsmonitor 2017; OECD 2017), dass sich die Gründungen in Deutschland rückläufig entwickeln. So gründeten 2016 mit 672.000 Personen über 90.000 Menschen weniger als ein Jahr zuvor. Erklären lässt sich diese Entwicklung insbesondere mit dem Absorptionseffekt auf potenzielle Gründer. Die gute Beschäftigungslage bringt immer mehr Erwerbstätige in abhängige Beschäftigungen. Die Sogwirkung des höheren Wirtschaftswachstums ist im Vergleich dazu schwächer ausgeprägt. Somit kann v. a. arbeitsmarktinduziert eine insgesamt rückläufige Entwicklung in der Gründungsneigung in Deutschland beobachtet werden.

Der Länderbericht des renommierten *Global Entrepreneurship Monitors (GEM) 2016/2017* zeigt für Deutschland, dass nur 4,6 % der Befragten im Alter zwischen 18 und 64 Jahren in den letzten 3,5 Jahren ein Unternehmen gegründet haben und/oder gerade dabei sind, ein Unternehmen zu gründen. Bei dieser zentralen als *Total Early-Stage Entrepreneurial Activity (TEA-Quote)* bezeichneten Quote belegt Deutschland den vorletzten Rangplatz unter den 27 innovationsbasierten und somit vergleichbaren Volkswirtschaften. Im Zeitverlauf ändert sich die *TEA-Quote* in Deutschland kaum. Und das, obwohl die Wahrnehmung in Deutschland in den letzten Jahren allgemein eher optimistischer geworden ist.

Menschen, die nach Deutschland kommen, passen sich im Laufe der Zeit an. So ist die Gründungsneigung von Migranten bei der Ankunft in Deutschland zunächst höher, pendelt sich jedoch nach rund zehn Jahren auf dem allgemein niedrigen Niveau der in Deutschland Geborenen ein.

Experten identifizieren die Schwächen des Gründungsstandorts Deutschland u. a. „[...] in der schulischen und außerschulischen Vorbereitung auf unternehmerische Selbstständigkeit sowie bei den gesellschaftlichen Werten und Normen (Gründungskultur)“ (Sternberg und von Bloh 2017: 6). Gleichzeitig ist Deutschland im internationalen Vergleich bzgl. weiterer gründungsbezogener Rahmenbedingungen meist jedoch gut positioniert. Als bisher vernachlässigte Zielgruppen in der Gründungsförderung gelten insbesondere Frauen, Ältere und Migranten.

Wenn gegründet wird, so kann in Deutschland ein starker Trend zur Gründung eines Unternehmens aus dem *Erkennen und Ausnutzen einer Marktlücke* statt dem Gründungsmotiv *Mangel an Erwerbsoptionen* festgestellt werden (vgl. Sternberg und von Bloh 2017: 6 – 16).

Bereits an dieser Stelle lässt sich aus der Sekundäranalyse resümieren, dass Deutschland bei den Umfeldfaktoren in vielen Bereichen positiv abschneidet, das größte Manko jedoch dabei im Bildungsbereich zu sehen ist. Zudem scheint die persönliche Gründungseinstellung gerade in Deutschland besonders negativ zu sein.

3.2 Gründungsverhalten von Studierenden

Auch auf studentischer Ebene bestätigen sich diese Ergebnisse. Anhaltspunkte sind u. a. im *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey*, kurz *GUESS*-Studie, zu finden. Dieses internationale Forschungsprojekt untersucht weltweit die unternehmerischen Intentionen und Aktivitäten von Studierenden. Im Falle von Deutschland beabsichtigen rund 2 % der Studierenden die Gründung eines eigenen Unternehmens. Fünf Jahre nach Beendigung des Studiums erhöht sich dieser Anteil auf 17 %. Dabei ist dieser Trend für Deutschland insgesamt rückläufig verglichen mit den Jahren 2006 bis 2011. Hieraus ergibt sich der Widerspruch, dass einerseits Entrepreneurship an deutschen Hochschulen zunehmend präsenter wird. Andererseits sind die Absichten, ein Unternehmen zu gründen, nach wie vor rückläufig. Dabei ist festzustellen, dass dieser Trend auch bei ausländischen Studierenden in Deutschland zu verzeichnen ist (vgl. Bergmann und Golla 2016: 1).

Beim Blick in ältere Untersuchungen – wie etwa der *ISCE*-Studie speziell zur Gründungseinstellung von Studierenden – zeigen sich ähnliche typisch deutsche Besonderheiten bereits vor mehr als zehn Jahren.³ Am wenigsten konkret waren die Gründungsabsichten bei Studierenden in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Nur ein sehr kleiner Anteil der gründungswilligen Studierenden hat die konkrete Absicht signalisiert, in absehbarer Zeit den Weg in die unternehmerische Selbständigkeit einzuschlagen (vgl. Fueglistaller et al. 2006: 14 – 15).

Neben dieser gering ausgeprägten Gründungsneigung in Deutschland sowie den bekannten Bestimmungsfaktoren sowohl in der Person als auch im Umfeld lassen sich weitere Learnings aus den bisherigen Studien ziehen.

Bezogen auf Deutschland könnte man zusammenfassend festhalten, dass eine fördernde Gründungskultur fehlt. Der Begriff „Gründungskultur“ umfasst hierbei alle ökonomischen, politischen und gesellschaftlichen Faktoren, welche Einfluss auf die Anzahl und Qualität von Unternehmensgründungen haben.

Doch wie entsteht eine ausgeprägte Gründungskultur?

³ Bei der *ISCE*-Studie (*International Survey on Collegiate Entrepreneurship*) handelt es sich um eine international vergleichende Studie. Sie untersucht das Verhalten und die Absicht von Studierenden, ob sie planen, ein Unternehmen zu gründen (vgl. Fueglistaller et al. 2006: iii).

Auf der Mikroebene (= individualpsychologischer Ansatz) spielen insbesondere personenspezifische Merkmale eine Rolle. Hierzu zählen v. a. das Streben nach Autonomie, Selbstvertrauen gepaart mit Optimismus, Risikobereitschaft und Unsicherheitstoleranz sowie das Social Capital (Einbindung in soziale Netzwerke). All diese Faktoren verstärken die Wahrscheinlichkeit einer Gründung und erhöhen gleichzeitig deren Erfolgchancen (vgl. Röhl 2016: 10 – 17).

Auf der Makroebene sind zunächst die umfeldbezogenen Faktoren zu beachten. Hier lassen sich neben nationalstaatlichen auch regionale Spezifika in der Gründungskultur ausmachen. Dabei spielen v. a. die informellen Institutionen eine wichtige Rolle. Diese umfassen individuelle und gesellschaftliche Verhaltensnormen, Traditionen, Werte und Ansichten. Diese entstammen der geschichtlichen Genese einer Gesellschaft. Ebenso sind die Interaktionen zwischen den Individuen sowie zu deren formellen Institutionen entscheidend.

Zudem ist ausschlaggebend, wie das Feedback im gesellschaftlichen wie auch sozialen Umfeld ausfällt. Je „normaler“ die selbstständige Tätigkeit wie auch das Gründen eines Unternehmens ist, desto eher wird dies auch als positives Feedback für die eigene Karriereplanung berücksichtigt. Erfolgreiche Gründer können dabei eine zusätzliche wichtige Vorbildfunktion einnehmen. Darüber hinaus sind innovative Milieus ein Nährboden für Entrepreneurship. Dabei entstehen positive Netzwerkeffekte: Je mehr Individuen sich zur Gründung eines Unternehmens entschließen, desto attraktiver wird die Gründung für andere Interessierte.

In den nachfolgenden Abschnitten sollen, basierend auf den Antworten der Studierenden der Online-Befragung, Aussagen zur Gründungsneigung und -kultur getroffen werden.

4 Methodisches Vorgehen

Für die Befragung wurde die Datenbank der Internationalen Berufsakademie (iba)⁴ genutzt, um die Studierenden der Fachrichtung Betriebswirtschaftslehre zu erreichen. Durch die Nutzung der bestehenden Datenbank einer Hochschule handelt es sich also nicht um eine repräsentative, randomisierte Stichprobe aller Studierenden an deutschen Hochschulen.

Neben der Durchsicht bereits existierender Erhebungsinstrumente wurden weitere Themen und Fragen gesammelt, um die unterschiedlichen Motive und Hemmnisse der Unternehmensgründung zu berücksichtigen.

Nach der Fragensammlung wurde eine inhaltlich begründete, „logische“ Ablaufgliederung des Fragebogens erstellt, die im Anschluss mit konkreten, ausformulierten Fragen aufgefüllt wurde.

Zum Ende der Entwicklungsphase wurde der Fragebogen einem Pretest mit fünf Unternehmensgründern und Start-up-Beratern in Bezug auf Praktikabilität und Verständlichkeit unterzogen. Die Kommentare aus dem Pretest wurden diskutiert und das Ergebnis in Form konkreter Änderungen in den Fragebogen übernommen.

Der eingesetzte Online-Fragebogen umfasste 23 Fragen. Die Gestaltung des Fragebogens unterlag dem Kriterium, dass die Befragung der Studierenden nicht länger als 15 Minuten dauern sollte. Der Pretest hatte gezeigt, dass dieses Kriterium trotz der Fülle an Fragen und Antwortmöglichkeiten realisierbar ist.

⁴ Die Internationale Berufsakademie (iba) ist Deutschlands größte staatlich anerkannte private Berufsakademie. Derzeit sind rund 2.000 Studierende immatrikuliert. Es gibt 11 Studienorte, fünf Studiengänge und diverse Fachrichtungen teilweise in Planung (iba 2018).

5 Ergebnisse

Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse der durchgeführten Online-Befragung der Studierenden der iba vorgestellt. Zunächst erfolgt die Beschreibung der Stichprobe sowie anschließend die Darstellung der Ergebnisse, die Antworten auf die formulierten Forschungsfragen geben.

5.1 Beschreibung der Stichprobe

Es wurden 1.834 Studierende der iba aus einer vorhandenen Adressdatenbank angeschrieben. Da E-Mail-Adressen einem häufigen Wechsel unterliegen, konnte nicht ausgeschlossen werden, dass einige von ihnen nicht mehr aktuell waren. Dies traf auf sieben E-Mail-Adressen zu. Somit ergibt sich eine zur Berechnung des Rücklaufs reduzierte Anzahl an effektiv angeschriebenen Studierenden von 1.827.

Hiervon haben 627 Studierende mindestens eine Antwort gegeben. Betrachtet man dieses Ereignis als Rücklauf, liegt die Rücklaufquote bei 34,3 %. Da viele Studierenden die Befragung vorzeitig beendet oder nur Teile des Fragebogens beantwortet haben, ergibt sich ein Rücklauf bzgl. der Completes von 417 Fragebögen (22,8 %). Die Befragten sind aufgrund der Grundgesamtheit überwiegend jüngere Teilnehmer (arithmetischer Mittelwert 22,4 Jahre) und aufgrund der Fachrichtungen an der iba überwiegend weiblich (76 % Frauen, 24 % Männer). 87 % der Befragten sind deutscher Herkunft. Mit 70 % sind die meisten Eltern der Befragten festangestellt tätig, rund 26 % sind Freiberufler/Selbständige/Unternehmer. Gut die Hälfte der Befragten lebt in einer festen Beziehung (55 %) bzw. ist verheiratet (2 %). 41 % sind dagegen Singles. Bei den Hobbys sind die Antworten sehr breit gefächert. Nur ein männlicher Teilnehmer gibt an, dass er in der Freizeit als freiberuflicher Autor tätig ist.

Knapp ein Drittel der Befragten (31 %) kann auf Auslandserfahrung zurückblicken, der überwiegende Teil (69 %) jedoch nicht. Die Studierenden aus den iba-Studienorten Heidelberg (17 %), Darmstadt (16 %), München (16 %) und Köln (14 %) beteiligten sich zahlenmäßig am stärksten an der Befragung.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind über insgesamt sieben Semester stark verteilt. Bei den Fachrichtungen dominieren Hotel- und Tourismusmanagement sowie Marketingkommunikation/PR. Bei der Frage nach der Zuordnung des Praxisunternehmens geben 78 % demzufolge den Dienstleistungsbereich an. U. a. aufgrund des dualen Studiums an der iba haben nach Beendigung des Studiums 84 % der Befragten zwischen 2 und 6 Jahren Berufserfahrung.

In bisherigen Studien wurde bislang nur zwischen verschiedenen Fachrichtungen wie Sozialwissenschaften, Naturwissenschaften sowie Maschinen- und Elektrowissenschaft differenziert. Dabei wird festgestellt, dass Studierende mit wirtschaftsnahen Studienfächern prinzipiell ein höheres Potenzial haben zu gründen (vgl. Fueglistaller et al. 2006: 4 u. 11). Eine weitere Unterscheidung nach betriebswirtschaftlichen Schwerpunktfächern sowie die Berücksichtigung dualer Studiengänge – wie in dieser Studie – fand dagegen noch nicht statt.

5.2 Zentrale Ergebnisse

Als zentrale Frage wird in der vorliegenden Studie konkret die Gründungsneigung der Studierenden abgefragt. Hierbei wird zwischen

- Nicht-Gründern („Nein, noch nie und kommt auch nicht in Frage“),
- latent Gründungsinteressierten („Ja, flüchtig“),
- stabil Gründungsinteressierten („Nein, noch nie, kommt aber grundsätzlich in Frage“; „Ja, intensiv“) sowie
- Gründern („Ja, habe den festen Entschluss, mich selbständig zu machen“; „Ja, ich habe schon mit der Realisation begonnen“; „Ja, ich bin schon selbständig tätig“)

unterschieden.

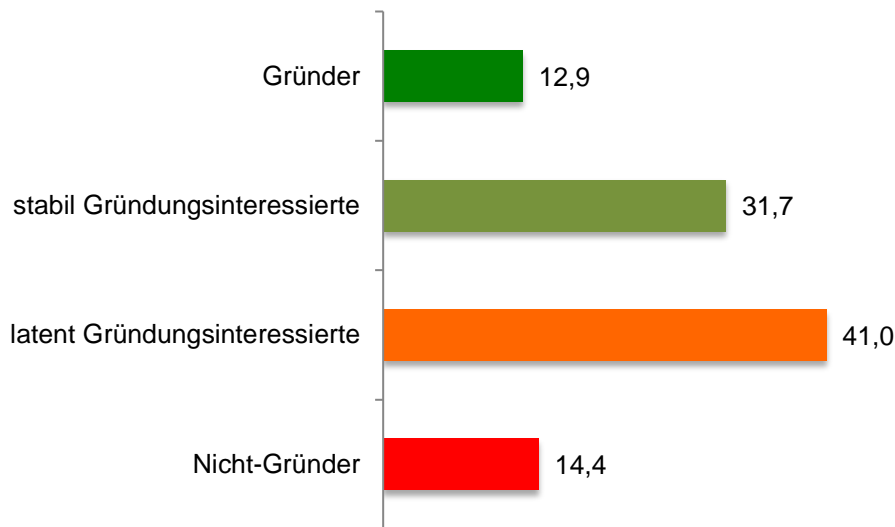


Abbildung 1: Gründungsintention (N = 417 Befragte; in Prozent)

Die Untersuchung zeigt, dass knapp 13 % der Gruppe der **Gründer** zuzuordnen ist, da sie bereits selbständig tätig sind, mit der Realisation begonnen haben oder zumindest den festen Entschluss gefasst haben dies zu tun. Gegenüber den Vergleichsstudien ist diese Zahl deutlich höher (z. B. *GUESS*-Studie). Dies liegt evtl. in der positiven Sogwirkung aufgrund erfolgreicher deutscher (z. B. Zalando, Hello Fresh) und internationaler Start-ups, welche eine Vorbildfunktion einnehmen können. Zudem kann davon ausgegangen werden, dass dual Studierende einen höheren praktischen Bezug schon bereits während ihres Studiums haben. Die **stabil Gründungsinteressierten** bilden mit knapp 32 % die zweitgrößte Gruppe. Bei der Gründungsintention dominieren jedoch auch hier wie in international vergleichenden Studien zu Deutschland eindeutig die **Nicht-Gründer** (14,4 % bzw. 60 Befragte) sowie die nur **latent Gründungsinteressierten** (41,0 %).

Im ersten Schritt soll die Gruppe, bestehend aus **Gründern, stabil und latent Gründungsinteressierten** – im Folgenden auch als **Personen mit Gründungspotenzial** bezeichnet – näher betrachtet werden. Diese Gruppe zeichnet sich v. a. dadurch aus, dass sie eine Unternehmensgründung nicht von vornherein konsequent ablehnt.

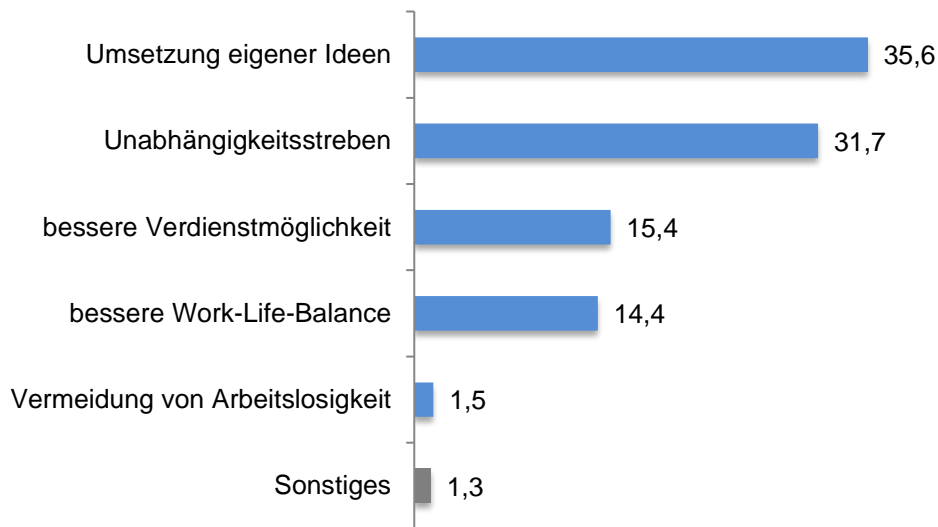


Abbildung 2: Motivation für Gründung (N = 609 Antworten; Mehrfachnennungen; in Prozent)

Die Motivation für die Gründung eines Unternehmens liegt bei der Gruppe mit **Gründerpotenzial** in dem Wunsch nach etwas Eigenem („Umsetzung eigener Ideen“, „Unabhängigkeitsstreben“). Es bestätigen sich somit in Abbildung 2 die Erkenntnisse der Sekundäranalyse, dass auch in Deutschland das Ergreifen einer Chance eher ein Motiv für die Unternehmensgründung ist wie etwa die Vermeidung von Arbeitslosigkeit. Dabei nimmt die Neigung, ein Unternehmen zu gründen im zeitlichen Verlauf zu (Abb. 3):

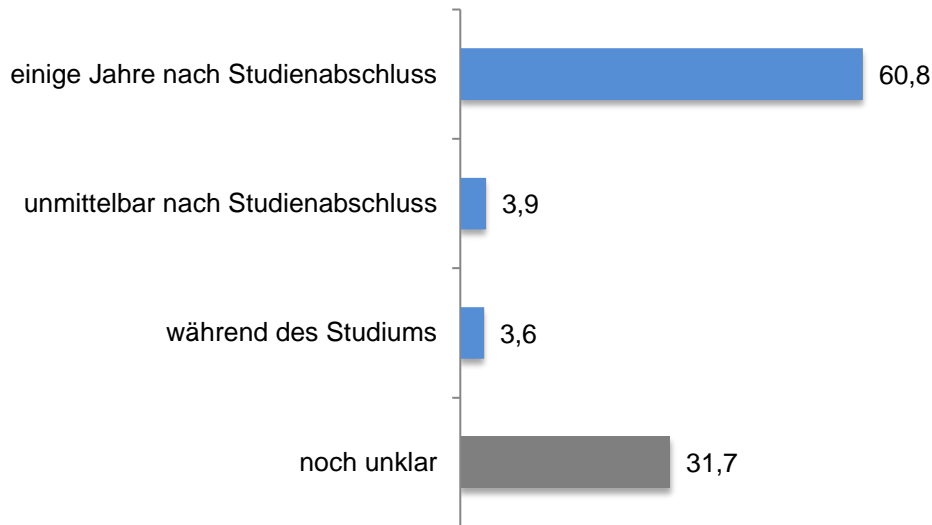


Abbildung 3: Geplanter Zeitpunkt der Unternehmensgründung (N = 357 Befragte; in Prozent)

Bei den Branchen dominieren gemäß der iba-Vertiefungsrichtungen die Bereiche Gastronomie und Hotellerie (35 %), Event und Live-Entertainment (14 %), Sport und Fitness (11 %) sowie Werbung und Kommunikation (9 %).

Studierende wollen schwerpunktmäßig in Bereichen gründen, in denen sie aufgrund des dualen Studiums theoretische und praktische Erfahrung sammeln konnten. Hinzu kommen Bereiche, in denen die Studierenden nebenberufliche bzw. außerhochschulische Erfahrungen gemacht haben. Dieser Umstand kann als gute Voraussetzung für eine Gründung gesehen werden. Hierin liegt auch der Vorteil gegenüber Gründungen von Studierenden aus Universitäten und Fachhochschulen, wo möglicherweise die praktische Erfahrung fehlt. Diese Erkenntnis lässt sich auch aus anderen Studien gewinnen (vgl. Fueglistaller et al. 2006: 16).

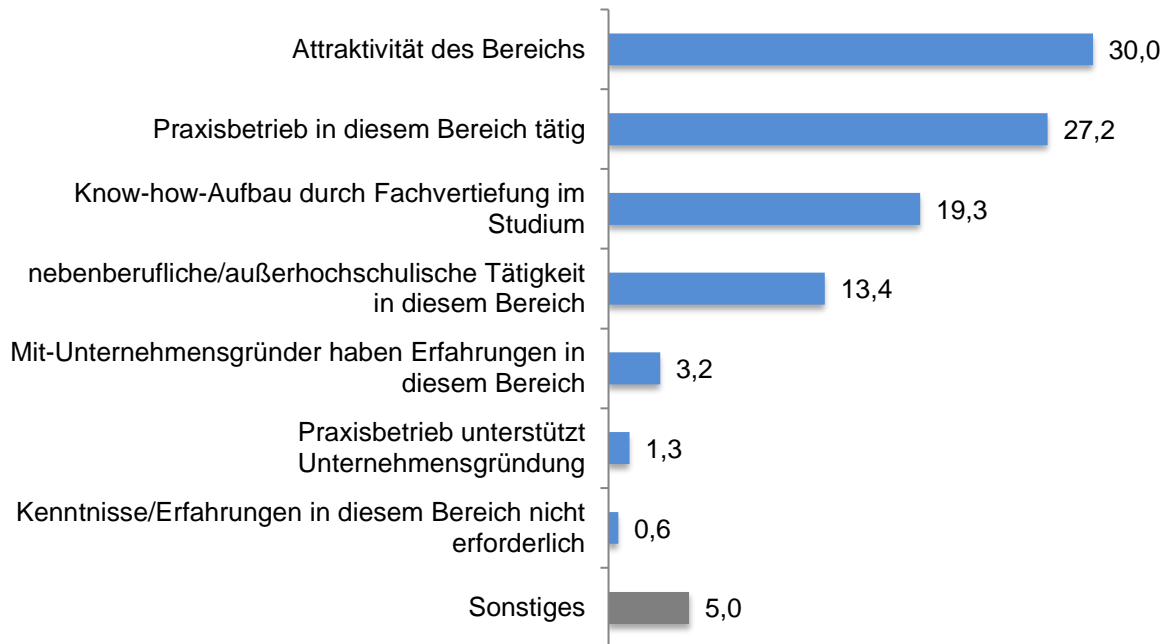


Abbildung 4: Gründe für Branchenauswahl bei Unternehmensgründung (N = 626 Antworten; Mehrfachnennungen; in Prozent)

Daneben ist die Attraktivität des Bereichs, in dem die Studierenden bereits tätig sind, ein wichtiger Grund (siehe Abb. 4). Dies deutet darüber hinaus auf eine insgesamt hohe Zufriedenheit der Befragten bei der Branchen- und Vertiefungswahl ihres Studiums hin.

Bei der Frage zum Umfang des Gründungsteams bevorzugt knapp die Hälfte der Befragten eine Gründung zu zweit (45,9 %), gefolgt von einer Gründung allein (27,5 %). Weitere Optionen, was die Anzahl der Personen bei der Unternehmensgründung betrifft, verlieren an Attraktivität.

Anschließend soll betrachtet werden, mit welchen Schwierigkeiten sich **Personen mit Gründungspotenzial** konfrontiert sehen (siehe Abb. 5).



Abbildung 5: Hürden bei der Gründung (N = 883 Antworten; Mehrfachnennungen; in Prozent)

Wie auch in anderen Studien stellt fehlendes Kapital eine wesentliche Hürde dar. Im Allgemeinen hat sich jedoch die Finanzierungssituation für Gründer gebessert. Das Antwortverhalten der Studierenden ist vermutlich auch dem geschuldet, dass noch keine Finanzierungsgespräche geführt wurden.

Zu hohe Risiken – also Unsicherheit – stellt mit 16,3 % die zweitgrößte Hürde dar. Hierbei fällt auf, dass die aufgeführten Nennungen mit 73,9 % von Frauen stammen. Dies gilt auch für die dritthäufigste Nennung, „Angst vor dem Scheitern“. Hier stammen sogar 81 % aller Nennungen

von Frauen. Die viertgrößte Hürde stellt mit 9,3 % die Nennung „fehlender Mut“ dar. Damit stellt die fehlende Risikobereitschaft mit 38,7 % insgesamt die größte Hürde dar.

Nach der Analyse der **Personen mit Gründungspotenzial** erfolgt nun ein Blick auf die Gruppe der **Nicht-Gründer**.

Gefragt nach den Gründen für eine generelle Nicht-Gründung („Nein, noch nie und kommt auch nicht in Frage“) zeigt sich folgendes Ergebnis:

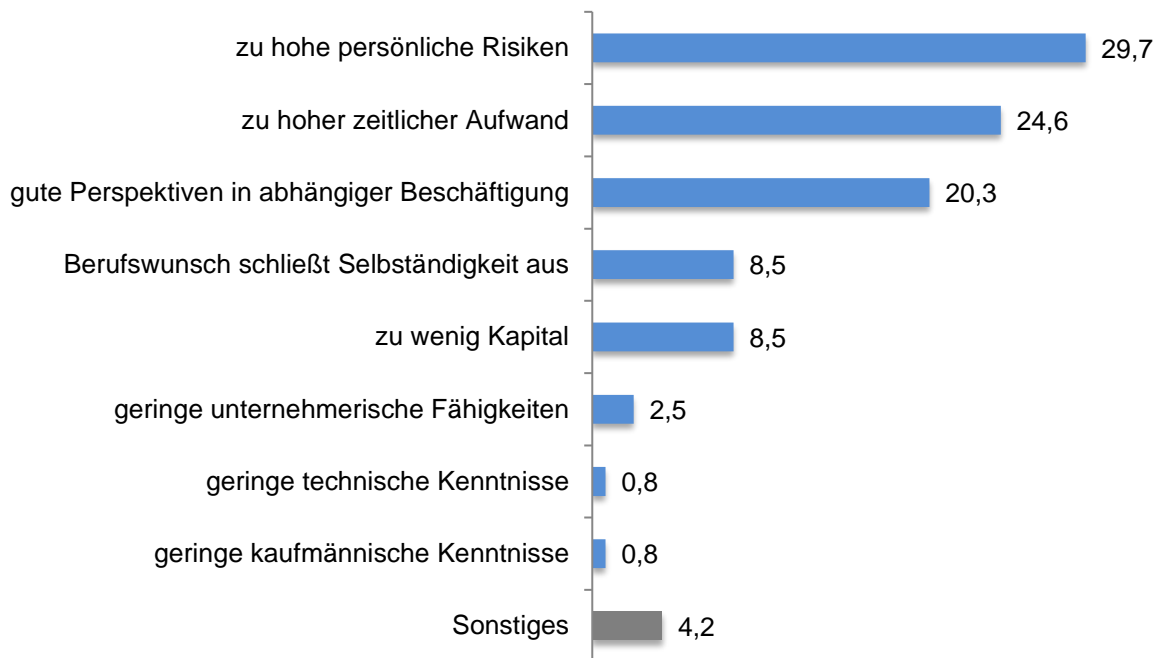


Abbildung 6: Gründe für Nicht-Gründung (N = 118 Antworten; Mehrfachnennungen; in Prozent)

In der Abbildung 6 ragen dabei zwei Aspekte heraus: fehlende Risikobereitschaft („zu hohe persönliche Risiken“) und fehlende Leistungsbereitschaft („zu hoher zeitlicher Aufwand“). Hierbei antworteten 60 Studierende. Davon sind 57 Frauen. Dies entspricht 18,1 % aller Frauen, gegenüber einer Ablehnungsquote von knapp 3 % bei den männlichen Befragten. Von den Nicht-Gründern geben 48 Studierende an, dass ihre Eltern nicht unternehmerisch tätig sind

(Angestellte, Beamte) und 37 leben in festen Beziehungen. Es scheinen bei dieser Gruppe familiäre Vorbilder zu fehlen und die Sehnsucht nach Sicherheit ausgeprägter zu sein. Zudem verringert der Beziehungsstatus die Risikoneigung. Feste Beziehungen führen wohl zu einer größeren Risikoaversität. Des Weiteren wurde unter „Sonstiges“, einmal die Unvereinbarkeit von unternehmerischer Tätigkeit und Kinderwunsch genannt.

Diese Erkenntnisse finden sich auch in anderen Studien wieder: Hierbei zeigt sich die Wirkungsstärke der persönlichen Gründungseinstellung. Dabei hat sich die Einschätzung der eigenen Gründungsfähigkeiten in Deutschland erheblich verändert. Sie sank von einem Niveau zwischen 40 % und 50 % in den Jahren 2003 bis 2010 auf 33 % bis 2014 (vgl. Sternberg und von Bloh 2017: 17). Zudem bestätigt sich auch hier die gute Arbeitsmarktlage, welche auch Erklärungsfaktor in international vergleichenden Studien ist.

Um die eingangs formulierten Fragen eindeutiger beantworten zu können, werden in der nächsten Analysephase v. a. die Positionen der bekennenden Gründer und Nicht-Gründer gegenübergestellt und betrachtet. Hierbei zeigt sich folgendes Bild:

Zunächst wurde die Gründungsneigung unterschieden nach Geschlecht gegenübergestellt (siehe Abb. 7). Hier zeigt sich ein klares Bild: das Verhältnis von Gründern zu Nicht-Gründern beträgt 8,4 bei männlichen und 0,5 bei weiblichen Studierenden. Damit werden die Ergebnisse früherer Studien bestätigt. Mögliche Gründungshemmnisse bei weiblichen Studierenden könnten in einem weiterhin geltenden klassischen Rollenbild und in der vereinzelt genannten Unvereinbarkeit von Familie und Unternehmertätigkeit liegen.

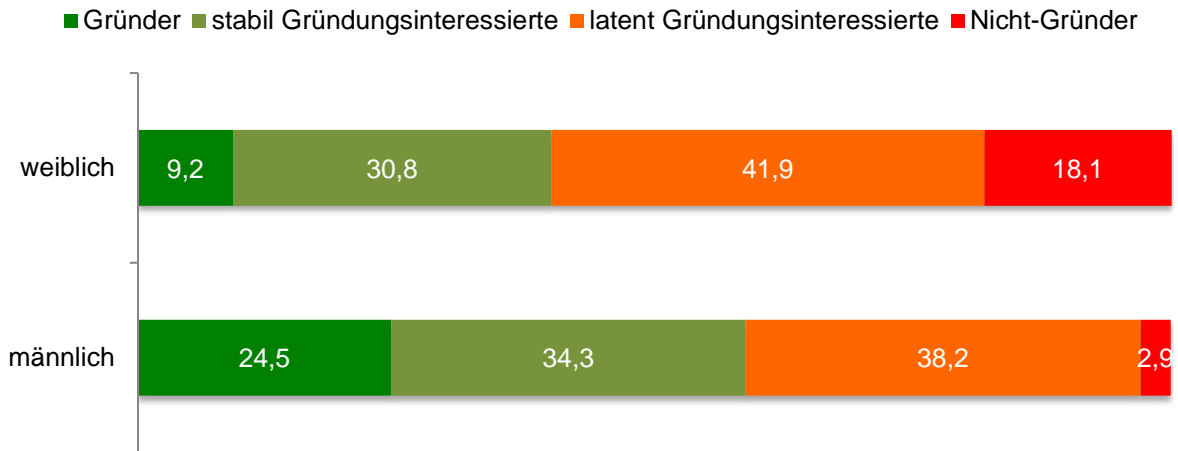


Abbildung 7: Gründungsneigung nach Geschlecht (N = 417 Befragte; in Prozent)

Die Antworten der Studierenden zum Beschäftigungsverhältnis der Eltern lässt vermuten, dass familiäre Vorbilder die Gründungsneigung positiv stimulieren und die Gründer mit 19,3 % gegenüber knapp 11 % vor den Nicht-Gründern liegen (siehe Abb. 8). Dieses Bild ändert sich, wenn die Eltern einer nichtselbständigen Tätigkeit als Angestellte oder Beamte nachgehen. Hier liegt die Neigung der Studierenden bei Nicht-Gründungen (15,6 %) vor den Gründern (10,7 %).

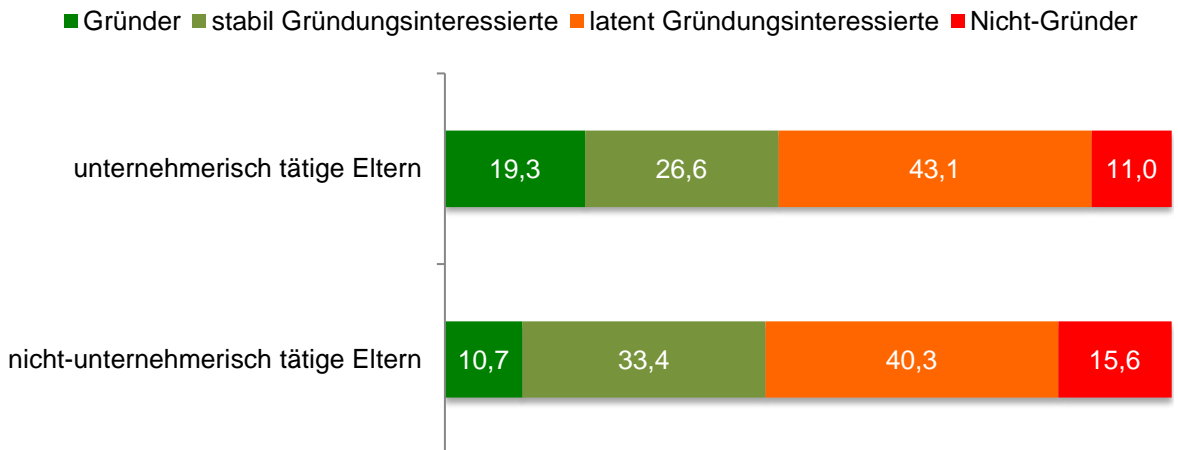


Abbildung 8: Gründungsneigung nach Beruf der Eltern (N = 417 Befragte, in Prozent)

Des Weiteren wurden die Studierenden danach gefragt, ob sie über Auslandserfahrung verfügen, d. h. länger als sechs Monate im Ausland gelebt haben (siehe Abb. 9). Hierbei wurde unterstellt, dass Studierende mit Auslandserfahrung einen weiteren Interessenshorizont haben, Erfahrung im Umgang mit persönlichen Risiken sammeln konnten und daher eher bereit für eine Unternehmensgründung sind.

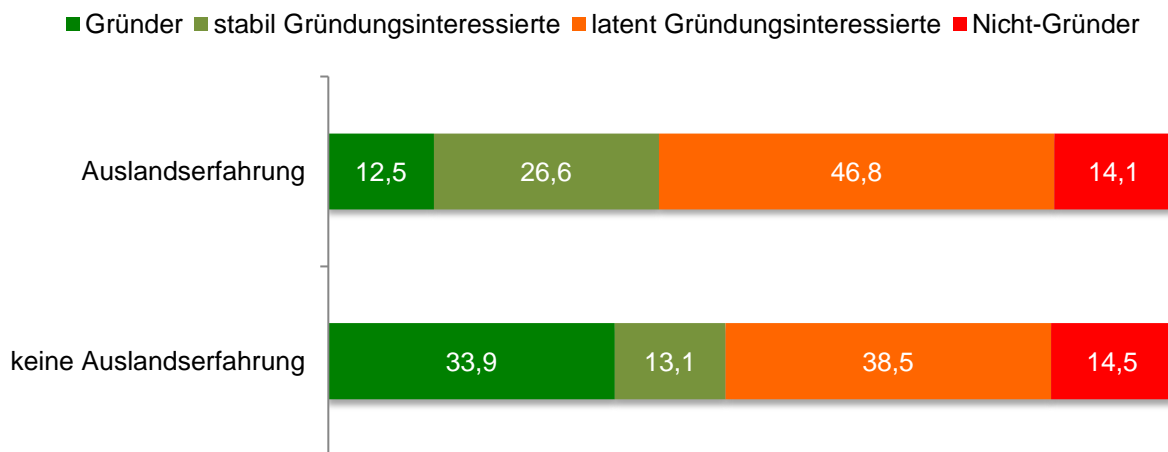


Abbildung 9: Gründungsneigung nach Auslandserfahrung (N = 417 Befragte; in Prozent)

Diese These konnte jedoch nicht bestätigt werden. Im Gegenteil, die Antworten zeichnen ein unerwartetes Bild. So beträgt das Verhältnis von Gründern zu Nicht-Gründern bei Studierenden ohne Auslandserfahrung 33,9 % zu 14,5 %, während bei Studierenden mit Auslandserfahrung diese Quote mit 12,5 % zu 14,1 % deutlich geringer ausfällt.

Bei der abschließenden Gegenüberstellung der Gründungsneigung im Semesterverlauf zeigt sich, dass die Bereitschaft zu Gründen mit fortschreitendem Semester deutlich abnimmt, während der Anteil der klar bekennenden Nicht-Gründer steigt (siehe Abb. 10). Dieser Verlauf kann vielleicht damit erklärt werden, dass einerseits eine Vielzahl von Studierenden nach dem Studium von ihren Arbeitgebern übernommen werden, andererseits mit dem Verlassen der eigenen Courage gegen Ende des Studiums und dem steigenden Sicherheitsbewusstsein mit zunehmendem Alter, wobei letzteres bei Frauen noch stärker ausgeprägt scheint.

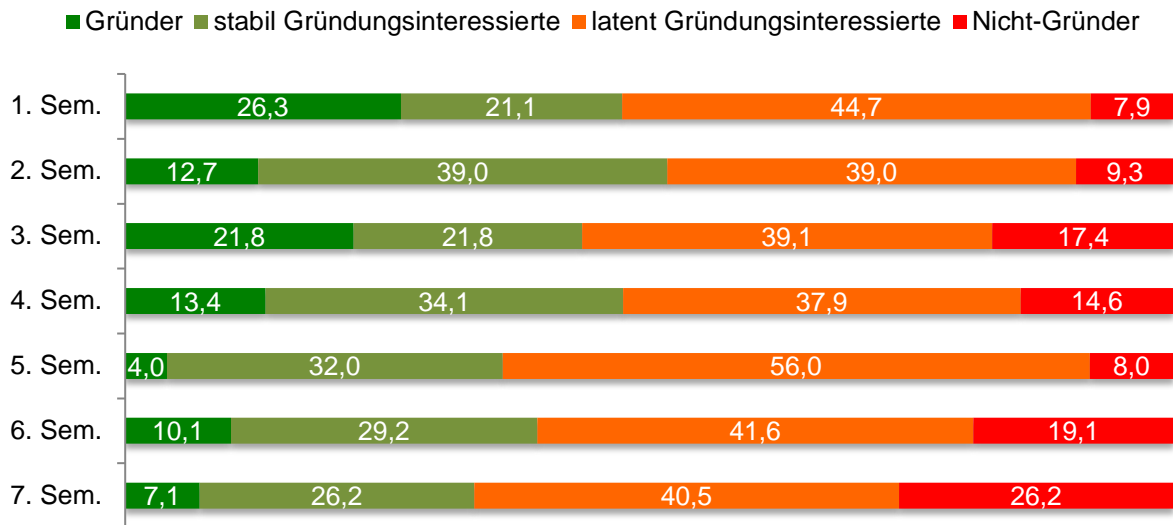


Abbildung 10: Gründungsneigung nach Semester (N = 417 Befragte; in Prozent)

Die letzten beiden Fragen der Online-Befragung richteten sich wieder an alle Studierende. Bei der Frage, in welchen Bereichen Verbesserungen erfolgen müssten, damit sich die Attraktivität einer Unternehmertätigkeit erhöht, dominieren mit 72 % folglich auch finanzielle und bürokratische Erleichterungen wie etwa die Unterstützung bei der Kapitalaufbringung, die Entlastung von Bürokratie sowie Abgabenerleichterungen (siehe Abb. 11).

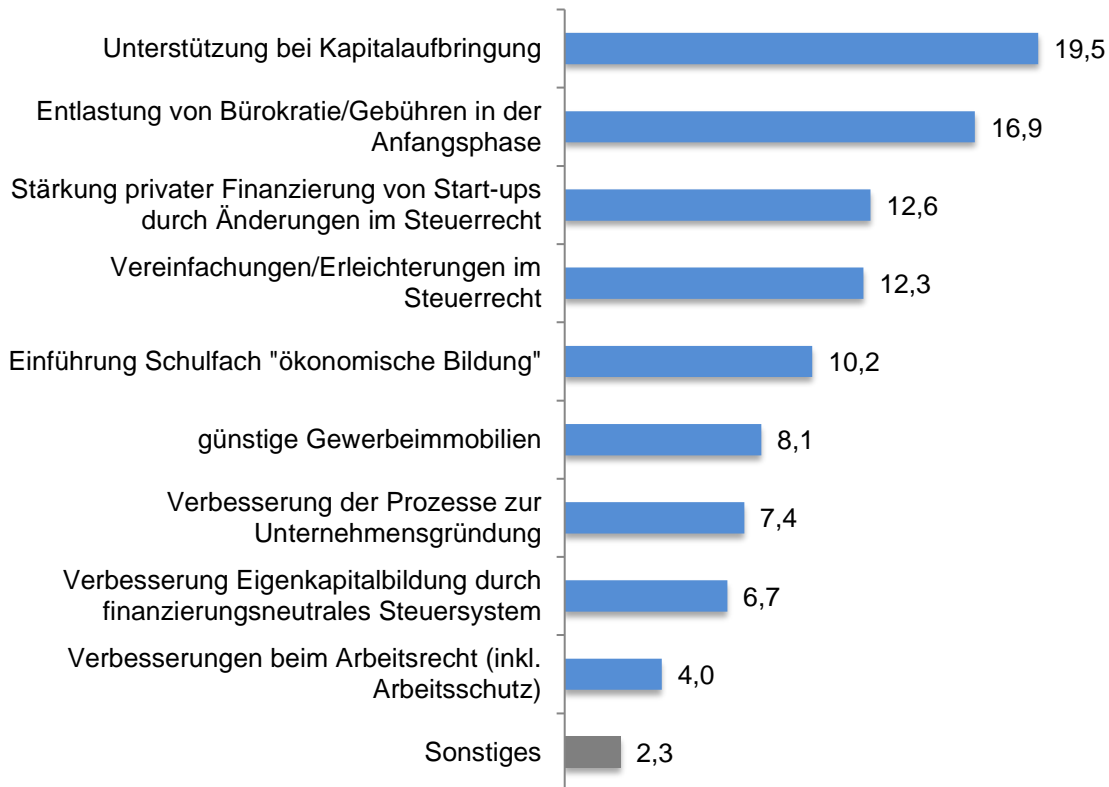


Abbildung 11: Verbesserungsvorschläge (N = 973 Antworten; Mehrfachnennungen; in Prozent)

Direkt im Anschluss an diese typischen weltweiten Hürden (vgl. Chlosta et al. 2006: 15; vgl. Fueglistaller et al. 2006: 20 u. 21) steht bei den Befragten das Thema Bildung im Fokus. Unter „Sonstiges“ wurde zwei Mal eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Karriere genannt.

Darauf aufbauend wird im Anschluss nach Wünschen in Bezug auf Hochschulangebote gefragt (siehe Abb. 12). Gefragt nach konkreten Wünschen für Hochschulangebote werden einerseits sehr häufig spezifische Lehrveranstaltungen genannt. Hierzu zählen etwa Business-Plan-Seminare bzw. die Fachvertiefung Unternehmensgründung. D. h., die befragten Studierenden erwarten hier nicht nur ein Unterkapitel in einer Vorlesung, sondern vielmehr umfassenden theoretischen Input. Andererseits sind den Befragten stark praxisbezogene Angebote

wie etwa das Coaching für die eigene Gründung, das Zusammenkommen mit Jungunternehmen bzw. die projektbezogene Mitarbeit in Start-up-Unternehmen wichtig.

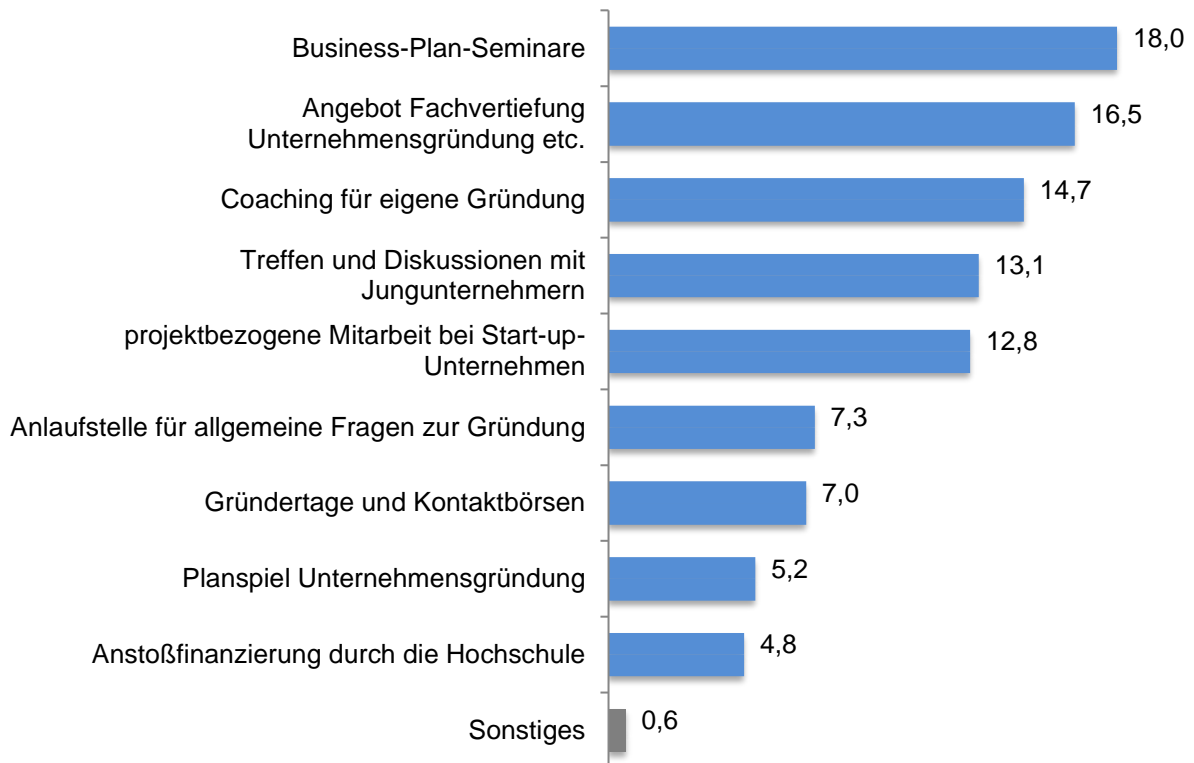


Abbildung 12: Wünsche Hochschulangebote (N = 1.079 Antworten; Mehrfachnennungen; in Prozent)

Allein die hohe Anzahl an Antworten durch die Befragten zeigt hier das Interesse und die Kreativität bei der Gestaltung von Hochschulangeboten zum Thema Entrepreneurship. Hier bestätigen sich auch Erkenntnisse aus der internationalen Forschung. In Deutschland ist das Lehrangebot an den Universitäten und Fachhochschulen im internationalen Vergleich vorhanden, jedoch die Gründungsneigung relativ gering. Dies lässt den Schluss zu, dass das alleinige Angebot von Lehrveranstaltungen zu keiner direkten Verbesserung der Gründungskraft von Studierenden führen muss (vgl. auch Fueglistaller et al. 2006: 24).

6 Zusammenfassung der Ergebnisse und Empfehlungen

Im Rahmen der Untersuchung wurde diskutiert, ob dual Studierende eine höhere Gründungsneigung gegenüber Studierenden anderer Hochschulformen aufweisen. Gestützt auf die Befragungsergebnisse konnte diese Arbeitshypothese nicht eindeutig widerlegt werden.

Die Ergebnisse zeigen ferner, dass Defizite im Bereich der Risikoneigung, der Unsicherheitstoleranz sowie im fehlenden Mut in die eigenen unternehmerischen Fähigkeiten bestehen. Diese Defizite bzw. Gründungshemmnisse verstärken sich,

- wenn familiäre Vorbilder fehlen,
- im Verlauf des Studiums und
- bei festen Partnerschaften.

Des Weiteren sind Frauen grundsätzlich risikoaverser als Männer. Vielleicht schmälert weiterhin die kulturell bedingte Rollenverteilung die Beteiligung von Frauen an Unternehmensgründungen.

Mit der Analyse und Beurteilung der Ergebnisse sind aber einige Limitationen verbunden, die es im Hinblick auf zukünftige Untersuchungen zur Gründungsneigung von Studierenden zu berücksichtigen gilt. So liegt eine grundsätzliche Problematik darin, dass nur Studierende einer dualen Hochschule befragt und die Ergebnisse mit denen früherer Studien, welche einen unterschiedlichen Umfang und ein unterschiedliches Befragungsdesign aufweisen, verglichen wurden. Des Weiteren handelt es sich bei den vorliegenden Ergebnissen um Trendergebnisse.

Für weiterführende Untersuchungen wäre es daher wünschenswert Befragungen in unterschiedlichsten Hochschulformen durchzuführen. Zusätzlich sollten die Gründungshemmnisse – unterschieden nach Mikro- und Makroebene – intensiver untersucht werden. Ferner sollte analysiert werden, welche Wirkung bestehende Maßnahmen zum Abbau von Gründungshemmnissen bislang entfaltet haben, um Aussagen zur Effizienz und Effektivität staatlicher Maßnahmen treffen zu können.

Unabhängig von den beschriebenen Limitationen zeugt die vorangegangene sekundär- wie auch primäranalytische Forschung davon, dass Deutschland trotz aller positiven Bemühungen wie etwa der Verbesserung der Infrastruktur z. B. durch Gründungszentren und der verstärkten

Zunahme der staatlichen Förderung sowie vielen erfolgreichen deutschen Vorbildern immer noch eine ausgeprägte Gründungskultur fehlt. Dabei spielen wie auch weltweit klassische Hemmnisse eine Rolle. Hierzu zählen finanzielle Möglichkeiten und bürokratische „Fesseln“. Allerdings sollten diese Punkte nicht überbewertet werden. Denn erst durch die konkret eingeleiteten Schritte zur Unternehmensgründung werden diese Aspekte erlebbar und verlieren evtl. ihre Bedrohlichkeit. Eine Beurteilung fernab jeder eigenen Erfahrung scheint hier schwierig.

Mit Blick auf die vorgestellten Ergebnisse könnte man zu dem Schluss kommen, dass die bisherigen Bemühungen entweder noch nicht gegriffen haben und/oder nicht ausreichend sind.

Das typisch deutsche Problem bei dieser Thematik liegt jedoch in der Mentalität: sowohl bei den Bildungseinrichtungen, bei Entscheidern in Behörden, bei Kapitalgebern als auch in breiten Schichten der Bevölkerung. „Nach wie vor scheint die Darstellung von Selbstständigkeit als echte Alternative zur abhängigen Beschäftigung keine gesteigerte Aufmerksamkeit in den Kultusministerien zu erhalten.“ (Sternberg und von Bloh 2017: 20)

Dabei wird die Frage, ob unternehmerisches Denken erlernbar ist, heute in der Gründungsforschung mit einem klaren Ja beantwortet. Studien wie die international ausgerichtete *GEST-Studie (Gründung und Entrepreneurship von Studierenden)*, welche u. a. vom *Zentrum für Mittelstands- und Gründungsökonomie (ZMG)* erstellt wird, zeigen dies (vgl. Ruda 2016: 18).

Es braucht daher vieles, jedoch v. a. erst einmal eine geistig-kulturelle Wende in Deutschland, wenn es um Entrepreneurship geht. Diese sollte auf mehreren Ebenen stattfinden:

Dabei sind die Bildungseinrichtungen gefragt. Junge Erwachsene, welche schon in frühester Kindheit und Jugend den Gründergeist aufsaugen, werden auch später ein positives Gründungsklima schaffen. Unabhängig davon, was sie später beruflich machen. **Entrepreneurship Education** sollte dabei folgende Bestandteile umfassen: kritischer Umgang mit Internetinformation, Ideengenerierung und -bewertung sowie laufende Verbesserung von Geschäftsideen. Der Blick in das europäische Ausland zeigt, wie es gelingen kann, wenn in der schulischen Bildung ein unternehmerisches Interesse und eine unternehmerische Bereitschaft gefördert werden. So wird an vielen englischen Schulen das Fach Entrepreneurship angeboten. Hier lernen Schüler frühzeitig mit Risiken umzugehen und Probleme zu lösen (siehe beispielhaft die

Portslade Aldridge Community Academy, UK). Auch in Deutschland sollte das Ziel sein, selbstbewusste Persönlichkeiten zu bilden, die in der Lage sind, die Herausforderungen einer immer weniger planbaren und damit unsicheren Zukunft zu meistern. Vor diesem Hintergrund sollte die deutsche Politik, die von der Europäischen Kommission verabschiedeten Oslo-Agenda „Erziehung zu unternehmerischen Denken und Handeln in Europa“ als Basis für eine dringend benötigte und systemische Entwicklung zu einer unternehmerischen Geisteshaltung verwenden.

Doch dieser Gedanke darf nicht allein in den Bildungseinrichtungen (Schulen, Hochschulen und dualen Einrichtungen) vermittelt, sondern **sollte auch in der Gesellschaft gelebt werden**. Und dabei ist es wichtig den richtigen Umgang zu finden. Menschen, die die Bereitschaft zur Gründung haben, sollten nicht nur mit Zweifeln begleitet werden. Stattdessen wäre es wichtiger, Mut zu machen. Hier ist zunächst das direkte Umfeld (Familie, Freunde, Partner etc.) gefordert. Wer stets eingeredet bekommt, dass es nicht funktionieren kann, wird auch an Risikobereitschaft verlieren. Und auch ein Scheitern darf nicht zur gesellschaftlichen Bloßstellung führen. Etwaigen Tendenzen kann die Zivilgesellschaft aktiv entgegenreten.

Durch **das offensive Umgehen mit dem Thema Scheitern** kann zugleich auch ein Lerneffekt erzielt werden. Angehende Gründer können von Misserfolgen durch Erfahrungsaustausch mit (zunächst) gescheiterten Gründern profitieren. Ein Beispiel ist das weltweite Phänomen der sog. *FuckUp Night*. Das Event, bei dem Gründer aus verschiedensten Bereichen von ihrem persönlichen Scheitern berichten, hat in vielen Metropolen der Welt schon Kultstatus erlangt.

Viele Vorurteile entstehen durch Unwissenheit. Für den Gründungsprozess relevante Institutionen wie Behörden oder Kredit-/Kapitalgeber sollten zusammen mit der Zivilgesellschaft den Gründungsprozess bspw. in Simulationen erlebbar machen. Jedes Kind kennt den Weltpartag. Warum nicht einen Gründertag in ähnlichem Format einführen?

Eine Gründungskultur ist nur langfristig zu entwickeln. Aber irgendwann sollte damit begonnen werden.

7 Literatur

- Bergmann, Heiko & Golla, Stephan (2016). Unternehmertum an Hochschulen in Deutschland. Ergebnisse des Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESS) 2016. Schweizerisches Institut für Klein- und Mittelunternehmen der Universität St. Gallen/Fachbereich Wirtschaft der Hochschule Fulda.
- Berlin Valley (2015). Das sind die 25 heißesten jungen Unternehmen aus Deutschland. In: <http://www.horizont.net/marketing/charts/Start-ups-Das-sind-die-25-heissesten-jungen-Unternehmen-aus-Deutschland-136160> (10.07.2018).
- Brixy, Udo & Hundt, Christian & Sternberg, Rolf & Stüber, Heiko (2009). Deutschland – eine Gründungswüste? Unternehmensgründungen im internationalen Vergleich. In: IAB Kurzbericht. 15/2009.
- Chlosta, Simone & Klandt, Heinz & Johann, Tobias (2006). ISCE 2006 – German Survey on Collegiate Entrepreneurship. Gründungsneigung deutscher Studierender. Oestrich-Winkel: KfW-Endowed Chair for Entrepreneurship at the European Business School (ebs).
- Fueglistaller, Urs & Klandt, Heinz & Halter, Frank (2006): International Survey on Collegiate Entrepreneurship 2006. St. Gallen (Switzerland) and Oestrich-Winkel (Germany).
- Fueglistaller, Urs & Klandt, Heinz & Halter, Frank & Müller, Christoph (2009): Unternehmertum von Studierenden im internationalen Vergleich. Internationaler Bericht aus dem Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESS 2008).
- Internationale Berufsakademie (2018). Das iba-Prinzip. In: <https://www.internationale-ba.com/Die-iba/Das-iba-Modell> (12.01.2018).
- IW Consult (2016). Unternehmertum. Schlüssel zum Wohlstand von morgen. Gutachten im Auftrag des Gemeinschaftsausschusses der Deutschen Gewerblichen Wirtschaft, Köln.
- KfW (2017). KfW-Gründungsmonitor 2017: Beschäftigungsrekord mit Nebenwirkung – So wenige Gründer wie nie. Frankfurt. In: www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Gründungsmonitor/KfW-Gründungsmonitor-2017.pdf (10.07.2018).

OECD (2017). Entrepreneurship at a Glance 2017. Paris: OECD Publishing.

Portslade Aldridge Community Academy (2018). Entrepreneurship. In: <http://www.paca.uk.com/entrepreneurial-activity/> (10.07.2018).

Röhl, Klaus-Heiner (2016). Unternehmensgründungen. Mehr innovative Startups durch einen Kulturwandel für Entrepreneurship? In: IW policy paper. 2/2016.

Ruda, Walter (2016). Internationale GEST-Studie „Gründung und Entrepreneurship von Studierenden“. In: Fachinformationsdienst bfd Infoline, 3 / 2016. S. 18 – 19.

Sternberg, Rolf & von Bloh, Johannes (2017). Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Länderbericht Deutschland 2016. Leibniz Universität Hannover, Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie.

Süß, Dietmar (2017). Hochqualifizierte welcome! In: <http://www.zeit.de/2017/34/willkommenskultur-duden-cdu-spd-integration#!top-of-overscroll> (10.07.2018).

8 Die Autoren der Studie



Dr. Stefan A. Duvvuri ist seit 2015 Dozent an der Internationalen Berufsakademie (iba) in Darmstadt und Heidelberg. Seine Schwerpunkte in der Lehre liegen in den Bereichen Entrepreneurship, Volkswirtschaftslehre und Controlling.

Seit 2012 berät der promovierte Volkswirt mittelständische Unternehmen und Start-ups in den Themen Corporate Governance (Risikomanagement, IKS, Compliance und Internal Audit), Controlling, Business Modelling und digitale Transformation.

Er ist erreichbar unter: +49 174 9449 806 oder stefan.duvvuri@internationale-ba.com



Stefan Dobler ist seit 2011 Lehrbeauftragter an der Internationalen Berufsakademie (iba) in Heidelberg und Darmstadt. Er lehrt zudem an zahlreichen Hochschulen wie auch Akademien in vier Bundesländern. Seine Schwerpunkte liegen in den Bereichen Entrepreneurship, BWL, VWL sowie Statistik.

Nach einer sechsjährigen Tätigkeit in einem Marktforschungs- und Beratungsinstitut zuletzt als Senior-Projektleiter gründete er ein eigenes Forschungs- und Beratungsunternehmen. Er studierte im Erststudium Politische Wissenschaft auf Magister und im Zweitstudium VWL auf Diplom.

Er ist erreichbar unter: +49 171 2603 903 oder dobler@koko-strategie.de

9 Die iba

Schneller am Ziel...

...mit einem dualen Bachelor-Studium an der Internationalen Berufsakademie

Die Internationale Berufsakademie ist Deutschlands größte staatlich anerkannte private Berufsakademie. Sie hat ihren Sitz in Darmstadt und unterhält bundesweit Studienorte in 11. Dort studieren insgesamt rund 2.000 junge Menschen. Mehr als 1.800 Unternehmen, darunter auch viele namhafte Großkonzerne, bilden in der Kooperation mit der iba qualifizierte Nachwuchskräfte aus.

Das duale Studienmodell an der iba bietet die kürzeste Verbindung von Theorie und Berufspraxis. Die Studierenden erleben von Anfang an die Abläufe im Unternehmen kontinuierlich und hautnah mit, denn sie studieren und arbeiten jeweils 20 Stunden pro Woche.

Die iba bietet die dualen Bachelor-Studiengänge **Betriebswirtschaftslehre, Sozialpädagogik & Management, Wirtschaftsingenieurwesen** sowie **Physiotherapie** und **Angewandte Therapiewissenschaften – Schwerpunkt Ergotherapie*** an. Alle Studiengänge sind akkreditiert und schließen mit dem Bachelor ab.

Im Studiengang Betriebswirtschaftslehre wählen die Studierenden unter den Fachrichtungen Hotel- und Tourismusmanagement, Gastronomiemanagement, Event-, Messe- und Kongressmanagement, Marketingkommunikation/PR, Sportmanagement, Supply Chain Management in Industrie und Handel*, Financial Services, Personalwirtschaft und Personaldienstleistungen, Steuern und Wirtschaftsprüfung*, Health Care Management*, Immobilienwirtschaft sowie IT Management.

* geplanter Start Oktober 2018

Internationale Berufsakademie

der F+U Unternehmensgruppe gGmbH

Poststraße 4-6

D-64293 Darmstadt

Telefon: 06151 – 492488-0

info@internationale-ba.com

Internationale Berufsakademie
der F+U Unternehmensgruppe gGmbH
Poststraße 4-6
64293 Darmstadt
Telefon: 06151 492488 0
E-Mail: info@internationale-ba.com
Web: www.internationale-ba.com

2018

Autoren:
Dr. Stefan A. Duvvuri und
Stefan Dobler