



Jenaer Schriftenreihe zur Unternehmensgründung

**Die Gründerausbildung an Thüringer Hochschulen:
Eine Analyse von Einflussfaktoren auf das Interesse an
gründungsrelevanten Lehrveranstaltungen**

Arndt Lautenschläger, Heiko Haase und Gabriele Beibst

Nr. 12 / 2009

Arbeits- und Diskussionspapiere
des COE Centers of Entrepreneurship
in der FH Jena

ISSN 1860-9147

Herausgeber:

Fachhochschule Jena
Carl-Zeiss-Promenade 2
Postfach 10 03 14
07745 Jena

Schriftleitung:

Prof. Dr. Gabriele Beibst
gabriele.beibst@fh-jena.de
Dipl.-Volkswirt Arndt Lautenschläger
arndt.lautenschlaeger@fh-jena.de

Das diesem Artikel zugrunde liegende Vorhaben wurde mit Mitteln des Thüringer Kultusministeriums (Förderkennzeichen B507-05006) gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autoren.

FREISTAAT
THÜRINGEN



Thüringer
Gründer
Netzwerk

Die Gründerausbildung an Thüringer Hochschulen: Eine Analyse von Einflussfaktoren auf das Interesse an gründungsrelevanten Lehrveranstaltungen

Arndt Lautenschläger*, Heiko Haase und Gabriele Beibst***

*Fachhochschule Jena
Carl-Zeiss-Promenade 2, 07745 Jena
E-Mail: arndt.lautenschlaeger@fh-jena.de, Tel.: 03641 205591

** Fachhochschule Worms
Erenburgerstraße 19, 67549 Worms
E-Mail: haase@fh-worms.de, Tel.: 06241 509354

Zusammenfassung

Der Beitrag geht der Frage nach, inwieweit sich Studierende für die Thematik Unternehmensgründung interessieren und sie bestimmte Veranstaltungen zur Gründerausbildung hinsichtlich der Bedeutung für ihr späteres Berufsleben bewerten. Eine im Jahre 2007 an der Technischen Universität Ilmenau sowie an der Fachhochschule Jena durchgeführte Studierendenbefragung bildet die Grundlage der empirischen Studie, bei der 1.243 valide Fragebögen zur Auswertung kamen. Von den Befragten gaben 41,5% an, sich vorstellen zu können, ein eigenes Unternehmen zu gründen. Immerhin 9,5% verfügen bereits über konkrete Pläne bzw. Vorstellungen hinsichtlich einer Unternehmensgründung. Relativ wenige Studierende haben bereits eine gründungsrelevante Lehrveranstaltung besucht, jedoch besteht ein großes Interesse an derartigen Angeboten. Hinsichtlich der Absicht, an bestimmten Veranstaltungen teilzunehmen, lassen sich spezifische Einflussfaktoren wie etwa Geschlecht, Alter und Studienrichtung identifizieren. Schlussfolgernd ist festzustellen, dass die effektive Ausgestaltung der Gründerausbildung eine Berücksichtigung spezifischer Zielgruppenpräferenzen erfordert. Des Weiteren ist es geboten, die Gründersensibilisierung in curricular fest verankerten Veranstaltungen vorzunehmen. Aufgrund des allgemeinen Interesses scheinen Seminare zum Training von Kreativität, Ideenfindung sowie sozialer Kompetenzen besonders zur Sensibilisierung für das Thema „Gründung“ geeignet.

Schlüsselworte

Entrepreneurship Education, Gründerausbildung, Gründungsförderung, Thüringen

1. Einleitung

Hochschulen sind Bildungseinrichtungen, in deren Mittelpunkt nicht die routinierte Wissensvermittlung, sondern die Erziehung zum selbstständigen Denken und das Heranführen an kreatives Problemlösen stehen. Die Postulate der „Lehr- und Lernfreiheit“ sowie der „Einheit von Forschung und Lehre“ gehen auf Wilhelm von Humboldt zurück, der durch sein Wirken im frühen 19. Jahrhundert die neue Universität in Berlin durchsetzte. Sein Konzept etablierte sich in der Folge zum Modell der deutschen Universitäten insgesamt. In der Gegenwart sind Forschung und Lehre als zentrale Aufgaben der Hochschulen in den Hochschulgesetzen verankert.

In den letzten Jahrzehnten rückte die Förderung der regionalen Wirtschaftsentwicklung als weitere Aufgabe in den Fokus akademischer Funktionen. Die Hochschule der Zukunft wird als Impulsgeber der Wirtschaftspolitik gesehen, die zur Schaffung von Einkommen und Arbeitsplätzen beiträgt und auf die regionale und nationale Wirtschaft aktiv einwirkt (Etzkowitz et al. 2000). Neben dem Wissens- und Technologietransfer stehen dabei die Ansprache Studierender auf das Thema unternehmerische Selbstständigkeit und die Gründerausbildung im Mittelpunkt der öffentlichen Diskussion (Plaschka und Welsch 1990; Kuratko 2005; Blenker et al. 2008).

Dieses erweiterte Aufgabenspektrum beinhaltet Maßnahmen dahingehend, den Studierenden alternative Berufswege aufzuzeigen und sie an das Thema Unternehmensgründung heranzuführen, um so langfristig die Zahl Gründungsinteressierter und -williger zu steigern (Peterman und Kennedy 2003). Neben der Vermittlung von Kenntnissen und Fähigkeiten zur Gründung und Führung eines Unternehmens soll die Gründerausbildung gleichzeitig Funktionen der Sensibilisierung Studierender übernehmen. Empirische Forschungsarbeiten deuten darauf hin, dass die formale Gründerausbildung einen positiven Einfluss auf Gründungsabsichten (bspw. Lee et al. 2005; Fayolle et al. 2006; Pittaway und Cope 2007), Gründungseinstellungen (Souitaris et al. 2007), Realisierbarkeit (Peterman und Kennedy 2003) sowie Ideengenerierung (DeTienne und Chandler 2004) haben kann.

Vor diesem Hintergrund geht die vorliegende Studie der Frage nach, inwieweit sich Studierende für die Thematik Unternehmensgründung interessieren und sie bestimmte Veranstaltungen zur Gründerausbildung hinsichtlich der Bedeutung für ihr späteres Berufsleben bewerten. Dies soll darüber Aufschluss geben, wie sich die Bereitschaft zur Teilnahme an gründungsrelevanten Lehrveranstaltungen erklären lässt. Darüber hinaus ist zu eruieren, welche Veranstaltungen besonders zur Ansprache Studierender geeignet sind. Erkenntnisse hierzu sind bedeutsam, um entsprechende Angebote entwickeln sowie zielgruppenspezifisch offerieren zu können. Dazu fand im Jahre 2007 an der Technischen Universität Ilmenau (TU Ilmenau) sowie an der Fachhochschule Jena (FH Jena) eine Studierendenbefragung statt, die als empirische Datengrundlage fungiert.

Der folgende Abschnitt gibt zunächst einen Überblick zu gründungsrelevanten Lehrveranstaltungen an beiden Hochschulen. Danach stehen die Präsentation des Befragungsdesigns und -samples sowie die Vorstellung der deskriptiven und explorativen Ergebnisse im Mittelpunkt. Der Beitrag schließt mit einer Zusammenfassung der Erkenntnisse sowie mit Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen für die Weiterentwicklung der Gründerausbildung.

2. Gründerausbildung an Thüringer Hochschulen

Seit 1999 wurden im Rahmen des vom EXIST Programm geförderten GET UP Thüringer Gründer Netzwerkes eine Reihe von Projekten an Thüringer Hochschulen durchgeführt. Zielsetzung war es unter anderem, Studieninhalte neu auszurichten und mit dem Fokus unternehmerische Selbstständigkeit zu gestalten. Die Vorhaben umfassten die Konzeption gründungsrelevanter Lehrveranstaltungen und –inhalte sowie ihre Integration in die akademischen Curricula (vgl. hierzu den Überblick in Haase und Lautenschläger 2006). In den Jahren 2005 bis 2007 arbeiteten die Hochschulen mit Unterstützung des Thüringer Kultusministeriums verstärkt an der Weiterentwicklung und am Ausbau dieser Angebote.

Die Gründerausbildung an der TU Ilmenau

Seit dem Wintersemester 2005/2006 wird an der TU Ilmenau ein fakultatives „Gründer-Studium“ angeboten. Das Ziel des „Gründer-Studiums“ besteht darin, allen am Thema Existenzgründung und Selbständigkeit interessierten Studierenden, Mitarbeitern und Absolventen der Universität die Möglichkeit zu geben, Kenntnisse und Fähigkeiten zur Gründung und Führung eines Unternehmens zu erwerben. Den Mittelpunkt bilden dabei die Vermittlung wirtschafts- und rechtswissenschaftlicher Kenntnisse sowie die weitere Ausprägung von Schlüsselqualifikationen.

Entsprechend dieser Zielstellung umfasst das Lehrangebot die Vermittlung

- von Kenntnissen zur Erstellung eines Businessplans (Businessplanseminar),
- fachspezifischer/gründungsrelevanter Kenntnisse (fachspezifischer Teil),
- kommunikativer Fähigkeiten und anderer „weicher“ Kompetenzen (fachübergreifender Teil) und
- fachlich orientierter Fremdsprachenkenntnisse (fremdsprachlicher Teil).

Die Lehrveranstaltungen im „Gründer-Studium“ sind obligatorisch und wahlobligatorisch. Zur Auswahl stehen insbesondere Angebote der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften sowie des Studium generale. Die Ausbildung umfasst insgesamt 16 Semesterwochenstunden. Den Abschluss des „Gründer-Studiums“ bildet ein Zertifikat, das die absolvierten Lehrveranstaltungen und erzielten Ergebnisse ausweist.

Die Gründerausbildung am Campus Jena

Am Standort Jena entstanden sowohl an der Friedrich-Schiller-Universität Jena als auch an der FH Jena eine Reihe fakultativer gründungsrelevanter Veranstaltungen. Ein einheitliches Gesamtkonzept der Gründerausbildung im Jahre 2005 bildete die Grundlage für eine neue Kooperation beider Einrichtungen in Fragen der Gründerausbildung. Das modular gestaltete Programm beinhaltete nunmehr auch die Schulung unternehmerischer Schlüsselqualifikationen wie etwa sozialer und persönlicher Kompetenzen.

Mit Abschluss des akademischen Jahres 2007 umfasste das Lehrangebot folgende fakultativ zu belegende Module, wobei in Einzelfällen eine Integration in die Curricula der beteiligten Hochschulen erfolgte:

- Entrepreneurship – Von der Idee zum Unternehmen (Überblicksveranstaltung zur Bedeutung von Unternehmensgründungen, zur Rolle des Unternehmers in der Gesellschaft und Erfahrungsberichte erfolgreicher und gescheiterter Unternehmer)

- Kreativität und Ideenfindung (Workshop zur Steigerung kreativen Denkens und Handelns)
- Entwicklung von Geschäftsmodellen (Workshop zur Entwicklung und Bewertung von Geschäftsideen)
- Ferienakademie zum Gründungsmanagement (Blockseminar zur Vermittlung unternehmerischen Know-hows)
- Businessplanseminar (Seminar zur Erarbeitung eines Businessplanes)
- Soft Skills Training (Workshop mit Übungen zum Training sozialer Kompetenzen)
- Unternehmensplanspiele (Durchführung strategischer Gründungsplanspiele nach dem Prinzip „Learning by doing“)
- Assessment Center für Gründer (Trainings- und Testmodule zur Simulation typischer Herausforderungen aus der Gründungsphase eines Unternehmens, Auseinandersetzung mit der Unternehmerrolle und der eigenen „Unternehmerpersönlichkeit“)
- Weiterbildungstage für Jungunternehmer

3. Thüringer Studierendenbefragung 2007: Methode und Datenauswahl

Eine im Jahre 2007 an der TU Ilmenau und der FH Jena durchgeführte Studierendenbefragung bildet die Grundlage der Datenerhebung und -analyse. Die gezielte Ansprache der Studierenden im Rahmen von Lehrveranstaltungen sollte einerseits eine ausgewogene Berücksichtigung aller Studiengänge sicherstellen, andererseits auch solche Studierende einbeziehen, die der Thematik möglicherweise weniger aufgeschlossen gegenüberstehen. Der standardisierte Erhebungsbogen bestand aus mehreren Fragekomplexen und erfasste neben allgemeinen Angaben zu Alter, Geschlecht, Hochschule und Studiengang insbesondere Fragen zur beabsichtigten beruflichen Tätigkeit und zu unternehmerischen Ambitionen sowie Fragen zu gründungsrelevanten Lehrveranstaltungen.

Insgesamt kamen 1.243 valide Fragebögen zur Auswertung. Unter den Befragten befanden sich 404 weibliche (32,9%) und 826 männliche (67,1%) Studierende. Das Durchschnittsalter betrug 21,7 Jahre (SD=2,36; min=18; max=39), wobei 426 Personen (34,3%) jünger als 21 Jahre und 215 Personen (17,3%) älter als 24 Jahre waren. Insgesamt 544 Studierende (43,77%) gehörten ingenieurwissenschaftlichen Studiengängen an. Zur Datenauswertung kamen eine Rangkorrelation nach Spearman sowie eine logistische Regressionsanalyse zur Anwendung, um Einflussfaktoren auf die Teilnahmeabsicht an gründungsrelevanten Veranstaltungen zu identifizieren.

4. Ergebnisse der empirischen Studie

4.1 Deskriptive Datenanalyse

Mit Blick auf die anvisierte Tätigkeit direkt nach Abschluss des Studiums gaben 203 Studierende (16,3%) an, sich vorstellen zu können, in einem jungen, innovativen Unternehmen angestellt zu sein. 384 Studierende (30,9%) möchten in einem kleinen, mittelständischen Unternehmen Beschäftigung finden, 417 Befragte (33,6%) streben eine Tätigkeit in einem Großunternehmen an und 51 Personen (4,1%) präferieren eine Beschäftigung im öffentlichen Dienst. Immerhin 78 Studierende (6,3%) möchten nach Beendigung ihres Studiums selbstständig tätig sein. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass 245 Studierende Mehrfachantworten abgaben.

Ferner ist zu beachten, dass die geäußerten Präferenzen zeitlich variieren können. So ist der Anteil der Studierenden, die sich fünf Jahre nach Abschluss ihres Studiums als Selbstständige sehen, wesentlich höher (11,0%). Der Anteil derjenigen, die für ein junges Unternehmen in einer abhängigen Beschäftigung tätig sein möchten, ist geringer (12,8%). In einem Großunternehmen angestellt sehen sich 36,0% der Studierenden fünf Jahre nach dem Ende ihres Studiums.

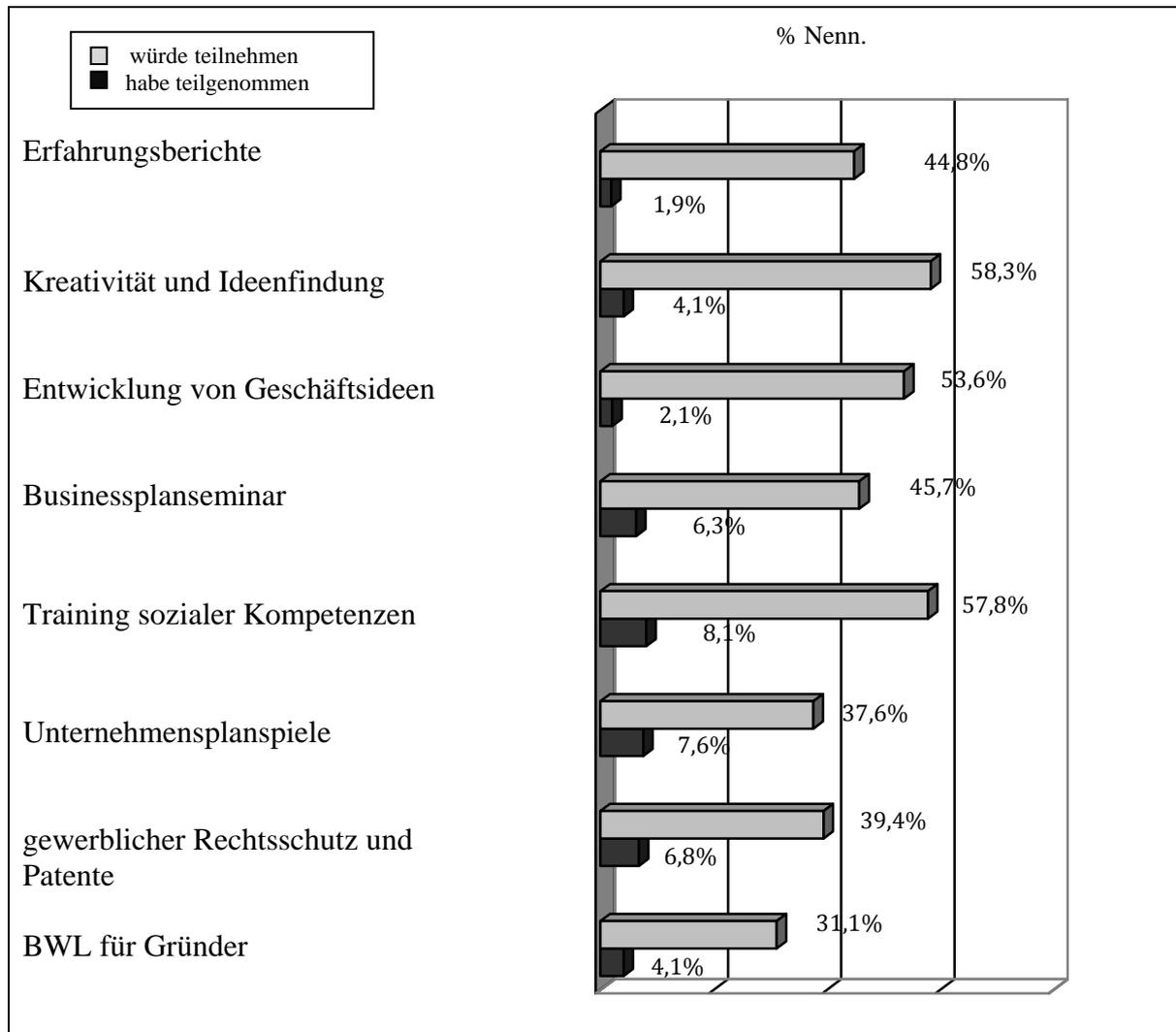
Auf die Frage nach ihren unternehmerischen Ambitionen antworteten 516 Studierende (41,5%), dass sie sich vorstellen können, ein eigenes Unternehmen zu gründen oder als Gründungsmitglied aufzutreten. Diese Gruppe wird im Folgenden als Gründungsinteressierte bezeichnet. Auch gaben 118 Studierende (9,5%) an, bereits konkrete Vorstellungen oder Pläne für eine Unternehmensgründung zu haben; sie sind somit als potenzielle Gründer zu klassifizieren.

Ein weiterer Fragenkomplex erfasste die tatsächliche Teilnahme bzw. den Wunsch, an bestimmten Lehrveranstaltungen teilzunehmen. Hierzu war eine Auswahl an Veranstaltungen gegeben:

- Erfahrungsberichte von Gründern
- Kreativität und Ideenfindung
- Entwicklung von Geschäftsideen
- Erstellung eines Businessplans
- Training sozialer Kompetenzen (Rhetorik, Kommunikation, etc.)
- Planspiele zur Unternehmensgründung
- geistiges Eigentum und Patente
- BWL für Gründer

Zusätzlich wurde erhoben, inwieweit die Befragten die Veranstaltungen als nützlich für ihre angestrebte berufliche Tätigkeit bewerten (fünfstufige Likert-Skala). Die entsprechenden Ergebnisse sind in den folgenden Abbildungen wiedergegeben. Abbildung 1 stellt dabei den Anteil der Studierenden dar, die an den im Fragebogen aufgeführten Veranstaltungen teilnehmen würden bzw. bereits teilgenommen haben.

Abb. 1: Interesse an gründungsrelevanten Veranstaltungen



Aus den Angaben wird deutlich, dass bisher nur sehr wenige Studierende die aufgeführten Lehrveranstaltungen besucht haben. Demgegenüber fällt das Interesse an einer Teilnahme weitaus positiver aus. Die Gründe für diese Diskrepanz sind vielschichtig und lassen sich bspw. damit erklären, dass viele der genannten Lehrveranstaltungen zum Befragungszeitraum noch nicht lange existierten. Zudem spricht ein straff organisiertes Studium oftmals gegen die Teilnahme an zusätzlichen Veranstaltungen, selbst wenn der Wunsch danach besteht.

Hervorhebenswert ist, dass Veranstaltungen zum Training sozialer Kompetenzen sowie Kreativität und Ideenfindung besonderen Zuspruch finden. Dies scheint auf das Bewusstsein der Studierenden zurückzuführen zu sein, dass solche Schlüsselkompetenzen auch in abhängigen Beschäftigungsverhältnissen von Relevanz sind.

Abb. 2: Unterschiede zwischen Gründungsuninteressierten, -interessierten und potenziellen Gründern hinsichtlich der gewünschten Teilnahme an gründungsrelevanten Veranstaltungen

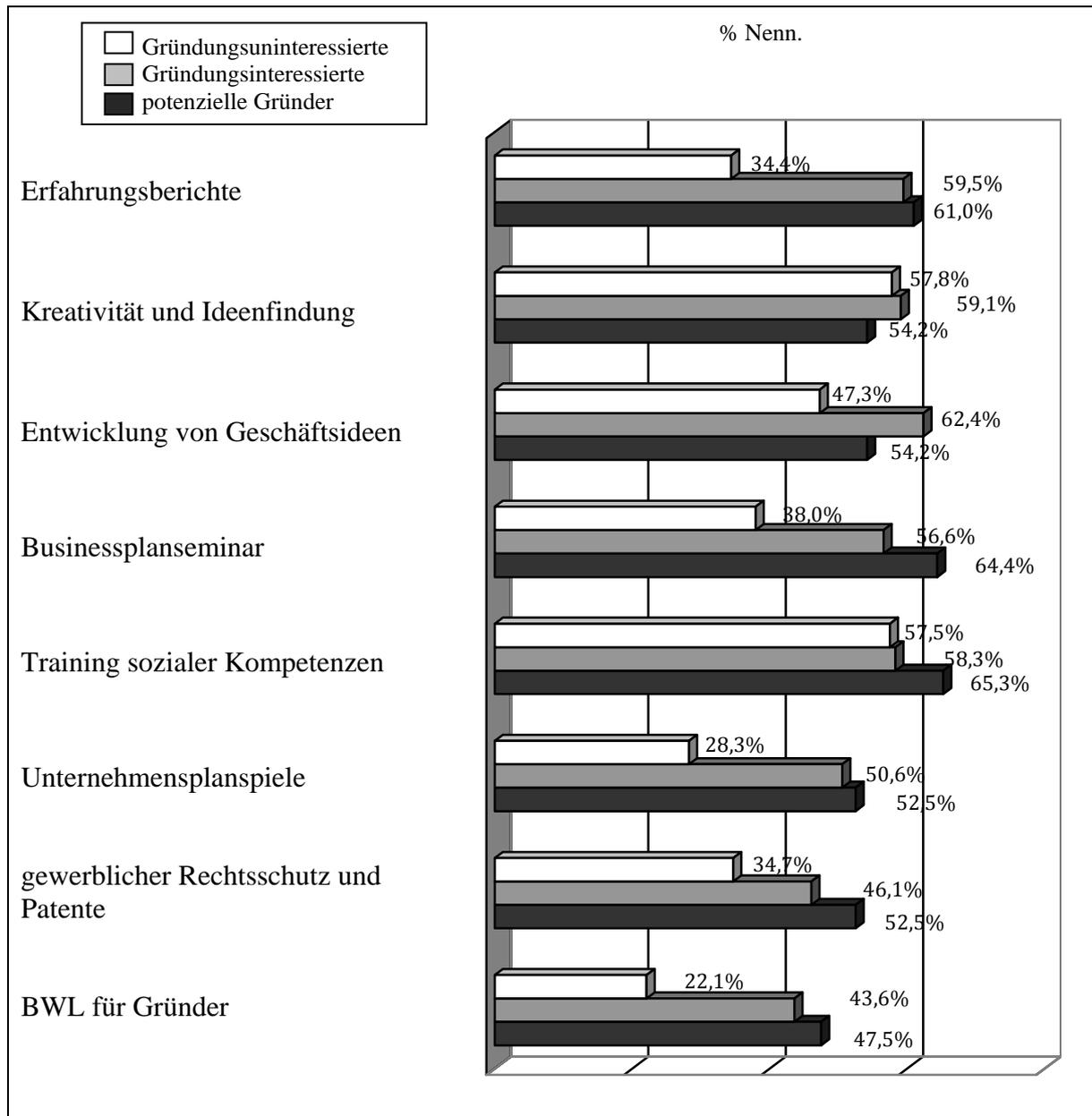
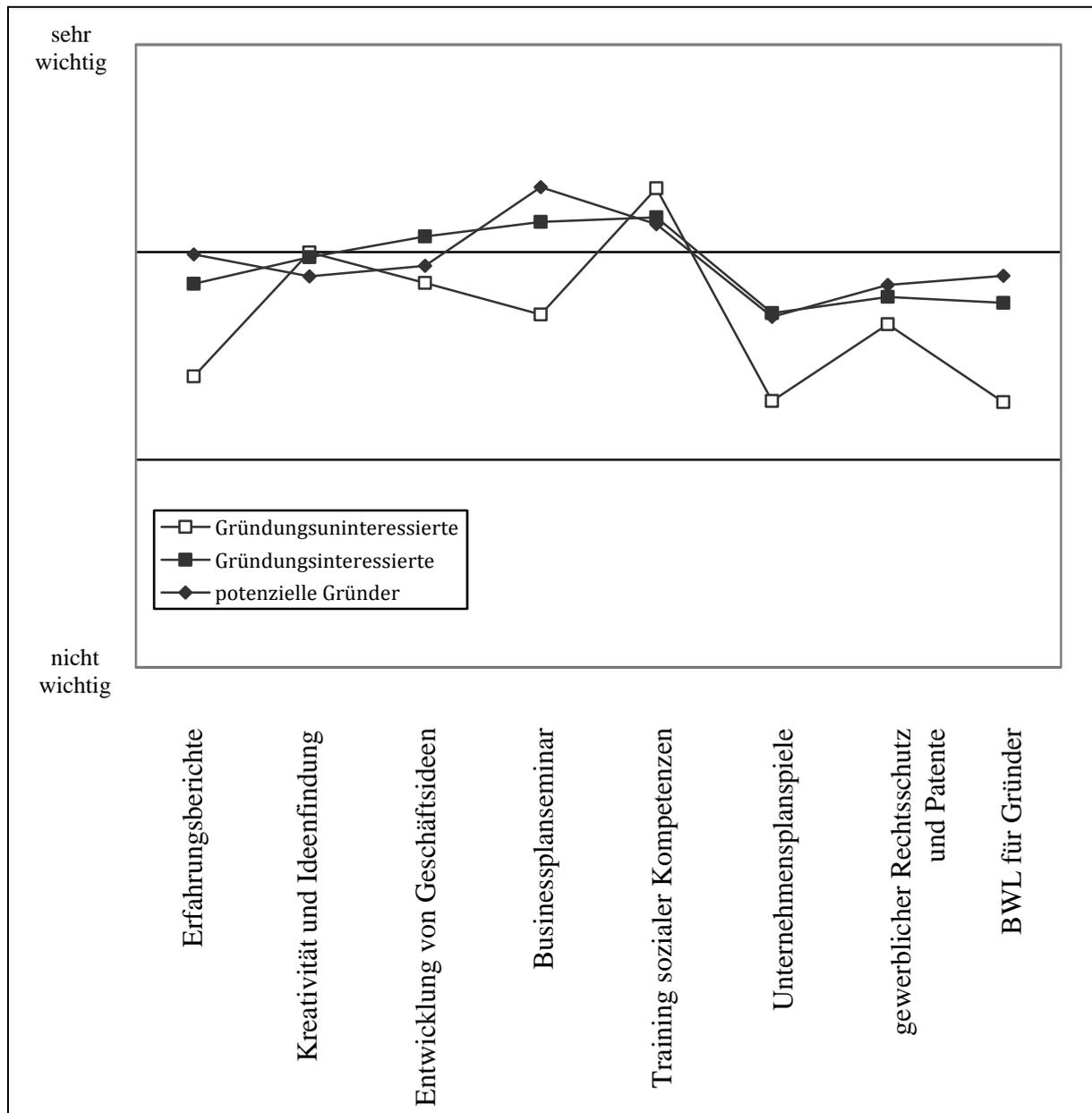


Abbildung 2 spezifiziert die Angaben aus Abbildung 1 hinsichtlich bestimmter Personen-
gruppen, und zwar nach Gründungsuninteressierten, Gründungsinteressierten und potenziellen
Gründern. Dabei ist zu erkennen, dass fast bei fast allen Veranstaltungen eine stärkere Nach-
frage seitens der Gründungsinteressierten bzw. potenziellen Gründer besteht. Eine Ausnahme
bilden lediglich die Themen „Kreativität und Ideenfindung“ und „Training sozialer
Kompetenzen“, die eher von allgemeinem Interesse sind. Besonders große Unterschiede
zwischen Gründungsuninteressierten und Gründungsinteressierten bzw. potenziellen
Gründern existieren bei den Themen „Erfahrungsberichte“, „Businessplan“, „Planspiele“ und
„BWL für Gründer“.

Abbildung 3 gibt die Einschätzung der Befragten wieder, welche Lehrveranstaltungen sie für das spätere Berufsleben als besonders wichtig erachten. Dargestellt sind die jeweiligen Mittelwerte. Die Ergebnisse spiegeln die bereits ermittelten Teilnahmepräferenzen wider. Gründungsuninteressierte bewerten Themen wie etwa „Erfahrungsberichte“, „Businessplan“, „Planspiele“ und „BWL für Gründer“ als grundsätzlich weniger wichtig.

Abb. 3: Beurteilung gründungsrelevanter Veranstaltungen



4.2 Explorative Datenanalyse

Die nun folgende explorative Datenanalyse soll die gefundenen Erkenntnisse statistisch untermauern. Im Mittelpunkt steht dabei der Zusammenhang zwischen der gewünschten Teilnahme an den aufgeführten Veranstaltungen und bestimmten Faktoren, wie beispielsweise der Wertschätzung dieser Veranstaltungen und dem Tätigkeitswunsch. Eine Korrelationsanalyse nach Spearman dient zunächst der Identifikation signifikanter Zusammenhänge. Dabei kommen die nachstehenden Variablen und ihre möglichen Ausprägungen zur Anwendung:

Beurteilung der Bedeutung für das spätere Berufsleben

- fünfstufige Skala (0 = nicht wichtig, 4 = sehr wichtig)

Tätigkeitsabsicht

- Selbstständigkeit (0 = nein, 1 = ja)
- Anstellung bei Jungunternehmen (0 = nein, 1 = ja)
- Anstellung in KMU (0 = nein, 1 = ja)
- Anstellung in Großunternehmen (0 = nein, 1 = ja)
- Anstellung im öffentlichen Dienst (0 = nein, 1 = ja)

Gründungsabsicht

- Gründungsinteressierte (0 = nein, 1 = ja)
- potenzielle Gründer (0 = nein, 1 = ja)

demographische Faktoren

- Geschlecht (0 = weiblich, 1 = männlich)
- Alter (1 = „jünger als 21“; 2 = „21-24 Jahre“, 3 = „älter als 24“)
- Studienrichtung (0 = Nicht-Ingenieurwissenschaften, 1 = Ingenieurwissenschaften)

Im Zentrum der Analyse steht dabei die gewünschte Teilnahme an den bereits genannten Veranstaltungen (0 = nein, 1 = ja). Die berechneten Korrelationskoeffizienten sind in Tabelle A1 im Anhang dargestellt.

Hinsichtlich der Absicht, an bestimmten gründungsrelevanten Veranstaltungen teilzunehmen, lassen sich statistisch robuste Zusammenhänge identifizieren. Auffällig ist, dass Personen, die eine Veranstaltung als bedeutsam für ihr späteres Berufsleben einschätzen, auch eher geneigt sind, daran teilzunehmen. Der Grund für ein Interesse und die Teilnahmeabsicht liegt demzufolge in der Wertschätzung für den künftigen Lebensweg.

Weiterhin ist erkennbar, dass ein Zusammenhang zwischen der präferierten Tätigkeit und der Teilnahmeabsicht existiert: Diejenigen, die sich für eine unternehmerische Selbstständigkeit interessieren, würden auch die vorgegebenen Veranstaltungen besuchen. Eine Ausnahme bilden die Themen „Kreativität“ und „Training sozialer Kompetenzen“, die eher von allgemeinem Interesse und nicht nur für Gründungsinteressierte und potenzielle Gründer von Relevanz sind.

Interessant ist ferner, dass diejenigen, die sich für eine abhängige Beschäftigung in einem jungen Unternehmen interessieren, auch verstärkt Erfahrungsberichte und Kreativitätsworkshops besuchen würden. Die Betrachtung demographischer Faktoren offenbart, dass

Geschlecht, Alter und Studienrichtung ebenfalls für die Teilnahmeabsicht an gründungsrelevanten Lehrveranstaltungen erheblich sind.

Um die gefundenen Zusammenhänge näher zu analysieren, wird folgendes Erklärungsmodell aufgestellt:

$$Y = f(a, b, c, d)$$

Y ist dabei eine abhängige Variable, welche die Absicht beschreibt, an einer bestimmten Veranstaltung teilnehmen zu wollen. Die unabhängigen Variablen sind:

a = Gründungsinteresse

b = Alter

c = Geschlecht

d = Fachrichtung

Die errechneten Koeffizienten der logistischen Regression sind in Tabelle A2 im Anhang wiedergegeben. Wie zu erkennen, stellt das Gründungsinteresse – mit Ausnahme der bereits genannten Veranstaltungen – einen Einflussfaktor auf die Teilnahmeabsicht dar. Auch das Geschlecht trägt zur Erklärung bei: So interessieren sich eher weibliche Studierende für die Themen Kreativität, soziale Kompetenzen und Businessplan. Männer präferieren dagegen gewerbliche Schutzrechte. Sofern ein Einfluss des Alters nachweisbar ist, würden eher jüngere Studierende bestimmte Veranstaltungen besuchen.

Eine bedeutende Rolle spielt auch das Studienfach. Insbesondere fällt auf, dass in der untersuchten Stichprobe Studierende der Ingenieurwissenschaften ein geringeres Interesse an bestimmten gründungsrelevanten Lehrveranstaltungen haben. Demgegenüber weisen angehende Wirtschaftswissenschaftler ein größeres Teilnahmeinteresse auf.

5. Fazit und Schlussfolgerungen

Die vorliegende Studie ermöglicht eine Reihe von Handlungsempfehlungen für eine wirkungsvolle Ausgestaltung der Gründerausbildung. Zunächst bleibt zusammenfassend festzuhalten, dass die Absicht, an bestimmten gründungsrelevanten Veranstaltungen teilzunehmen, durch die Bedeutung dieser Veranstaltungen für den späteren Berufsweg determiniert ist. Des Weiteren zeigen vor allem Gründungsinteressierte eine besondere Teilnahmeabsicht, während Studierende der Ingenieurwissenschaften ein prinzipiell geringeres Interesse an bestimmten gründungsrelevanten Lehrveranstaltungen haben.

Schlussfolgernd resultiert aus diesen Erkenntnissen die Forderung nach Berücksichtigung spezifischer Zielgruppenpräferenzen in der Gründerausbildung. Die Zurückhaltung von Studierenden der Ingenieurwissenschaften sollte Niederschlag in besonderen Teilnahmeanreizen finden. Darüber hinaus ist es geboten, die Gründersensibilisierung in curricular fest verankerten Veranstaltungen vorzunehmen, da bei gründungsrelevanten Angeboten auf freiwilliger Basis eher die Gruppe der Gründungsinteressierten den Teilnehmerkreis bildet. Aufgrund des allgemeinen Interesses scheinen Seminare zum Training von Kreativität, Ideenfindung sowie sozialer Kompetenzen besonders zur Sensibilisierung für das Thema „Gründung“ geeignet, da sie auch Studierende ansprechen, die sich als gründungsuninteressiert bezeichnen.

Literaturverzeichnis

- Blenker, Per, Poul Dreisler, Helle Meibom Faergemann, and John Kjeldsen. 2008. "A framework for developing entrepreneurship education in a university context." *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* 5:45-63.
- DeTienne, Dawn R., and Gaylen N. Chandler. 2004. "Opportunity Identification and Its Role in the Entrepreneurial Classroom: A Pedagogical Approach and Empirical Test." *Academy of Management Learning and Education* 3:242-257.
- Etzkowitz, Henry, Andrew Webster, Christiane Gebhardt, and Branca Regina Cantisano Terra. 2000. "The future of the university and the university of the future: evolution of ivory tower to entrepreneurial paradigm." *Research Policy* 29:313-330.
- Fayolle, Alain, Benoît Gailly, and Narjisse Lassas-Clerc. 2006. "Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology." *Journal of European Industrial Training* 30:701-720.
- Haase, Heiko, and Arndt Lautenschläger. 2006. *Die GET UP-Initiative: Best Practice-Ansätze der Gründungsförderung an Hochschulen*. Lohmar/Köln: Eul Verlag.
- Kuratko, Donald F. 2005. "The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges." *Entrepreneurship Theory and Practice* 29:577-598.
- Lee, Sang M., Daesung Chang, and Seong-bae Lim. 2005. "Impact of Entrepreneurship Education: A Comparative Study of the U.S. and Korea." *The International Entrepreneurship and Management Journal* 1:27-43.
- Peterman, Nicole E., and Jessica Kennedy. 2003. "Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions of Entrepreneurship." *Entrepreneurship Theory and Practice* 28:129-144.
- Pittaway, Luke, and Jason Cope. 2007. "Entrepreneurship Education: A Systematic Review of the Evidence." *International Small Business Journal* 25:479-510.
- Plaschka, G. R., and Harold P. Welsch. 1990. "Emerging structures in entrepreneurship education: Curricula designs and strategies." *Entrepreneurship Theory and Practice* 14:55-71.
- Souitaris, Vangelis, Stefania Zerbinati, and Andreas Al-Laham. 2007. "Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources." *Journal of Business Venturing* 22:566-591.

Anhang

Abb. A1: Einflussfaktoren auf den Teilnahmewunsch an gründungsrelevanten Veranstaltungen

Variable	Erfahrungsberichte	Kreativität und Ideenfindung	Entwicklung von Geschäftsideen	Businessplan-seminar	Training sozialer Kompetenzen	Unternehmens-planspiele	gewerblicher Rechtsschutz	BWL für Gründer
Beurteilung der Bedeutung für das spätere Berufsleben	0,5703**	0,4759**	0,4607**	0,4778**	0,4173**	0,4986**	0,4277**	0,5236**
Tätigkeitsabsicht nach dem Studium								
Selbstständigkeit	0,1471**	0,0572*	0,0812**	0,0956**	0,0126	0,1281**	0,1239**	0,1561**
Anstellung bei Jungunternehmen	0,1093**	0,1262**	0,0621	0,0447	- 0,0371	0,0258	0,0355	0,0657
Anstellung in KMU	- 0,0248	0,0283	- 0,0236	- 0,0514	0,0066	- 0,0333	0,0236	- 0,0461
Anstellung in Großunternehmen	- 0,0372	- 0,0457	0,0430	0,0563	0,0303	0,0047	- 0,0257	- 0,0423
Anstellung im öffentlichen Dienst	- 0,0151	- 0,0144	- 0,0026	- 0,0188	- 0,0041	- 0,0432	0,0240	0,0365
Gründungsabsicht								
Gründungsinteressiert	0,2488**	0,0134	0,1490**	0,1842**	0,0083	0,2263**	0,1156**	0,2285**
potenzielle Gründer	0,1055**	- 0,0269	0,0043	0,1216**	0,0486	0,1001**	0,0870**	0,1148**
demographische Faktoren								
Geschlecht	0,0235	- 0,1893**	- 0,0669*	- 0,1589**	- 0,1511**	0,0305	0,1373**	- 0,0092
Alter	0,0647*	- 0,0993**	- 0,0534	0,0002	- 0,0104	- 0,0238	- 0,0114	0,0458
Studienrichtung	- 0,0938	- 0,0108	- 0,1284**	- 0,2623**	- 0,1204**	- 0,1185**	0,0450	- 0,0804**

Abb. A2: Einflussfaktoren auf die mögliche Teilnahme an gründungsrelevanten Veranstaltungen

Koeffizienten der logistische Regression								
	Erfahrungsberichte	Kreativität und Ideenfindung	Entwicklung von Geschäftsideen	Businessplan-seminar	Training sozialer Kompetenzen	Unternehmens-planspiele	gewerblicher Rechtsschutz	BWL für Gründer
Gründungsinteresse	0,9799**	0,2274	0,6435**	0,7747**	0,0510	0,9235**	0,4672**	0,9824**
Geschlecht	0,0428	- 0,8894**	- 0,2270	- 0,5795**	- 0,5845**	0,1726	0,5562**	- 0,1261
Alter	0,0758	- 0,2559**	- 0,2377**	- 0,0767	- 0,0049	- 0,1980*	- 0,1236	0,0442
Studienrichtung	- 0,2761*	0,1686	- 0,4177**	- 0,9114**	- 0,3582**	- 0,4543**	0,1164	- 0,2059

Bisherige Veröffentlichungen der Jenaer Schriftenreihe zur Unternehmensgründung

Nr. 1 / 2005

Beibst, G. / Lautenschläger, A.

Die Bedeutung öffentlicher Wissenschaftseinrichtungen für eine innovationsorientierte Regionalpolitik

Nr. 2 / 2005

Beibst, G. / Lautenschläger, A.

Hochschulwissenschaftler als Unternehmensgründer: Gründungsabsichten und Gründerfähigkeiten von Hochschulwissenschaftlern im internationalen Vergleich

Nr. 3 / 2005

Beibst, G. / Naumann, A. / Lautenschläger, A.

Regionenmarketingkonzept für die GET UP Initiative

Nr. 4 / 2005

Beibst, G. / Lautenschläger, A. / Haase, H.

The Thuringian Model of Business Incubation: The GET UP – initiative and its quest for internationalization

Nr. 5 / 2005

Beibst, G. / Lautenschläger, A. / Haase, H.

The Internationalization of Thuringian Start-up Companies in High-Technology Industries

Nr. 6 / 2005

Beibst, G. / Lautenschläger, A.

Die Gründerausbildung für BWLer und Nicht-BWLer: Ein Erfahrungsbericht der FH Jena

Nr. 7 / 2005

Haase, H. / Lautenschläger, A. / Weyand, J. / Beibst, G.

Erfindungen, Patente und Verwertung: Eine empirische Untersuchung an Thüringer Hochschulen

Nr. 8 / 2006

Haase, H. / Lautenschläger, A.

Gründungsförderung an Thüringer Hochschulen: Zur Erfolgsanalyse des GET UP - Gründernetzwerkes

Nr. 9 / 2006

Beibst, G. / Lautenschläger, A.

Anforderungen und konzeptionelle Überlegungen für ein Gründer-Ausbildungsprogramm am Campus Jena

Nr. 10 / 2006

Haase, H.

Auf dem Weg zur unternehmerischen Universität? Ausgründungen aus der TU Ilmenau im Zeitraum von 1990 bis 2005

Nr. 11 / 2008

Lautenschläger, A. / Haase, H.

Die Berufsabsichten Studierender: Erkenntnisse aus der Thüringer Studierenden Befragung 2007

Nr. 12 / 2009

Lautenschläger, A. / Haase, H.

Die Gründerausbildung an Thüringer Hochschulen: Eine Analyse von Einflussfaktoren auf das Interesse an gründungsrelevanten Lehrveranstaltungen

Alle Veröffentlichungen sind auch in der Digitalen Bibliothek Thüringen kostenfrei abrufbar unter:

<http://www.db-thueringen.de>