

Gründungsinteresse an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg

Auswertung einer Umfrage unter den Studierenden

Klaus Deimel • Alina Gerke • Berit Engel



Klaus Deimel • Alina Gerke • Berit Engel

Gründungsinteresse an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg

Auswertung einer Umfrage unter den Studierenden

Autoren:

Prof. Dr. Klaus Deimel
Hochschule Bonn-Rhein-Sieg - CENTIM
Von-Liebig-Str. 8, 53359 Rheinbach

M.Sc. Alina Gerke
Hochschule Bonn-Rhein-Sieg - CENTIM
Von-Liebig-Str. 8, 53359 Rheinbach

M.Sc. Berit Engel
GigWork GmbH
Rheinwerkallee 3, 53227 Bonn

Herausgeber:

© 2021 Centrum für Entrepreneurship, Innovation und Mittelstand

Prof. Dr. Klaus Deimel, Frank Maikranz, Prof. Dr. habil. Alexander Pohl
Von-Liebig-Str. 8
53359 Rheinbach
www.h-brs.de/centim

CENTIM Working Paper Series
ISBN 978-3-96043-088-9
DOI 10.18418/978-3-96043-088-9
ISSN 2747-898X

Das Centrum für Entrepreneurship, Innovation und Mittelstand (CENTIM) ist Herausgeber der vorliegenden Arbeitspapierreihe. Die Arbeitspapiere widmen sich aktuellen wissenschaftlichen und praxisorientierten Fragestellungen innerhalb der Aufgabenbereiche des CENTIM. Die Arbeitspapierreihe ist offen für wissenschaftliche Papers, für Darstellungen von Forschungsprojekten sowie für die Darstellung interessanter Umfragen zu den CENTIM Aufgabenbereichen. Die Arbeitspapierreihe dient dem Zweck, die Ergebnisse des CENTIM einer größeren Öffentlichkeit und dem wissenschaftlichen Diskurs zugänglich zu machen.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	II
Tabellenverzeichnis	III
1. Einleitung	1
2. Ziele und Vorgehensweise der Befragung	2
2.1. Ziele	2
2.2. Vorgehensweise bei der Auswertung.....	2
3. Auswertung der Umfrage	3
3.1. Demografische Daten.....	3
3.2. Bisheriges Gründungsverhalten	6
3.3. Interesse zur Unternehmensgründung bzw. -übernahme.....	9
3.4. Bevorzugter Gründungsort und Branche.....	15
3.5. Motivatoren und Hemmnisse für eine Gründung für Studierende	19
3.6. Vorbereitung durch das Studium und mögliche Erweiterungsfelder	25
3.7. Aktivitäten, Angebote und Bekanntheit des CENTIM	28
3.8. Weitere Anregungen/Anmerkungen/Wünsche zum Thema Gründung...	31
4. Ergebnisanalyse und Fazit	33
4.1. Zusammenfassung der Erkenntnisse aus der Umfrage.....	33
4.2. Vergleich zur Studie zum Gründungswillen von 2002	34
4.3. Handlungsempfehlungen	36

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Geschlecht der Umfrageteilnehmer.....	3
Abbildung 2: Alter der Umfrageteilnehmer.....	4
Abbildung 3: Art des angestrebten Studienabschlusses.....	4
Abbildung 4: Fachbereich.....	5
Abbildung 5: Art der Berufserfahrung.....	5
Abbildung 6: Bereich der Berufsausbildung.....	6
Abbildung 7: Anzahl Gründer an der HBRS.....	7
Abbildung 8: Eigenschaften der Gründer an der HBRS.....	9
Abbildung 9: Interesse an Unternehmensgründung und -übernahme.	10
Abbildung 10: Gründungsneigung nach Fachbereich.....	11
Abbildung 11: Interesse an einer Unternehmensgründung nach Fachbereichen. .	12
Abbildung 12: Interesse an einer Unternehmensübernahme nach Fachbereichen.	13
Abbildung 13: Interesse an einer Gründung nach Geschlecht.	13
Abbildung 14: Interesse an einer Unternehmensübernahme nach Geschlecht.....	14
Abbildung 15: Interesse an einer Unternehmensübernahme nach Geschlecht und Fachbereich (Mittelwerte).	15
Abbildung 16: Bevorzugter Gründungsort. Mehrfachnennungen möglich.....	16
Abbildung 17: Bevorzugte Branche zur Gründung. Mehrfachnennungen möglich.....	17
Abbildung 18: Interesse an einer Unternehmensübernahme nach Branche und Fachbereich.....	18
Abbildung 19: Motivatoren einer Unternehmensgründung/-übernahme (Mittelwerte).	19
Abbildung 20: Motivatoren einer Unternehmensgründung/-übernahme (Mittelwerte) nach Geschlecht.	20
Abbildung 21: Hemmnisse einer Unternehmensgründung/-übernahme.	22
Abbildung 22: Hemmnisse einer Unternehmensgründung/-übernahme (Mittelwerte) nach Geschlecht.	24
Abbildung 23: Qualität der Vorbereitung durch das Studium (Mittelwerte).	25

Abbildung 24: Vorbereitung durch das Studium nach Fachbereichen (Mittelwerte).	26
Abbildung 25: Interesse an zusätzlichem Lehrangebot.	27
Abbildung 26: Interesse an zusätzlichem Lehrangebot nach Fachbereich (Mittelwerte).	28
Abbildung 27: Bekanntheit des CENTIM.	29
Abbildung 28: Kommunikationswege des CENTIM.	29
Abbildung 29: Interesse an zusätzlichen Angeboten des CENTIM.	30
Abbildung 30: Interesse an CENTIM-Angeboten nach Fachbereichen.	31

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Vergleich der Mittelwerte der Hinderungsgründe für eine Unternehmensgründung bzw. -übernahme nach Fachbereich	23
Tabelle 2: Anmerkungen, Anregungen und Wünsche zum Thema Gründung	32
Tabelle 3: Vergleich des Interesses von Studierenden an einer Unternehmensgründung im Jahr 2002 zu 2017	35

1. Einleitung

In Deutschland im Allgemeinen sowie in der Region Bonn-Rhein-Sieg im Konkreten ist ein Startup-Trend sichtbar, der sich insbesondere auf den digitalen Bereich erstreckt. Dies äußert sich z.B. durch die Realisierung verschiedener Digital Hubs, unter anderem auch dem Digital Hub Bonn, sowie diversen Netzwerken und Communities, die sich mit dem Thema Unternehmensgründung befassen.

Die Studierenden der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg (H-BRS) stellen dabei potenzielle Unternehmensgründer dar. Das Centrum für Entrepreneurship, Innovation und Mittelstand (CENTIM) hat als Hochschulinstitut zur Aufgabe unter anderem den Bereich *Entrepreneurship* zu vertreten. Um die Studierenden in ihren Gründungsaktivitäten besser unterstützen zu können, soll ein Überblick über das Gründungsverhalten sowie das Gründungsinteresse der Studierenden erstellt werden. Dabei sollen ebenfalls mögliche Optimierungsfelder der Lehr- und Beratungsangebote identifiziert werden.

Bereits im Jahr 2002 wurde in Zusammenarbeit mit den Fachhochschulen Münster, Lübeck und Köln sowie der Universität Regensburg und Bonn unter Leitung von Prof. Dr. Karl W. Neunast eine Studie erarbeitet, die diese Thematik untersucht.

Die vorliegende, erneute Befragung von Studierenden der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg aus dem Jahr 2017 hat die Erforschung des aktuellen Stands der Gründungsaktivitäten an der Hochschule zum Ziel. Weiterhin soll ein Vergleich der Gründungsaktivitäten im Zeitverlauf ermöglicht werden. Somit sollte auch in Zukunft das Gründungsinteresse der Studierenden weiter untersucht werden, um möglicherweise Trends oder sich verändernde Faktoren identifizieren zu können.

Im vorliegenden Bericht wird das generische Maskulinum verwendet, es sind jedoch stets alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

2. Ziele und Vorgehensweise der Befragung

Bevor näher auf die Ergebnisse der Befragung eingegangen wird, sollen zunächst die Ziele der Befragung sowie die Vorgehensweise bei der Auswertung der gewonnenen Daten erläutert werden.

2.1. Ziele

Konkrete Ziele dieser Umfrage sind zum einen, einen Überblick über das bisherige Gründungsverhalten der Studierenden zu erhalten sowie das allgemeine Interesse an einer Unternehmensgründung bzw. -übernahme zu ermitteln.

Dieser Aspekt soll insbesondere auch in Hinblick auf die demografischen Daten der Studierenden, wie Alter und Geschlecht, aber insbesondere auch deren Fachbereiche untersucht werden. Ziel ist es, herauszufinden, ob Studierende mit hohem Gründungsinteresse bestimmte Merkmale aufweisen und Motivatoren und Hemmnisse.

Ein zweites wichtiges Ziel der Umfrage ist die Identifikation von Themen und Bereichen, welche die Studierenden für eine Unternehmensgründung als relevant erachten. Diese sollen durch entsprechende Lehr- und Beratungsangebote ausreichend vermittelt und das ggf. ausgeweitet werden. Hier ist ebenfalls interessant, ob sich die gewünschten Themen je nach Fachbereich unterscheiden.

2.2. Vorgehensweise bei der Auswertung

Die erhobenen Daten wurden mithilfe der Statistik- und Analysesoftware SPSS aufbereitet und analysiert. Zunächst wurden alle Fragen mit der Häufigkeitsanalyse als deskriptives statistisches Mittel analysiert. Um zu untersuchen, ob sich das Gründungsinteresse der Studierenden in Hinblick auf ihr Alter, ihren Fachbereich oder andere Faktoren unterscheidet, wurden inhaltliche Sonderauswertungen in Form von Teilanalysen der jeweiligen Untergruppen durchgeführt.

Die Daten wurden vor der Auswertung in SPSS bereinigt. Datensätze, die ausschließlich sogenannte „Missing Values“ aufwiesen, also ausschließlich nicht ausgefüllte Antwortfelder, wurden aus der finalen Stichprobe eliminiert. Um einen höchstmöglichen Stichprobenumfang zu erhalten, wurden unvollständig ausgefüllte Umfragen dennoch berücksichtigt. Somit wurde jede Frage mit einem eigenen Stichprobenumfang ausgewertet, weshalb es im Verlauf der Auswertung zu variierenden Stichprobengrößen kommt.

Die Skalen der Frage 2 sowie der Fragen 5-8 und 11 wurden so gewählt, dass sechs Ausprägungen vorhanden sind und der Abstand zwischen diesen Ausprägungen als gleich angenommen werden kann. Dadurch sind metrische statistische Operationen, wie die Mittelwertbildung möglich.

3. Auswertung der Umfrage

Im Folgenden wird die Befragung der Studierenden ausgewertet. Hierzu werden die Ergebnisse grafisch dargestellt und beschrieben. Der gesamte Stichprobenumfang betrug $N = 778$.

Zunächst wird eine demografische Auswertung vorgenommen. Anschließend werden die einzelnen Fragen des Fragebogens nacheinander analysiert.

3.1. Demografische Daten

Die Geschlechterverteilung unter den Teilnehmern der Befragung war nicht gänzlich ausgeglichen. So nahmen etwas mehr Männer als Frauen teil, wie in Abbildung 1 zu erkennen ist. Knapp 60 % der Befragten waren männlich und ca. 40 % der Teilnehmer weiblich.

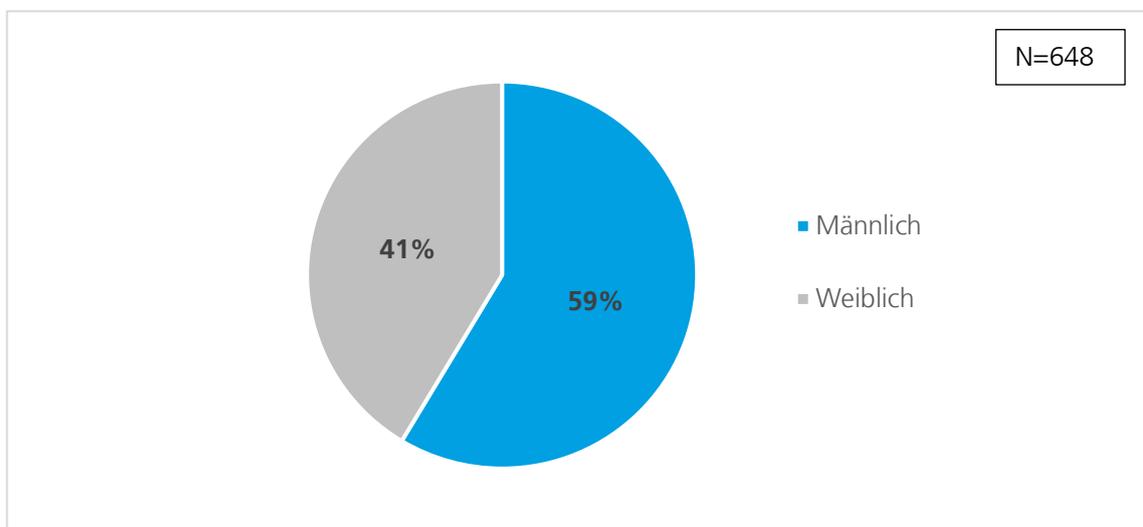


Abbildung 1: Geschlecht der Umfrageteilnehmer.

Bezüglich des Alters der Teilnehmer konnte festgestellt werden, dass die meisten Befragten 21 Jahre alt waren, während das Durchschnittsalter mit 23,82 Jahren etwas höher lag. Die jüngsten Teilnehmer waren 18 Jahre alt und der älteste Befragte 43 Jahre alt. Die genaue Altersstruktur der befragten Studierenden ist Abbildung 2 zu entnehmen.

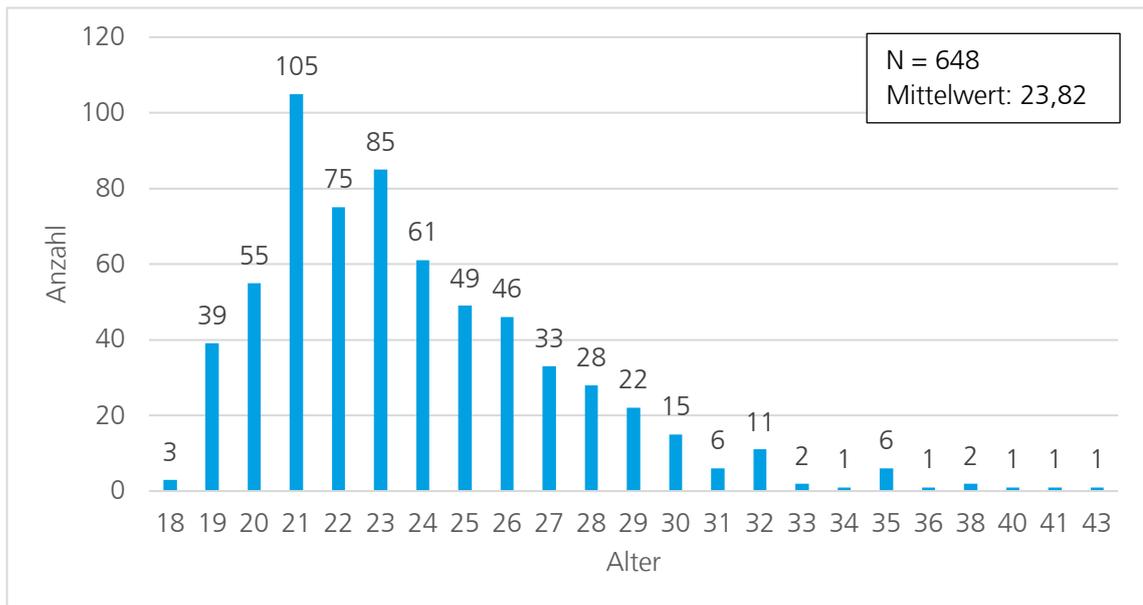


Abbildung 2: Alter der Umfrageteilnehmer.

In Hinblick auf den angestrebten Studienabschluss, gaben 85 % der Befragten an, zurzeit ihre Bachelor zu absolvieren, wohingegen die übrigen 15% ihren Masterabschluss anstrebten (Abbildung 3).

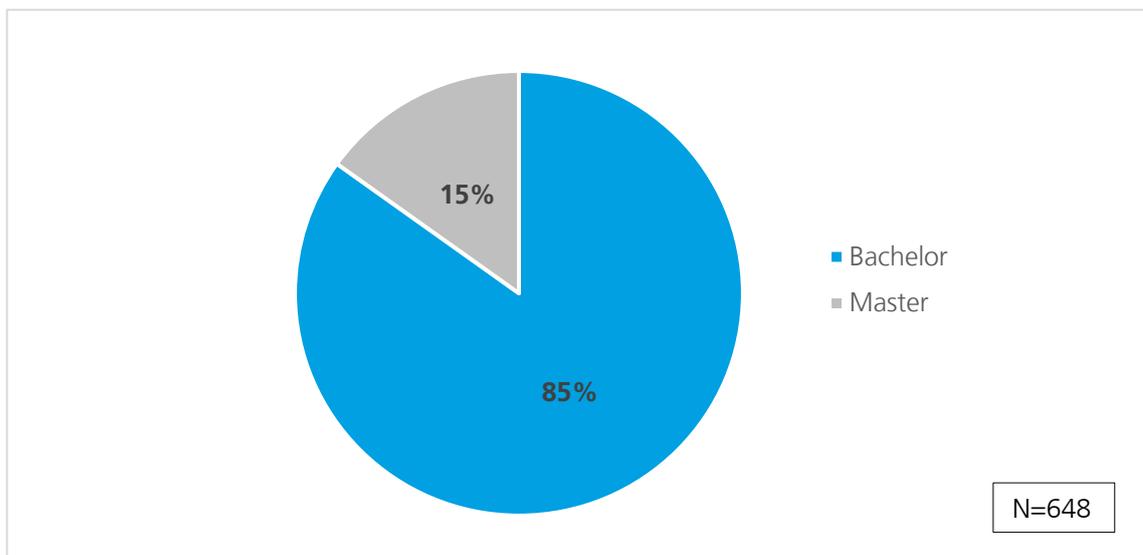


Abbildung 3: Art des angestrebten Studienabschlusses.

Darüber hinaus studierte die Mehrheit der Teilnehmer (42 %) im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften, wie in Abbildung 4 dargestellt. Knapp ein Viertel (23 %) der Befragten absolvierte einen Studiengang, der dem Fachbereich EMT (Elektrotechnik, Maschinenbau, Technikjournalismus) zuzuordnen ist, gefolgt von den Studierenden des Fachbereichs Informatik (21 %). 11 % der Befragten studierte im Fachbereich

Angewandte Naturwissenschaften. Die wenigsten Teilnehmer (3 %) stammten aus dem Fachbereich Sozialversicherung.

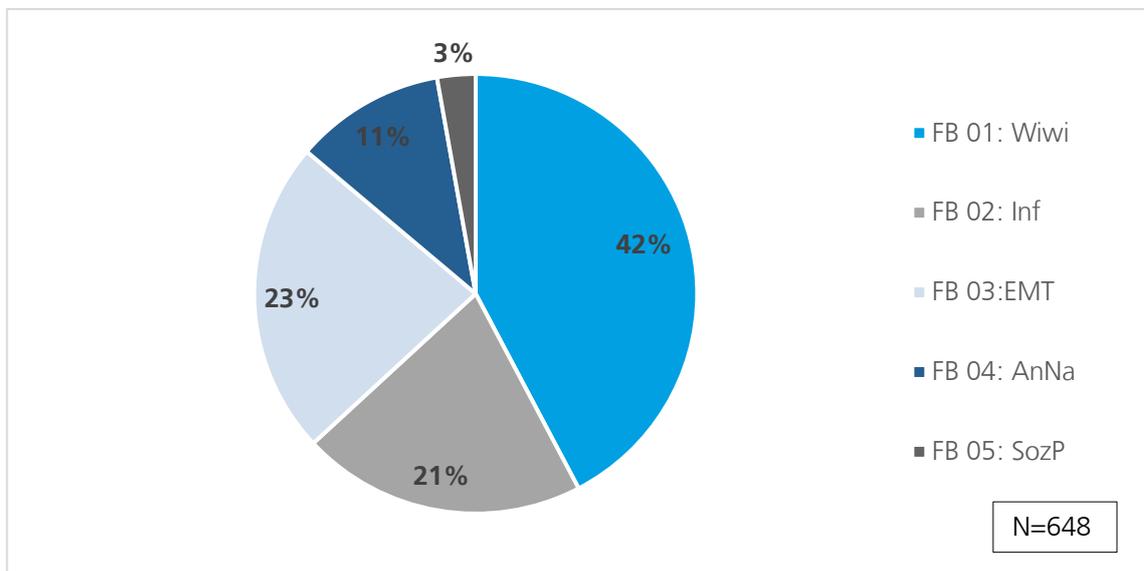


Abbildung 4: Fachbereich.

Auf die Frage, ob bereits einschlägige Berufserfahrung gesammelt wurde (Mehrfachauswahl, Abbildung 5), gaben die meisten Befragten (254) an, einen Nebenjob mit Studienbezug auszuüben. Knapp ein Drittel der Befragten (218) haben vor dem Studium bereits eine Berufsausbildung absolviert. Circa ein Viertel der Befragten (169) haben Berufserfahrung durch ein Praktikum mit einer Dauer von mindestens 6 Monaten sammeln können. Etwa 30 Prozent der Teilnehmer (197) gab an, bisher keine einschlägige Berufserfahrung gemacht zu haben.

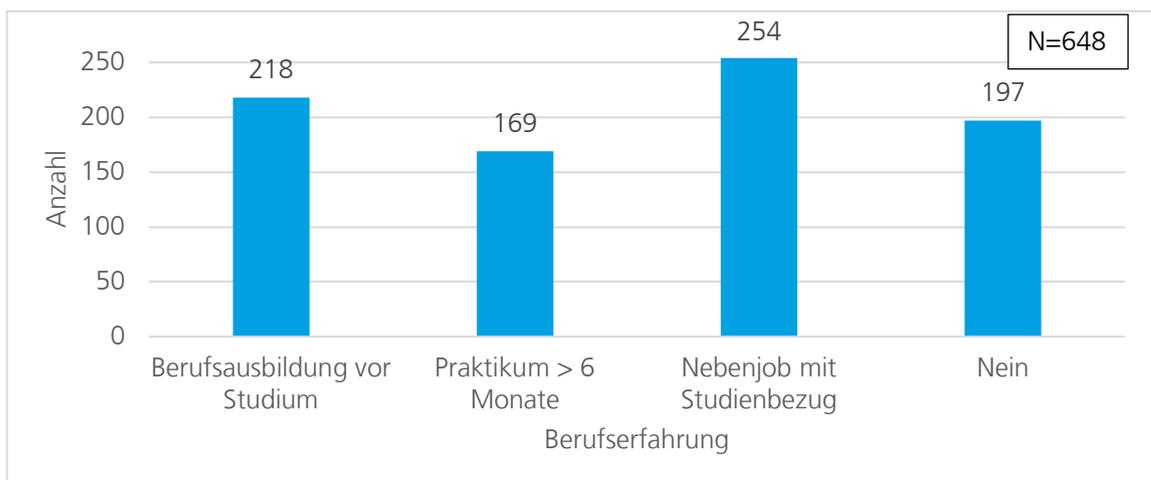


Abbildung 5: Art der Berufserfahrung.
Mehrfachnennungen möglich.

Von den 218 Personen, die vor dem Studium eine Berufsausbildung absolviert haben, gab fast die Hälfte (104) an, ihre Ausbildung im kaufmännischen Bereich gemacht zu haben, gefolgt von einer Ausbildung im handwerklichen (55) und IT-Bereich (38). Die wenigsten Personen (8) mit einer vorherigen Berufsausbildung absolvierten diese im sozialen oder medizinischen Bereich, wie Abbildung 6 zu entnehmen ist.

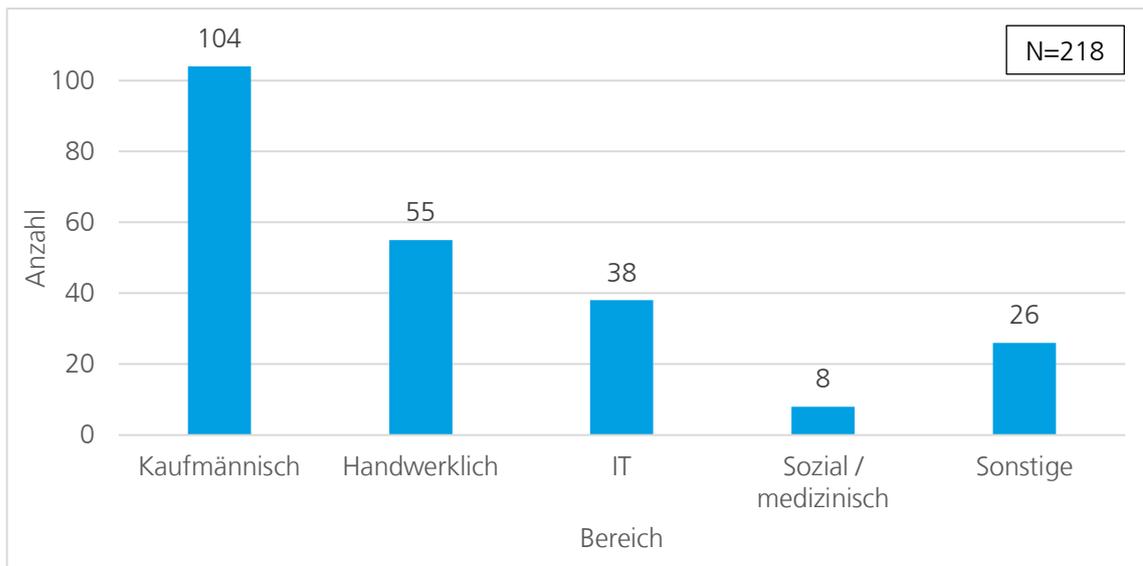


Abbildung 6: Bereich der Berufsausbildung.
Mehrfachnennungen möglich.

Nachdem die Stichprobe nun hinsichtlich ihrer demografischen Merkmale analysiert wurde, folgt im Weiteren die inhaltliche Auswertung der Befragung. Die folgenden Unterkapitel sind nach den einzelnen Fragen der Umfrage gegliedert. Teilweise werden mehrere Fragen zusammengefasst, sofern sie die gleiche Thematik behandeln. An geeigneten Stellen werden zudem auf Verbindungen zu anderen Fragen verwiesen.

3.2. Bisheriges Gründungsverhalten

Frage 1: Haben Sie bereits ein eigenes Unternehmen gegründet oder ein bestehendes Unternehmen übernommen?

Die erste Frage spiegelt die aktuelle Ist-Situation der Studierenden bzgl. ihres bisherigen Gründungsverhaltens wider. Die Auswertung des Gründungsverhaltens der Befragten zeigte, dass die meisten Studierenden noch kein Unternehmen gegründet oder übernommen haben.

In Abbildung 7 ist das aktuelle Gründungsverhalten der Studierenden veranschaulicht. Insgesamt haben zum Zeitpunkt der Befragung nur 5,4 % der Teilnehmer bereits ein Unternehmen gegründet, weitere 0,9 % haben bereits ein bestehendes Unternehmen übernommen.

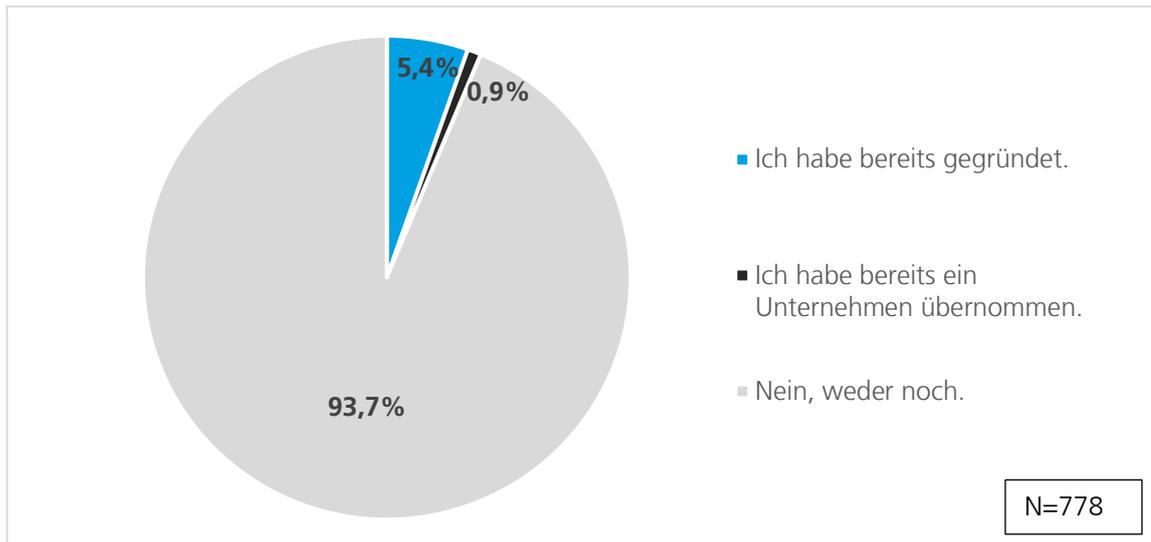


Abbildung 7: Anzahl Gründer an der HBRS.

Näher untersucht werden im Folgenden die 5,4 % der Befragten, also insgesamt eine Anzahl von 42 Studierenden, die bereits ein Unternehmen gegründet haben. Von diesen 42 Studierenden haben 35 Personen die Umfrage vollständig ausgefüllt. Somit resultiert für diese Teilanalysen eine Stichprobengröße von $N = 35$. Hinsichtlich einer Unternehmensübernahme musste festgestellt werden, dass bisher lediglich 0,9 % (insgesamt sieben Studierende) der Teilnehmer angaben, ein Unternehmen übernommen zu haben, und von denjenigen nur drei den Fragebogen vollständig ausgefüllt haben. Aus diesem Grund wird diese Teilgruppe nicht näher untersucht.

Im Folgenden wird analysiert, welchen Geschlechts die Studierenden sind, die bereits gegründet haben, ob sie in Bachelor- oder Master-Studiengängen studieren und bereits eine Berufsausbildung absolviert haben sowie aus welchen Fachbereichen sie kommen.

Betrachtet man die Ergebnisse hinsichtlich der Geschlechtszugehörigkeit (Abbildung 8), so zeigt sich ein Bild, das der generellen Gründersituation in der BRD ähnelt. Die überwiegende Zahl der Gründer war männlich (91,4%), nur eine kleine Minderheit waren aktive Gründerinnen. (8,6%). Männliche Gründer waren auch unter Berücksichtigung des geschlechterspezifischen Verhältnisses der gesamten Studierendenschaft deutlich überproportional vertreten. So waren zum Erhebungszeitpunkt der

Befragung im Sommersemester 2017 62,5 % aller Studierenden männlich und 37,5 % weiblich.

Hinsichtlich des angestrebten Studienabschlusses überwiegen die Bachelorabschlüsse (Abbildung 8). Der Grund für dieses Ergebnis liegt hier in der anzahlmäßig größeren Gruppe der Bachelorstudierenden im Vergleich zu den Masterstudierenden in der gesamten Studierendenschaft. Zum Erhebungszeitpunkt strebten 6.353 Studierende ihren Bachelor- und nur 1.155 Studierende den Masterabschluss an der H-BRS an.

In Bezug auf bisherige Berufserfahrung in Form einer Berufsausbildung waren keine nennenswerten Unterschiede zwischen den Gründern zu verzeichnen (Abbildung 8). Das Verhältnis zwischen Gründern mit bzw. ohne vorherige Berufsausbildung war nahezu ausgeglichen. Eine vorherige Berufsausbildung scheint somit kein bedeutender Faktor für Unternehmensgründungen durch die Studierenden der H-BRS zu sein.

Wie in Abbildung 8 zu erkennen ist, stammten die meisten bisherigen Gründer an der H-BRS aus den Fachbereichen Wirtschaftswissenschaften (40 %) und Informatik (37,1 %) gefolgt von Gründern aus dem Fachbereich Elektrotechnik, Maschinenbau und Technikjournalismus (22,9 %). In den Fachbereichen Angewandte Naturwissenschaften bzw. Soziale Politik und Soziale Sicherung konnten in der Umfrage keine Gründer nachgewiesen werden.

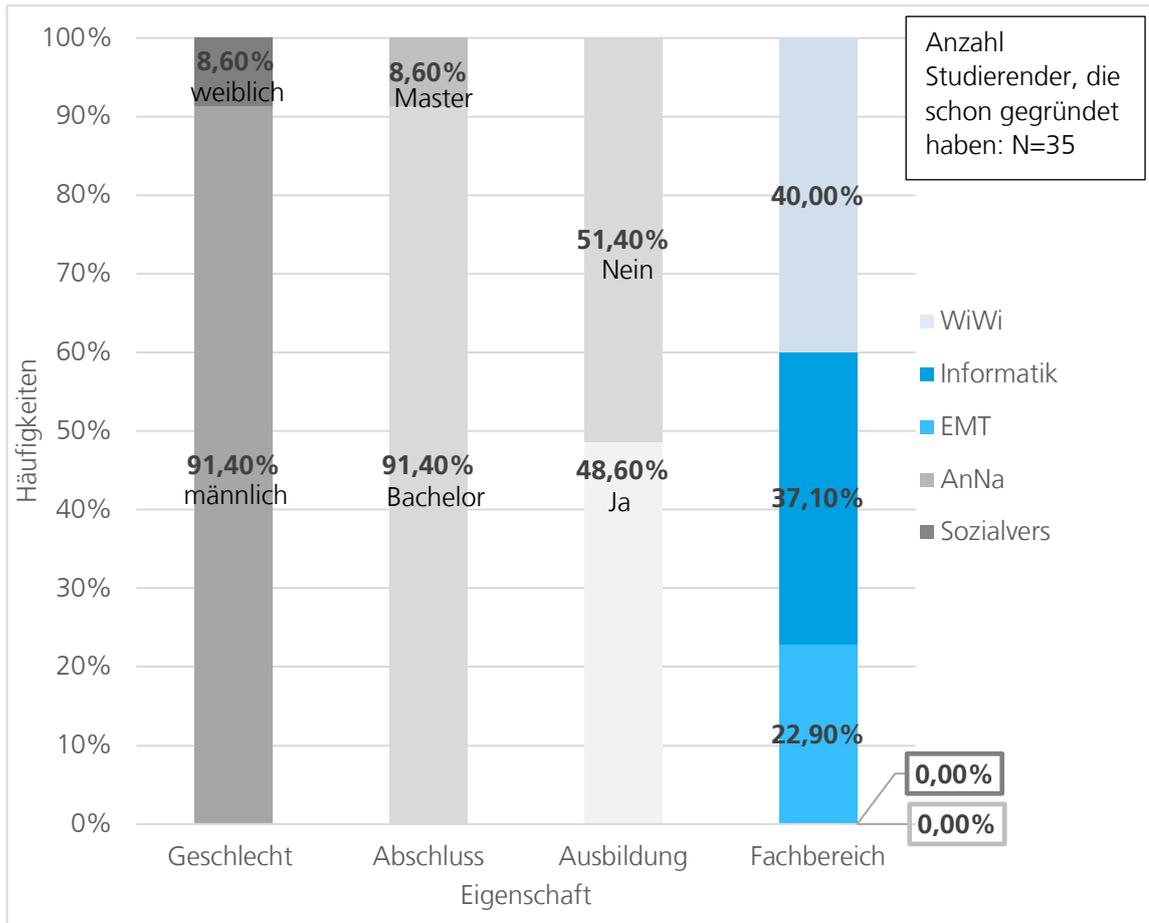


Abbildung 8: Eigenschaften der Gründer an der HBR5.

3.3. Interesse zur Unternehmensgründung bzw. -übernahme

Frage 2: Möchten Sie ein eigenes Unternehmen gründen oder ein bestehendes Unternehmen übernehmen? (Falls Sie bereits gegründet/übernommen haben, würden Sie ein weiteres Unternehmen gründen oder übernehmen?)

Die zweite Frage wurde in Unternehmensgründung und -übernahme aufgegliedert. Für beide Fälle sollten die Umfrageteilnehmer angeben, wie sehr die Aussage „Ich möchte ein eigenes Unternehmen gründen (..)“ bzw. „Ich möchte ein bestehendes Unternehmen übernehmen (...)“ auf sie zutrifft. Die Skala umfasste sechs Ausprägungen von „trifft überhaupt nicht zu“ bis „trifft voll zu“.

Unterscheidet man die Gesamtheit der Befragten nach ihrem Gründungsinteresse so zeigt Abbildung 9, dass ca. 45% der befragten Studierenden einer Unternehmensgründung grundsätzlich positiv gegenüberstanden (Antworten trifft voll zu/trifft eher zu). Die übrigen Studierenden standen einer Unternehmensgründung jeweils zu ungefähr einem Viertel neutral (trifft etwas zu/ trifft kaum zu) oder ablehnend (trifft eher nicht zu/trifft überhaupt nicht zu) gegenüber.

In Bezug auf die Übernahme eines Unternehmens stellt sich die Datenlage im Vergleich zu einer Gründung eines Unternehmens grundsätzlich anders dar (Abbildung 9). Interessanterweise stellte die Unternehmensübernahme nur für einen kleinen Teil (11,7 %) der befragten Studierenden eine attraktive Alternative dar.

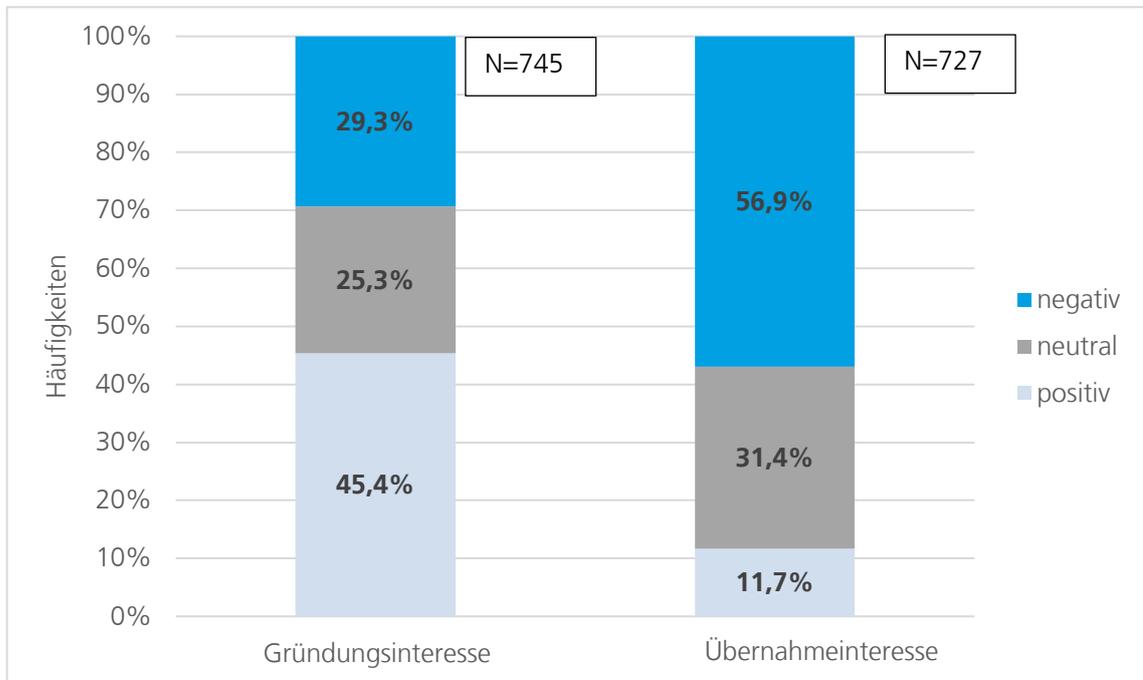


Abbildung 9: Interesse an Unternehmensgründung und -übernahme.

Inwiefern sich die Studierenden in ihrer Gründungsneigung hinsichtlich ihres Fachbereichs, dem Geschlecht oder des aktuell angestrebten Studienabschluss unterscheiden, wird im Folgenden ausgewertet. Die Ergebnisse sind den Abbildungen 10-15 zu entnehmen.

Abbildung 10 bildet die durchschnittliche Gründungsneigung der Studierenden nach Fachbereichen ab. Je höher der Wert ist, desto stärker ist das Gründungsinteresse. Insgesamt zeigte sich, dass Studierende der Fachbereiche Angewandte Naturwissenschaften sowie Sozialpolitik und Soziale Sicherung weniger Interesse an einer Gründung haben als Studierende der Fachbereiche Wirtschaftswissenschaften, Informatik und Elektrotechnik, Maschinenbau und Technikjournalismus.

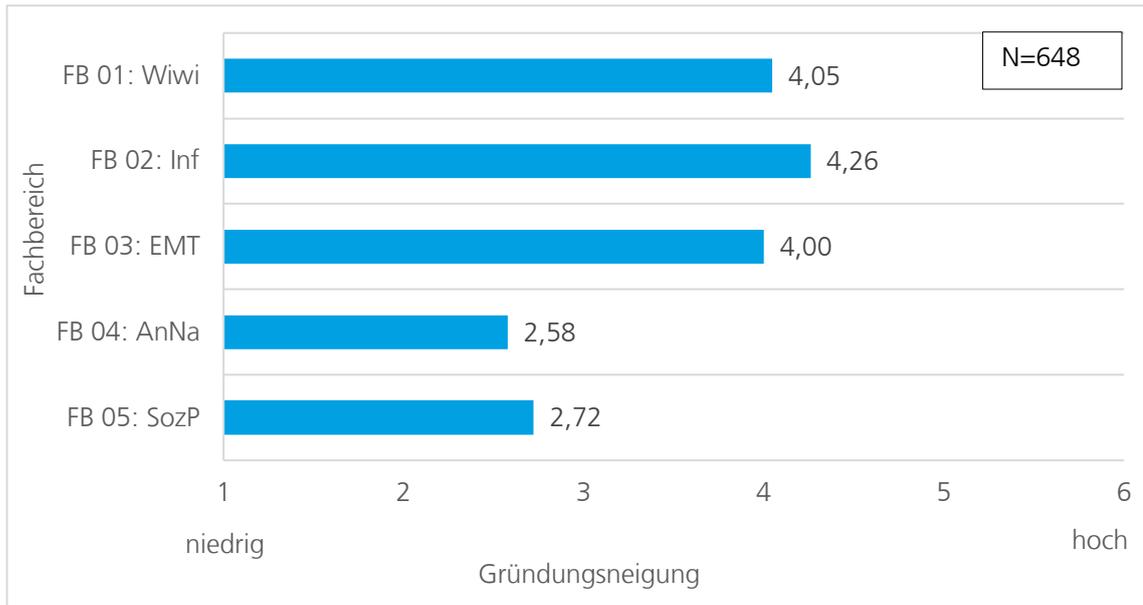


Abbildung 10: Gründungsneigung nach Fachbereich.
 1 = trifft überhaupt nicht zu, 2 = trifft eher nicht zu, 3 = trifft kaum zu, 4 = trifft etwas zu, 5 = trifft eher zu, 6 = trifft voll zu.

Betrachtet man diejenigen in den einzelnen Fachbereichen, die einer Unternehmensgründung positiv gegenüberstehen (trifft voll zu/trifft etwas zu), so zeigt Abbildung 11, dass ebenso wie bei den bereits aktiven Gründern (Abbildung 8) auch in den Fachbereichen EMT, Informatik und Wirtschaftswissenschaften das Gründungsinteresse eindeutig höher war als in den Fachbereichen Angewandte Naturwissenschaften und Soziale Politik und Soziale Sicherung. Das höchste Gründungsinteresse bestand demnach im Fachbereich Informatik, in dem die Möglichkeiten der Digitalisierung offensichtlich derzeit eine sehr gute Basis für Unternehmensgründungen bieten. Die geringste Gründungsneigung bestand derzeit bei den Studierenden des Fachbereichs Angewandte Naturwissenschaften.

Weiterhin zeigte sich, dass in den Fachbereichen Informatik (57%) sowie in den Fachbereichen Wirtschaftswissenschaften und Elektrotechnik, Maschinenbau und Technikjournalismus (je 49%) jeder zweite Studierende einer Gründung positiv gegenübersteht. In den weniger gründungsaffinen Fachbereichen Angewandte Naturwissenschaften und Soziale Politik und Soziale Sicherung ist es noch ca. jeder fünfte Studierende (18% bzw. 22%), der angab, Interesse an einer Gründung zu haben.

Grundsätzlich ist jedoch zu berücksichtigen, dass in einigen Fachbereichen mehr Studierende an der Umfrage teilgenommen haben als in anderen. Somit ist die Repräsentativität der Ergebnisse für diese Fachbereiche dementsprechend etwas höher.

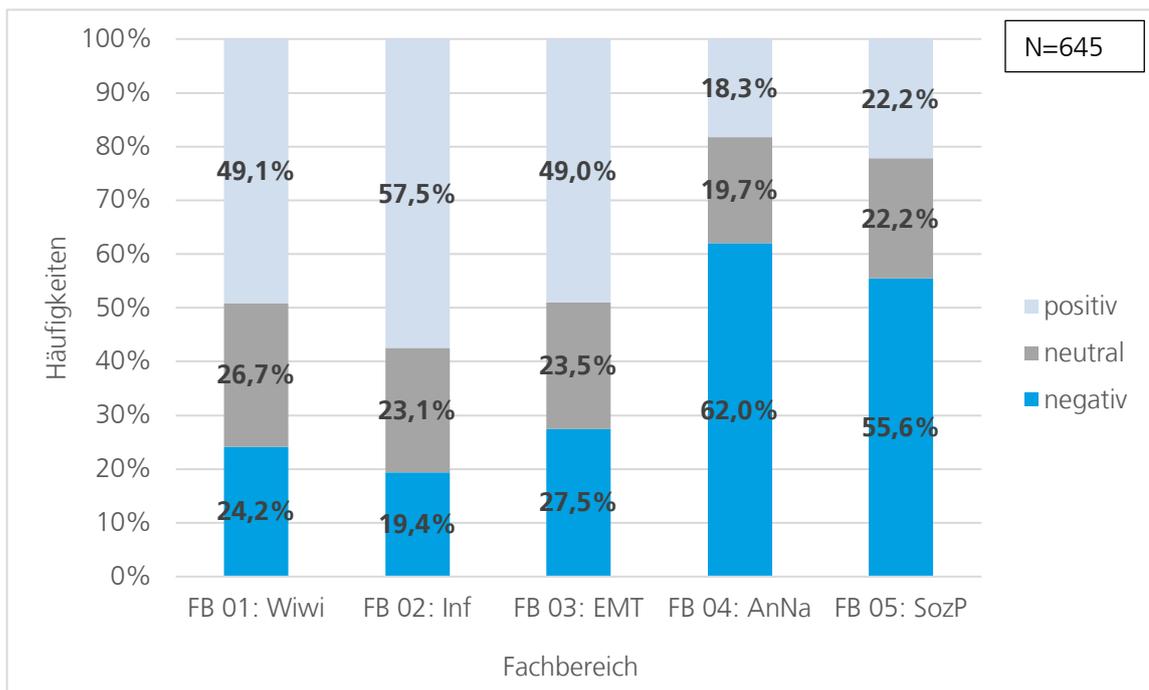


Abbildung 11: Interesse an einer Unternehmensgründung nach Fachbereichen.

In Bezug auf das Interesse an einer Unternehmensübernahme zeigt sich bei Betrachtung der positiven wie auch der negativen Bewertungen ein deutliches Bild (Abbildung 12). Grundsätzlich hatten Wirtschaftswissenschaftler wie auch die Studierenden des Fachbereichs EMT Interesse an einer Übernahme eines bestehenden Unternehmens, wenn auch insgesamt auf einem niedrigen Niveau. Die überwiegende Zahl der Studierenden der Angewandten Naturwissenschaften sowie des Sozialversicherungswesens konnten sich hingegen – vermutlich bedingt durch die jeweilige Branche – eine Übernahme eines bestehenden Unternehmens kaum bzw. gar nicht vorstellen.

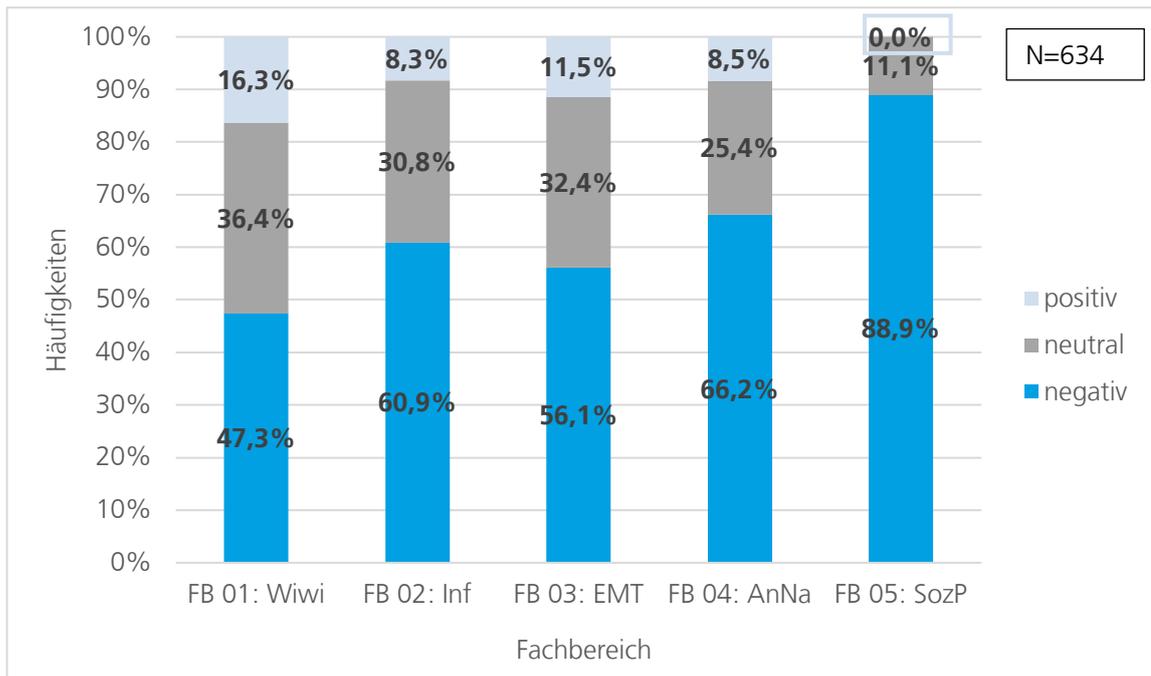


Abbildung 12: Interesse an einer Unternehmensübernahme nach Fachbereichen.

Um herauszufinden, ob es Unterschiede im Interesse an einer Unternehmensgründung bzw. -übernahme zwischen Männern und Frauen gibt, dienen die Ergebnisse der Abbildungen 13, 14 und 15.

Wie Abbildung 13 zeigt, war das Gründungsinteresse an der H-BRS in Hinblick auf die Geschlechter deutlich unterschiedlich ausgeprägt. Wie auch aus anderen Untersuchungen zum Gründungsinteresse bekannt, war die Gründungsneigung weiblicher Studierender an der H-BRS bedauerlicherweise unterdurchschnittlich ausgeprägt.

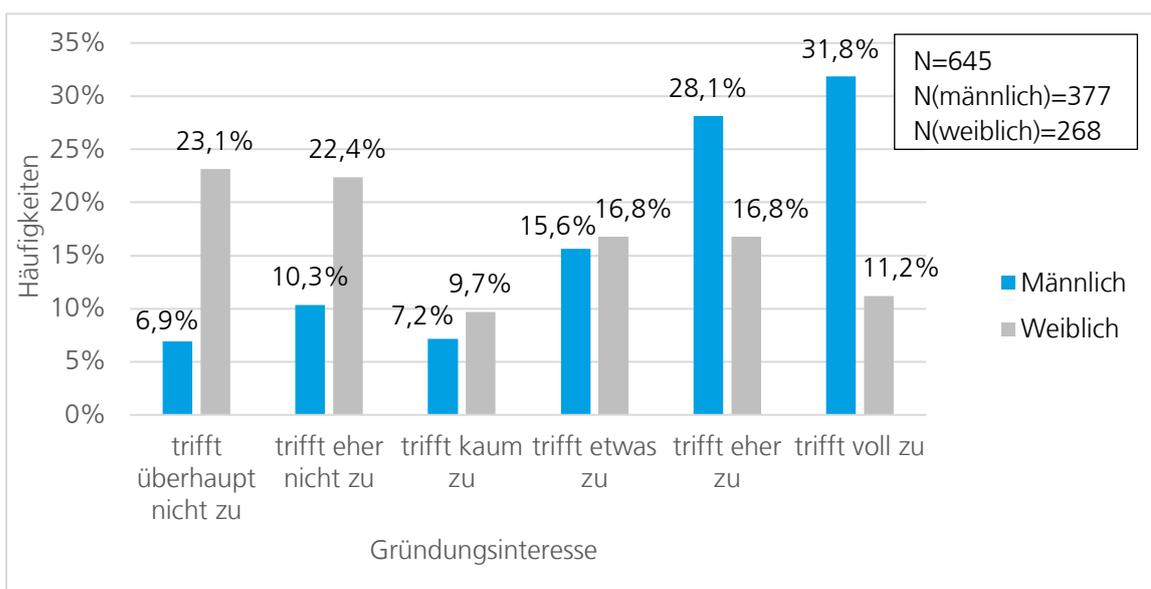


Abbildung 13: Interesse an einer Gründung nach Geschlecht.

Bei den Unternehmensübernahmen zeigte sich interessanterweise demgegenüber nur ein geringer geschlechtsspezifischer Unterschied, wie Abbildung 14 zu entnehmen ist.

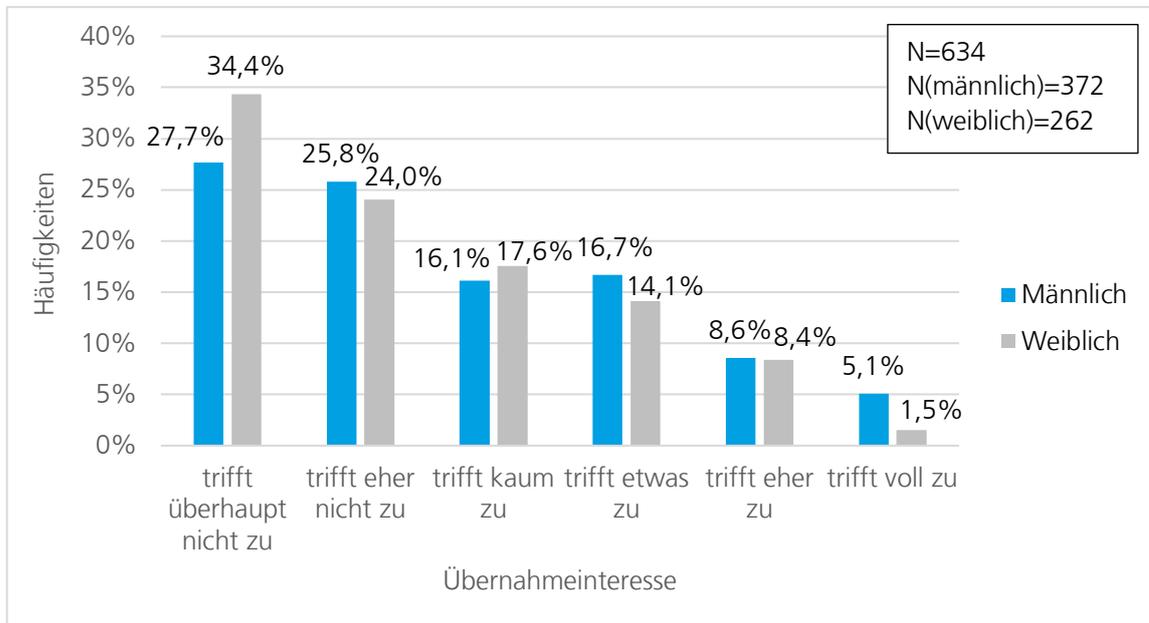


Abbildung 14: Interesse an einer Unternehmensübernahme nach Geschlecht.

Betrachtet man die geschlechtsspezifische Gründungsneigung in den verschiedenen Fachbereichen, so zeigten sich teils bedeutende Unterschiede (Abbildung 15). Während in den meisten Fachbereichen eine deutlich stärkere Gründungsneigung der männlichen Studierenden zu erkennen ist, konnte diese Tendenz im Fachbereich Informatik kaum festgestellt werden, da hier das Gründungsinteresse männlicher und weiblicher Studierender nahezu auf dem gleichen Niveau lag. Im Gegensatz dazu, kehrte sich das Geschlechterverhältnis im Fachbereich Soziale Politik und Soziale Sicherung zu Gunsten weiblicher Studierender um. Hier zeigten weibliche Studierende sogar ein größeres Interesse an einer Unternehmensgründung als ihre männlichen Kommilitonen. Allerdings ist zu beachten, dass nur zwei männliche Studierende dieses Fachbereichs an der Befragung teilgenommen haben.

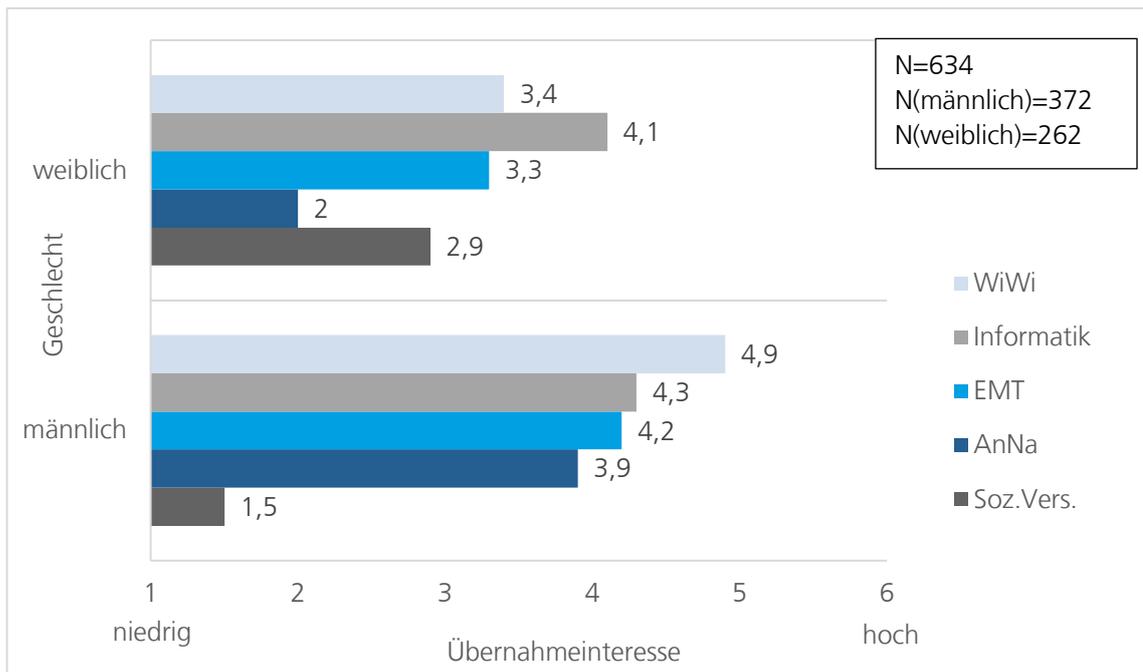


Abbildung 15: Interesse an einer Unternehmensübernahme nach Geschlecht und Fachbereich (Mittelwerte).

1 = trifft überhaupt nicht zu, 2 = trifft eher nicht zu, 3 = trifft kaum zu, 4 = trifft etwas zu, 5 = trifft eher zu, 6 = trifft voll zu.

3.4. Bevorzugter Gründungsort und Branche

Frage 3: An welchem Ort würden Sie ein eigenes Unternehmen gründen oder ein bestehendes Unternehmen übernehmen bzw. haben Sie ein bestehendes Unternehmen gegründet oder ein bestehendes Unternehmen übernommen?

Bei der dritten Frage handelt es sich um eine Filterfrage, die nur Personen angezeigt wurde, die entweder bereits ein Unternehmen gegründet oder übernommen haben sowie Personen, die angaben, Interesse an einer Unternehmensgründung oder -übernahme zu haben.

Die Auswertung bezüglich des bevorzugten Gründungsortes in Abbildung 16 zeigt, dass die Region Bonn-Rhein-Sieg grundsätzlich ein beliebter Standort war. Rund 45 % der Befragten würden hier gründen. Die meisten Befragten bevorzugten eine Unternehmensgründung bzw. -übernahme in Deutschland bzw. NRW. 30,1% der Umfrageteilnehmer würden auch im Ausland gründen. Dieser Anteil ist jedoch am geringsten.

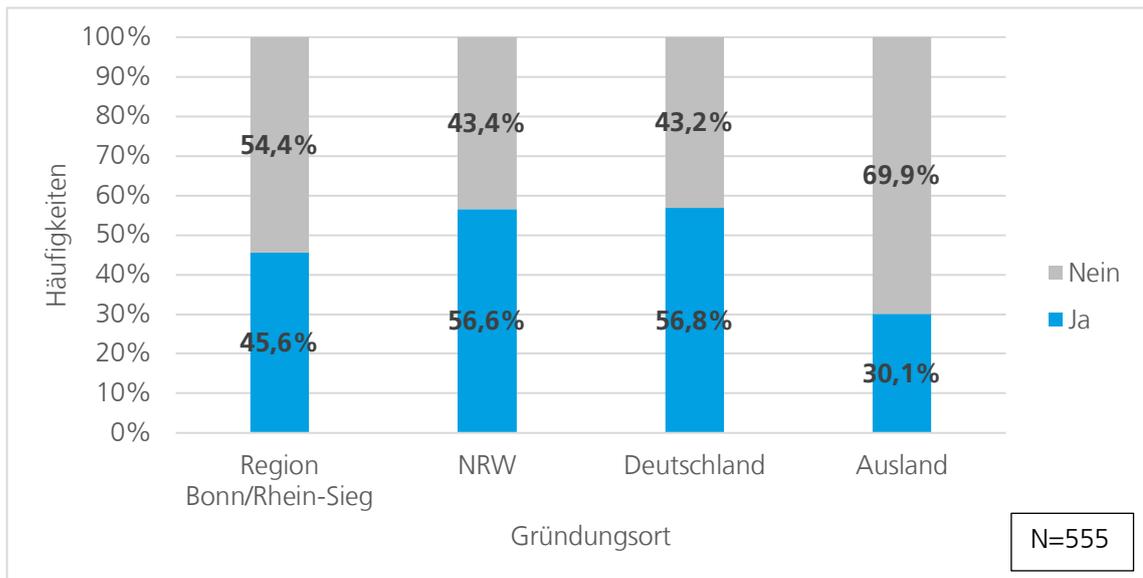


Abbildung 16: Bevorzugter Gründungsort. Mehrfachnennungen möglich.

Frage 4: In welcher Branche würden Sie ein Unternehmen gründen oder übernehmen bzw. haben Sie ein Unternehmen gegründet oder übernommen?

Die vierte Frage wurde ebenfalls nur Personen angezeigt, die angegeben haben, bereits gegründet oder ein Unternehmen übernommen zu haben, bzw. denjenigen, die Interesse an einer Gründung bzw. Übernahme haben.

Die IT-Branche war gemäß der Umfrageergebnisse (Abbildung 17) mit entschiedenem Abstand die bevorzugte Branche in Bezug auf eine mögliche Unternehmensgründung für die Studierenden. Womöglich wurden hier die positiven Auswirkungen der Digitalisierung in vielen Gesellschaftsbereichen sowie die relativ geringen Marktzugangsbeschränkungen der Branche deutlich. Auch im produzierenden sowie dem Konsumgütergewerbe sahen die Studierenden Potenzial für eine Gründung bzw. Übernahme. Branchen, wie der Finanzbereich, das Baugewerbe sowie das Investitionsgütergewerbe wurden – vermutlich wegen hoher Marktzutrittsbarrieren - weniger bevorzugt.

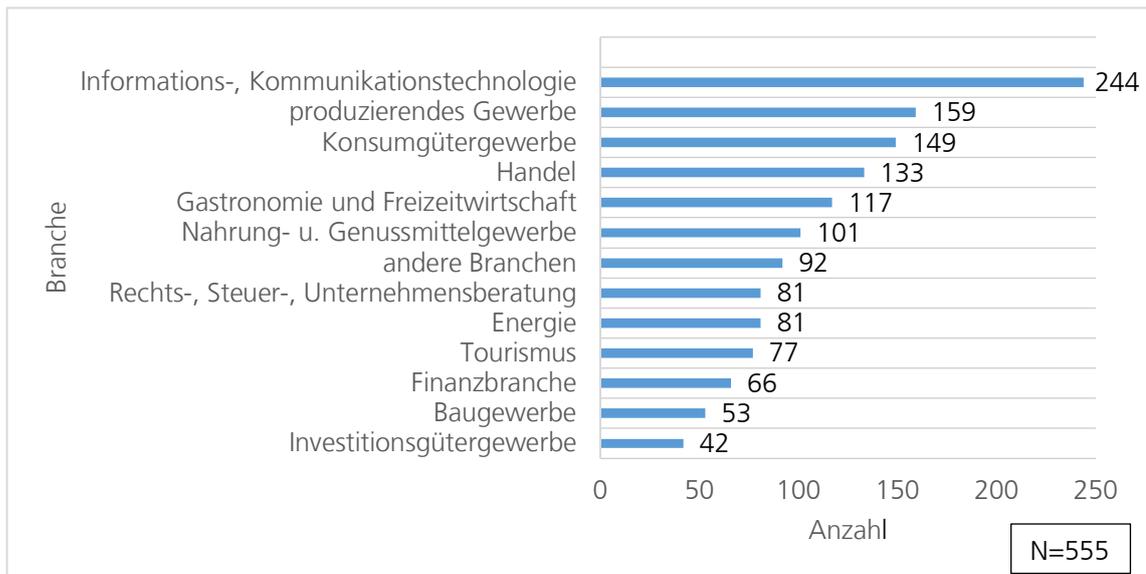


Abbildung 17: Bevorzugte Branche zur Gründung. Mehrfachnennungen möglich.

Unterteilt nach Fachbereichen zeigt sich in Abbildung 18 erwartungsgemäß eine starke Konzentration der Gründungen bei den Informatikern in der Informations- und Kommunikationstechnologiebranche sowie eine Fokussierung auf das produzierende Gewerbe im Fachbereich EMT wie auch im Fachbereich Angewandte Naturwissenschaften. Bei den Wirtschaftswissenschaftlern bevorzugten die meisten Befragten das Konsumgütergewerbe als potenzielle Branche für eine Unternehmensgründung bzw. -übernahme.

Branche		Fachbereich				
		FB 01: Wiwi	FB 02: Inf	FB 03: EMT	FB 04: AnNa	FB 05: SozP
Informations-, Kom- munikationstechno.	Anzahl	62 12,2%	104 55%	40 20,8%	3 6,7%	0 0%
Investitionsgüterge- werbe	Anzahl	21 4,1%	5 2,6%	9 4,7%	2 4,4%	0 0%
produzierendes Ge- werbe	Anzahl	60 11,8%	12 6,3%	58 30,2%	14 31,1%	0 0%
Konsumgüterge- werbe	Anzahl	87 17,1%	16 8,5%	28 14,6%	2 4,4%	2 20%
Finanzbranche	Anzahl	40 7,8%	10 5,3%	5 2,6%	1 2,2%	1 10%
Land u- Forstwirt- schaft	Anzahl	12 2,4%	2 1,1%	12 6,3%	5 11,1%	1 10%
Nahrung- u. Genuss- mittelgewerbe	Anzahl	54 10,6%	14 7,4%	11 5,7%	11 24,4%	0 0%
Rechts-, Steuer-, Un- ternehmensberatung	Anzahl	56 11%	9 4,8%	3 1,6%	1 2,2%	0 0%
Tourismus	Anzahl	47 9,2%	6 3,2%	10 5,2%	2 4,4%	4 40%
Gastronomie und Freizeitwirtschaft	Anzahl	71 13,9%	11 5,8%	16 8,3%	4 8,9%	2 20%
Summe		510	189	192	45	10

Abbildung 18: Interesse an einer Unternehmensübernahme nach Branche und Fachbereich. Mehrfachnennungen möglich.

3.5. Motivatoren und Hemmnisse für eine Gründung für Studierende

Frage 5: Was spricht für Sie persönlich für die Gründung bzw. Übernahme eines eigenen Unternehmens?

Die fünfte Frage wurde ebenfalls mit einem Filter versehen, sodass sie nur Umfrageteilnehmern angezeigt wurde, die bereits gegründet haben oder Interesse an einer Unternehmensgründung oder -übernahme gezeigt haben.

In Abbildung 19 sind mögliche Motivatoren aufgezeigt, die mit einer Gründung oder Unternehmensübernahme unter Umständen einhergehen können. Die wichtigsten Motivatoren für die Umfrageteilnehmer waren die Aspekte der Selbstverwirklichung sowie der Unabhängigkeit. Weniger bedeutend war hingegen die Motivation der Gründung durch die wirtschaftliche Lage, also beispielsweise durch eine drohende Arbeitslosigkeit. Außerdem sahen sich die Studierenden nicht unbedingt dadurch beeinflusst, dem aktuellen Start-Up Trend zu folgen.

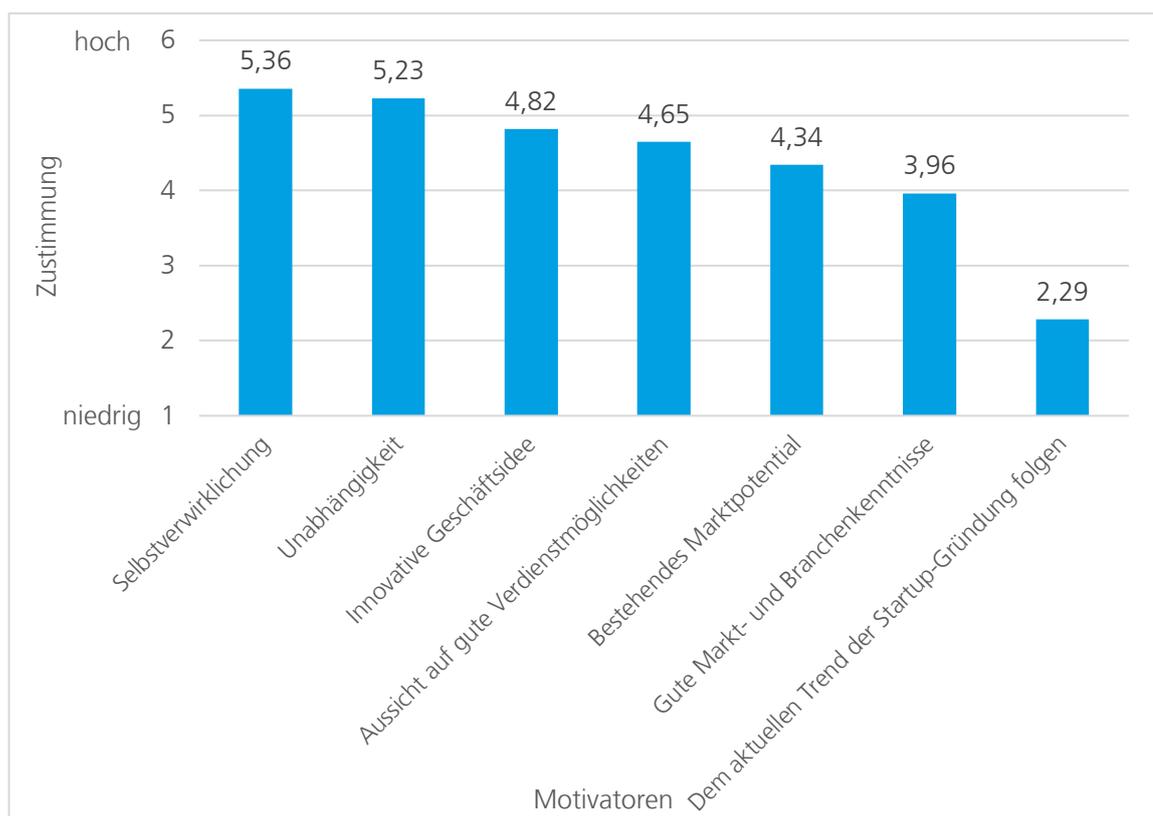


Abbildung 19: Motivatoren einer Unternehmensgründung/-übernahme (Mittelwerte).
1 = trifft überhaupt nicht zu, 2 = trifft eher nicht zu, 3 = trifft kaum zu, 4 = trifft etwas zu, 5 = trifft eher zu, 6 = trifft voll zu.

Abbildung 20 bildet die Bewertung der Motivatoren der befragten Studierenden nach Geschlecht ab. Es ist zu beobachten, dass sich männliche und weibliche Studierende kaum darin unterscheiden, inwiefern sie den genannten Faktor als Motivator einstufen. Während die durchschnittliche Bewertung des Motivators bei den männlichen Studierenden mehrheitlich höher ausfiel als die der Frauen, kehrte sich dieser Verhalt bei den in der Abbildung letztgenannten Motivatoren um. So bewerteten weibliche Studierende eine drohende Arbeitslosigkeit oder den Willen, dem aktuellen Start-up Trend zu folgen, durchschnittlich höher als ihre männlichen Kommilitonen.

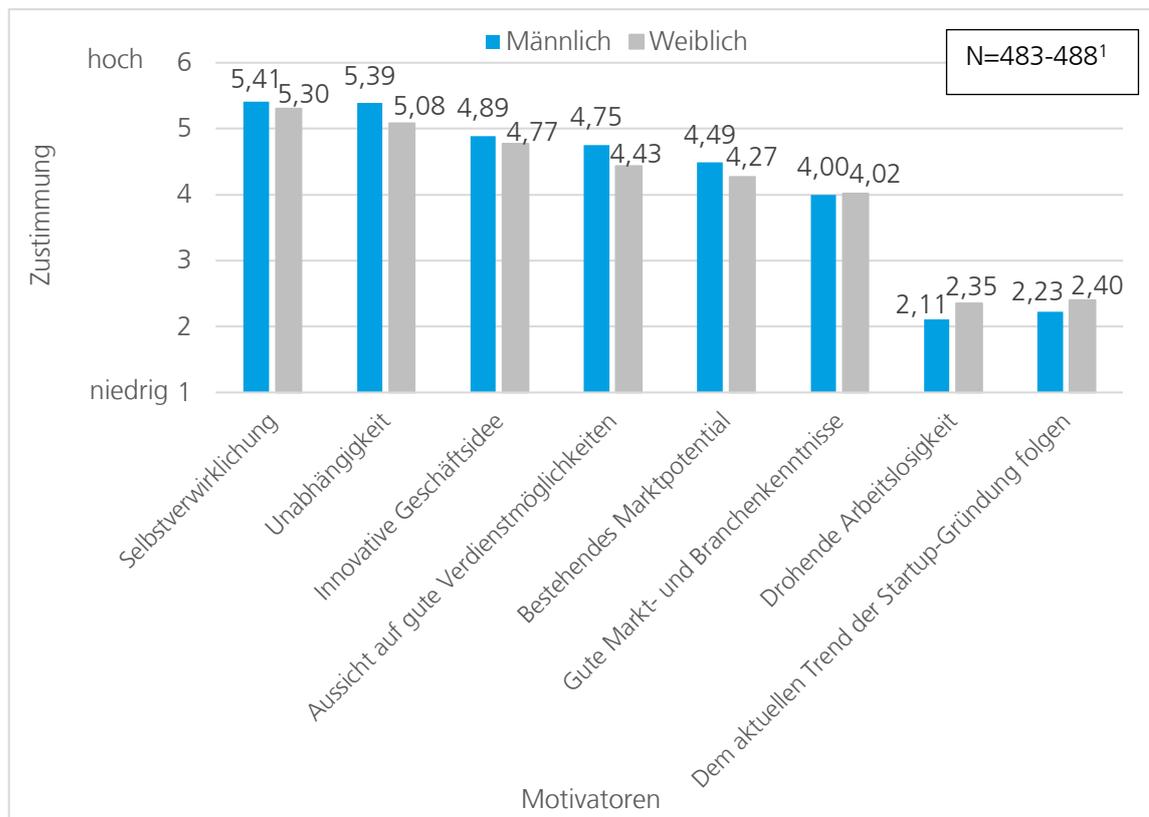


Abbildung 20: Motivatoren einer Unternehmensgründung/-übernahme (Mittelwerte) nach Geschlecht.

1 = trifft überhaupt nicht zu, 2 = trifft eher nicht zu, 3 = trifft kaum zu, 4 = trifft etwas zu, 5 = trifft eher zu, 6 = trifft voll zu. ¹

¹ Der Stichprobenumfang ist kleiner als bei Abbildung 19 (N=525), da nur die Datensätze derjenigen Studierenden herangezogen wurden, die ihr Geschlecht angegeben haben. Die variierenden Stichprobenumfänge je Motivator resultieren aus dem Fragebogendesign. Da jeder Motivator einzeln bewertet werden musste, ist es möglich, dass einzelne Studierende nicht alle Motivatoren bewertet haben.

Frage 6: Was spricht für Sie persönlich dagegen, ein eigenes Unternehmen zu gründen oder zu übernehmen?

Im Vergleich zu den vorherigen Fragen wurde die sechste Frage wieder allen Umfrageteilnehmern angezeigt. Diejenigen, die wenig Interesse an einer Gründung oder Übernahme haben und dies bisher auch noch nicht getan haben, wurden von der zweiten Frage zu dieser Frage weitergeleitet.

Die Nachteile einer Gründung wurden im Durchschnitt alle eher gemäßigt beurteilt (Abbildung 21). Finanzielle Aspekte, wie z.B. fehlendes Startkapital oder ein hohes finanzielles Risiko, wurden von den Studierenden als die größten Hemmnisse für eine Gründung oder Übernahme wahrgenommen. Darüber hinaus war auch die fehlende berufliche Erfahrung ein Hinderungsgrund für Studierende, ein Unternehmen zu gründen oder zu übernehmen.

Die Verantwortungsübernahme oder der hohe Zeitaufwand einer Gründung haben die Befragten dagegen weniger abgeschreckt. Ebenso wurden gute Berufseinstiegchancen für Absolventen nicht überdurchschnittlich häufig als Grund, sich gegen eine Unternehmensgründung zu entscheiden, genannt.

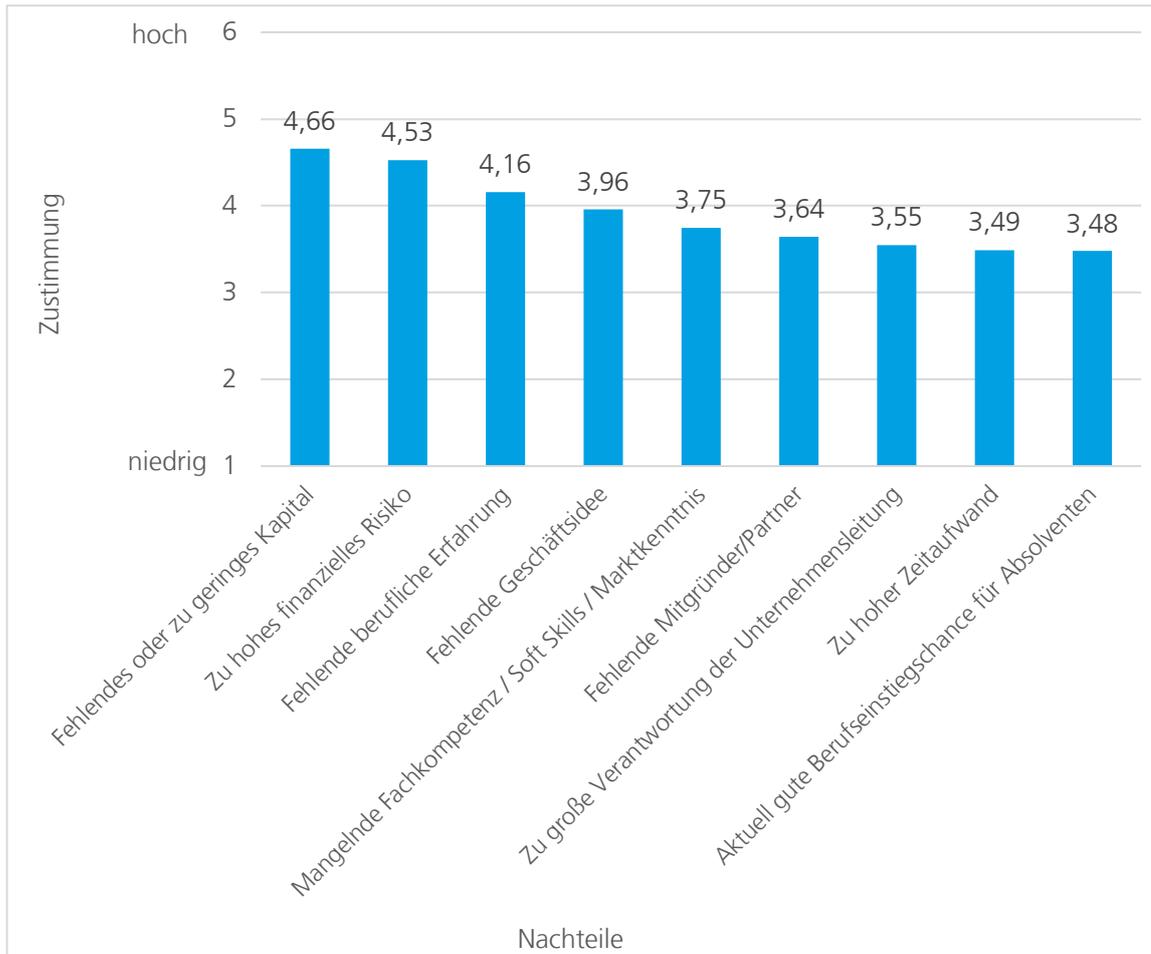


Abbildung 21: Hemmnisse einer Unternehmensgründung/-übernahme.

1 = trifft überhaupt nicht zu, 2 = trifft eher nicht zu, 3 = trifft kaum zu, 4 = trifft etwas zu, 5 = trifft eher zu, 6 = trifft voll zu.

Eine Analyse der Mittelwerte für die verschiedenen Hinderungsgründe gesondert nach Fachbereichen (Tabelle 1) ermöglicht interessante Einblicke und erklärt teilweise die unterschiedlichen Gründungsneigungen in den Fachbereichen.

Die Studierenden des Fachbereichs Angewandte Naturwissenschaften wiesen im Vergleich zu Studierenden anderer Fachbereiche bei den meisten der genannten Hinderungsgründe eine deutlich überdurchschnittliche Risikoaversion auf und scheuen deshalb möglicherweise die Unternehmensgründung bzw. -übernahme. Dagegen gaben überdurchschnittlich viele Studierende der teilweise berufsbegleitenden Studiengänge des Fachbereichs Soziale Politik und soziale Sicherung an, über gute Berufsaussichten zu verfügen. Studierende dieses Fachbereichs werden überwiegend in festen Anstellungsverhältnissen beschäftigt. Daher ist die Gründungsneigung dieser Studierenden nachvollziehbarerweise eher gering.

Hinsichtlich der Geschäftsidee zeigte sich, dass Studierende des Fachbereichs Angewandte Naturwissenschaften überdurchschnittlich häufig Sorge haben, keine innovative Geschäftsidee vorweisen zu können. Dies war für die Studierenden des Fachbereichs EMT ein weniger bedeutsamer Hinderungsgrund.

Tabelle 1: Vergleich der Mittelwerte der Hinderungsgründe für eine Unternehmensgründung bzw. -übernahme nach Fachbereich

<u>Nachteile</u>	<u>Fachbereich</u>					<u>Gesamt</u>
	FB 01: Wiwi	FB 02: Inf	FB 03: EMT	FB 04: AnNa	FB 05: SozP	
Fehlendes oder zu geringes Kapital	4,62	4,45	4,74	5,01	4,72	4,66
Zu hohes finanzielles Risiko	4,50	4,23	4,59	4,92	4,83	4,52
Fehlende berufl. Erfahrung	4,09	3,99	4,17	4,68	4,11	4,15
Fehlende Geschäftsidee	3,91	4,00	3,67	4,49	3,89	3,94
Mangelnde Fachkompetenz/Soft Skills/Marktkennntnis	3,60	3,61	3,75	4,44	4,17	3,74
Fehlende Mitgründer/Partner	3,65	3,60	3,53	4,01	3,67	3,65
Zu große Verantwortung der Unternehmensleitung	3,45	3,35	3,55	4,17	3,61	3,53
Zu hoher Zeitaufwand	3,34	3,56	3,52	3,80	3,39	3,48
Aktuell gute Berufseinstiegschancen für Absolventen	3,16	3,58	3,59	3,55	4,78	3,44

Abbildung 22 zeigt die Bewertung der Hemmnisse für eine Gründung nach Geschlecht. Im Vergleich zu den Motivatoren (Abbildung 20) zeichneten sich bei den Hinderungsgründen deutlichere Unterschiede zwischen weiblichen und männlichen Studierenden ab. So zeigten sich weibliche Studierende über alle Hinderungsgründe (mit Ausnahme der Berufseinstiegschancen) hinweg risikoaverser als ihre männlichen Kommilitonen. Die höhere Risikoaversion weiblicher Studierender könnte ein Grund dafür sein, warum männliche Studierende deutlich häufiger gründen oder ein gesteigertes Interesse an einer Gründung zeigen.

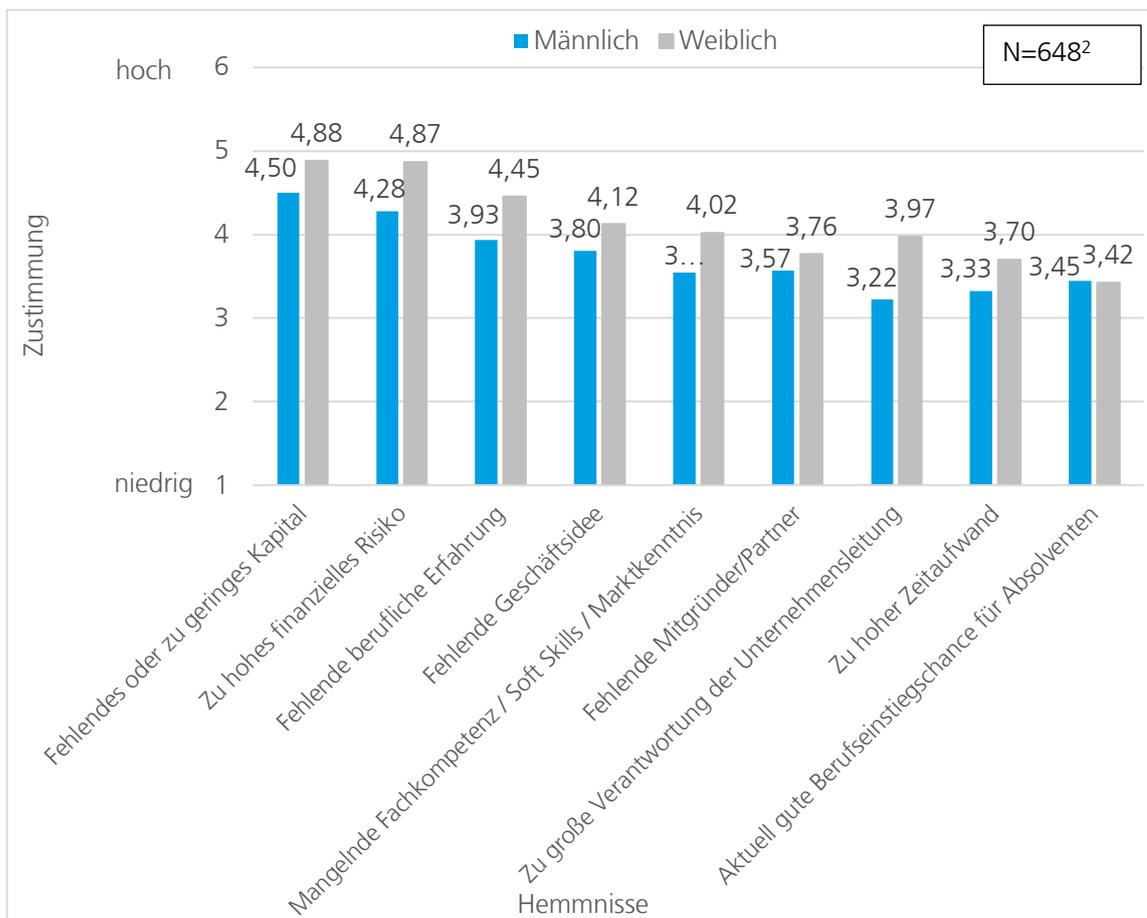


Abbildung 22: Hemmnisse einer Unternehmensgründung/-übernahme (Mittelwerte) nach Geschlecht.

1 = trifft überhaupt nicht zu, 2 = trifft eher nicht zu, 3 = trifft kaum zu, 4 = trifft etwas zu, 5 = trifft eher zu, 6 = trifft voll zu.²

² Der Stichprobenumfang ist kleiner als bei Abbildung 21 (N=701), da nur die Datensätze derjenigen Studierenden herangezogen wurden, die ihr Geschlecht angegeben haben.

3.6. Vorbereitung durch das Studium und mögliche Erweiterungsfelder

Frage 7: In welchem Maße sehen Sie sich durch Ihr Studium in den folgenden Bereichen vorbereitet?

Anhand dieser Frage sollte ein Überblick geschaffen werden, inwiefern das Studienangebot den Studierenden für eine Gründung nützt und ob thematisch alle relevanten Aspekte für eine Gründung abgedeckt werden.

Die Antworten fielen, wie Abbildung 23 zeigt, eher durchschnittlich aus. Lediglich der Bereich Soft Skills, der mit eher guter Vorbereitung beurteilt wurde, stach geringfügig hervor. Das heißt, im Allgemeinen wurde das Studienangebot zwar als ausreichend zur Vorbereitung auf eine Gründung betrachtet, hier bieten sich aber weitere Ansatzpunkte zur Verbesserung des Lehr- und Beratungsangebotes an der H-BRS. Bei dieser Frage sind jedoch besonders die Unterschiede in den einzelnen Fachbereichen interessant, die in Abbildung 24 aufgezeigt werden.

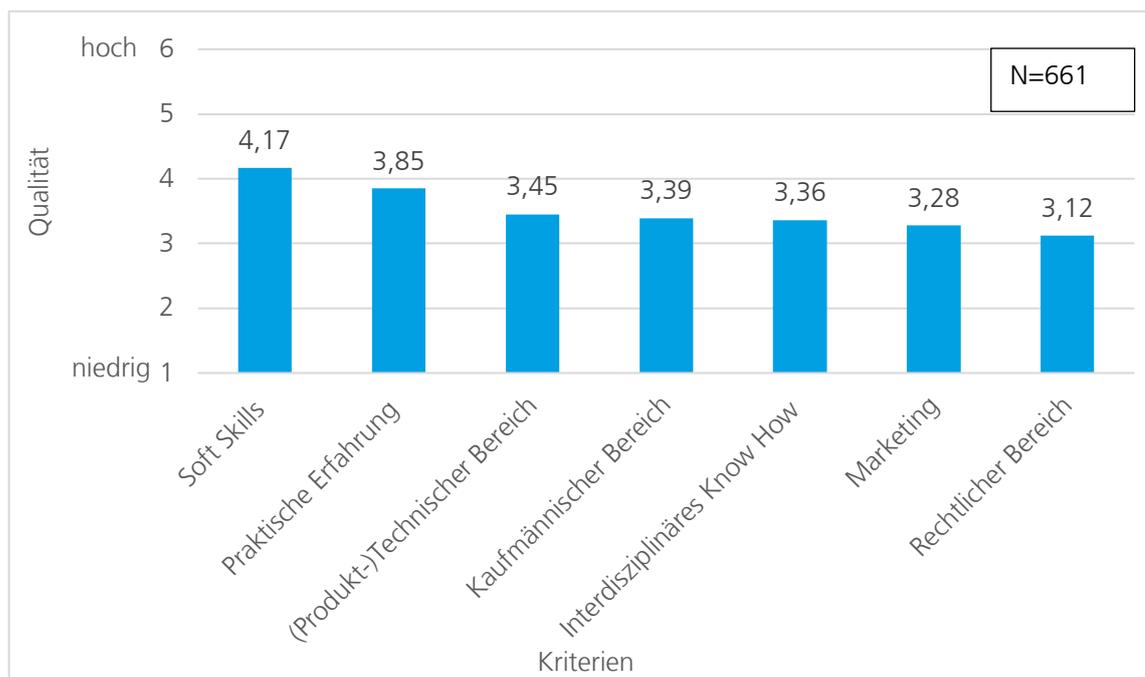


Abbildung 23: Qualität der Vorbereitung durch das Studium (Mittelwerte).

1 = überhaupt nicht vorbereitet, 2 = schlecht vorbereitet, 3 = wenig vorbereitet, 4 = etwas vorbereitet, 5 = gut vorbereitet, 6 = sehr gut vorbereitet.

Im kaufmännischen Bereich und dem Marketing fühlten sich lediglich die Wirtschaftswissenschaftler ausreichend vorbereitet. Im rechtlichen Bereich traf dies auf die Wirtschaftswissenschaftler und die Studierenden des Fachbereichs Soziale Politik und Soziale Sicherung zu. Im (Produkt-)Technischen Bereich zeigte sich ein umgekehrtes Bild. Hier fühlten sich die Studierenden der Fachbereiche EMT, Informatik

und Angewandte Naturwissenschaften gut vorbereitet. Diese Ergebnisse bieten Anlass in Zukunft Formate zum Matchmaking über die Fachbereichsgrenzen hinweg anzubieten, um Teamgründung mit komplementären Kompetenzen zu fördern.

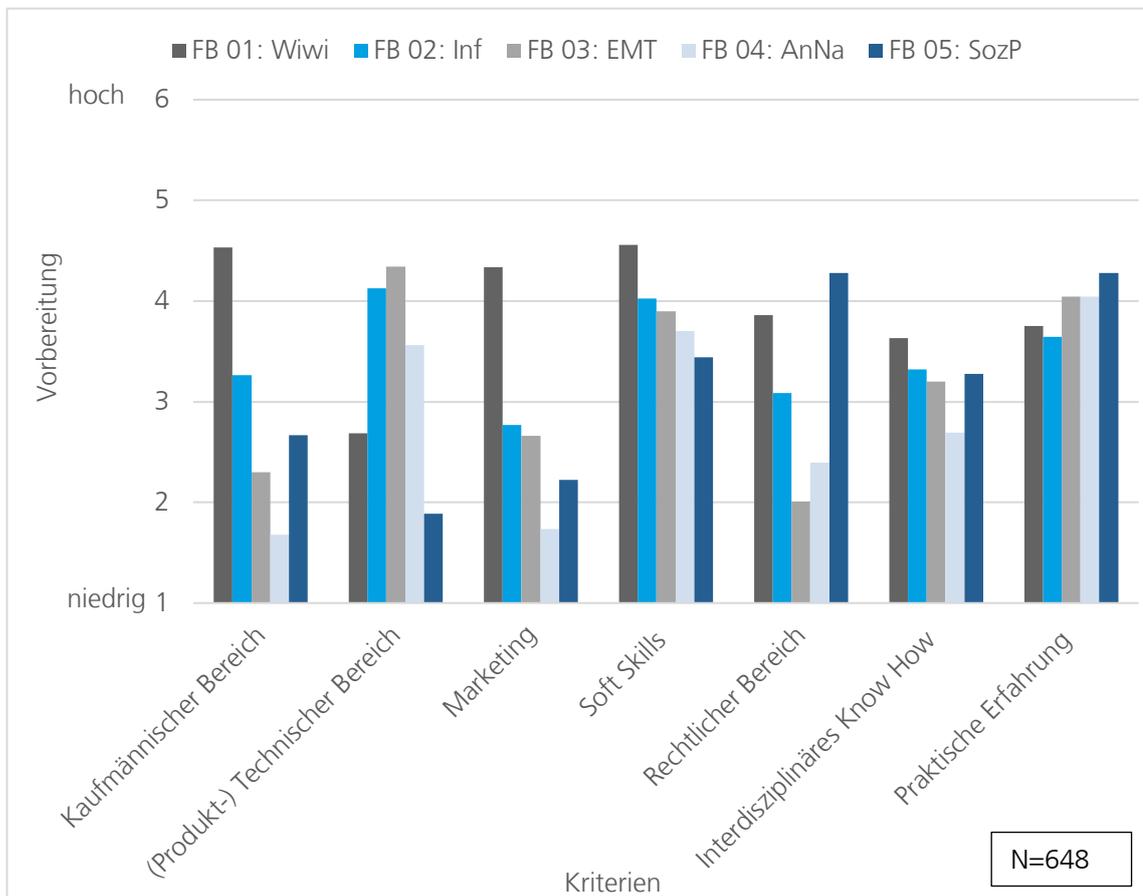


Abbildung 24: Vorbereitung durch das Studium nach Fachbereichen (Mittelwerte).
 1 = überhaupt nicht vorbereitet, 2 = schlecht vorbereitet, 3 = wenig vorbereitet, 4 = etwas vorbereitet, 5 = gut vorbereitet, 6 = sehr gut vorbereitet.

Es muss erneut berücksichtigt werden, dass nicht alle Fachbereiche eine gleichmäßige Beteiligung an der Umfrage aufwiesen. So stammten beispielsweise lediglich 18 Antworten aus dem Fachbereich Soziale Politik und Soziale Sicherung, jedoch 274 aus dem Fachbereich Wirtschaftswissenschaften. Eine vollständige Vergleichbarkeit der Ergebnisse ist damit nicht gewährleistet, dennoch sind die in der Grafik abgebildeten Ergebnisse durchaus richtungsweisend.

Frage 8: Würden Sie folgende zusätzliche Lehrangebote im Bereich Unternehmensgründung interessieren?

Ziel dieser Frage war die Identifikation von Bereichen, die von besonderem Interesse für die Studierenden sein könnten. Die Antworten fielen überwiegend überdurchschnittlich aus, es stach jedoch zunächst kein Bereich heraus, der besonders gefördert werden sollte, wie Abbildung 25 zeigt.

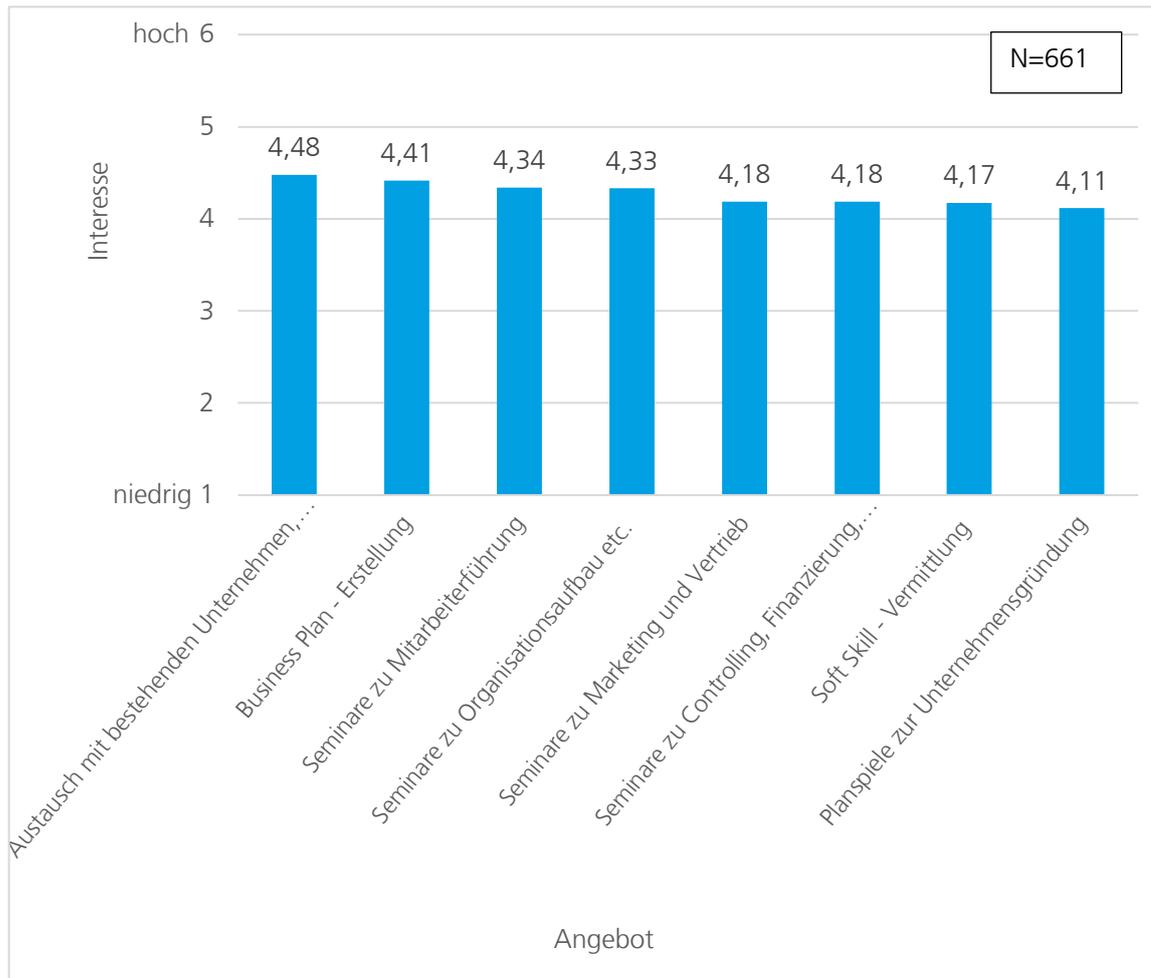


Abbildung 25: Interesse an zusätzlichem Lehrangebot.

1 = trifft überhaupt nicht zu, 2 = trifft eher nicht zu, 3 = trifft kaum zu, 4 = trifft etwas zu, 5 = trifft eher zu, 6 = trifft voll zu.

Bei näherer Betrachtung der Fachbereiche (Abbildung 26) wird deutlich, dass die Fachbereiche EMT, Informatik und Wirtschaftswissenschaften ein überdurchschnittliches Interesse an allen aufgeführten Angeboten hatten. Entsprechend der generellen Gründungsneigung zeigten besonders die Studierenden des Fachbereichs Angewandte Naturwissenschaften in allen Bereichen geringeres Interesse.

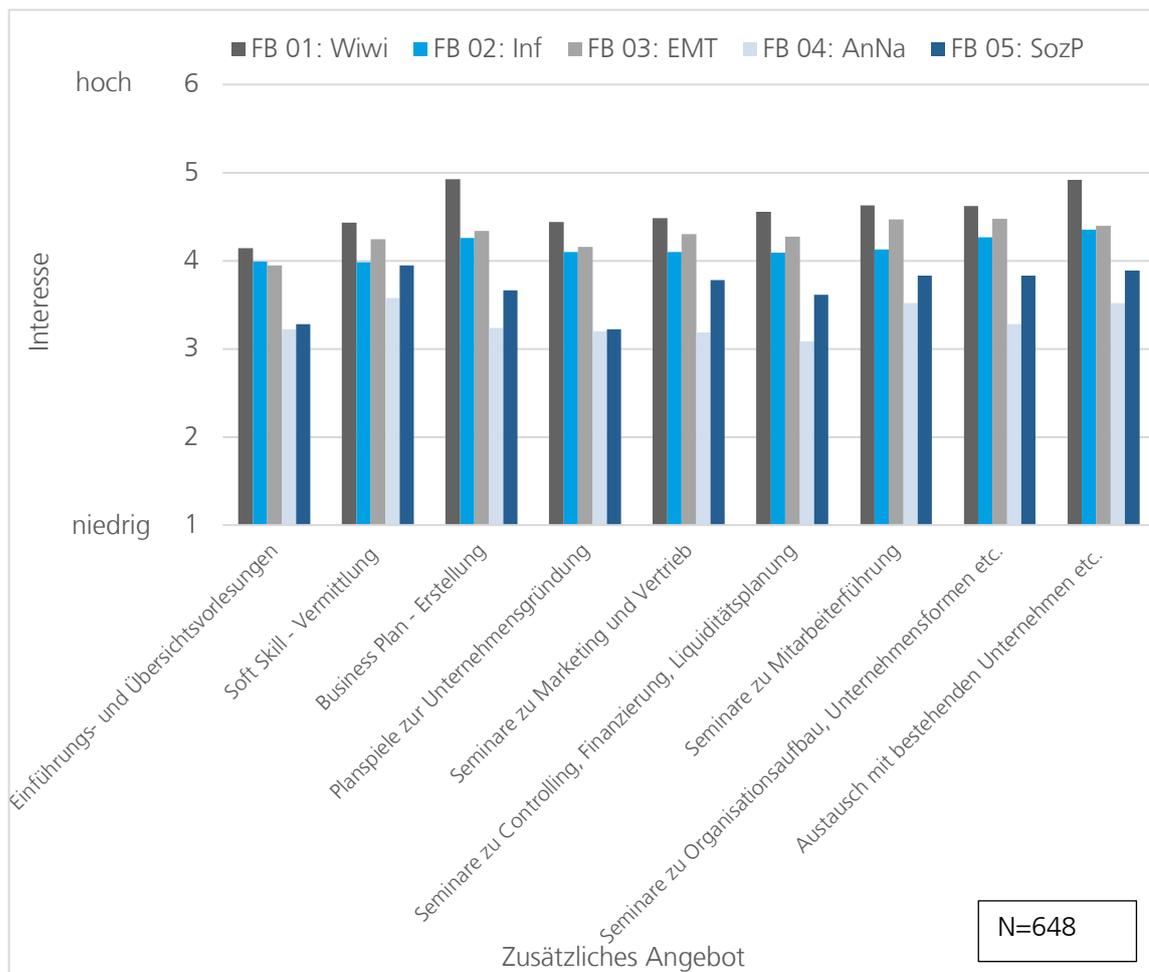


Abbildung 26: Interesse an zusätzlichem Lehrangebot nach Fachbereich (Mittelwerte).
 1 = trifft überhaupt nicht zu, 2 = trifft eher nicht zu, 3 = trifft kaum zu, 4 = trifft etwas zu, 5 = trifft eher zu, 6 = trifft voll zu.

3.7. Aktivitäten, Angebote und Bekanntheit des CENTIM

Frage 9: Kennen Sie das CENTIM (Centrum für Entrepreneurship, Innovation und Mittelstand), ein Institut der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg?

Mehr als die Hälfte der Umfrageteilnehmer gaben an, das CENTIM zu kennen (Abbildung 27). Als Institut der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg mit Schwerpunkten u.a. in den Bereichen Entrepreneurship und Innovation ist das CENTIM eine wichtige erste Anlaufstelle für Studierende, die den Gedanken verfolgen ein Unternehmen zu gründen. Es ist somit von Bedeutung, dass das CENTIM weiter an Bekanntheit innerhalb der Hochschule, insbesondere fachbereichsübergreifend, gewinnt.

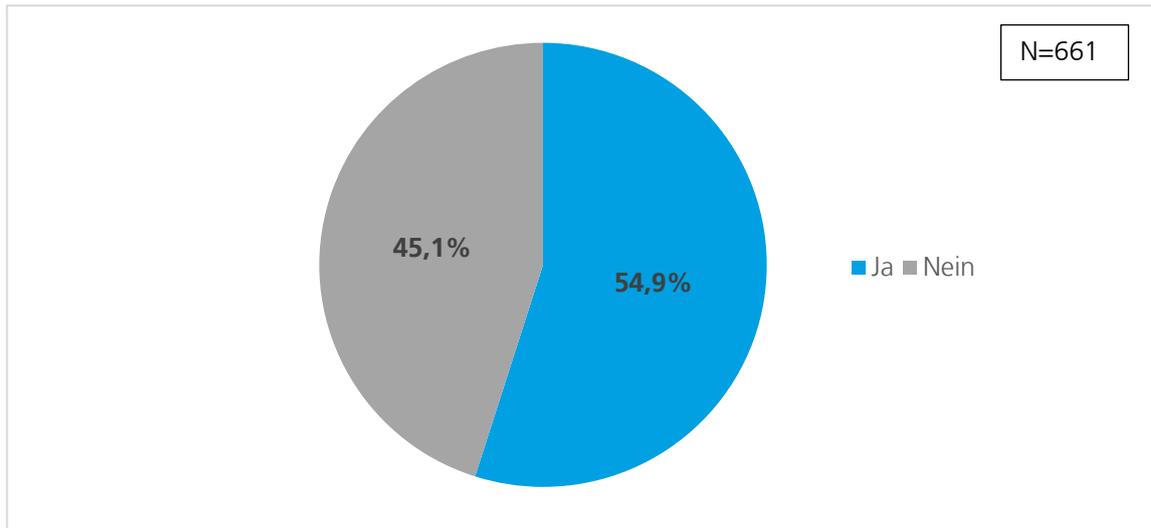


Abbildung 27: Bekanntheit des CENTIM.

Frage 10: Wenn ja, wie haben Sie vom CENTIM erfahren?

Der effektivste Kommunikationskanal ist laut Umfrage der E-Mail-Verteiler, da die Studierenden hierüber Kenntnis über das CENTIM erhalten haben. Auch die Lehrveranstaltungen bzw. Professoren und Mitarbeitende der Hochschule, die den Studierenden Hinweise auf das CENTIM geben, sind eine wichtiger Multiplikator, wie Abbildung 28 zu entnehmen ist.

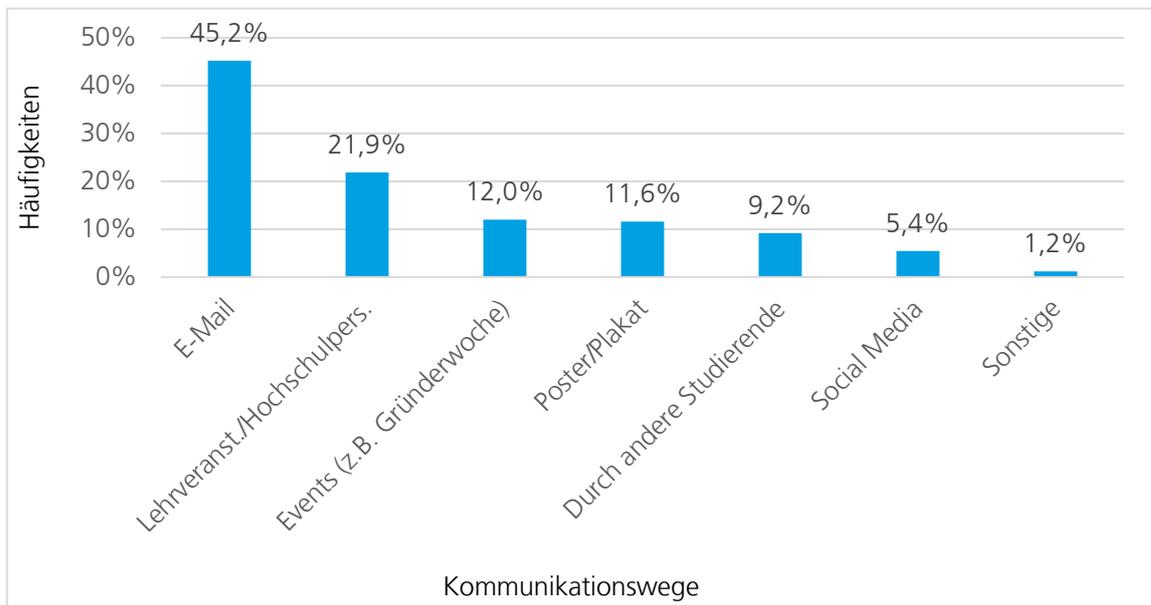


Abbildung 28: Kommunikationswege des CENTIM.
Mehrfachnennungen möglich.

Frage 11: Welche Angebote des CENTIM würden Sie interessieren?

Insgesamt zeigte sich, dass es keine potenziellen Angebote des CENTIM gibt, die besonders herausstechen und von allen Studierenden als äußerst interessant empfunden werden (Abbildung 29). Angebote, die im Durchschnitt jedoch mindestens mit „etwas Interesse“ beurteilt wurden, waren zum einen die Unterstützung bei der Gründung sowie die Organisation von Vorträgen von erfolgreichen Gründern oder Unternehmen. Interessant für die Umfrageteilnehmer war besonders das Angebot der Vermittlung von Investoren und Business Angels sowie Informationsbereitstellung zu Förderprogrammen. Das Thema Kapitalbeschaffung ist somit auch hier eines der Wichtigsten für die potenziellen Gründer. Das geringste Interesse der befragten Studierenden bestand für Angebote zu Businessplan-Wettbewerben sowie für spezielle Pitch-Trainings.

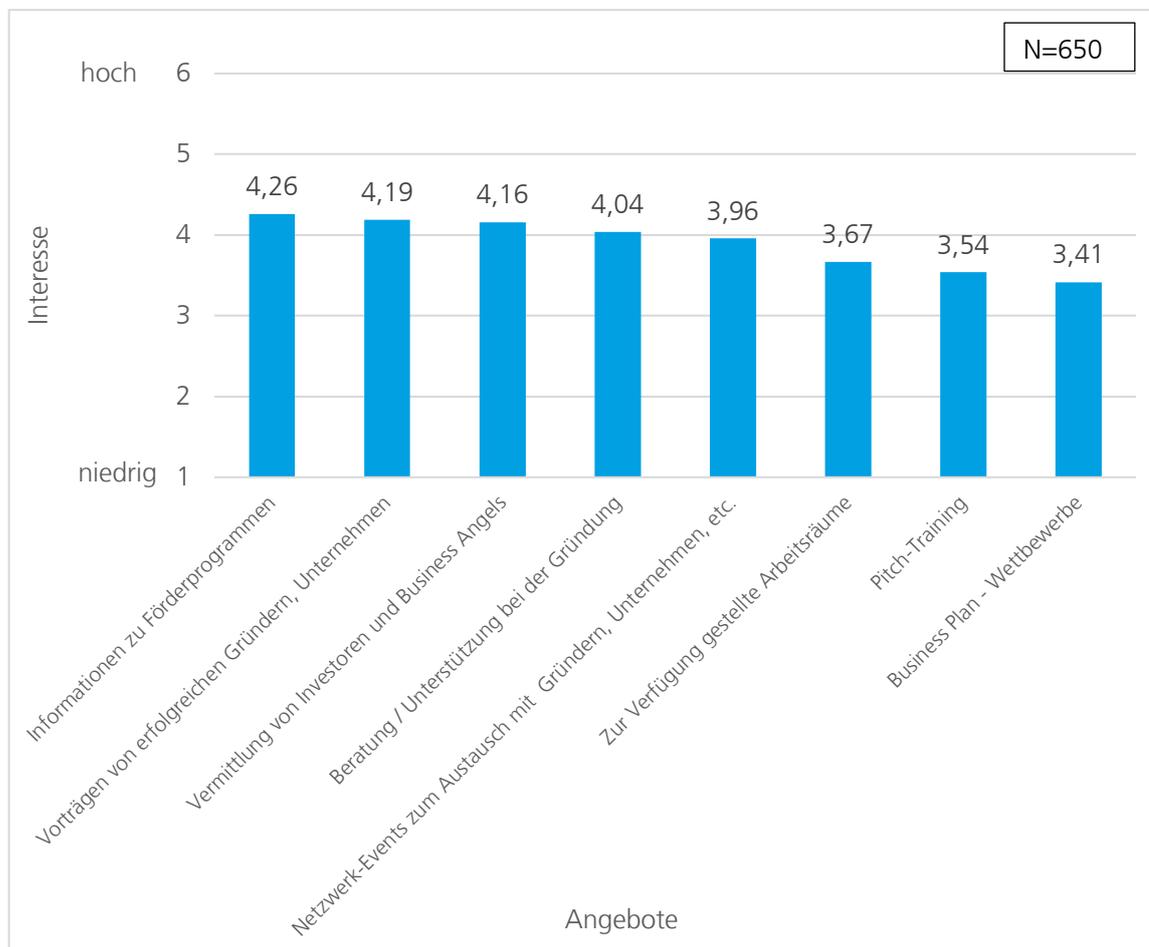


Abbildung 29: Interesse an zusätzlichen Angeboten des CENTIM.

1 = überhaupt kein Interesse, 2 = geringes Interesse, 3 = kaum Interesse, 4 = etwas Interesse, 5 = hohes Interesse, 6 = sehr hohes Interesse.

Auch bei der näheren Betrachtung der Fachbereiche in Abbildung 30 stechen keine Angebote besonders heraus. Es ist jedoch wieder sichtbar, dass vor allem die Fachbereiche EMT, Informatik und besonders Wirtschaftswissenschaften Interesse zeigten, wohingegen Studierende des Fachbereichs Angewandte Naturwissenschaften bei allen Aspekten das geringste Interesse bekundeten.

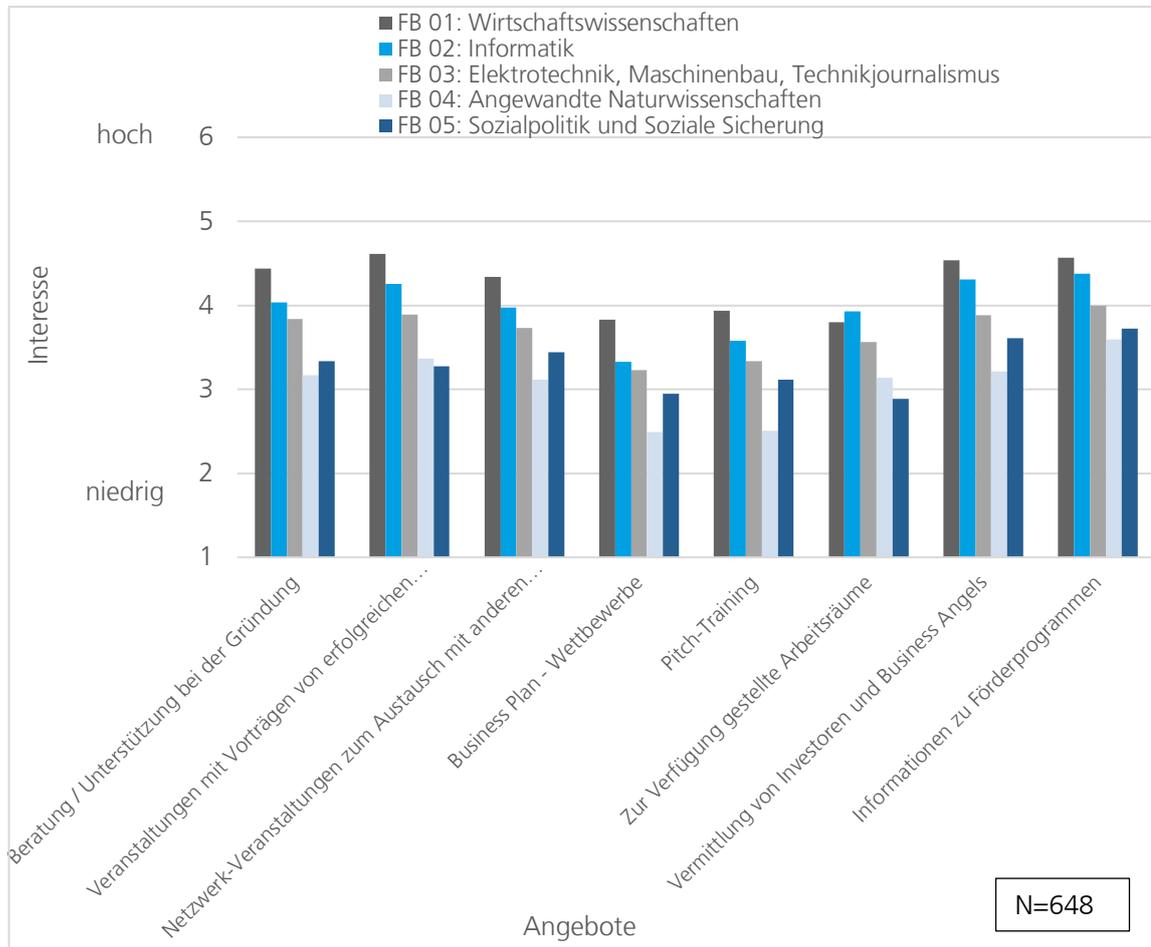


Abbildung 30: Interesse an CENTIM-Angeboten nach Fachbereichen.

1 = überhaupt kein Interesse, 2 = geringes Interesse, 3 = kaum Interesse, 4 = etwas Interesse, 5 = hohes Interesse, 6 = sehr hohes Interesse.

3.8. Weitere Anregungen/Anmerkungen/Wünsche zum Thema Gründung

Neben den bisher abgebildeten Fragen hatten die Studierenden außerdem die Möglichkeit, in einem Freitextfeld weitere Anmerkungen, Anregungen oder Wünsche zum Thema Gründung zu äußern. Diese werden nachfolgend in Tabelle 2 zusammengefasst:

Tabelle 2: Anmerkungen, Anregungen und Wünsche zum Thema Gründung

Anmerkungen der Studierenden

Lehrveranstaltungen:

- Mehr Lehrveranstaltungen zum Thema Gründung (bisher sind nur die von Herrn Zacharias bekannt).
- Training zum Thema Gründung, um einen Einblick bzw. Überblick zu ermöglichen und erste Erfahrung zu sammeln.
- Veranstaltungen zu den Themen Patentrecht, Steuern, Versicherungen.
- Lehrveranstaltungen im Bereich Venture & Start Up, in dem eine eigene Geschäftsidee (bspw. eine mobile App) komplett von der Ideenfindung bis zur Umsetzung durchgespielt wird.
- Das Thema Gründung besonders in den Fachbereichen ohne betriebswirtschaftlichen Hintergrund näherbringen und fördern. Auch hier herrscht Interesse.

Tools, Angebote:

- Community (offline und online) zum Austausch von Gründern und Gründungswilligen.
- Börse für Gründungswillige aus den verschiedenen Fachbereichen der Hochschule, um eine Vernetzung zu ermöglichen. Damit würde das Problem, einen Gründungspartner zu finden, verbessert werden.
- Einen allgemeinen „Fahrplan“ oder eine Checkliste, wie man das Thema Gründung angeht und was man braucht (das würde die Angst etwas Unüberlegtes oder Falsches zu tun, senken).
- Informationen darüber, ob und welche Unternehmen es gibt, die in Start-Ups investieren würden.

Probleme allgemein:

- Es fehlt die richtige Idee, mit der man sich traut durchzustarten.
- Es fehlt die Erfahrung im Unternehmensalltag und der Berufspraxis, um sich eine Gründung zuzutrauen.
- CENTIM ist vom Namen her teilweise bekannt, jedoch ist nicht allen Studierenden klar, welche Aufgaben und Angebote das CENTIM genau hat. Mehr Kommunikation und Sichtbarkeit sowie eine engere Zusammenarbeit mit den Studierenden wären wünschenswert.

4. Ergebnisanalyse und Fazit

Im letzten Kapitel sollen die wichtigsten Ergebnisse und Erkenntnisse der Umfrage zusammengefasst werden. Weiterhin wird ein Vergleich mit der Umfrage aus dem Jahr 2002 gezogen. Abschließend werden Handlungsempfehlungen abgeleitet.

4.1. Zusammenfassung der Erkenntnisse aus der Umfrage

- Etwa 5,5% der Studierenden haben bereits ein eigenes Unternehmen gegründet. Sie sind überwiegend männlich und studierten zum Befragungszeitpunkt im Bachelor in den Fachbereichen Wirtschaftswissenschaften, EMT oder Informatik.
- Den Wunsch zu gründen, hatten besonders männliche Studierende.
- Eine Unternehmensgründung war für die Studierenden interessanter als eine Unternehmensübernahme.
- Besonders in den Fachbereichen Wirtschaftswissenschaften, EMT und Informatik herrschte Interesse für eine Gründung.
- Die Studierenden der Fachbereiche Angewandte Naturwissenschaften und Soziale Politik und Soziale Sicherung haben bisher weder ein Unternehmen gegründet noch hatten sie deutlich den Wunsch dies zu tun.
- Die Region Bonn-Rhein-Sieg war als Gründungsstandort bereits recht beliebt, allerdings gab es viele Studierende, die auch woanders in NRW oder in anderen Regionen Deutschlands gründen würden. Im Ausland würde lediglich ein Drittel der Studierenden ihr Unternehmen gründen.
- Die IT-Branche war mit Abstand die am meisten favorisierte Branche, gefolgt vom produzierenden und dem Konsumgütergewerbe. Das Thema „Digitale Startups“ war somit auch bei den befragten Studierenden sehr relevant.
- Intrinsische Motive, wie beispielsweise Selbstverwirklichung und Unabhängigkeit, waren für die Studierende bei einer Gründung wichtigere Motivatoren als gute Verdienstmöglichkeiten. Drohende Arbeitslosigkeit spielte beim Gründungswunsch nur eine untergeordnete Rolle. Der Wunsch nach selbstbestimmtem Arbeiten war stark ausgeprägt.
- Als Hinderungsgründe für eine Gründung wurden vor allem das finanzielle Risiko und das fehlende Startkapital genannt. Mögliche Finanzierungsprobleme sind

somit wichtige Gründe von einer Unternehmensgründung oder -übernahme abzusehen.

- Im (Produkt)Technischen Bereich fehlten den Fachbereichen Wirtschaftswissenschaften und Soziale Politik und Soziale Sicherung das notwendige Know-How, im kaufmännischen Bereich und dem Marketing waren dafür die Fachbereiche Informatik, EMT und Angewandte Naturwissenschaften schlechter vorbereitet. Im rechtlichen Bereich fühlten sich lediglich die Studierenden aus dem Fachbereich Sozialversicherungen gut aufgestellt.
- Besonders die Fachbereiche EMT, Informatik und Wirtschaftswissenschaften interessierten sich für ein zusätzliches Lehrangebot, welches sich mit dem Thema Gründung befasst, sowie für die vorgeschlagenen Angebote des CENTIM. Besonders der Fachbereich Angewandte Naturwissenschaften, aus dem die meisten Studierenden angegeben haben, sich durch das Studium wenig auf eine Gründung vorbereitet zu fühlen, hat jedoch kaum Interesse an einem zusätzlichen Lehrangebot.
- Das CENTIM war bereits bei mehr als 50% der Studierenden bekannt. Ein wichtiger Multiplikator ist der E-Mail-Verteiler sowie die Professoren und Dozenten, die in der Vorlesung über die Aktivitäten des CENTIM berichteten. Dennoch ist das CENTIM nicht ausreichend bekannt, vor allem ist nicht allen Studierenden bewusst, welche Aufgaben das CENTIM genau hat bzw. welche Art der Unterstützung es für die Studierenden leisten kann.
- In den Anmerkungen wurden Vorschläge zu Vernetzungsmöglichkeiten gemacht und der Wunsch zu einer besseren Übersicht des Themas Gründung im Allgemeinen gefordert. Es besteht Interesse an weiteren Lehrveranstaltungen.

4.2. Vergleich zur Studie zum Gründungswillen von 2002

Abschließend soll ein kurzer Vergleich zur Studie aus dem Jahr 2002 gezogen werden. Bei der damaligen Studie wurden nicht nur Studierende der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg, sondern auch der Fachhochschule Münster, Fachhochschule Lübeck, Universität Regensburg, Universität Bonn und Fachhochschule Köln befragt. Detaillierte Ergebnisse können dem GwF-Abschlussbericht von Krämer, Neerfeld und Neunast entnommen werden, der im Jahr 2003 veröffentlicht wurde.

Unter den Teilnehmern waren im Jahr 2002 bei einer Anzahl von 436 befragten Studierenden 14,9%, die zum Zeitpunkt ihres Studiums bereits ein Unternehmen gegründet haben. In der jetzigen Umfrage haben bei N = 778 lediglich 5,4% der Studierenden der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg zum Zeitpunkt ihres Studiums bereits ein Unternehmen gegründet.

Zu hinterfragen ist, woher diese Diskrepanz stammen kann. Es ist möglich, dass Personen, die heutzutage bereits während ihrem Studium ein Unternehmen gründen, ihren beruflichen Werdegang nicht mit dem Studium fortsetzen.

Zur Frage, ob Interesse an einer Unternehmensgründung besteht, gab es in den beiden Umfragen die folgenden Antworten (Tabelle 3):

Tabelle 3: Vergleich des Interesses von Studierenden an einer Unternehmensgründung im Jahr 2002 zu 2017

Skala 2002	% 2002		Skala 2017	% 2017	
Keinesfalls	2,7 %	24,8%	Trifft überhaupt nicht zu	13,8%	29,2%
Wahrscheinlich nicht	22,1 %		Trifft eher nicht zu	15,4%	
Vielleicht	39,4%	39,4%	Trifft kaum zu Trifft etwas zu	8,7% 16,7%	25,4%
Wahrscheinlich	23,2%	35,9	Trifft eher zu	23,4%	45,4%
Ganz sicher	12,7%		Trifft voll zu	22,0%	
	N = 371			N = 745	

Werden die Ausprägungen der Skala zu den drei Kategorien „Kein Interesse“, „Unentschlossen bzw. Mittelfeld“ und „Interesse vorhanden“ zusammengefasst, so wird deutlich, dass in der Umfrage von 2017 zwar mehr Studierende kein Interesse an einer Gründung zeigten, jedoch auch mehr Studierende (plus 10 Prozentpunkte) ein Unternehmen gründen würden. Ein großer Unterschied liegt im mittleren Bereich der Skala von 14 Prozentpunkten. Fraglich ist jedoch, ob dieser Bereich eine ausreichende Vergleichbarkeit aufzeigt oder ob die Diskrepanz durch die unterschiedliche Skalierung begründet werden kann.

Der Vergleich der übrigen Fragen wird aufgrund der Verschiedenheit der Fachbereiche und dem unterschiedlichen Studienangebot als weniger sinnvoll erachtet, weshalb auf einen weiteren Vergleich verzichtet wurde.

4.3. Handlungsempfehlungen

Aus den Erkenntnissen der Umfrage können folgende Handlungsfelder abgeleitet werden:

- Die Zielgruppe im Bereich Gründung sind vor allem männliche Studierende, die daher auch angesprochen werden sollten. Doch ebenso die Zielgruppe der Frauen sollte durch gezielte Aktionen auf die Möglichkeit einer Unternehmensgründung aufmerksam zu machen und speziell zu fördern.
- In den Fachbereichen Angewandte Naturwissenschaften und Soziale Politik und Soziale Sicherung herrscht eine geringere Gründungsneigung als in den anderen Fachbereichen. Besonders im Fachbereich Angewandte Naturwissenschaften dürfte aber durch den Forschungsbereich ein entsprechendes Gründungspotenzial herrschen, das z.B. durch Lehrveranstaltungen gefördert werden könnte.
- Es mangelt an allgemeinen Übersichtsvorlesungen oder Seminaren, die einen Einstieg in das Thema Gründung erleichtern und fachbereichsübergreifend angeboten werden.
- Besonders das Thema der Finanzierung und ein Überblick über mögliche Förderprogramme sollte in Veranstaltungen oder im Lehrangebot eingebracht werden.
- Angebote, durch die ein Austausch von Gründungsinteressierten in der Hochschule ermöglicht und gefördert wird, sind wünschenswert. Studierende brauchen eine Möglichkeit, um Gründungspartner aus anderen Fachbereichen zu finden oder sich mit anderen in regelmäßigen Treffen auszutauschen.
- Das CENTIM sollte weiter an Bekanntheit gewinnen, um die Studierenden zum einen überhaupt auf die Möglichkeit des Gründens aufmerksam zu machen und zum anderen direkt einen Unterstützer bzw. eine Anlaufstelle aufzuweisen. Hierzu ist besonders die Kommunikation durch die Professoren und Dozenten geeignet. Möglich wäre z.B. auch eine Werbeaktion in Form eines Messestands, um Präsenz zu zeigen und einen direkten Ansprechpartner zu stellen.