

# Gründungsmonitor der Fachhochschule Potsdam Entrepreneurship School & Gründungsservice 2022

Keywords: Gründungsneigung, Gründungsmotivation, Selbstständigkeit, Gründungsidee,  
Gründungsförderung, Gründungstraining, Kreativwirtschaft

Autor\*innen:

Ulrike Köpke

Wissenschaftliche Mitarbeiterin

Zentrale Einrichtung Gründungsservice & Managementqualifikationen (ZEGM)

Fachhochschule Potsdam

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

Enrico Sass

Leitung FHP Entrepreneurship School & Gründungsservice

Zentrale Einrichtung Gründungsservice & Managementqualifikationen (ZEGM)

Fachhochschule Potsdam

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

## Einleitung

Die Zentrale wissenschaftliche Einrichtung Gründungsservice und Managementqualifikationen (ZEGM) bietet Studierenden, Alumni und Mitarbeiter\*innen der Fachhochschule Potsdam die Möglichkeit, ihre kreativen Potentiale zu entfalten, nachhaltige Gründungsideen zu entwickeln und wichtiges Managementwissen für spätere Führungsaufgaben zu erwerben. Im Rahmen des EXIST-Potentiale-Projektes besteht ein Ziel darin, relevante Daten zum Gründungsverhalten an der Fachhochschule Potsdam (FHP) zu erheben. Dazu wurde eine Umfrage entwickelt, die an alle Angehörigen der Fachhochschule Potsdam gesendet wurde. Die Teilnahme war vom 25.11.2021 bis 29.01.2022 möglich. Zusätzlich wurde die Umfrage in Seminaren der FHP Entrepreneurship School & Gründungsservice beworben. Insgesamt liegen Angaben zu 305 Personen vor, von denen 12 Personen nicht bereit waren, den Fragebogen zu beantworten. Diese wurden aus der Auswertung ausgeschlossen, sodass 293 verwendbare Daten auf Individualebene vorliegen. Die Rücklaufquote aller angeschriebenen Personen beträgt 7%. Die höchste Rücklaufquote wurde bei den wissenschaftlichen Mitarbeitenden mit 16% erzielt. Unter den Studierenden beträgt diese 5%. Bezüglich des Geschlechts ist bei männlichen und weiblichen Studierenden eine annähernd gleiche Rücklaufquote festzustellen (8% vs. 7%). Erfreulich ist, dass die Umfrage hinsichtlich des Merkmals Geschlecht bei den Studierenden als repräsentativ betrachtet werden kann. Alle anderen Merkmale gelten als nicht-repräsentativ.

Dieser Beitrag soll einen Überblick über die Gründungsneigung Angehöriger der FHP liefern. Ziel ist, zu erforschen, welche Faktoren ein Gründungsinteresse beeinflussen, wodurch sich Gründungen Angehöriger der FHP auszeichnen und welche weiteren Seminare Gründungsinteressierte unterstützen können. Zusätzlich soll dieser Beitrag zeitnah um weitere Ergebnisse, wie beispielsweise den Einfluss spezifischer Persönlichkeitsmerkmale, ergänzt werden.

Im Folgenden wird zunächst ein demografischer Überblick gegeben. Anschließend wird die Gründungsintention Angehöriger der FHP nach unterschiedlichen Merkmalen betrachtet. Weiterhin wird dargestellt, inwieweit Eltern einen Einfluss auf das eigene Gründungsinteresse nehmen und wie die Einstellung zu Teamgründungen, wenn ein Gründungsinteresse vorliegt, aussieht. Zusätzlich wird aufgezeigt, wodurch sich konkrete Gründungsvorhaben auszeichnen und in welchem Kontext sie entstanden sind. Außerdem wird auf die weiteren Beratungsbedarfe eingegangen, die sich Gründungsinteressierte wünschen. Schlussendlich werden aus den Ergebnissen Gestaltungsempfehlungen für die Gründungsförderung an der FHP abgeleitet. Im Folgenden werden die Begriffe »Selbstständigkeit«, »Freiberufliche Tätigkeit«, »Gründung« und »Freelancer-Tätigkeit« synonym verwendet.

1

## Abschnitt 1

Abschnitt 1 gibt einen Überblick über die demografische Verteilung der Stichprobe und über ausgewählte Faktoren im Zusammenhang mit der Gründungsneigung. Im Folgenden werden als Grundgesamtheit alle untersuchten Personen herangezogen (n=293). Wenn festgestellt wurde, dass Kategorien nicht ausreichend besetzt waren, wurden zur Analyse nur jene Kategorien herangezogen, die eine angemessene große Fallzahl zeigten.

Abbildung 1: Demografische Verteilung (n=293)

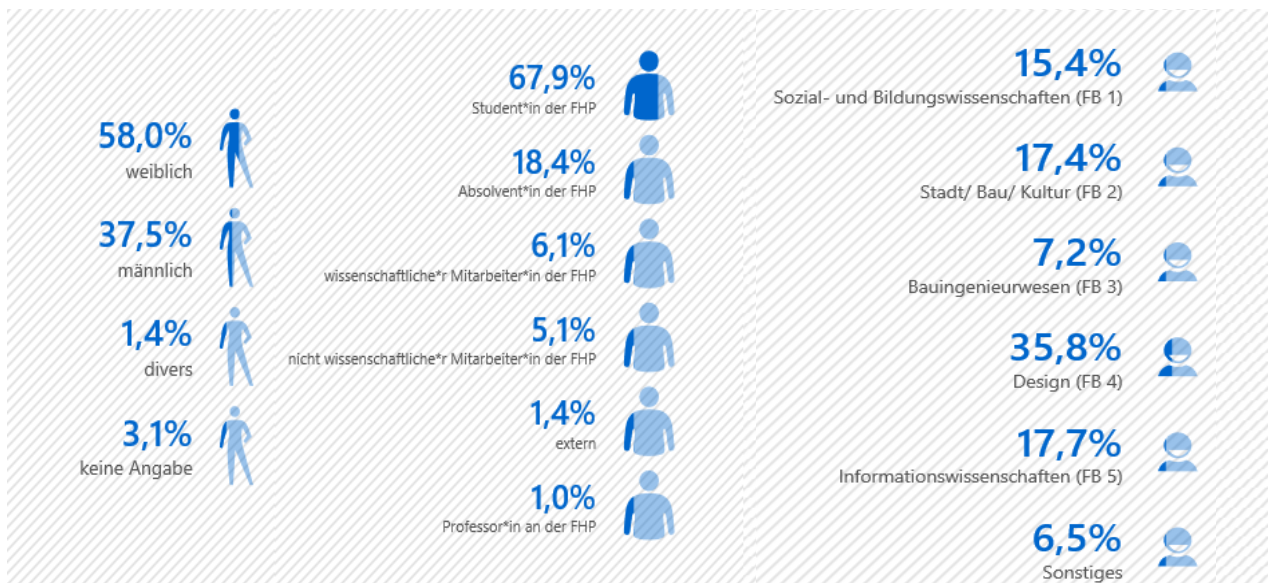


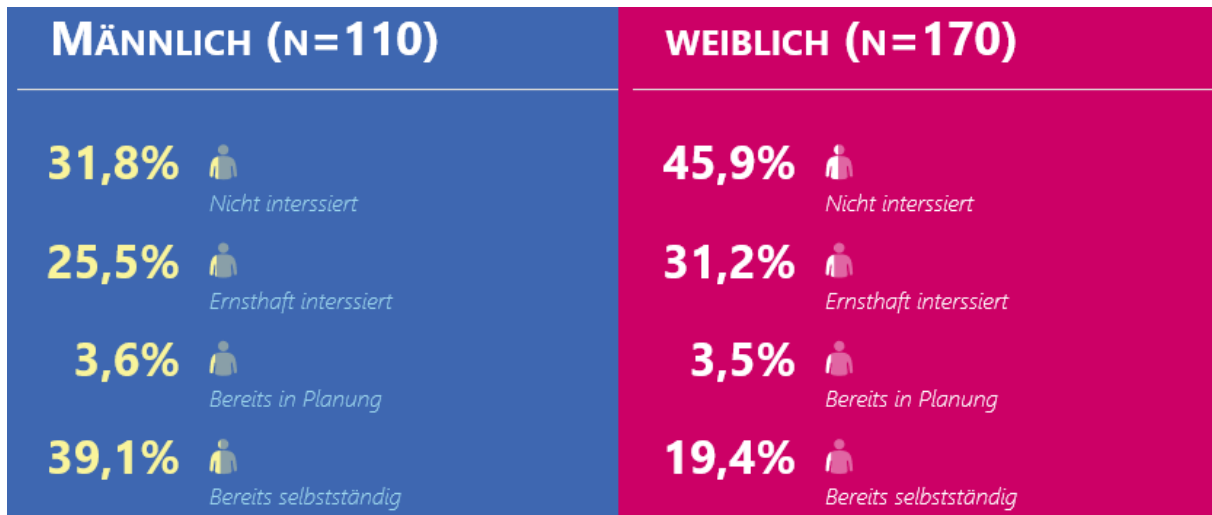
Abbildung 1 gibt einen Überblick über die demografische Verteilung der Stichprobe. Insgesamt liegen Daten zu 170 Frauen (58,0%), 110 Männern (37,5%) und 4 diversen Personen (1,4%) vor. 9 Personen (3,1%) machten keine Angabe zum Geschlecht. Darüber hinaus ist die Mehrheit der Befragten den Studierenden zuzuordnen (67,9%), gefolgt von Absolvent\*innen mit 18,4%. Zusätzlich gehören 6,1% dem wissenschaftlichen Personal, 5,1% dem nicht-wissenschaftlichen Personal und 1,0% den Professor\*innen an. Mehr als ein Drittel (35,8%) der 293 befragten Personen stammt aus dem Fachbereich Design. Die Fachbereiche Sozial- und Bildungswissenschaften, Stadt/ Bau/ Kultur und Informationswissenschaften machen etwa jeweils 15 bis 18% aus. Bauingenieure nahmen lediglich zu 7,2% an der Umfrage teil. 8,2% sind dem Bereich »Sonstiges« zuzuordnen. Hierzu zählen unter anderem die Verwaltung, fachübergreifende Abteilungen und Externe, die keinem Fachbereich zugeordnet werden konnten.

Abbildung 2: Gründungsintention an der FHP (n=293)



Das Hauptaugenmerk der Befragung lag auf der Gründungsintention Angehöriger der FHP. So wurden die Befragten zunächst gebeten, Aussagen zu ihrem derzeitigen Stand ihres Gründungsinteresses zu machen. *Abbildung 2* zeigt, dass etwa 40% der Befragten angeben, nicht an einer Selbstständigkeit interessiert zu sein. 29,7% sind jedoch nach eigener Aussage ernsthaft an einer Selbstständigkeit/ freiberuflichen Tätigkeit interessiert und 3,4% befinden sich bereits in der Planung der Selbstständigkeit/ freiberuflichen Tätigkeit. Überraschend ist, dass über ein Viertel der Befragten angibt, bereits selbstständig oder freiberuflich tätig zu sein. Davon wollen sogar 5,1% eine weitere unternehmerische Idee umsetzen. Insgesamt gelten demnach 60,1% (n=176) der Befragten als Personen mit Gründungsneigung. Die Gründungsneigung beschreibt hierbei Personen, die ernsthaft an einer Selbstständigkeit interessiert sind, diese derzeit planen oder bereits selbstständig sind. Von den 176 Personen geben 76,1% (n=134) an, bereits eine konkrete Gründungsidee zu haben.

Abbildung 3: Gründungsintention nach Geschlecht



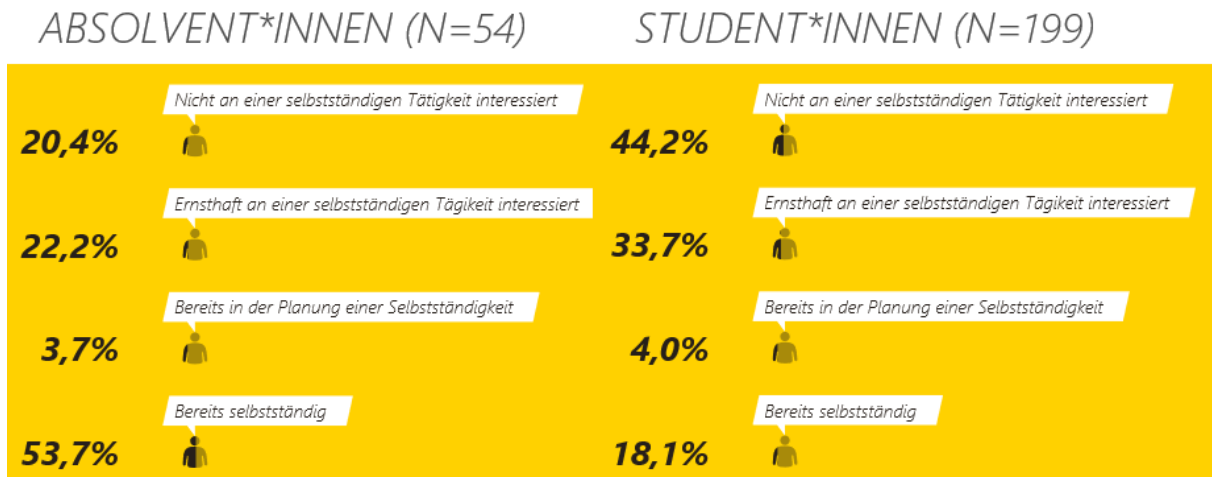
Wird nun die Gründungsintention nach dem Geschlecht betrachtet, ergibt sich folgendes Bild (Abbildung 3): Insgesamt geben über ein Drittel der männlichen Befragten an, bereits selbstständig/freiberuflich tätig zu sein. Bei den Frauen sind es hingegen nur 19,4%. Allerdings befinden sich Männer und Frauen zu gleich großen Anteilen bereits in der Planung ihrer Selbstständigkeit.

Darüber hinaus sind Frauen häufiger ernsthaft an einer selbstständigen Tätigkeit interessiert (31,2% vs. 25,5%). Darunter geben 17% der Frauen an, ihre Selbstständigkeit in den nächsten 18 Monaten umsetzen zu wollen, bei den Männern sind es hingegen doppelt so viele (35,7%). 34% der Frauen und 14,3% der Männer planen ihre Selbstständigkeit in mehr als 18 Monaten. Sowohl bei Frauen als auch bei Männern wissen 50% der Befragten noch nicht, wann sie ihre Selbstständigkeit umsetzen. Weitere Analysen könnten hier Aufschluss geben, warum Frauen trotz eines ernsthaften Interesses den Schritt in die Selbstständigkeit noch nicht gewagt haben beziehungsweise einen längeren Zeitraum für die Umsetzung einplanen.

Zudem sind Frauen deutlich häufiger nicht an einer Selbstständigkeit interessiert, vergleichend zu Männern (45,9% vs. 31,8%). Auch hierzu können weitere Analysen Aufschluss geben, welche Gründe hierfür entscheidend sind.

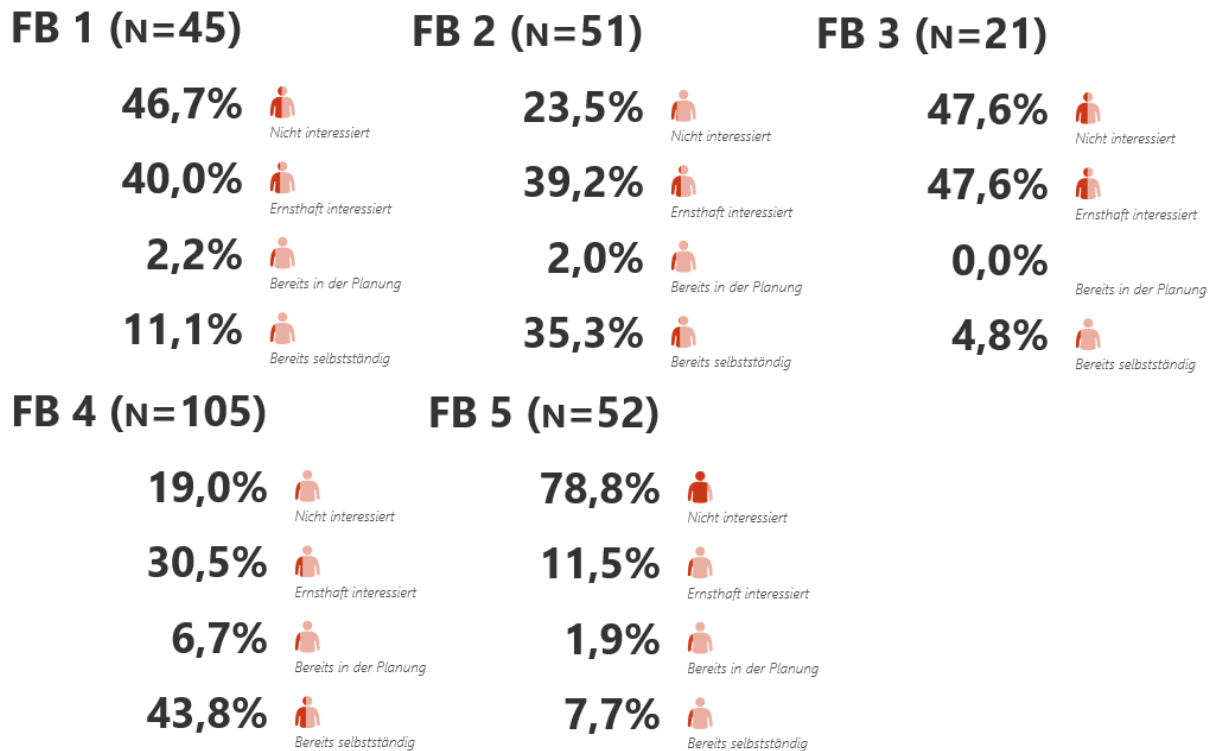
Aufgrund geringer Fallzahlen konnte keine Analyse für das Geschlecht »divers« durchgeführt werden. Nach Herausrechnung von »divers« und »keine Angabe« ergibt sich ein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und der Gründungsintention ( $p < 0,05$ ).

Abbildung 4: Gründungsintention nach akademischen Status



Werden die Studierenden und Absolvent\*innen der FHP verglichen, wird deutlich, dass Studierende mehr als doppelt so häufig kein Gründungsinteresse zeigen vergleichend zu Absolvent\*innen (Abbildung 4). Dagegen sind Studierende zu größeren Anteilen ernsthaft an einer Selbstständigkeit interessiert. Interessant ist, dass über die Hälfte der Absolvent\*innen angibt, bereits selbstständig zu sein. Allerdings lässt sich hier vermuten, dass dieses Ergebnis der Stichprobe zuzuschreiben ist, da unter anderem gründungserfahrene Absolvent\*innen, die bereits in Kontakt mit dem FHP-Gründungsservice standen, gebeten wurden, an der Umfrage teilzunehmen. Zudem geben 18,1% der Studierenden an, bereits selbstständig zu sein. Aufgrund geringer Fallzahlen wurden nicht-wissenschaftliche und wissenschaftliche Mitarbeitende, Professor\*innen und Externe nicht in die Analyse einbezogen. Werden nur die Gruppen Studierende und Absolvent\*innen in die Analyse einbezogen, ist der Zusammenhang zwischen der Gründungsneigung und dem Akademischen Status statistisch hoch signifikant ( $p < 0,001$ ).

Abbildung 5: Gründungsintention nach Fachbereich



Werden die Fachbereiche<sup>1 2</sup> nach der Gründungsintention betrachtet (Abbildung 5), wird deutlich, dass der Fachbereich Design (FB 4) mit 43,8% einen sehr hohen Anteil bereits Selbstständiger zeigt. Auch der Fachbereich Stadt/ Bau/ Kultur (FB 2) geht mit einem höheren Anteil bereits Selbstständiger einher (35,3%). Personen des Fachbereichs Bauingenieurwesen zeigen mit 4,8% den geringsten Anteil. Am häufigsten nicht-interessiert sind Personen des Fachbereiches Informationswissenschaften (78,8%), gefolgt von den Fachbereichen Bauingenieurwesen (47,6%) und Sozial- und Bildungswissenschaften (46,7%), am seltensten hingegen Personen der Fachbereiche Stadt/Bau/Kultur (23,5%) und Design (19,0%). Letztere befinden sich gleichzeitig am häufigsten bereits in der Planung ihrer Selbstständigkeit (6,7%).

Wird zwischen dem Gründungsinteresse und der Gründungsneigung (»ernsthaft interessiert«, »in der Planung« und »bereits selbstständig« zusammengefasst) und »Keinem Interesse« verglichen, wird deutlich, dass Personen des Fachbereiches Informationswissenschaften (FB 5) am seltensten eine Gründung planen oder vollziehen (21,1%), gefolgt vom Fachbereich Bauingenieurwesen (FB 3)

<sup>1</sup> Hierunter zählen Studierende, Absolvent\*innen und wissenschaftliche und nicht-wissenschaftliche Mitarbeitende, die einem Fachbereich zugeordnet werden konnten. Personen, die fachbereichsübergreifend tätig sind, wurden aufgrund geringer Fallzahlen nicht berücksichtigt.

<sup>2</sup> FB 1: Sozial- und Bildungswissenschaften

FB 2: Stadt/ Bau/ Kultur

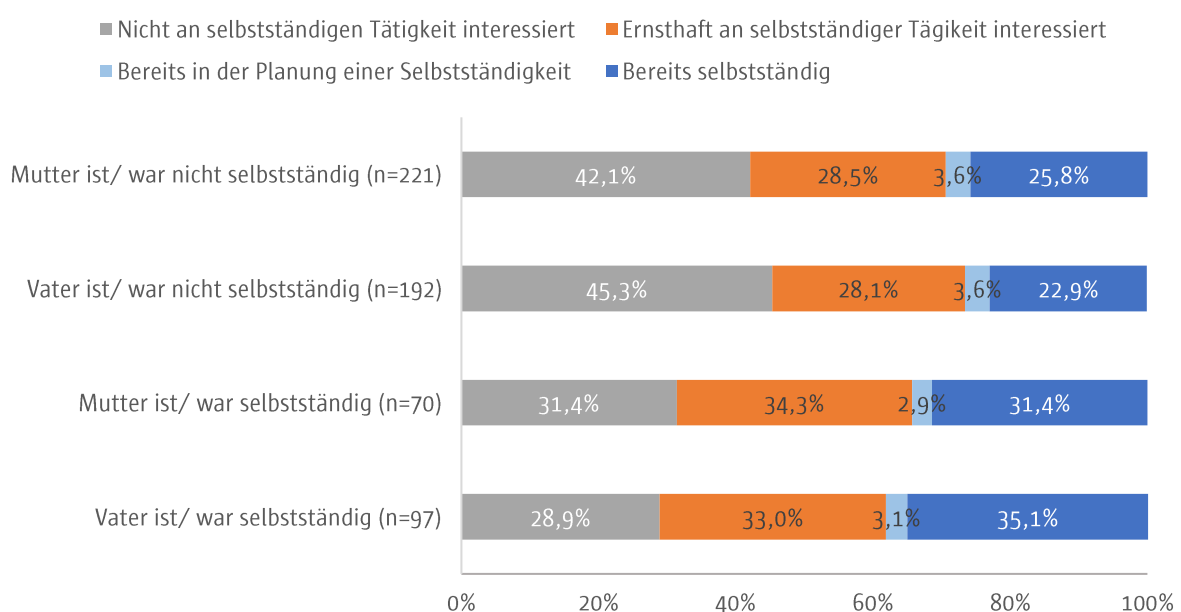
FB 3: Bauingenieurwesen

FB 4: Design

FB 5: Informationswissenschaften

mit 52,4% und dem Fachbereich Sozial- und Bildungswissenschaften (FB 1) mit 53,0%. Somit liegen der Fachbereich Design (FB 4) und der Fachbereich Stadt/ Bau/ Kultur (FB 2) mit über 76% vorne. Der Zusammenhang zwischen der Gründungsneigung und den Fachbereichen ist statistisch hoch signifikant ( $p < 0,001$ ). Erklärend hierfür kann angeführt werden, dass die Kultur- und Kreativwirtschaften als ein Wirtschaftsbereich mit einem hohen Selbstständigenanteil gilt. So berichtet der Monitoringbericht der Kultur- und Kreativwirtschaften 2020 von einem Anteil von 20,9% aller Erwerbstätigen. Besonders im Designbereich ist ein hoher Anteil an Selbstständigen zu finden (vgl. BMWi 2020).

Abbildung 6: Gründungsintention nach Selbstständigkeit Eltern (n=293)

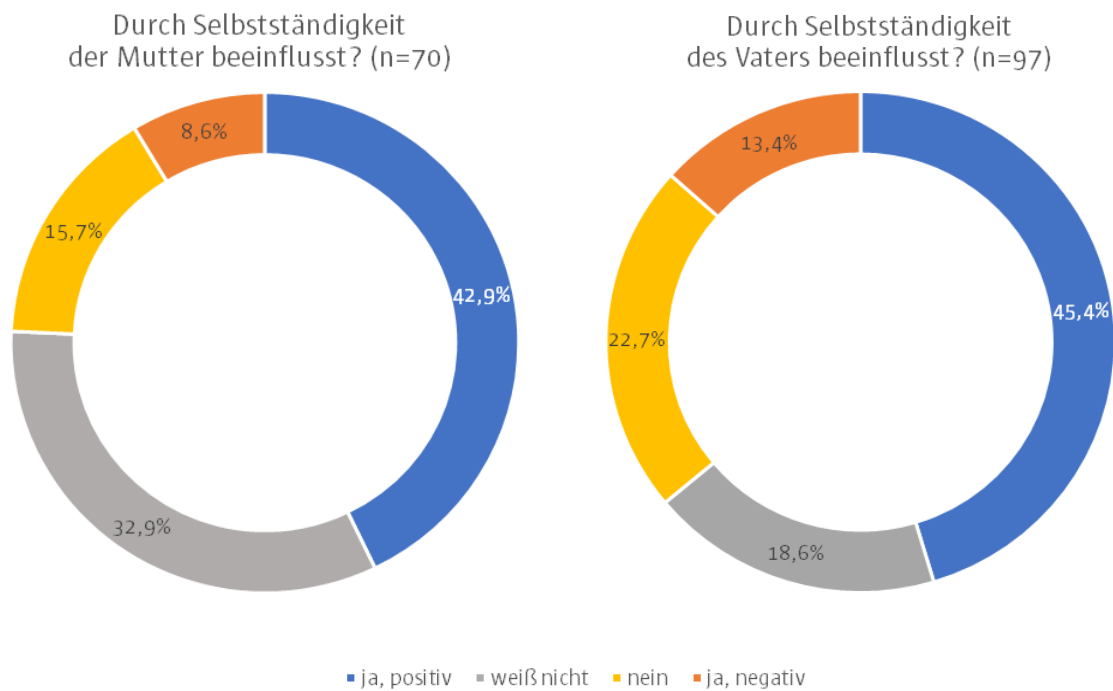


7

Zusätzlich wurden die untersuchten Personen nach einer Selbstständigkeit der Eltern befragt (Abbildung 6). Es wird deutlich, dass Personen mit selbstständigen Vätern zu mehr als 10 Prozentpunkten häufiger bereits selbstständig sind vergleichend zu Personen, deren Eltern nicht selbstständig sind. Bei selbstständigen Müttern beträgt der Unterschied etwa 6 Prozentpunkte. Zudem sind Personen mit selbstständigen Eltern zu größeren Anteilen ernsthaft an einer Selbstständigkeit interessiert. Personen deren Eltern nicht selbstständig sind, neigen häufiger dazu, kein Gründungsinteresse zu zeigen. Nach Herausrechnung der Kategorie »keine Angabe« zeigt sich zudem ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Selbstständigkeit des Vaters und dem eigenen Gründungsinteresse ( $p < 0,05$ ). Für die Mutter konnte kein signifikanter Zusammenhang festgestellt werden.



Abbildung 7: Durch Selbstständigkeit der Mutter und des Vaters in eigener Entscheidung der Selbstständigkeit beeinflusst?

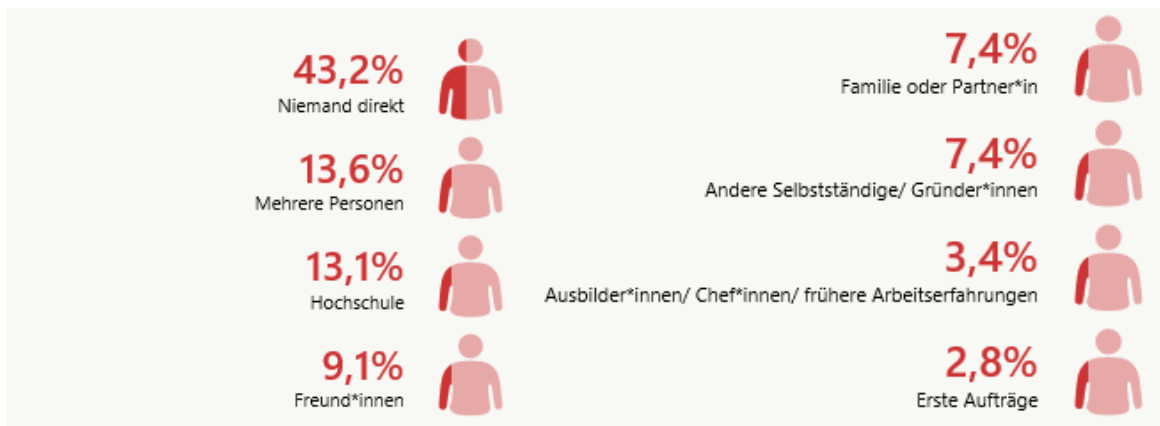


Des Weiteren sollten die Befragten, im Falle einer Selbstständigkeit der Eltern, angeben, ob sie positiv oder negativ in ihrer eigenen Entscheidung der Selbstständigkeit beeinflusst wurden. Insgesamt haben 23,9% (n=70) der Befragten selbstständige Mütter und 33,1% (n=97) selbstständige Väter. *Abbildung 7* zeigt, dass die Selbstständigkeit der Mütter und Väter die Befragten zu etwa gleich großen Anteilen positiv in der eigenen Entscheidung beeinflussten. Unterschiede lassen sich hinsichtlich einer negativen Beeinflussung feststellen: So geben 8,6% derjenigen mit selbstständigen Müttern an, negativ durch die Selbstständigkeit der Mutter in der eigenen Entscheidung beeinflusst worden zu sein. Bei den Vätern sind es sogar 13,4%. Weiterhin sagen 15,7% der Befragten mit beruflich selbstständigen Müttern, nicht in der eigenen Entscheidung beeinflusst worden zu sein, während es bei den Vätern sogar fast ein Viertel der Befragten sind. Insgesamt zeigen die Ergebnisse jedoch, dass die Mehrheit der Befragten positiv in der eigenen Gründungsentscheidung durch die Selbstständigkeit der Eltern beeinflusst wurde.

## Abschnitt 2

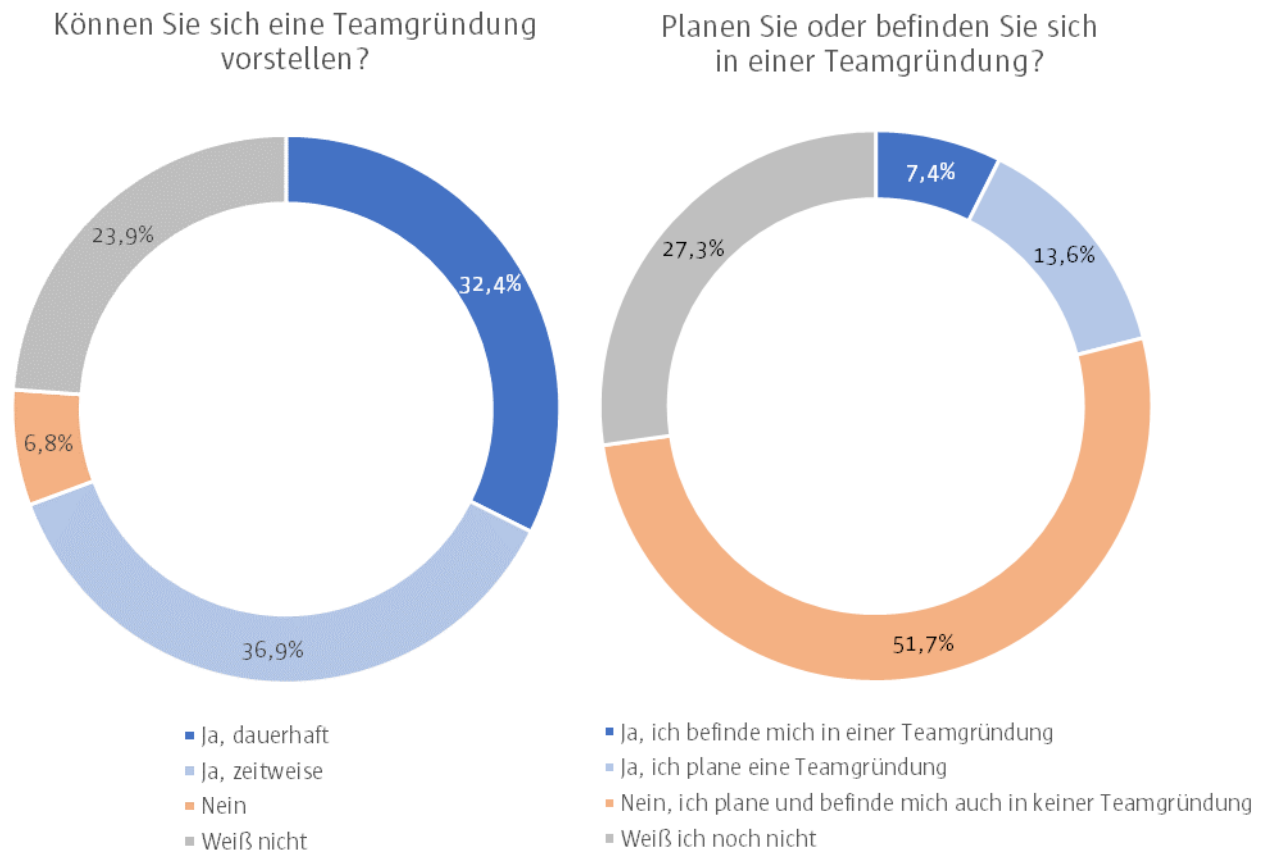
Im Weiteren sollen nun Personen, die eine Gründungsneigung zeigen (n=176), betrachtet werden. Diese machen einen Anteil von 60,1% der gesamten Stichprobe aus. Es wird zunächst ein Überblick gegeben, inwieweit Gründungsinteressierte in ihrer Entscheidung der eigenen Selbstständigkeit beeinflusst wurden. Anschließend wird dargestellt, wie Gründungsinteressierte zum Thema Teamgründungen stehen.

Abbildung 8: Von jemanden in der Entscheidung beeinflusst, sich selbstständig zu machen? (n=176)



Die Befragten wurden gebeten, sofern ein Gründungsinteresse vorlag, anzugeben, ob sie durch jemanden in ihrer Entscheidung beeinflusst wurden, sich für eine Selbstständigkeit zu entscheiden. Die Ergebnisse in *Abbildung 8* zeigen, dass 43,2% nach eigener Aussage von niemandem direkt beeinflusst wurden. So wird angegeben, dass berufliche Alternativlosigkeiten oder Möglichkeiten auf dem Markt als Chance genutzt wurden, sich selbstständig zu machen bzw. machen zu wollen. Darüber hinaus wurden 13,6% durch mehrere Personen in ihrer Entscheidung beeinflusst. 13,1% der Befragten geben an, durch die Hochschule beeinflusst worden zu sein. Hierzu zählen neben dem Gründungsservice der FHP Professor\*innen, Dozent\*innen und Kommiliton\*innen. Etwa jeder Elfte gibt an, durch Freund\*innen in der Entscheidung einer Selbstständigkeit beeinflusst worden zu sein. Jeweils 7,4% nennen die Familie und Partner\*innen sowie andere Gründungsvorbilder oder selbstständige Bekannte als beeinflussende Personen. 3,4% benennen frühere Arbeitserfahrungen und knapp 3% führen erste Aufträge als beeinflussende Faktoren an.

Abbildung 9: Teamgründung vorstellbar oder in Planung



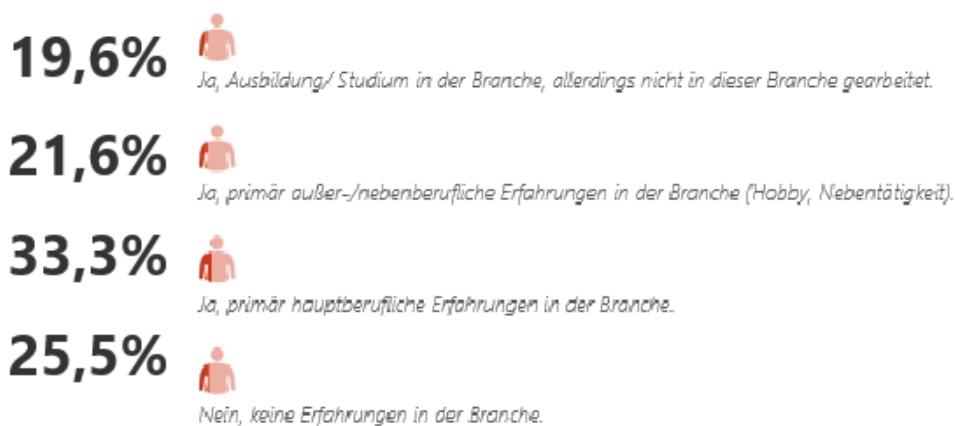
Weiterhin wurden die Befragten, die als gründungsinteressiert klassifiziert werden ( $n=176$ ), nach ihrer Einstellung zur Teamgründung befragt. *Abbildung 9* zeigt, dass sich fast 70% mindestens zeitweise (für bestimmte Projekte oder Aufträge) eine Teamgründung vorstellen könnten. Lediglich 6,8% geben an, sich keine Teamgründung vorstellen zu können. 23,9% sind sich noch nicht sicher, ob sie im Team gründen würden. Interessant ist, dass trotzdem nur 21,0% angeben, sich in einer Teamgründung zu befinden oder eine Teamgründung zu planen. Über die Hälfte der Befragten gibt an, sich derzeit nicht in einer Teamgründung zu befinden oder eine Teamgründung zu planen. 27,3% sind sich derzeit noch nicht sicher, ob sie im Team gründen werden. So sollte in weiteren Umfragen untersucht werden, warum Personen, die sich eine Teamgründung dauerhaft oder zeitweise vorstellen können, keine Teamgründung planen.

## Abschnitt 3

Im Folgenden werden nun Personen mit einer konkreten Gründungsidee (n=134) betrachtet. Diese machen einen Anteil von 45,7% der Befragten (n=293) und einen Anteil von 76,1% der Personen mit Gründungsneigung (n=176) aus. Lediglich Personen mit einer konkreten Gründungsidee wurden gebeten, nähere Aussagen zu beruflichen Vorerfahrungen in der Branche, der Art des Gründungsvorhabens und der Entstehung der Idee zu machen.

Abbildung 10: Berufserfahrung nach Gründungsintention

### ERSNTHAFT INTERESSIERT (N=51)



### BEREITS SELBSTSTÄNDIG (N=73)

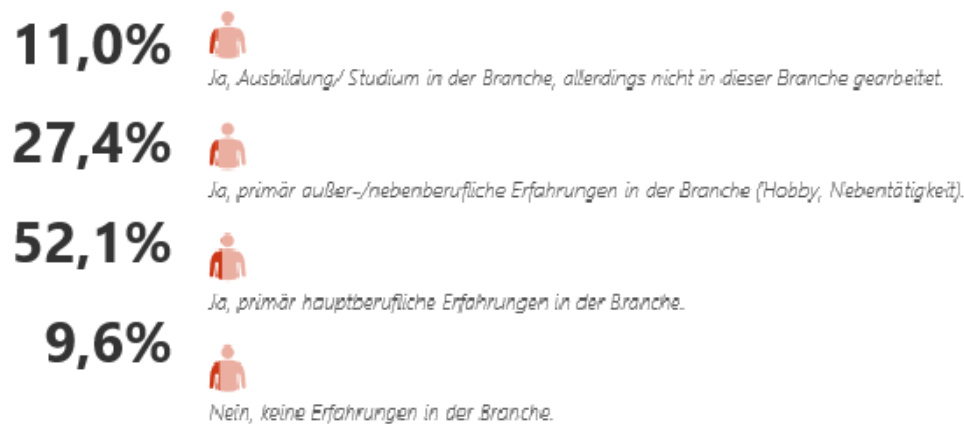
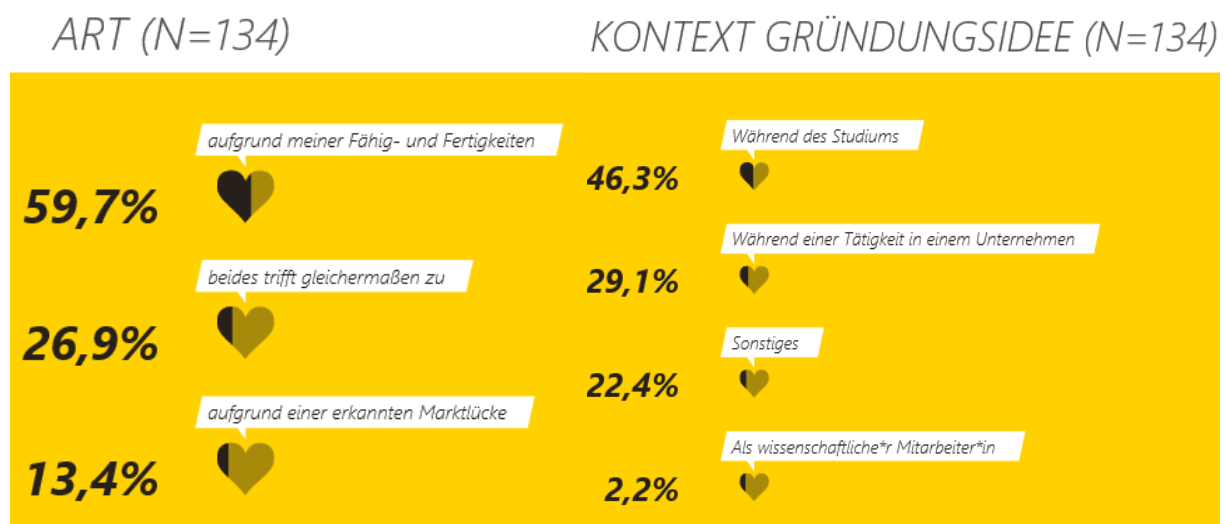


Abbildung 10 beschreibt, inwieweit Personen mit einer konkreten Gründungsidee bereits Erfahrungen in der Branche gesammelt haben, in der sie sich selbstständig machen wollen. Darunter befinden sich 51 Personen, die ernsthaft an einer Selbstständigkeit interessiert sind und 73 Personen, die bereits selbstständig sind. Die Ergebnisse zeigen, dass bereits Selbstständige zu 52,1% hauptberufliche Erfahrungen in der Branche haben. Etwas mehr als ein Viertel der bereits Selbstständigen gibt an, bereits nebenberufliche Erfahrungen gemacht zu haben (27,1%). 11,0%

haben ihre Ausbildung oder ihr Studium in diesem Bereich absolviert, allerdings nicht in der Branche gearbeitet. Lediglich 9,6% haben keine Erfahrungen in der Branche. Bei den Personen, die ernsthaft an einer Selbstständigkeit interessiert sind, geben ein Drittel an, bereits hauptberufliche Erfahrungen in der Branche gemacht zu haben. 21,6% haben bereits nebenberufliche Erfahrungen gemacht. Ein Viertel der Personen, die ernsthaft an einer Selbstständigkeit interessiert sind, haben bisher keine Erfahrungen in der Branche gesammelt. 19,6% haben ihr Studium oder ihre Ausbildung in der Branche gemacht. Aufgrund geringer Fallzahlen sind Personen, die ihre Selbstständigkeit derzeit planen (n=10) nicht dargestellt. Zusammengefasst wird also deutlich, dass vor allem hauptberufliche Erfahrungen wichtig zu sein scheinen, eine Selbstständigkeit zu planen oder zu vollziehen. Bei den bereits Selbstständigen scheinen zusätzlich nebenberufliche Erfahrungen, beispielsweise ein Hobby oder eine Nebentätigkeit, entscheidend zu sein. Werden nur die bereits Selbstständigen und die ernsthaft Interessierten zur Analyse herangezogen, ist der Zusammenhang zwischen der Gründungsneigung und der Berufserfahrung signifikant ( $p < 0,05$ ).

Abbildung 11: Art des Gründungswunsches und Kontext der Gründungsidee



Weiterhin wurden Informationen über die Art der Gründung/ des Gründungswunsches gesammelt (Abbildung 11). Von 134 Personen mit einer konkreten Gründungsidee geben 59,7% an, dass sie wegen ihrer Fähig- und Fertigkeiten eine Geschäftsidee umsetzen möchten. Etwas mehr als ein Viertel der Befragten sagt, sowohl eine erkannte Marktlücke als auch die eigenen Fähigkeiten ausnutzen zu wollen. Lediglich 13,4% geben an, eine Gründung aufgrund einer erkannten Marktlücke zu starten. Darüber hinaus wurde erfragt, ob es sich bei der Geschäftsidee um eine Marktneuheit handelt (nicht dargestellt). Interessant ist, dass 5,2% der Befragten eine deutschlandweite und 9,7% eine weltweite Marktneuheit gegründet haben oder gründen wollen. Wird zusätzlich der Kontext betrachtet, in dem die Gründungsidee entstand, zeigen die Ergebnisse, dass fast die Hälfte der Befragten angibt, ihre Gründungsidee während des Studiums entwickelt zu

haben. Knapp 30% haben ihre Gründungsidee während einer Tätigkeit in einem Unternehmen entwickelt. Die Ergebnisse unterstreichen, dass die Hochschule als ein wichtiger Motor hinsichtlich der Entwicklung neuer Gründungsideen gesehen werden kann. Unter der Kategorie »Sonstiges« wird beispielsweise angegeben, dass die Gründungsidee während oder nach der Ausbildung, im Alltag oder in Gesprächen mit Freund\*innen entstand.

Abbildung 12: Welche weiteren Beratungsbedarfe werden gewünscht?



13

Ein besonderes Anliegen der FHP Entrepreneurship School & Gründungsservice war es, die Beratungsbedarfe Gründungsinteressierter zu identifizieren und somit bestmögliche Unterstützungsangebote bereitzustellen. So wurden die Befragten gebeten, Angaben darüber zu machen, welche konkreten Beratungsbedarfe sie hinsichtlich einer (möglichen) Selbstständigkeit haben (Abbildung 12). Insgesamt beantworteten 59 Personen diese Frage. Über 70% geben an, vor allem zu den Themen Kalkulation und Finanzplanung, Erstellung eines Businessplans, eines Geschäftsmodells und der Umsetzungsplanung, Buchführung, Steuern und Ablage sowie zur Rechtsberatung konkreten Beratungsbedarf zu haben. Über 50% wünschen sich Beratungen zu Fördergeldern und Investor\*innensuche sowie zur Konkretisierung der Geschäftsidee und der Reflexion der eigenen Gründungskompetenzen und -qualifikationen. Über ein Drittel sieht vor allem Marketing, die Entwicklung nachhaltiger Gründungsideen sowie die Vernetzung mit Gründungsalumni als wichtigen Beratungsschwerpunkt. Das Finden weiterer Teampartner\*innen

und die Teamentwicklung sowie das Pitchtraining wird von rund 30% als Unterstützungsbedarfe angegeben. Die Ergebnisse zeigen, dass sich Gründungsinteressierte neben den Key-Facts einer Gründungsvorbereitung auch für die Reflexion ihrer persönlichen Kompetenzen und Qualifikationen interessieren. Zudem scheint es für Gründende wichtig zu sein, ihr Netzwerk weiter auszubauen und das Ziel zu verfolgen, im Team zu gründen.

## ***Gestaltungsempfehlungen für die Gründungsförderung***

Aus der Untersuchung lassen sich verschiedene weiterführende Gestaltungsempfehlungen für die Förderung von Existenzgründungen an der Fachhochschule Potsdam ableiten.

### ***1. Starkes Bewusstsein für die Existenzgründung als Karriereoption und Lebensmodell in der Kreativwirtschaft***

Der Arbeitsmarkt für Studierende der kreativen Fächer ist stark von einer Selbstständigkeitsrate geprägt (vgl. BMWi 2020). Viele Designer\*innen arbeiten oftmals als Freiberufler\*innen (vgl. Metzger 2019). Angestelltenverhältnisse sind geringer im Vergleich zu anderen Branchen wie bspw. der Baubranche oder dem Sektor für soziale Dienstleistungen. Der Monitoringbericht der Kultur- und Kreativwirtschaften 2020 berichtet beispielsweise, dass im Jahr 2019 19,4% der Erwerbstätigen der Designwirtschaft als selbstständig tätig klassifiziert werden können (vgl. ebd.). Zudem bestätigten die Ergebnisse der eigenen Untersuchung, dass sich besonders der Fachbereich Design durch einen hohen Anteil Gründungsinteressierter und bereits Selbstständiger auszeichnet (Abb. 5). Diese Erkenntnis ist nicht neu, verlangt aber ein starkes, immer wiederkehrendes Bewusstsein für die Integration von Lehr- und Trainingsformaten, welche die Qualifizierung für spätere Existenzgründungen fördern.

Die Unterstützung von Gründer\*innen sollte somit nicht nur als obligatorische »Gründungsservice-Leistung« in der FHP-Hochschulstrategie verankert sein, sondern sich als zentraler Bestandteil der Hochschulausbildung beweisen. Dies trifft insbesondere für die kreativen Disziplinen an der Fachhochschule Potsdam zu. Im Einzelnen sind das nicht nur die bereits seit Jahren etablierten Formate wie »Business Plan« oder »Gründungsideen entwickeln«, sondern ebenso eine Qualifizierung hinsichtlich des Aufbaus von finanzieller Unabhängigkeit und den damit verbundenen Umgang mit Finanzen. Hierzu gehören Seminarthemen wie Finanzierung (Aufbau von Eigenkapital, Liquiditätsmanagement) sowie Kosten- und Leistungsrechnung (Stichwort »Preiskalkulation«). Auch dies bestätigten die Ergebnisse der Umfrage (Abb. 12). Nur eine nachhaltige Integration derartiger Themen in das Lehrangebot verdeutlicht ein starkes und nachhaltiges Bewusstsein der Hochschule für das oftmals praktizierte Lebensmodell Studierender kreativer Fächer. Dieses Bewusstsein trifft, wie zuvor dargestellt, zudem auf die starke »natürliche« Gründungsneigung bei Kreativen im

Vergleich zu anderen Disziplinen (Abb. 5). Die Existenzgründung oder Freiberuflichkeit kann in einer bestimmten Lebensphase mit dem Bedürfnis nach Selbstverwirklichung und Selbstentfaltung sehr motivierend in Verbindung stehen.

## ***2. Förderung der Entwicklung unternehmerischer Ideen während des Studiums***

Die durchgeführte Untersuchung verdeutlicht, dass ein Teil unternehmerischer Ideen während des Studiums entsteht (Abb. 11) und die Entscheidung für eine Selbstständigkeit unter anderem durch die Hochschule, beispielweise durch Professor\*innen, Kommiliton\*innen etc., beeinflusst werden kann (Abb. 8). Die Förderung und Entwicklung von Gründungsideen sollte somit wesentlicher Bestandteil der Hochschulausbildung sein. Dies beinhaltet vor allem ein komplementäres Denken bei der Gestaltung von Lehrangeboten. Ein Vorteil für eine anwendungsorientierte Hochschule besteht darin, durch die Ermöglichung praxisnäherer Angebote und das Fächerspektrum, das unterschiedliche Gründungsmöglichkeiten bietet (vgl. Bergmann et al. 2012), Gründungsideen bereits während des Studiums weiter voranzutreiben. Hierfür bietet die Fachhochschule Potsdam eine ideale Ausgangssituation.

Unternehmerische Ideen entstehen implizit oder sogar explizit während der bereits erfolgreich etablierten fachspezifischen Lehrformate in den Studiengängen. Dies kann die Entwicklung einer neuen App sein (Studiengang Interface-Design), die Entwicklung eines neuen Veranstaltungsformates für die Potsdamer und Berliner Ausstellungszene (Studiengang Kulturarbeit) oder ein Integrationscafé auf Rädern als Resultat eines Lehrformates zur erfolgreichen Integration verschiedener Bürger\*innen (Fachbereich Sozial- und Bildungswissenschaften). Ein komplementäres Denken verlangt die Überführung dieser Projektideen in ein betriebswirtschaftliches Reflexionsformat, das wiederum Bestandteil eines Wahlfaches ist oder sogar als Kurzzeitformat angeboten wird. Eine zeitgemäße Lehre hätte somit die Aufgabe, Potentialprüfungen für die Verwertung der eigenen Fähigkeiten oder entwickelter Projektideen durchzuführen. Die Gründungsrelevanz ist dabei sicherlich bei kreativen Studienfächern höher als bei Studienfächern, die sich intensiver durch Angestelltenverhältnisse im späteren Job kennzeichnen (bspw. Bibliotheks- und/oder Archivwissenschaften) und somit seltener an einer Selbstständigkeit interessiert sind (Abb. 5).

## ***3. Sammeln von Praxis- und Projekterfahrungen als wichtiger Bestandteil der Hochschulausbildung***

Eine erfolgreiche Entwicklung von Gründungsideen oder Selbständigkeiten verlangt ein frühzeitiges Sammeln von Praxiserfahrungen, um Gründungsideen auf Anwendungsfähigkeit zu reflektieren oder generell während der Hochschulausbildung erworbene Fähigkeiten praxisnah anwenden zu können. Für Gründungsinteressierte wären Lehrveranstaltungen sinnvoll, die eine Übertragung der



Grundlagenvermittlung auf ein konkretes Fallbeispiel fördern, im Idealfall ein Fallbeispiel mit einem erkennbaren Anwendungsbezug für eine mögliche Selbständigkeit. Grundlagenvermittlung sollte somit immer mit einer Übertragungsfähigkeit des erlernten Wissens einhergehen. Diese Erkenntnis ist keineswegs neu und bereits Bestandteil vieler Kurse an der Fachhochschule Potsdam bzw. Bestandteil einer anwendungsorientierten Hochschule. Für Gründungsinteressierte, die zudem eine starke Motivation hinsichtlich der Entwicklung der eigenen Selbständigkeit haben, empfiehlt sich die Integration eines Gründer\*innen-Praktikums in das Studium. Innerhalb eines Semesters bekommen Studierende unter Begleitung eines/einer Mentors/Mentorin Zeit, ihre Gründungsidee zu konkretisieren, einen tragfähigen Business Plan zu entwerfen und den ersten Prototypen anzubieten.

#### **4. Betriebswirtschaftliche Qualifizierung als Schlüsselkompetenz**

Betriebswirtschaftliches Wissen ist eine grundlegende Voraussetzung für eine erfolgreiche Entwicklung von Existenzgründungen. Auch wenn diesem Aspekt oftmals ein niedriger Stellenwert aufgrund anderer wichtiger Studieninhalte zugeschrieben wird, sich Selbständigkeiten einfach »aus dem Bauch heraus« aufgrund von Aufträgen entwickeln, so ist für eine nachhaltige Etablierung der Selbständigkeit die betriebswirtschaftliche Kompetenz eine absolute Grundvoraussetzung. Wie die Untersuchung zeigt, sind es vor allem die harten Skills wie beispielsweise Kalkulation, Finanzierung und Buchhaltung, zu denen sich Studierende Beratungen wünschen (Abb. 12), um ihre Selbstständigkeit erfolgreich aufzubauen. Neben diesen Fähigkeiten ist ebenso ein betriebswirtschaftliches Denken wichtig, ein Verständnis für die Funktionsweise des (digitalen) Marktes und für die Motivation der Marktakteur\*innen wie Geldgeber\*innen, Kund\*innen und Kooperationspartner\*innen/Lieferant\*innen. Eine betriebswirtschaftliche Qualifizierung beinhaltet ebenso eine methodenbezogene Kompetenz. Hierzu gehört die Fähigkeit, ein traditionelles oder agiles Projekt managen oder Techniken zur Skizzierung von Geschäftsmodellen und zur Analyse von Märkten anwenden zu können. Jedoch sollten nicht nur Hard Skills und Methoden Bestandteile einer betriebswirtschaftlichen Qualifizierung sein, sondern ebenso »weichere« Kompetenzen, die sich stärker mit psychologischen und sozialen Aspekten befassen. Auch dies zeigten die Ergebnisse der Umfrage. Hierzu gehört bspw. die »zeitweise« bzw. projektbezogene Führung und Entwicklung von Teams in einem virtuellen Kontext oder die Reflexion der eigenen Gründungskompetenzen und -qualifikationen. Gleichzeitig sollte eine »nachhaltigkeitsreflektierende Kompetenz« trainiert werden, denn auch dieser Aspekt wird unter den Befragten als wichtig eingestuft (Abb. 12). Auch wenn soziale Fragen und Umwelt bereits seit dem letzten Jahrhundert fester Bestandteil der Betriebswirtschaftslehre sind, ist es wichtiger denn je, ökonomische Betrachtungen in einen Nachhaltigkeitskontext zu stellen. Dies beinhaltet die Fähigkeit, Nachhaltigkeit zu systematisieren sowie bewerten zu können und wichtige ökonomische Erfolgsgrößen bei einer Existenzgründung – wie bspw. Umsatz und Gewinn – an wichtige Nachhaltigkeitsstandards zu koppeln (wie bspw. die

Verwendung umweltschonender Rohstoffe oder die Berücksichtigung familiärer Bedürfnisse der Mitarbeiter\*innen).

### **5. *Niederschwellige Gründungsprozesse und ein am Lehrformat stattfindender Netzwerkaufbau***

Gründungen vollziehen sich oftmals ohne eine tiefgehende strategische Planung. Dies trifft insbesondere für Gründungen aus der Kreativwirtschaft zu, bei der die eigenen Fähigkeiten verwertet werden («kompetenzorientierte Gründungen»). Eine Idee, ein erster Auftrag für die Gestaltung eines Corporate Designs sind oftmals Auslöser für ein Weiterdenken bzw. die Entwicklung eines Geschäftsmodells, das zeitnah umgesetzt wird. Dieser niederschwellige Gründungsprozess verlangt eine flexible Gründungsförderung, die schnell und unkompliziert Unterstützung bietet. Hierzu gehört eine fest verankerte Gründungsberatung an der Hochschule inkl. einer professoralen Unterstützung sowie ein Kurzzeit-Seminarangebot bzw. Seminarangebote außerhalb der Lehre und Lehrzeit, die im Idealfall im Studienverlauf anerkannt werden können.

Netzwerke sind ein zentraler Erfolgsfaktor für erfolgreiche Gründungen. Netzwerke entstehen in der Regel im Projekt-, Arbeits-, Freundschafts- und/oder Studienkontext. Sie fördern das Gewinnen erster Aufträge oder die Motivation von Kooperationspartner\*innen für die Bearbeitung komplexer Kund\*innenaufträge. Hierbei spielen Gründer\*innen-Alumni eine zentrale Rolle. Das sind Gründer\*innen, die während des Studiums ihre Gründung realisierten und wertvolle Erfahrungen mit Projekten und Aufträgen sammelten. Diese Alumni sollten stärker in die Lehre eingebunden werden, um den Netzwerkaufbau und Wissensaustausch für zukünftige Gründer\*innen zu fördern. Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen auch, dass die Vernetzung mit Gründungsalumni von Gründungsinteressierten als relevant eingestuft wird (Abb. 12). In diesem Zuge sollten auch andere Netzwerkakteur\*innen wie potentielle Anwender\*innen, Lead User oder Kooperationspartner\*innen in die Lehre eingebunden werden. Das professorale Tätigkeitsfeld bezieht sich somit nicht nur auf Wissensvermittlung, Forschungsaktivitäten, transferrelevante Engagements und Gremienarbeit, sondern ebenso auf die Gestaltung des Umfeldes für die Förderung von Gründungen. Professor\*innen, die Gründungen fördern wollen, sollten somit noch mehr zu »Kontextgestalter\*innen« werden. Neben der Vermittlung von wichtigen fachspezifischen Grundlagen führen sie verschiedene Akteur\*innen innerhalb der Lehre zusammen und moderieren dieses vielschichtige Akteursnetzwerk und die damit verbundene Entwicklung von Projekt- und Gründungsideen. Dies verlangt eine Kultur der Anerkennung, in Analogie zu Forschungs- und Drittmittelaktivitäten.

## **6. Förderung von Existenzgründerinnen**

Die Untersuchung zeigt, dass Frauen gegenüber Männern stärker über die Selbständigkeit als Karriereoption nachdenken, die Umsetzung jedoch häufiger den Männern obliegt (Abb. 3). Dies verlangt eine stärkere Sensibilisierung für das Thema »Selbstständigkeit« und vor allem Aufklärung hinsichtlich wichtiger Anforderungen an die Selbständigkeit als mögliche Karriereoption. Wichtig sind Reflexionsangebote für Frauen, aber auch für Männer, die sich bspw. in einer wichtigen Phase der Familienplanung befinden. Ein Seminarangebot des Gründungsservice reicht somit nicht aus, sondern eine persönliche Betreuung in Form von Sprech- und Reflexionsstunden sind grundlegender Bestandteil einer heutigen Gründungsförderung. Zudem zeigte die Umfrage, dass auch Beratungsangebote zur Reflexion der eigenen Kompetenzen gewünscht werden (Abb. 12). Ziel ist hierbei, gründungsrelevante Persönlichkeitseigenschaften zu reflektieren und auszubauen, um eventuellen Ängsten entgegen wirken zu können. Die Gründungsförderung an der FHP sollte somit neben einem Workshop- und Lehrangebot eine professionelle Coaching-Rolle im Sinne eines Career-Services sicherstellen.

## Quellen:

Bergmann, H./ Cesinger, B./ Ostertag, F. (2012): Unternehmerische Absichten und Aktivitäten von Studierenden in Deutschland im internationalen Vergleich. Ergebnisse des Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS). Online unter: [https://www.guesssurvey.org/PDF/2011/GUESSS\\_Bericht\\_Deutschland\\_Final.pdf](https://www.guesssurvey.org/PDF/2011/GUESSS_Bericht_Deutschland_Final.pdf) [Stand: 09.02.2022].

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) (2020): Monitoringbericht. Kultur- und Kreativwirtschaft 2020. Kurzfassung. Online unter: [https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Wirtschaft/monitoringbericht-kultur-und-kreativwirtschaft-2020-kurzfassung.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=10](https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Wirtschaft/monitoringbericht-kultur-und-kreativwirtschaft-2020-kurzfassung.pdf?__blob=publicationFile&v=10) [Stand: 02.02.2022].

Metzger, G. (2019): Knapp 100.000 Existenzgründungen in der Kreativwirtschaft im Jahr 2018. In: KfW Research. Volkswirtschaft Kompakt. Nr. 187, 24. Online unter: <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Volkswirtschaft-Kompakt/One-Pager-2019/VK-Nr.-187-Oktober-2019-Kreativgruender.pdf> [Stand: 09.03.2022].