



Student Startup Monitor 2022

**Momentaufnahme des
studentischen Entrepreneurship-
Ökosystems in Deutschland**



GRÜNDERMAGNET



FIRST MOMENTUM
VENTURES

Vorwort der Initiator:innen

Innovationen, insbesondere in der Wissenschaft, sind sowohl für die Wirtschaft als auch für die Umwelt und Gesellschaft von hoher Bedeutung. Gleichzeitig ist es oft schwierig, radikale Innovationen in großen, alteingesessenen Unternehmen zu fördern. Aus diesem Grund suchen Stakeholder insbesondere aus der Politik und Bildung (Hochschulen) nach den besten Maßnahmen zur Förderung qualitativer Gründungen. Doch welche Maßnahmen erzielen die größte Wirkung? Neben der Effektivität von Entrepreneurship-Angeboten spielt auch das Interesse für diese Angebote eine wichtige Rolle. Daher stellt sich die Frage: Welche Formate sind bei Studierenden am beliebtesten? Und welche zusätzlichen Angebote wünschen sie sich?

Der Student Startup Monitor 2022 hat es sich zum Ziel gesetzt, diese Fragen zu klären, Handlungshinweise abzuleiten und somit zu einer stärkeren Innovations- und Gründungskultur an deutschen Hochschulen beizutragen. Die Stimmen von über 3.000 Studierenden in Deutschland verdeutlichen: Es gibt bereits diverse Entrepreneurship-Programme an Hochschulstandorten, allerdings ist sowohl die Angebotsvielfalt als auch die Bewerbung dieser ausbaufähig. Die Ergebnisse unseres Monitors lassen sich nicht für alle Hochschulstandorte pauschalisieren, daher sollten Stakeholder die nachfolgenden Hinweise und Verbesserungsvorschläge im Hinblick auf ihr eigenes Ökosystem interpretieren.

Wir wünschen Ihnen und Euch viel Freude beim Lesen des Monitors und hoffen, dass unsere Ergebnisse das studentische Entrepreneurship-Ökosystem in Deutschland nachhaltig positiv beeinflussen.



Anja Overwien

Doktorandin der WWU Münster & ehem. Vorsitzende Venture Club Münster e. V.



Björn-Christian Ningel

Referent Startup-Verband & ehem. Vorsitzender Gründermagnet

Vorwort des Kooperationspartners



Christoph J. Stresing

Geschäftsführer
Startup-Verband



**STARTUP
VERBAND**

Die Unternehmen
der Zukunft.

Aus dem Deutschen Startup Monitor wissen wir, dass mit 85 % ein Großteil der Gründer:innen in Deutschland einen akademischen Abschluss mitbringt und sich 36 % der Gründungsteams an Hochschulen kennenlernen. Das macht deutlich, wie wichtig die Universitäts- und Forschungslandschaft für unser Startup-Ökosystem ist. Gleichzeitig wissen wir auch: Es geht noch wesentlich mehr! Beim Thema Forschungstransfer und wissenschaftliche Ausgründung bringen wir das Potenzial, das wir als Land haben, noch bei weitem nicht auf die Straße. Außerdem müssen wir lernen, auch die vielen internationalen Talente, die sich für ein Studium in Deutschland entschieden haben, im Kontext unserer Startup- und Innovationspolitik wesentlich besser einzubinden – gerade mit Blick auf den Fachkräftemangel, der auch für junge Unternehmen zunehmend zur Herausforderung wird.

Aus diesem Grund ist der Student Startup Monitor als Pulsmesser der Gründungsneigung unter Studierenden ein wichtiges Projekt. Zwei Ergebnisse waren für mich besonders spannend: Erstens der Ruf nach mehr praktischen Einblicken – Studierende wollen wissen, wie es im Startup-Bereich wirklich aussieht und Gründer:innen hautnah erleben. Nur theoretisch über Entrepreneurship zu reden inspiriert niemanden. Zweitens freue ich mich sehr über den hohen Anteil an studentischen Gründer:innen. Im Startup-Ökosystem insgesamt liegen wir nur bei 18 % und die 30 % in dieser Studie lassen mich hoffen, dass wir mit Blick auf die nächste Generation auf einem guten Weg sind.

Inhaltsverzeichnis

02

Vorworte

05

Ziele & Merkmale des
Student Startup
Monitors

06

Sechs Fakten aus
dem SSM 2022

07

Studierende in
Deutschland

11

Entrepreneurship-
Angebote

15

Studierendeninitiativen

18

Studentische
Gründer:innen

27

Wünsche Studierender

28

Fazit

29

Konzeptionierung

30

Team und Beteiligte

31

Literaturverzeichnis

Ziele & Merkmale des Student Startup Monitors

Ziele des SSM:

Entrepreneurship hat positive Einflüsse auf die wirtschaftliche Entwicklung eines Landes wie die Schaffung von Arbeitsplätzen und Innovationen. Daher hat die Förderung und Ausbildung von Gründer:innen in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen. Es gibt viele Theorien und Forschungen zur Charakterisierung von Gründer:innen, insbesondere das Vorhandensein sogenannter „Gründungs-Kompetenzen“ wird in diesem Zusammenhang oft genannt (Chandler & Jansen 1992, Bacigalupo et al. 2016).

Da man in Deutschland erst mit 18 Jahren voll geschäftsfähig wird, liegt der Hauptfokus der Gründungsausbildung und -förderung für diesen Monitor auf Fachhochschulen und Universitäten (Hochschulen). Wer sich für die Thematik „Entrepreneurship“ interessiert, kann verschiedene Möglichkeiten und Angebote zur Informationsgewinnung und Weiterbildung wahrnehmen, z.B. als Teil des Curriculums an Universitäten, in Form von Workshops oder Gründer:innen-Vorträgen.

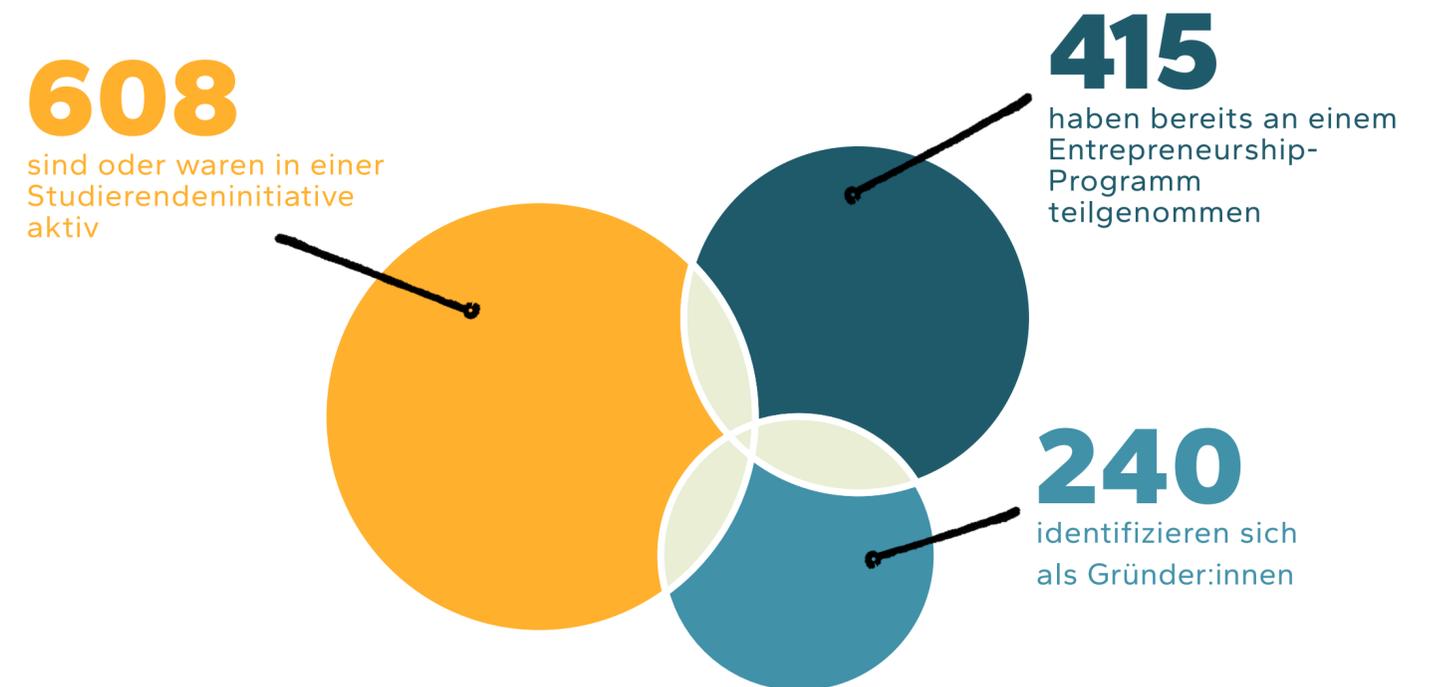
Trotz der Vielfalt von Entrepreneurship-Angeboten ist die Gründungsquote in Deutschland aktuell gering (6,9 % BMKW 2021). Der Student Startup Monitor (SSM) hat es sich zum Ziel gesetzt, mögliche Gründe für diese geringe Gründungsquote aufzudecken und **Optimierungspotentiale** für Stakeholder zu formulieren, insbesondere im Bereich der **Entrepreneurship-Bildung**. Darüber hinaus soll diese Studie direkt und indirekt dazu beitragen, das **Bewusstsein** für Entrepreneurship als **Berufsweg** zu stärken und einen aktuellen **Überblick** über das **studentische Entrepreneurship-Ökosystem** zu geben.

- Optimierungspotentiale
- Bewusstsein
- Überblick

Merkmale des SSM 2022:

Die Umfrage zum Student Startup Monitor im Wintersemester 2021/2022 richtete sich an Studierende aller Studiengänge in ganz Deutschland, unabhängig ihrer Berührung mit der Thematik „Entrepreneurship“. Die Schwerpunkte der Befragung lagen auf der Wahrnehmung Studierender hinsichtlich der Teilnahme an Entrepreneurship-Angeboten, ihrem Engagement in Studierendeninitiativen sowie auf Hindernissen und Motivationen bei der Gründung.

Der Monitor repräsentiert **3.176 Studierende** verschiedenster Studiengänge aus **148 Hochschulen**, von denen sich **240 als Gründer:innen** identifizieren. **608** der befragten Studierenden sind oder waren in einer **Studierendeninitiative** aktiv und **415** haben bereits an einem **Entrepreneurship-Programm** teilgenommen. Die nachfolgenden Ergebnisse wurden basierend auf den Rückmeldungen der 3.176 Studierenden dargestellt und interpretiert.



Sechs Fakten aus dem SSM 2022

1. Startup Talks als beliebteste Formate

Das beliebteste Entrepreneurship-Angebot Studierender sind Startup Talks, also Vorträge von Gründer:innen. Dieses Format bietet Einblicke in den Gründungsalltag, vermittelt Erfahrungen aus erster Hand und hilft Teilnehmenden, Chancen und Risiken einer Gründung besser zu verstehen. Studierende wünschen sich mehr Startup Talks, insbesondere mit Gründer:innen aus verschiedenen Studienbereichen, mit denen sie sich identifizieren können (Role Model).

2. Jede dritte studentische Gründung durch Frauen

Der Anteil weiblicher Gründerinnen ist im studentischen Kontext fast doppelt so groß wie im allgemeinen deutschen Entrepreneurship-Ökosystem (30,4 % zu 17,7 %, Kollmann et al. 2021). Dieser positive Trend könnte auf die vermehrten Angebote speziell für Frauen (Female Entrepreneurship) zurückzuführen sein und lassen auf eine langfristig höhere Frauenquote im allgemeinen Startup-Sektor hoffen.

3. Staatliche Fördermittel bleiben ungenutzt

Nur ein Fünftel der studentischen Gründer:innen nutzt staatliche Fördermittel. Mögliche Gründe hierfür können ein geringes Angebot passender Fördermaßnahmen oder zu hohe Barrieren bei der Bewerbung um diese sein. Eine Ergänzung von Fördermaßnahmen für Doktorand:innen, die neben ihrer Promotion gründen möchten, könnte insbesondere für wissenschaftliche Gründungen von Vorteil sein.

4. Selbstverwirklichung und Erfahrung als Antriebsmotor

Studentische Gründer:innen motiviert insbesondere der Wunsch nach Selbstverwirklichung sowie die Möglichkeit, Erfahrungen zu sammeln für eine Gründung. Angebote, bei denen Studierende mit Startups zusammenarbeiten und beispielsweise Marktanalysen oder Kundenakquisen durchführen, könnten das bisherige Entrepreneurship-Angebot ergänzen.

5. Hochschulen als Talentpool und Experten-Netzwerk

Studierende erhalten durch Hochschulen insbesondere Zugang zu Mitgründer:innen, qualifiziertem Personal und Mentor:innen, die sie bei ihrer Gründung unterstützen. Interdisziplinäre Angebote oder Talent-Pools an Startup-Zentren könnten diesen positiven Effekt begünstigen.

6. Kompetenzausbilder Studierendeneinitiativen

Das Engagement in Studierendeneinitiativen scheint Schlüsselkompetenzen zu fördern und damit Entrepreneurship-Angebote zu ergänzen. Die befragten Mitglieder engagierten sich während ihres Ehrenamts oft in verschiedenen Bereichen und verbesserten ihre Fähigkeiten im Projektmanagement, Zeitmanagement und Netzwerken.

1 Studierende in Deutschland

Diversität der Studierenden

Alter & Geschlecht

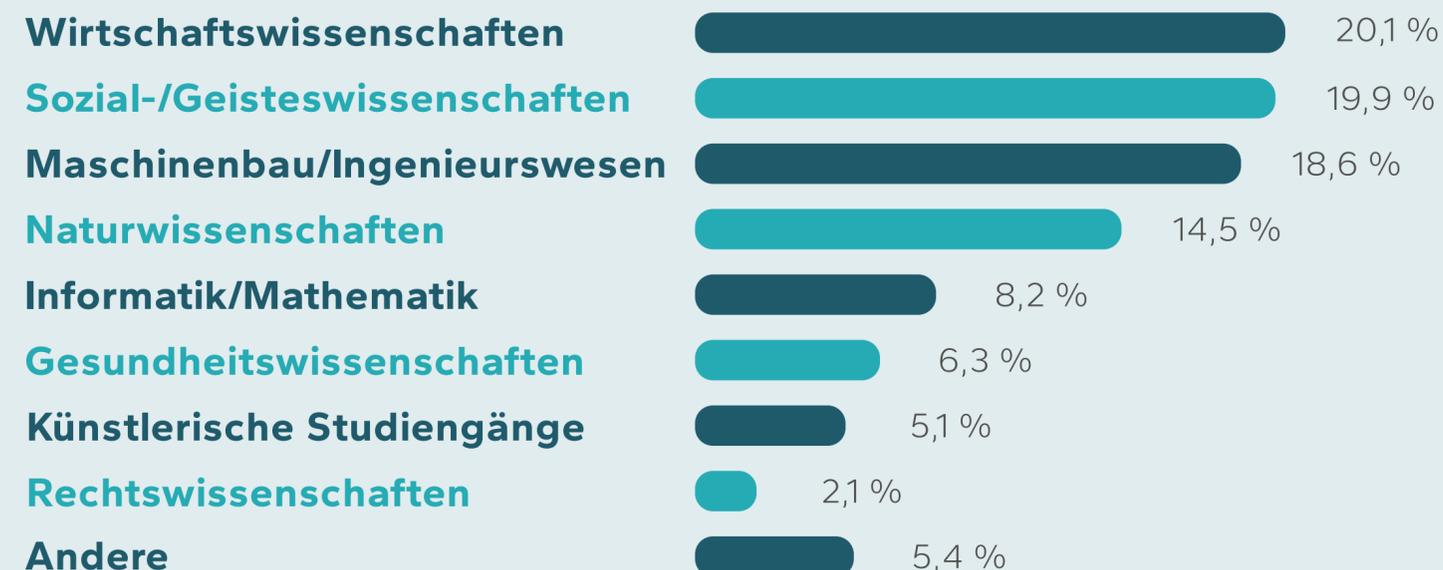
Beim Student Startup Monitor 2022 konnten insgesamt 3.176 vollständige Datensätze generiert werden. Das Durchschnittsalter der teilnehmenden Studierenden liegt mit 24,7 Jahren und einer Altersverteilung von 17 bis 48 Jahren leicht über dem deutschlandweiten Durchschnittsalter Studierender von 23,5 Jahren (Destatis 2022).

55,2 % aller Befragten fühlen sich dem weiblichen Geschlecht zugehörig, 43,5 % dem männlichen Geschlecht und 0,7 % identifizieren sich als divers. Damit liegt der Anteil weiblicher Studierender in unserer Stichprobe leicht über dem der Gesamtstudierenden in Deutschland im Wintersemester 21/22 von 50,2 % (Destatis 2022).

Studienfach & Angestrebter Bildungsabschluss

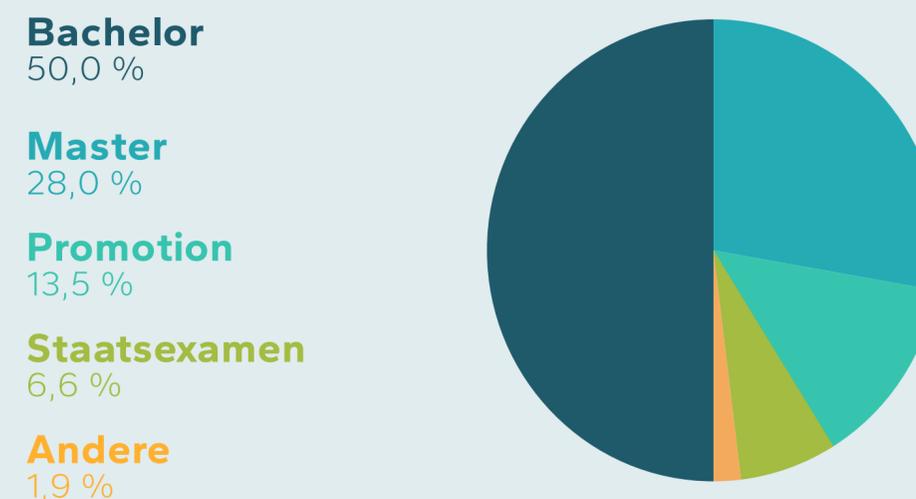
Drei Viertel der Befragten befanden sich zum Zeitpunkt der Umfrage im Bachelor- oder Masterstudium und 13,5 % in ihrer Promotion. Insgesamt lassen sich die Studierenden grob acht verschiedenen Studienbereichen zuordnen. Studierende der Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik (MINT-Fächer) sind mit insgesamt 42,1 % in dieser Studie am stärksten vertreten, während die Rechtswissenschaften nur mit 2,1 % vertreten sind. In der Datenerhebung des statischen Bundesamtes studieren mit 38,3 % ebenfalls die meisten Studierende im Wintersemester 21/22 in den MINT-Fächern. Die Rechtswissenschaften sind mit 4,8 % etwas stärker vertreten und in der vorliegenden Studie entsprechend etwas unterrepräsentiert (Destatis 2022).

Abb. 1 Studienfächer



n-Wert: 3176

Abb. 2 Angestrebter Bildungsabschluss



n-Wert: 3176

Teilnahme nach Bundesländern und Hochschulen

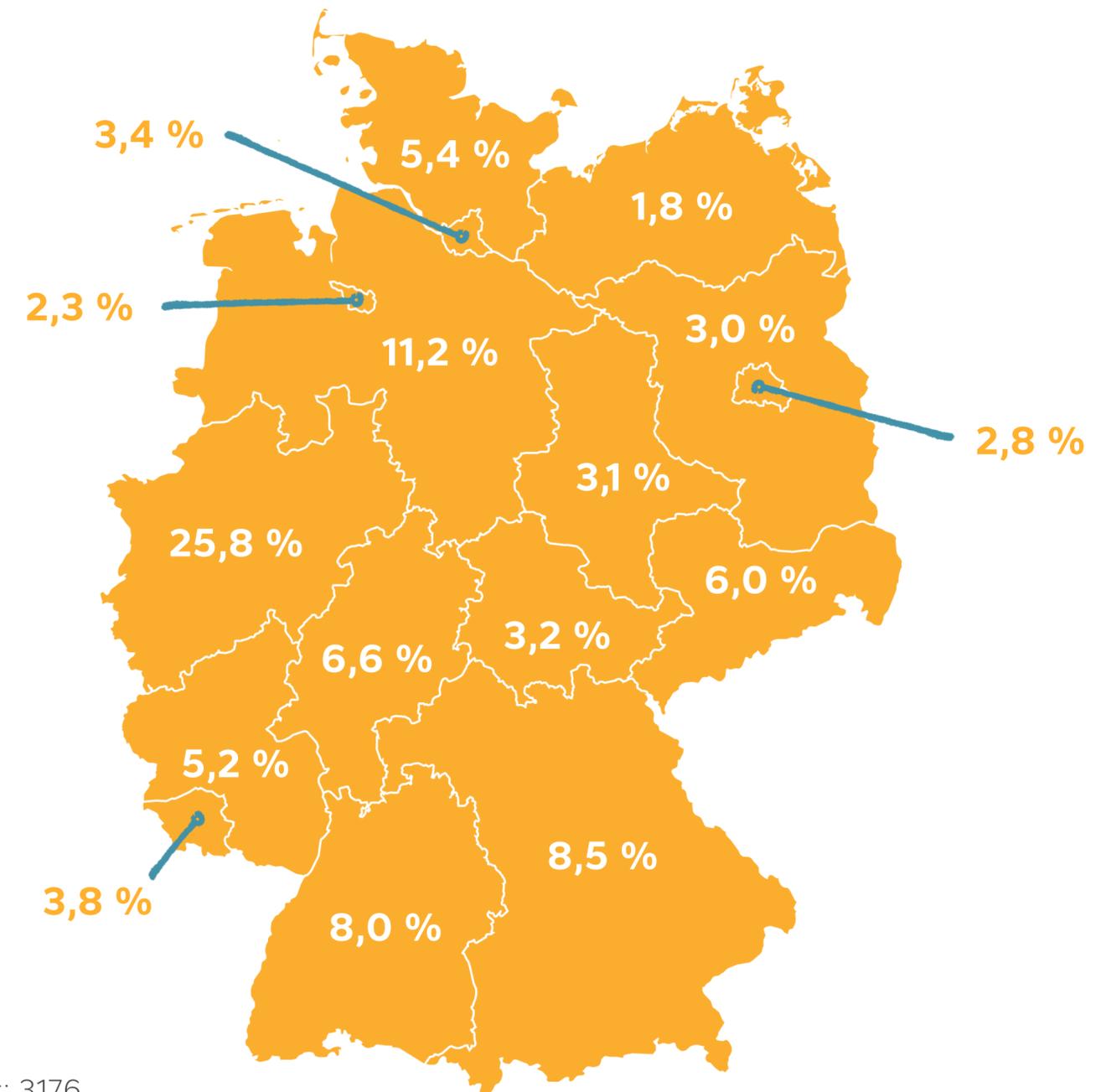
Abb. 3 Studienort nach Bundesländern

Hochschulen in Deutschland

Ein Viertel der befragten Studierenden besucht eine Hochschule in NRW und mit 1,8 % sind die wenigsten Studierenden in Mecklenburg-Vorpommern eingeschrieben. Diese Ergebnisse stimmen weitestgehend mit den Zahlen des statistischen Bundesamtes überein, laut deren 26,0 % der Studierenden im Wintersemester 21/22 in NRW und 1,3 % in Mecklenburg-Vorpommern eingeschrieben waren (Destatis 2022).

In unserer Stichprobe studieren 58,5 % der Teilnehmenden an einer Universität und 41,5 % an einer Fachhochschule. Dies entspricht den Werten des statistischen Bundesamtes, nach dem 59,5 % der Studierenden im Wintersemester 21/22 an einer Universität und 40,5 % an einer Fachhochschule studierten (Destatis 2022).

Die vorliegende Gesamtstichprobe zeigt eine leichte Verzerrung des studentischen Ökosystems in Deutschland. Die Interpretationen gelten nur für die vorliegende Studie und beanspruchen für sich keine Repräsentativität aller Studierenden in Deutschland.



n-Wert: 3176

Berührungspunkte mit dem Entrepreneurship-Ökosystem

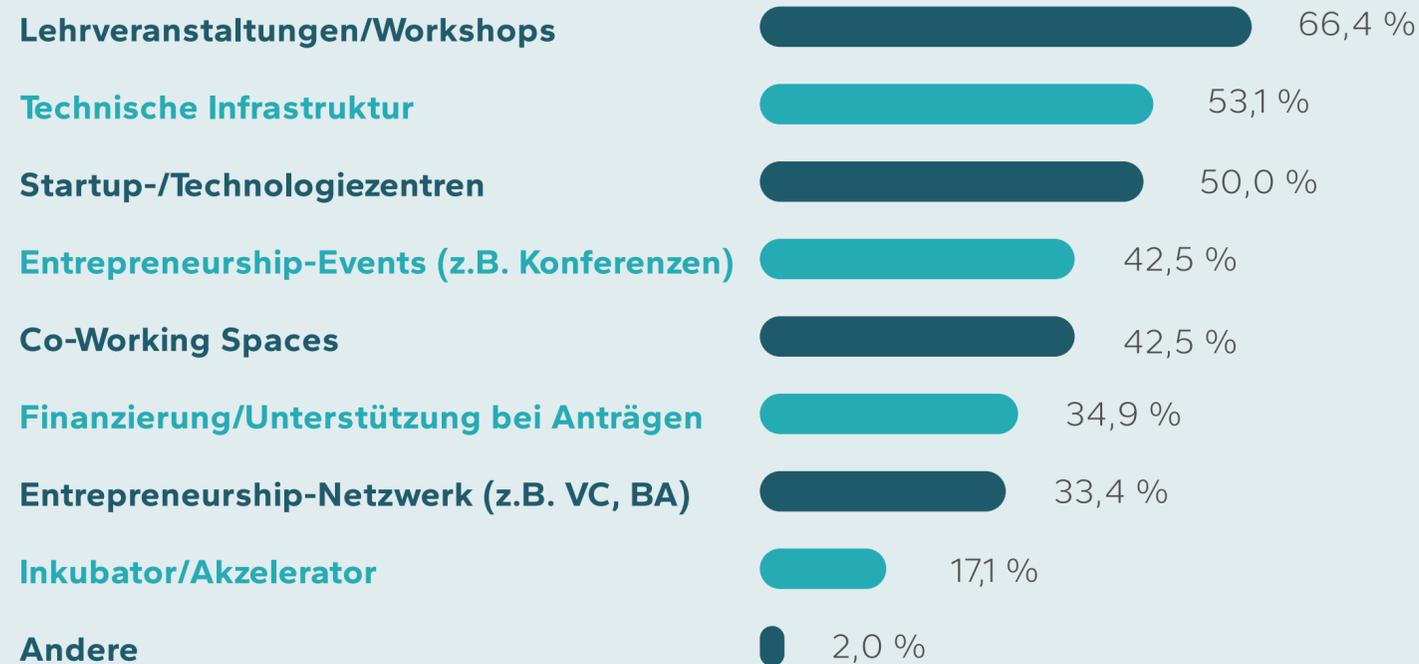
Knapp ein Viertel der Befragten kennt keine Entrepreneurship-Angebote an ihrem Studienort, obwohl es an den meisten dieser Standorte Angebote gibt. Die übrigen Studierenden kennen insbesondere Lehrveranstaltungen, während Stakeholder der örtlichen Entrepreneurship-Ökosysteme, wie Gründer:innen oder Venture Capital Unternehmen, eher unbekannt sind.

Dies spiegelt sich auch in dem Zugang zu Role Modeln wider: 42,2 % aller teilnehmenden Studierenden kennen keine Gründer:innen persönlich. Die übrigen Befragten kennen insbesondere Gründer:innen über ihren Freundes- oder Arbeitskreis.

Die Ergebnisse deutet darauf hin, dass Entrepreneurship-Angebote aktuell nicht sichtbar genug sind, insbesondere wenn diese nicht Teil des Curriculums sind. Zudem scheinen Studierende derzeit außerhalb ihres Bekanntenkreises schwer mit Gründer:innen (Role Modeln) in Kontakt zu kommen.

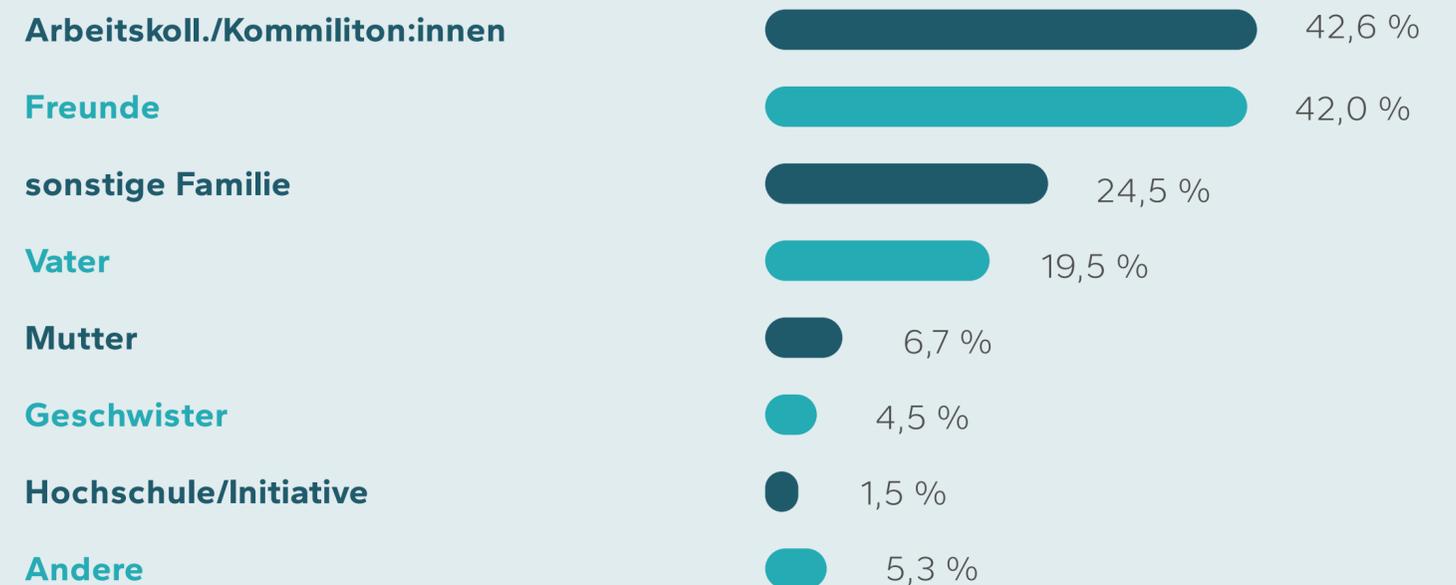
Diese Annahmen werden durch die Wünsche der Studierenden nach weiteren extra-curricularen Angeboten unterstützt. Eine Erhöhung der Sichtbarkeit aktueller Angebote und eine Ergänzung des Angebots um Programme die sich Studierende wünschen könnte ihr Bewusstsein und Interesse für Entrepreneurship erhöhen.

Abb. 4 Angebote an Hochschulstandorten



n-Wert: 2350

Abb. 5 Role Model Studierender



n-Wert: 1835

2 Entrepreneurship- Angebote

Begeistern und Befähigen

Diversität der Teilnehmer:innen

Es gibt in Deutschland ein breites Spektrum an Entrepreneurship-Angeboten, von Startup-Talks über Workshops und Kursen bis hin zu Konferenzen oder Wettbewerben. 13,1 % der Studierenden gaben an, dass sie bereits an Entrepreneurship-Angeboten teilgenommen haben. Das entspricht 415 von 3.176 der Teilnehmenden.

Alter & Geschlecht

Die Studierenden, die bereits an einem Entrepreneurship-Programm teilgenommen haben, sind im Durchschnitt 25,1 Jahre alt mit einer Altersverteilung von 18 bis 45 Jahren. 60,5 % der Befragten identifizieren sich mit dem männlichen Geschlecht, 38,5 % mit dem weiblichen und 1,0 % identifizieren sich als divers. Bezogen auf die vorliegende Gesamtstichprobe entspricht dies einer Teilnahmequote von 18,1 % für Studenten, die Quote der Studentinnen liegt dagegen nur bei 9,1 %. Dies könnte auf ein geringeres Interesse weiblicher Studierende an Entrepreneurship im Allgemeinen oder spezifisch auf die angebotenen Angebote hindeuten.

¹ Aus den vorliegenden Ergebnissen lässt sich keine repräsentative Quote für Studierenden in Deutschland verallgemeinern. Die Teilnahmequote bezieht sich ausdrücklich nur auf die Verteilung in der vorliegenden Stichprobe.

Studienfach & Angestrebter Bildungsabschluss

Die meisten Teilnehmenden der Entrepreneurship-Angebote studieren Wirtschaftswissenschaften (42,9 %) oder in einem MINT-Fach (38,1 %). Setzt man diese Ergebnisse in Zusammenhang mit der Gesamtstichprobe der vorliegenden Studie, haben die Wirtschaftswissenschaften mit 27,9 % die mit Abstand höchste Teilnahmequote (MINT: 12,1 %).¹ Eine mögliche Erklärung hierfür könnte das Fehlen fachspezifischer oder curricularer Angebote in anderen Fachbereichen sein. Auch ein fehlendes Wissen um den Karriereweg „Gründung“ könnte diese Ergebnisse beeinflusst haben.

Die meisten Studierenden, die bereits an einem Entrepreneurship-Programm teilgenommen haben, befinden sich aktuell im Master- oder Bachelorstudium. Bezogen auf die Gesamtstichprobe hat ein Fünftel der befragten Masterstudierenden bereits an einem Entrepreneurship-Programm teilgenommen, die Teilnahmequote für Bachelor- oder Promotionsstudierende ist nur halb so groß. Eine Erklärung für diese Ergebnisse könnte ein höheres Interesse von Masterstudierenden sein, sich außerfachlich weiterzubilden oder den Berufsweg „Gründung“ besser zu verstehen.

Angebotswünsche:

“**Praxisorientierte Lehrangebote zum Thema Gründung (Steuern, Ablauf der Gründung, bürokratische Aspekte und Pflichten des Gründens), die an der Universität für alle Studiengänge frei zur Verfügung stehen, sich aber auch an Nicht-Universitätsangehörige richten.**”

Studentin, Freitextfeld SSM 2022

Abb. 6 Studienfächer



n-Wert: 415

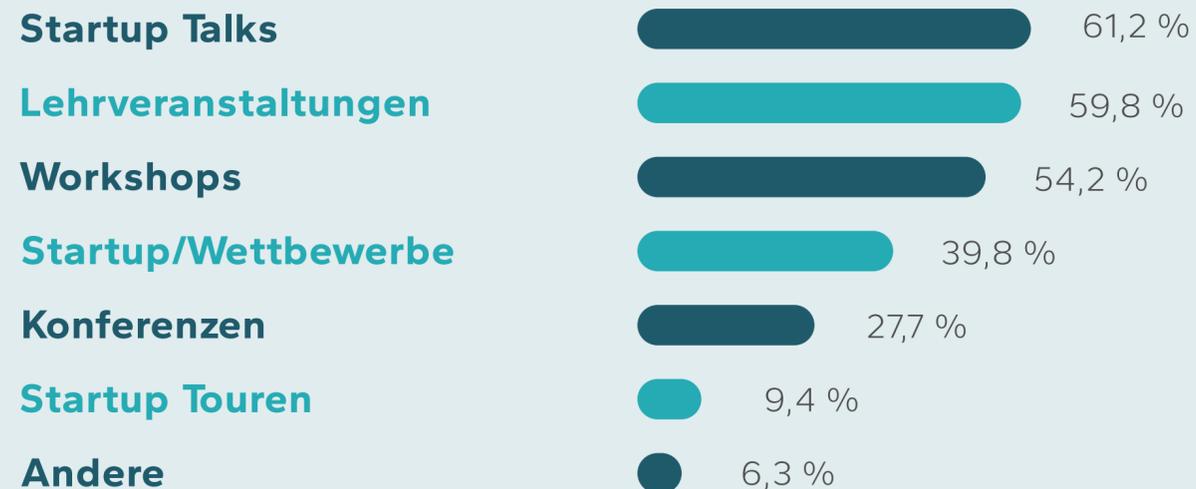
Entrepreneurship-Angebote an Hochschulstandorten

Wahrgenommene Angebote und Teilnahmegründe

Startup Talks (61,2 %), bei denen Gründer:innen ihre persönlichen Erfahrungen teilen, wurden von Studierenden am häufigsten besucht. Diese Veranstaltungsart hat eine geringe Einstiegshürde, begeistert für Entrepreneurship und vermittelt Wissen aus erster Hand. Auch Workshops wurden von über der Hälfte der Befragten besucht.

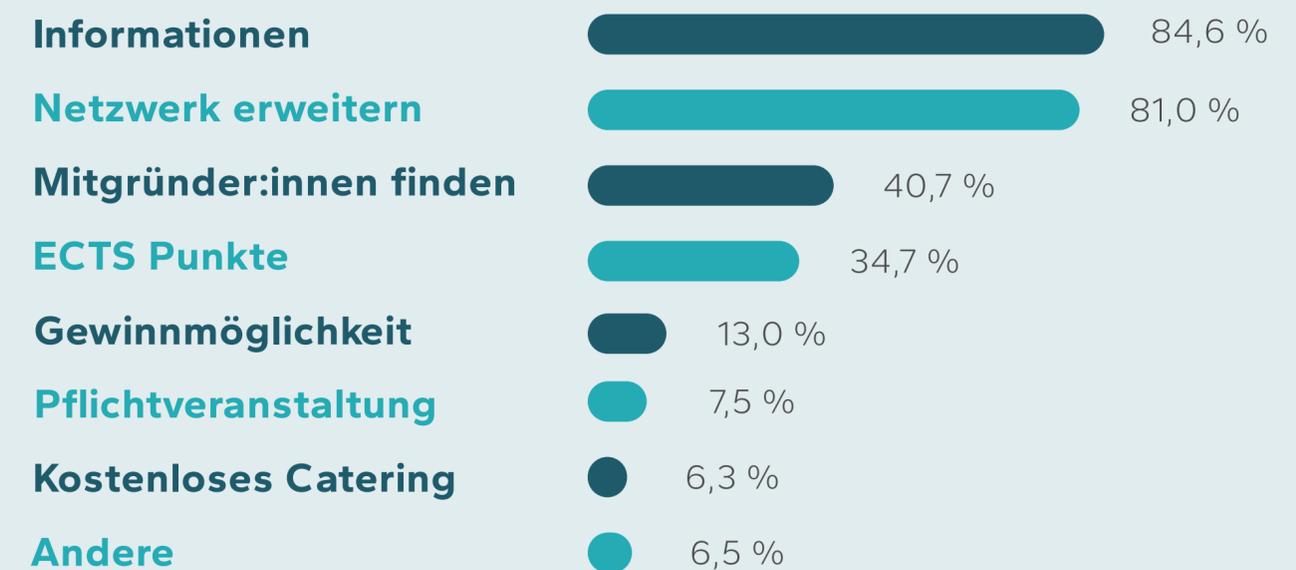
Als Beweggründe für ihre Teilnahme an Entrepreneurship-Programmen nannten Studierende vor allem den Zugang zu Informationen (84,6 %) und Netzwerkmöglichkeiten (81,0 %). Beides kann insbesondere durch Startup Talks, Workshops und Netzwerk-Veranstaltungen abgedeckt werden, von denen sich Studierende mehr Angebote wünschen (vgl. 5 Wünsche Studierender).

Abb. 7 Angebote nach Teilnahme Studierender



n-Wert: 415

Abb. 8 Teilnahmegrund Studierender



n-Wert: 415

Die Beweggründe der Befragten decken sich weitestgehend mit der wahrgenommenen Auswirkung ihrer Teilnahme an Entrepreneurship-Programmen. Studierende hatten insbesondere das Gefühl, durch die besuchten Angebote die Chancen und Risiken einer Gründung besser zu verstehen (73,0 %) oder ihr berufliches Netzwerk auszubauen (56,6 %). Für das Finden von Mitgründer:innen hingegen scheinen die besuchten Programme weniger geeignet zu sein. Gezielte „Matching“-Veranstaltungen oder interdisziplinäre Veranstaltungen für Gründungsinteressierte könnten Formate sein, die dieses Interesse Studierender zufriedenstellen.

Abb. 9 Auswirkungen wahrgenommener Angebote

Aufzeigen von Chancen/Risiken einer Gründung



Aufzeigen von Finanzierungsmöglichkeiten (für das Startup)



Erweiterung des beruflichen Netzwerks



Evaluierung der Geschäftsidee



Finden von Mitgründer:innen



stimme (überhaupt) nicht zu
 neutral
 stimme (voll und ganz) zu

n-Wert: 415

3 Studierendeninitiativen

Diversität der Mitglieder und Initiativenfokus

Alter & Geschlecht

Es gibt ein breites Angebot an studentischen Initiativen an deutschen Hochschulen, jedoch hat sich bisher nur etwa ein Fünftel der Befragten in einer Studierendeninitiative engagiert (608 von 3176 Studierenden). Das Geschlechterverhältnis aktueller und ehemaliger Initiativen-Mitglieder ist ausgeglichen, 49,3 % fühlen sich dem männlichen Geschlecht zugehörig, 49,0 % dem weiblichen und 0,7 % identifizieren sich als divers. Ihr Durchschnittsalter liegt bei 25,3 Jahren mit einer Altersverteilung von 18 bis 47 Jahren.

Studienfach

Die befragten Initiativen-Mitglieder sind überwiegend Studierende der Wirtschaftswissenschaften oder MINT-Fächer. Bezogen auf die Gesamtstichprobe ist das Engagement in Studierendeninitiativen² bei Wirtschafts- (31,9 %) und Rechtswissenschafts-Studierenden (30,3 %) anteilig am größten. Dies könnte darauf hindeuten, dass sich insbesondere Studierende der Wirtschafts- und Rechtswissenschaften durch ihr Engagement von Kommiliton:innen abheben, etwas dazulernen oder ihr berufliches Netzwerk ausbauen möchten.

Schwerpunkte der Initiative

Mit dem Fokus auf Beratung (24,3 %) und Entrepreneurship (17,3 %) bilden Initiativen aus traditionell wirtschaftswissenschaftlichen Domänen den Hauptteil der im SSM vertretenen Initiativen. Dies könnte ein Grund für die hohen Engagement-Quoten von Wirtschaftswissenschaftler:innen sein. Zur Förderung der Interdisziplinarität von Initiativenmitgliedern könnte eine stärkere Bewerbung der Initiativenarbeit in weniger vertretenen Fachbereichen sowie die positive Rückmeldung von Professor:innen zum Engagement vorteilhaft sein.

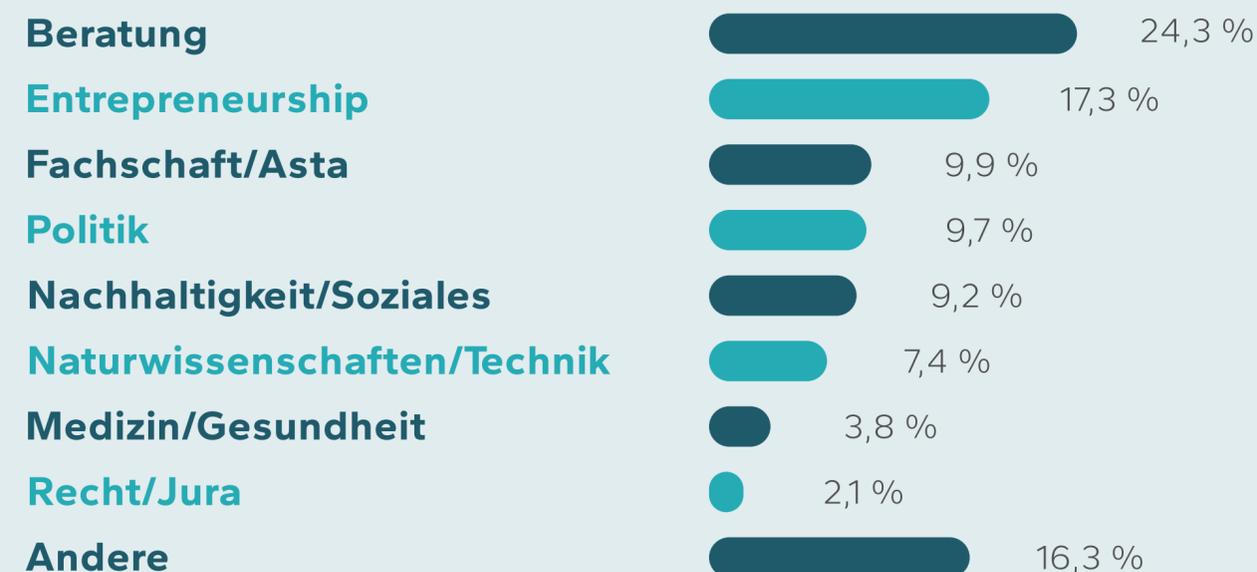
² Aus den vorliegenden Ergebnissen lässt sich keine repräsentative Quote für Studierenden in Deutschland verallgemeinern. Die Engagement-Quote bezieht sich ausdrücklich nur auf die Verteilung in der vorliegenden Stichprobe.

Abb. 10 Studienfächer



n-Wert: 608

Abb. 11 Studierendeninitiativen nach Schwerpunkten



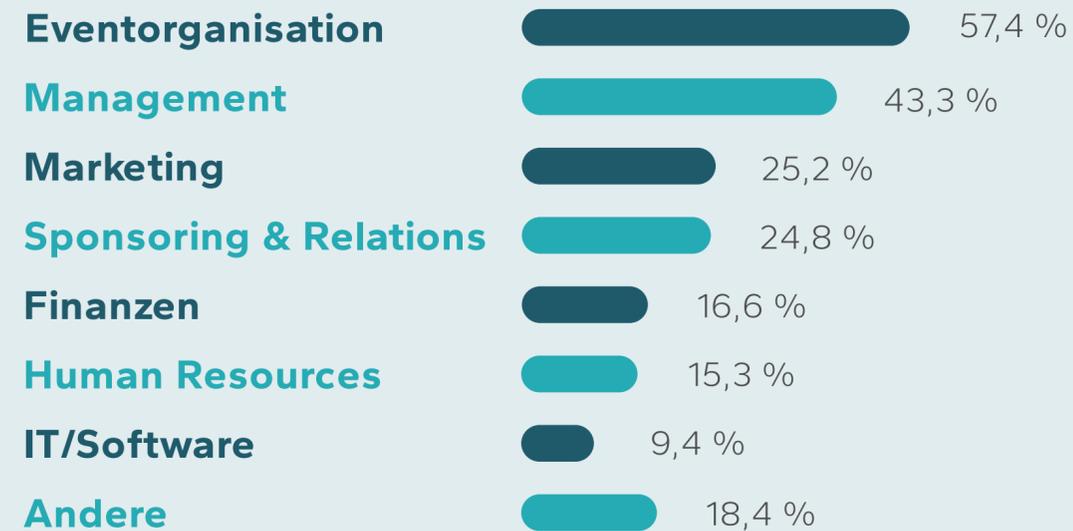
n-Wert: 608

Aufgaben der Mitglieder

Die meisten Mitglieder übernahmen während ihres Engagements verschiedene Aufgaben innerhalb der Initiative, insbesondere unterstützen sie die Organisation von Events (57,4 %) oder übernahmen allgemeine Managementtätigkeiten (43,3 %). Hervorzuheben sind die empfundenen positiven Auswirkungen des Engagements der befragten Initiativen-Mitglieder, insbesondere auf ihre Netzwerk-, Projektmanagement- und Führungs-Kompetenzen.

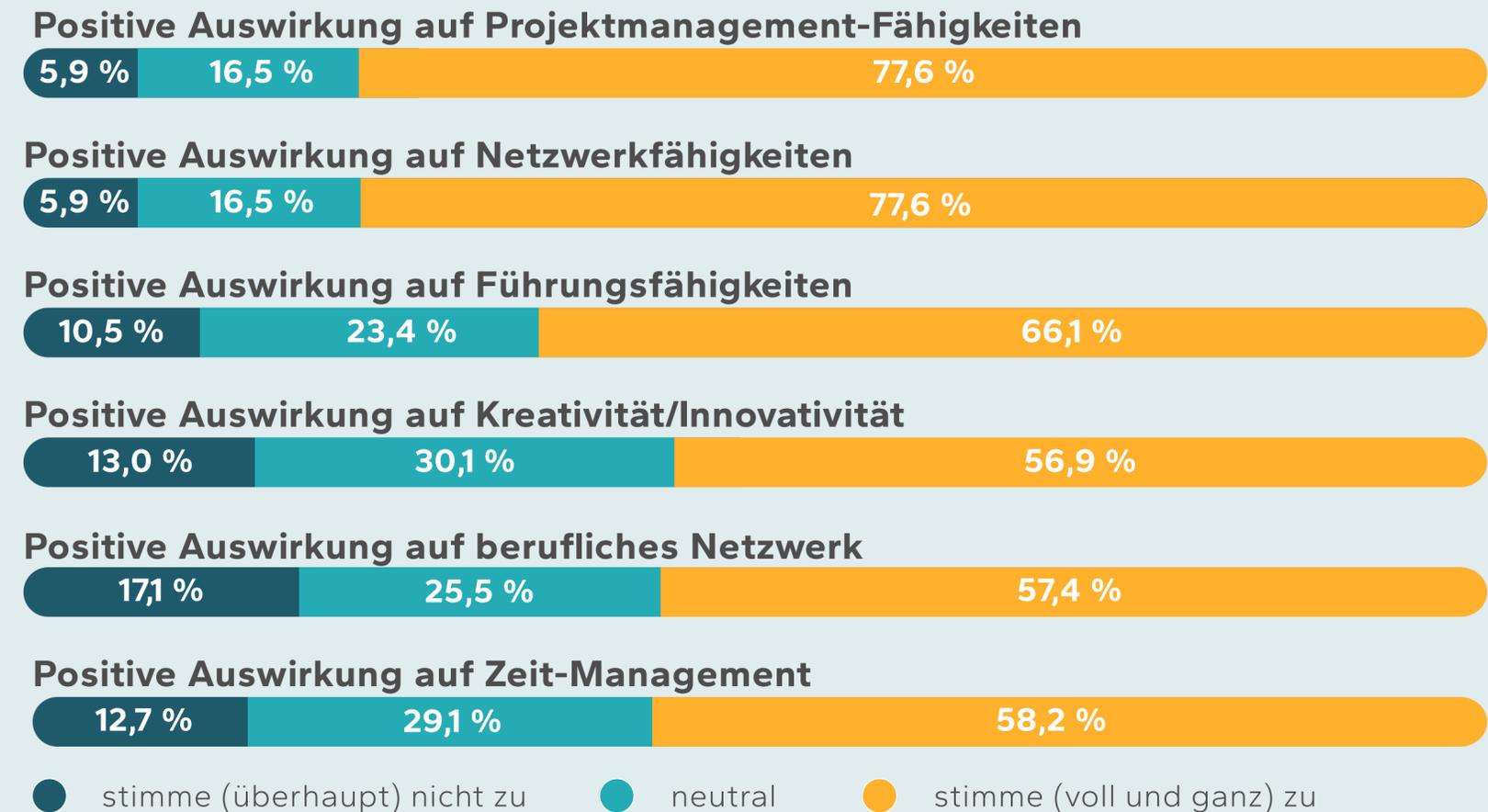
Die Ergebnisse des Student Startup Monitors 2022 unterstreichen in dieser Hinsicht frühere empirische Ergebnisse, die neben verbesserten Führungsqualitäten unter anderem auch positive Effekte auf die unternehmerischen Fähigkeiten von Studierenden aufzeigen (Pittaway et al. 2015). Dies könnte darauf hindeuten, dass Studierende durch ihr Engagement in einer studentischen Initiative insbesondere Erfahrungen sammeln, ein berufliches Netzwerk aufbauen oder ihre Fähigkeiten verbessern möchten. Damit vermitteln Studierendeninitiativen gründungsrelevante Kompetenzen und Fähigkeiten.

Abb. 12 Aufgaben Initiativenmitglieder



n-Wert: 608

Abb. 13 Auswirkungen des Engagements in Studierendeninitiativen



n-Wert: 415

4 Studentische Gründer:innen

240 der 3.176 befragten Studierenden identifizierten sich selbst als Gründer:innen. Von diesen haben 122 bereits ein Startup gegründet und 118 befinden sich in der Gründungsphase. Damit sind 7,6 % der Teilnehmer:innen dieser Studie studentische Gründer:innen.³ Die Gründungsquote des SSM liegt damit leicht über der Quote von 6,9 %, die beim deutschen Länderbericht des Global Entrepreneurship Monitors 21/22 erfasst wurde (BMKW 2022).

Diversität der Gründer:innen

Alter & Geschlecht

Die befragten studentischen Gründer:innen sind im Schnitt 26,3 Jahre alt mit einer Altersverteilung von 18 bis 47 Jahren. 68,3 % der Befragten studentischen Gründer:innen fühlen sich dem männlichen Geschlecht zugehörig und 0,8 % identifizieren sich als divers. Fast jede dritte studentische Gründung geschieht durch eine Gründerin, dieser Anteil ist fast doppelt so groß wie der Gesamtanteil an Gründer:innen in Deutschland (17,7 %, Kollmann et al. 2021). Das Engagement an vielen Hochschulen, besonders Female Entrepreneurship durch Workshops und Vorträge erfolgreicher Gründer:innen zu fördern, könnte sich hier bemerkbar machen.

Studienfach & Angestrebter Bildungsabschluss

Die Hälfte der befragten studentischen Gründer:innen befindet sich im Bachelorstudium während im deutschen Startup Monitor nur 15,6 % der Gründer:innen einen Bachelorabschluss haben (Kollmann et al. 2021). Dies könnte darauf hindeuten, dass studentische Gründer:innen das (Bachelor-)Studium zum Ausprobieren ihrer Gründungsidee nutzen. Dies deckt sich mit dem Motivationsgrund vieler studentischer Gründer:innen, Erfahrungen sammeln zu wollen (siehe S. 23). Zudem besteht die Möglichkeit, dass die Ideen einiger Gründer:innen scheitern.

³ Aus den vorliegenden Ergebnissen lässt sich keine repräsentative Quote für Studierenden in Deutschland verallgemeinern. Die Gründungsquote bezieht sich im weiteren Verlauf des Monitors ausdrücklich nur auf die Verteilung in der vorliegenden Stichprobe.

Abb. 14 Angestrebter Bildungsabschluss

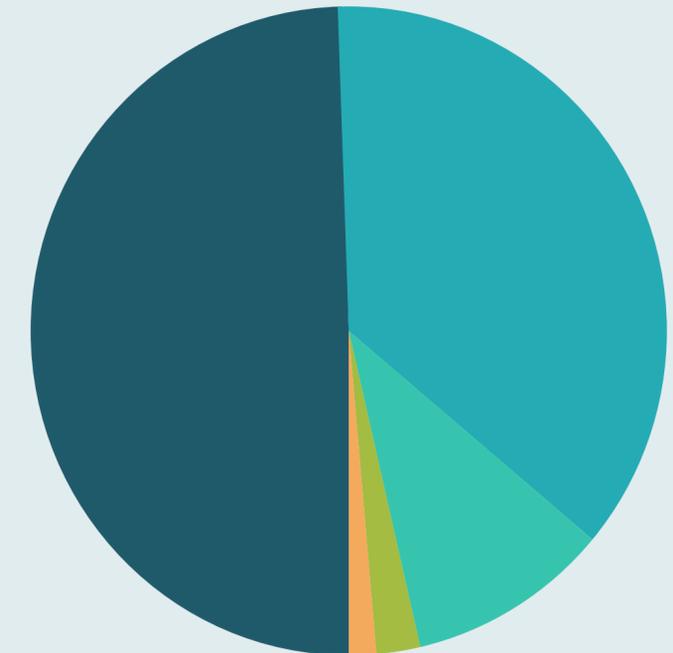
Bachelor
49,6 %

Master
36,7 %

Promotion
10,4 %

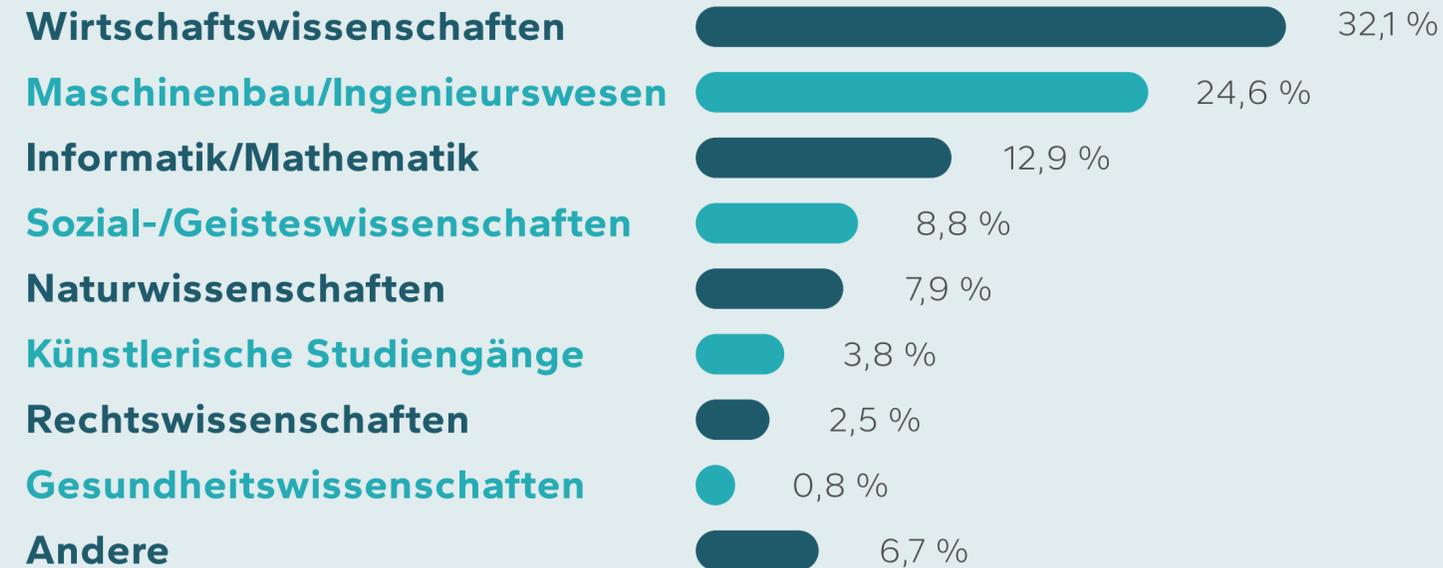
Staatsexamen
2,1 %

Andere
1,3 %



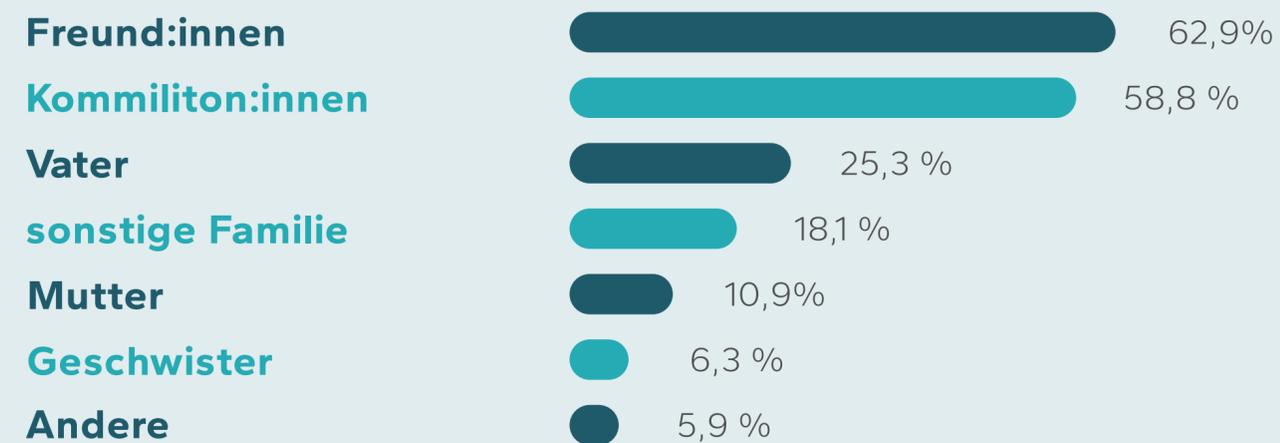
n-Wert: 240

Abb. 15 Fachbereich



n-Wert: 240

Abb. 16 Role Model studentischer Gründer:innen



n-Wert: 221

Der größte Anteil der teilnehmenden Gründer:innen studiert aktuell in einem MINT-Fach (45,4 %) oder in den Wirtschaftswissenschaften (32,1 %). Bezogen auf die Gesamtstichprobe entspricht das einer Gründungsquote von 12,1 % bei den Wirtschaftswissenschaften und von 8,3 % bei den MINT-Fächern, wobei die Naturwissenschaften mit 4,1 % eine besonders geringe Quote aufzeigen. Auch im DSM 2021 haben innerhalb der MINT-Fächer die Naturwissenschaftler:innen am wenigsten gegründet (10,0 %, Kollmann et al. 2021). Eine mögliche Erklärung für die vergleichsweise geringen Gründungen von Naturwissenschaftler:innen könnten die guten Berufsaussichten für diese Fachkräfte in der Forschung und Entwicklung in der freien Wirtschaft oder öffentlichen Institutionen sein.

Role Models

92,1 % der studentischen Gründer:innen kennen andere Gründer:innen persönlich, diese sind insbesondere ihre Freund:innen (62,9 %) oder Kommiliton:innen und Arbeitskolleg:innen (58,8 %). Damit scheinen insbesondere Vorbilder eine Rolle zu spielen, mit denen sich die Studierenden identifizieren können. Dies lässt die Hypothese zu, dass insbesondere Studierende gründen, die regelmäßig Kontakt zu Personen haben, die schon gegründet haben und mit denen sie sich identifizieren können.



Hochschulen studentischer Gründer:innen

Bundesländer

Die meisten studentischen Gründer:innen unserer Stichprobe sind aktuell an Hochschulen in NRW (28,8 %), Rheinland-Pfalz (11,7 %) und Bayern (10,8 %) eingeschrieben. Auch im DSM zählen NRW (18,5 %) und Bayern (11,7 %) zu den top vier Startup-Bundesländern, während Rheinland-Pfalz (1,4 %) das Bundesland mit den zweitwenigsten Startups ist (Kollmann et al. 2021). Dies könnte darauf hindeuten, dass viele Studierende während ihrer Hochschulzeit in Rheinland-Pfalz gründen aber entweder nach dem Studium diesen Berufsweg nicht weiterverfolgen oder mit ihrem Startup in ein anderes Bundesland abwandern.

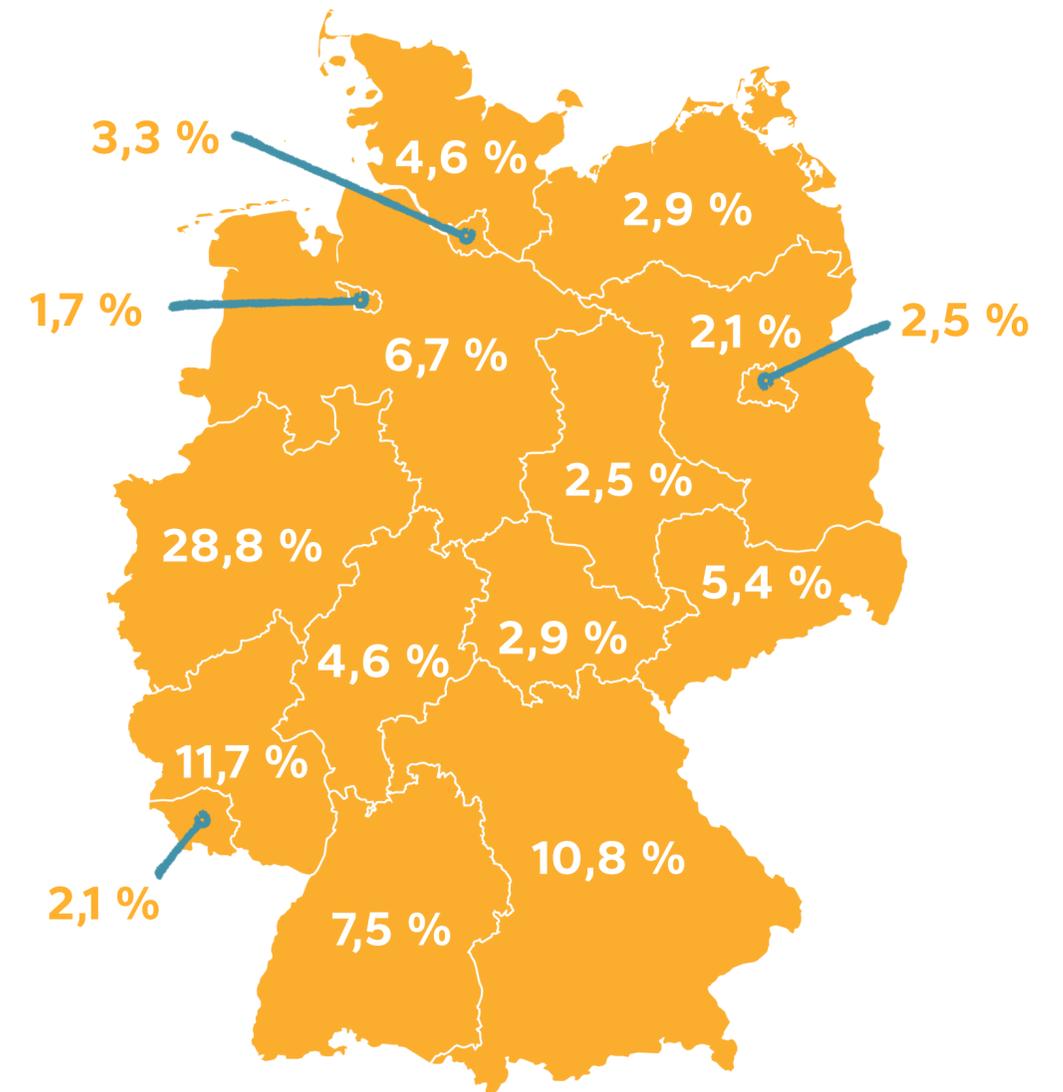
Unter den deutschen Hochschulen bringt die private Universität WHU in Rheinland-Pfalz mit 9,2 % die meisten studentischen Gründer:innen im SSM hervor. Wie im DSM 2021 zählen neben der WHU auch die TU München und die WWU Münster in der vorliegenden Studie zu den top Gründungshochschulen (Kollmann et al. 2021). Dies könnte auf gute Entrepreneurship-Angebote dieser Hochschulen oder ein gutes Ökosystem an ihren Studienorten hindeuten. Die Verteilung nach Universität und Fachhochschule ist relativ ausgeglichen. Bezogen auf die Gesamtstichprobe sind 8,0 % der Studierenden an einer Fachhochschule und 7,2 % an einer Universität eingeschrieben. Diese leichte Tendenz könnte darauf hindeuten, dass der eher Praxis-orientierte Ansatz und die engere Zusammenarbeit von Fachhochschulen mit der Industrie Gründungen fördern.

Abb. 17 Top-8-Gründungshochschulen



n-Wert: 608

Abb. 18 Bundesländer



n-Wert: 240

Vorteile Hochschulen

Hochschulen bieten deutschlandweit verschiedene Optionen der Unterstützung im Gründungsprozess an, dennoch haben knapp zwei Drittel der befragten Gründer:innen (65,4 %) weder Beratungsangebote ihrer Hochschule genutzt noch in anderer Weise mit ihnen kooperiert. Insbesondere der Zugang zu patentierten Technologien wurde von den befragten Gründer:innen als erschwert bewertet. Dies ist problematisch, da Patente, bzw. Intellectual Property, ein wichtiger Bestandteil für wissensbasierte Gründungen sind, die z.B. aus universitärer Forschung entstehen sollen. Einem Bericht des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz zufolge tun sich sowohl Hochschulen als auch Startups mit der Übertragung von Patentrechten schwer (BMKW 2019). Die Ergebnisse des Monitors könnten darauf hindeuten, dass eine Anpassung der patentrechtlichen Situation an Hochschulen wissenschaftliche Gründungen fördern könnte.

Neben Technologien hat das Gründungsteam einen wesentlichen Einfluss auf den Erfolg der Unternehmung. In etwa die Hälfte der befragten studentischen Gründer:innen gibt an, über die Hochschule Zugang zu Mitgründer:innen und qualifizierten Mitarbeiter:innen bekommen zu haben. Dies deutet darauf hin, dass Gründer:innen Hochschulen insbesondere als Talent-Pool nutzen. Auch der Zugang zu Mentor:innen und Beratungsmöglichkeiten (59,6 %) wurde als sehr positiv bewertet. Die Ergebnisse stützen die Annahmen aus der Forschung, dass das soziale Netzwerk positive Auswirkungen auf den Gründungserfolg haben kann (Abou-Moghli & Al-Kasasbeh 2012).

Abb. 19 Vorteile von Hochschulen

Zugang zu Mentor:innen/Beratung



Zugang zu qualifizierte Mitarbeiter:innen



Zugang zu Mitgründer:innen



Zugang zu technische Infrastruktur



Zugang zu Investor:innen/Finanzierung



Zugang zu (patentierten) Technologien



● stimme (überhaupt) nicht zu ● neutral ● stimme (voll und ganz) zu

n-Wert: 240

Studentische Gründungsteams

Motivation Gründer:innen

Die Hauptmotoren studentischer Gründungen sind der Wunsch nach Selbstverwirklichung (73,3 %) und Flexibilität (70,0 %). Diese Ergebnisse decken sich mit der Forschung, dass die Unternehmensgründung nicht nur durch Profitmaximierung motiviert wird, sondern auch durch den Wunsch nach Selbstverwirklichung (Shir et al. 2019). Zudem gaben zwei Drittel der studentischen Gründer:innen an, dass sie durch ihre Gründung Erfahrung sammeln möchten. Hier bietet sich für Studierende großes Potenzial für die persönliche Weiterentwicklung, wird die eigene Unternehmensgründung doch als einer der herausforderndsten Jobs überhaupt beschrieben (Stephan & Roesler 2010). Basierend auf dieser Rückmeldung könnten für Studierende Entrepreneurship-Programme interessant sein, bei denen sie mit Startups zusammenarbeiten und diese beispielsweise bei der Marktanalyse oder der Kundenakquise unterstützen.

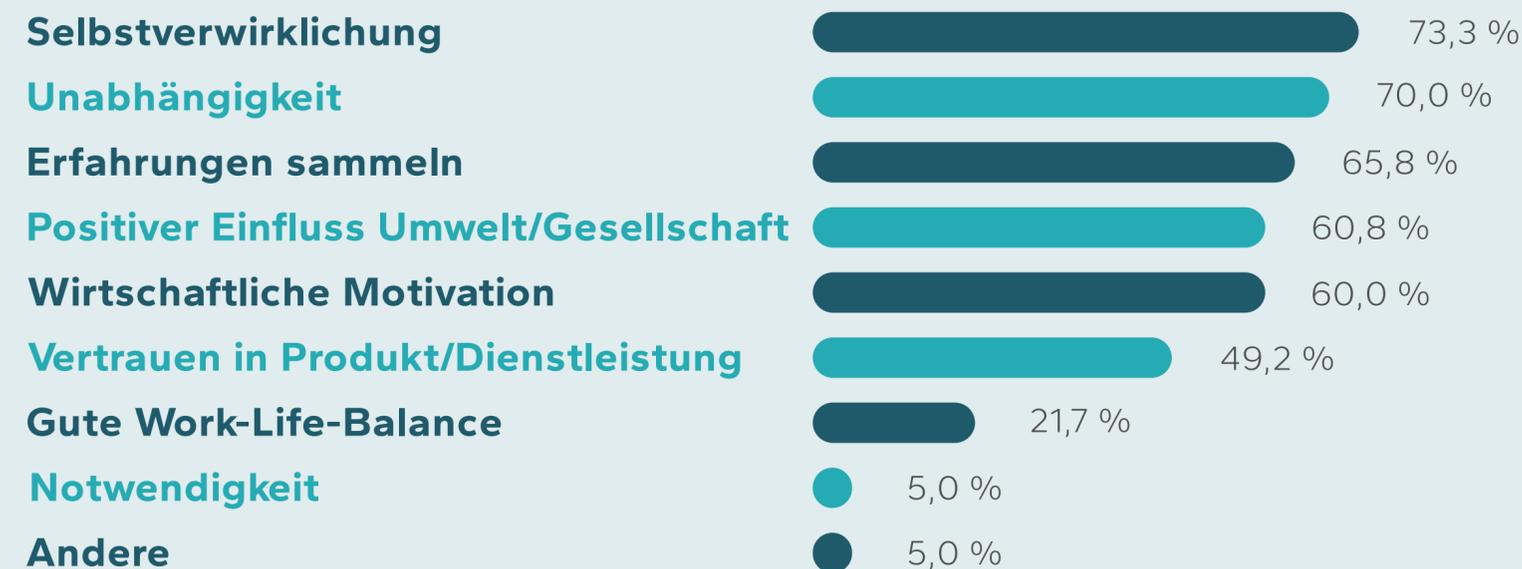
Aufgabe im Startup

46,3 % der Teilnehmenden gaben an, in der Geschäftsführung bzw. dem Management tätig zu sein. Diese Fähigkeiten könnten insbesondere durch ein Engagement in Studierendeninitiativen gefördert werden. Zudem gaben insbesondere Einzelgründer:innen an, diverse Aufgaben im Startup zu übernehmen (5,4 %). Diese Ergebnisse unterstützen die Annahme der Forscher Chandler & Jansen, dass Gründer:innen kompetente Generalisten sind (Chandler & Jansen 1992).

Teamfindung

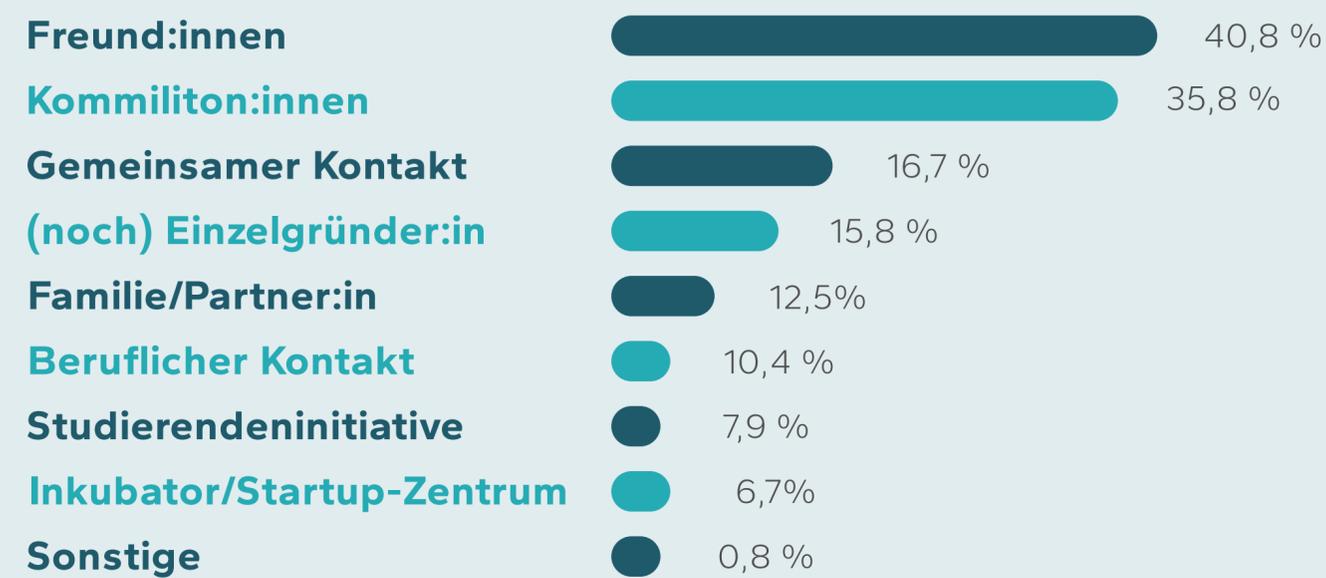
Die meisten Befragten stehen in einem privaten Verhältnis mit ihren Mitgründer:innen. Viele geben an, Freund:innen im Team zu haben (40,8 %) oder die gleiche Hochschule zu besuchen (35,8 %). Ein gutes Zusammenspiel der Mitglieder eines Gründungsteams ist wichtig. Besonders heterogene Teams mit Kenntnissen in verschiedenen Bereichen erzielen Bestleistungen (Shaban 2013). Aus diesem Grund könnten Talent Pools in universitären Startup-Zentren oder Startup-Events, bei denen sich Teams aus Gründungsinteressierten finden können, eine gute Ergänzung zur Bildung diverserer Gründungsteams sein.

Abb. 20 Motivation studentischer Gründer:innen



n-Wert: 240

Abb. 21 Teamzusammensetzung



n-Wert: 240

Charakteristika Studentischer Startups

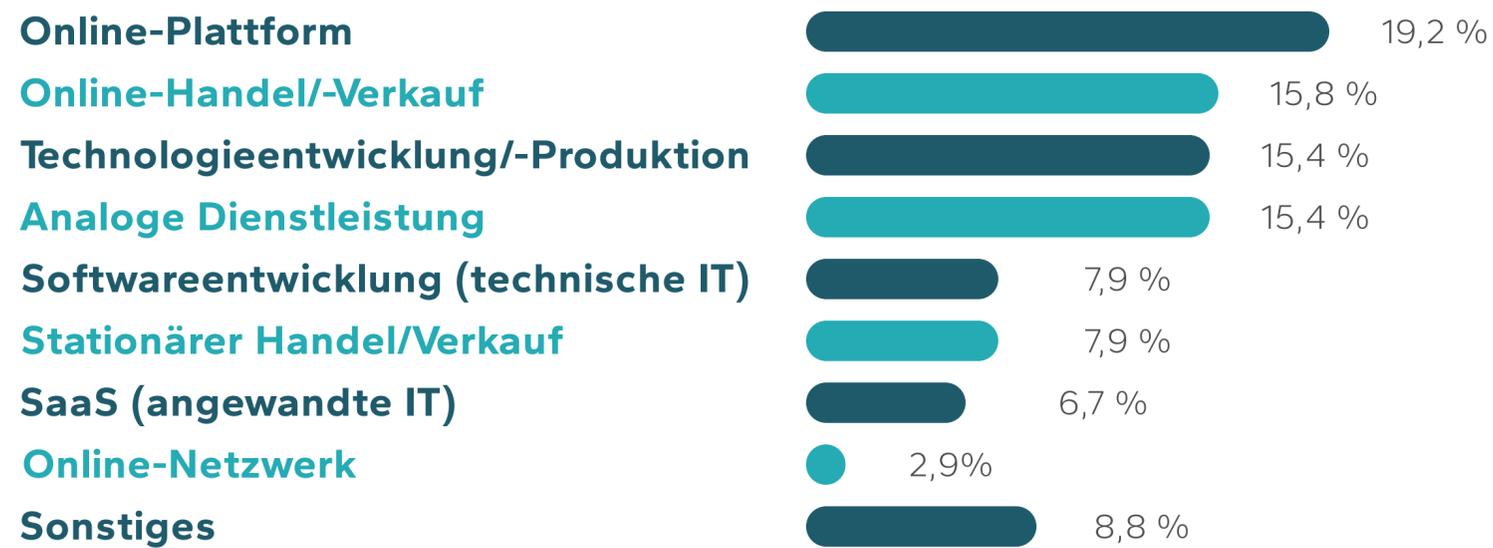
Geschäftsmodelle und Branchen Studentischer Startups

Die Hälfte der befragten Gründer:innen ordnet ihr Startup einem digitalen Geschäftsmodell zu (52,5 %), allerdings werden die gut skalierbaren Software-as-a-Service-Modelle (SaaS) nur von 6,7 % der Startups verwendet, während analoge Geschäftsmodelle mit 23,3 % vertreten sind. Im Deutschen Startup Monitors ist dieses Verhältnis umgekehrt (Kollmann et al. 2021).

Auch bei der Branchenwahl scheinen die studentischen Gründer:innen einen weniger starken Fokus auf die Skalierbarkeit ihrer Unternehmen gesetzt zu haben als die Gründer:innen im DSM. 12,5 % der studentischen Startups lassen sich der Branche Informations- und Kommunikationstechnologie zuordnen, während im DSM 30,5 % der Startups dieser Branche angehören (Kollmann et al. 2021).

Eine mögliche Erklärung hierfür könnte die Motivation Studierender sein, durch ihre Gründung Erfahrung zu sammeln, sodass sie weniger Fokus auf die Skalierbarkeit ihrer Produkte legen.

Abb. 22 Geschäftsmodelle



n-Wert: 240

Abb. 23 Branchen



n-Wert: 240

Abb. 24 (Nachhaltigkeits-)Fokus Startups

Green Economy



Social Entrepreneurship



Gewinnmaximierung



- stimme (überhaupt) nicht zu
- neutral
- stimme (voll und ganz) zu

n-Wert: 415

Nachhaltigkeit Studentischer Startups

Nachhaltigkeitsthemen sind für viele studentische Gründer:innen von Bedeutung. Jeweils die Hälfte der studentischen Startups leisten mit Ihren Lösungen einen Beitrag zur ökologischen Nachhaltigkeit (Green Economy) oder gesellschaftlichen Problemstellungen (Social Entrepreneurship). Die SSM-Startups zeigen einen deutlich stärkeren Nachhaltigkeitsfokus als die DSM-Startups (42,8 % Green Economy; 38,4 % Social Entrepreneurship; Kollmann et al. 2021). Dies könnte darauf hindeuten, dass die Nachhaltigkeit von Produkten eine höhere Bedeutung für studentische Gründer:innen hat. Der Unterschied zwischen den Studien könnte auf die unterschiedlichen Branchen und Geschäftsmodelle der Startups zurückzuführen sein. Demnach könnte Nachhaltigkeit für die Branchen Informations- und Kommunikationstechnologie, sowie Medizin und Gesundheit eine geringere und für die Branche Ernährung und Nahrungsmittel/ Konsumgüter eine höhere Rolle spielen.



Startup-Phase und Herausforderungen

Drei Viertel der befragten Gründer:innen ordnen ihr Startup der Seed oder Startup Stage zu und befindet sich damit im frühen Gründungsstadium. Dies deckt sich mit dem Reifegrad der befragten Gründungsteams des Deutschen Startup Monitors (74,1 %, Kollmann et al. 2021).

Als größte Herausforderung bei der Gründung wurde im SSM die Produktentwicklung, der Vertrieb/Kundengewinn und die Kapitalbeschaffung genannt. In Kombination mit den Geschäftsmodellen legen die Ergebnisse nahe, dass die Kundenakquise für die vielfach analog-orientierten Lösungen einfacher als die Produktentwicklung ist. Insgesamt benennen die studentischen Gründer:innen die gleichen Herausforderungen wie die Gründer:innen im DSM, sodass diese sowohl im hochschulischen Rahmen als auch außerhalb zu gelten scheinen (Kollmann et al. 2021).

Die Kapitalbeschaffung wird von studentischen Gründer:innen als große Hürde bewertet. Lediglich 21,3 % der studentischen Gründer:innen beziehen staatliche Fördermittel und nur 5,8 % werden durch Wagniskapitalgeber:innen finanziert. Vergleichsweise nutzten doppelt so viele DSM-Startups staatliche Fördermittel (43,2 %) und fast zehnmal so viele Wagniskapitalgeber:innen (49,9 %, Kollmann et al. 2021). Unter Berücksichtigung der ähnlichen Reifegrade lässt dies darauf schließen, dass die Ideen studentischer Gründer:innen weniger wettbewerbsfähig oder für Investor:innen nicht interessant genug sein könnten. Ein Grund für die geringe Nutzung staatlicher Fördermittel könnten die Anforderungs-Hürden sein. So erlaubt beispielsweise das EXIST-Gründerstipendium nur Nebentätigkeiten von 15 Stunden pro Woche, wodurch sich wissenschaftliche Mitarbeiter:innen, die neben ihrer Promotion eine Gründungsidee validieren möchten, nicht für diese Fördermittel bewerben können (BMWK 2022a).

Abb. 25 Startup Phase

Seed Stage
47,5 %

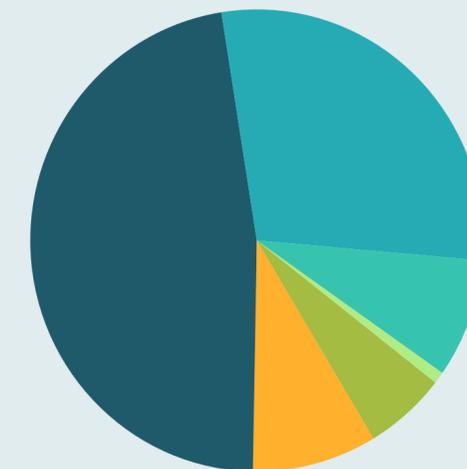
Startup Stage
28,8 %

Growth Stage
8,3 %

Later Stage
0,8 %

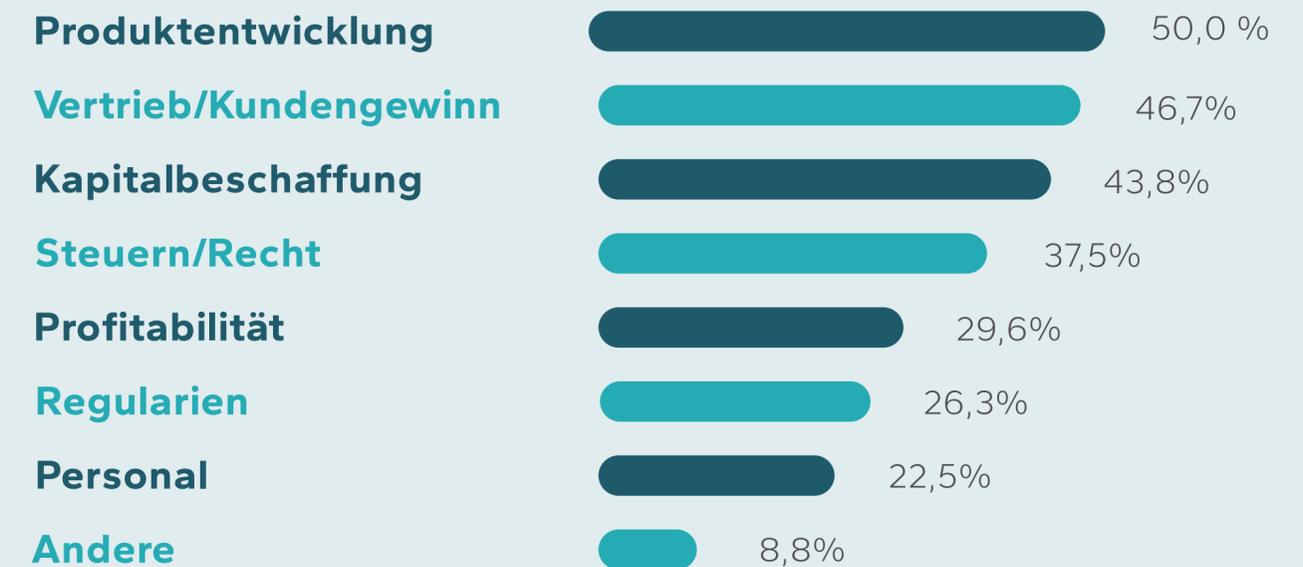
Steady Stage
5,8 %

Other
8,8 %



n-Wert: 240

Abb. 26 Top 3-gerankte Herausforderungen



n-Wert: 240

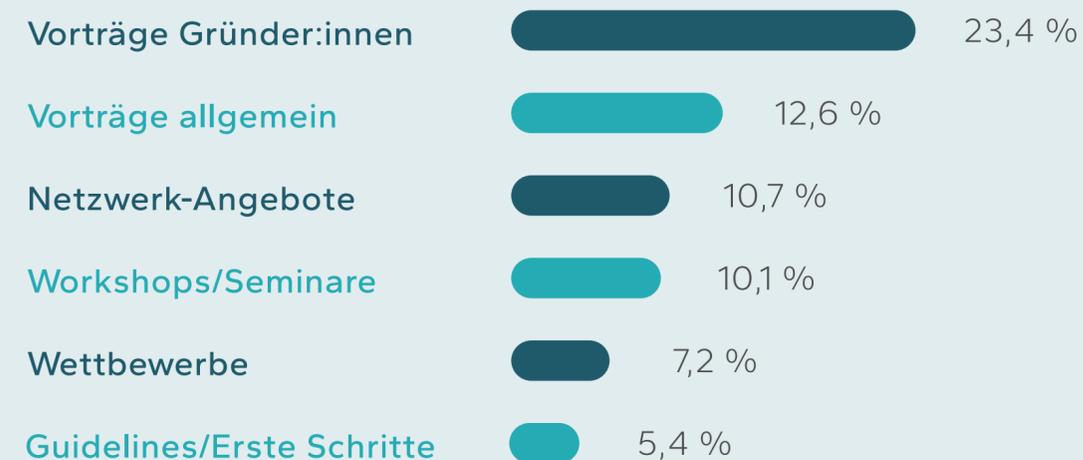
5 Wünsche Studierender

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, für Entrepreneurship zu begeistern und zu befähigen. Für eine Optimierung des aktuellen Angebotes haben wir Studierende nach ihren persönlichen Wünschen gefragt:

Es besteht insbesondere ein Interesse an Vorträgen von Gründer:innen, Netzwerk-Veranstaltungen und Workshops. Diese Angebote zeichnen sich insbesondere durch ihre geringen Einstiegshürden und den Kontakt zu gründungsbegeisterten und inspirierenden Personen aus. Zudem haben sie keinen Einfluss auf die Noten Studierender, sodass sie unbefangen mit der Thematik in Berührung kommen können.

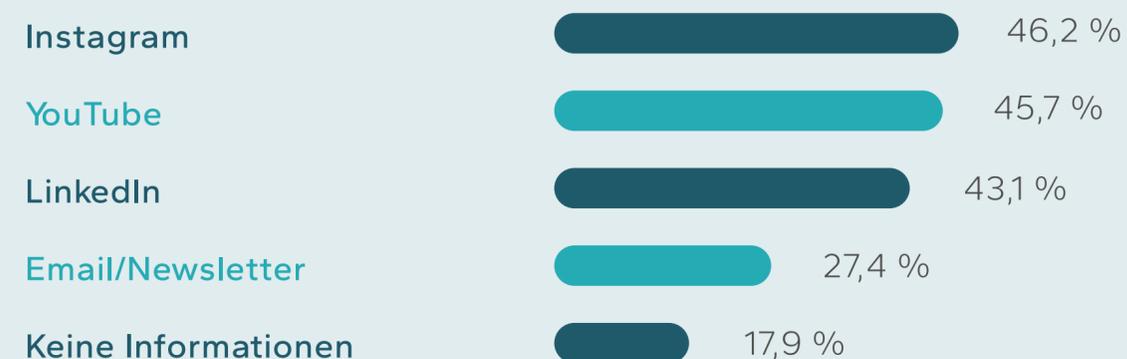
Neben der direkten Teilnahme an Entrepreneurship-Angeboten gibt es die Möglichkeit, sich digital über Entrepreneurship zu informieren. Hier wünschen sich Studierende insbesondere Zugang zu Informationen über die Kanäle LinkedIn, YouTube oder Instagram. Diese Informationen können insbesondere Stakeholder:innen, die für Entrepreneurship begeistern und befähigen möchten, bei der Medien-Wahl und Angebotsgestaltung unterstützen.

Abb. 27 **Angebots-Wünsche Studierender**



n-Wert: 704

Abb. 28 **Bevorzugte Informationskanäle**



n-Wert: 2928

Angebotswünsche:

“ Für meinen Studienort [...] wünsche ich mir einen Makerspace in dem man an Geschäftsideen arbeiten kann sowie Netzwerkangebote. Zudem hoffe ich, dass sich die Qualität der Gründerveranstaltungen die online stattfinden [...] noch deutlich verbessert. Pitchtrainings wären auch eine wunderbare Möglichkeit, an sich und seinem Startup zu arbeiten. ”

studentischer Gründer, Freitextfeld SSM 2022

Angebotswünsche:

“ Mehr finanzielle und ideelle Förderung unternehmerischer Ideen auch innerhalb des regulären Vorlesungsbetriebs, mehr Vernetzung mit anderen deutschen und internationalen Universitäten, Partnerschaften zur Wirtschaft, Vernetzungs- und Austauschevents am Campus mit Investor:innen und Gründer:innen, Workshops zu relevanten Themen wie Firmenanmeldung/ Fundraising/... ”

Studentin, Freitextfeld SSM 2022

6 Fazit

Es gibt verschiedene Entrepreneurship-Angebote in Deutschland, insbesondere zur allgemeinen Informationsvermittlung. Trotz der Vielzahl an Programmen sind diese aktuell nicht für alle Studierenden sichtbar, ein Viertel kennt keine Angebote an ihrem Studienort. Dies deutet darauf hin, dass das Bewusstsein für Entrepreneurship und Entrepreneurship-Angebote an Hochschulen noch gestärkt werden sollte. Eine Möglichkeit wäre eine zentrale Anlaufstelle für alle Studierenden, die zu Semesterbeginn in allen Fachbereichen vorgestellt wird und sehr gut in der Hochschule und im Entrepreneurship-Ökosystem vernetzt ist.

Zudem wünschen sich Studierende mehr außercurriculare Angebote, insbesondere in Form von Startup Talks oder Workshops. Damit besteht ein besonderes Interesse an Angeboten mit geringen Einstiegsbarrieren, die Informationen vermitteln und Zugang zu Role Models bieten.

Ein gutes Netzwerk ist für Gründer:innen essentiell und einige Entrepreneurship-Angebote haben bereits einen positiven Effekt auf dieses. Darüber hinaus wünschen sich Studierende weitere Netzwerkveranstaltungen im Allgemeinen und insbesondere mit Gründer:innen, Wagniskapitalgeber:innen oder anderen Gründungsinteressierten.

Innerhalb des Entrepreneurship-Ökosystems scheinen Hochschulen studentische Gründungen insbesondere durch ihre Rolle als Talent-Pool und durch ihr Beratungs-Netzwerk zu unterstützen. Der Zugang zu Mitgründer:innen, Mitarbeiter:innen und Mentor:innen wurde von Gründer:innen als besonders positiv bewertet.

Hingegen ist der Zugang zu patentierten Technologien noch ausbaufähig. Eine Adaptierung der aktuell geltenden Patentrechte könnte zu einem Anstieg wissenschaftlicher Gründungen führen.

Studierendeninitiativen haben aus Sicht der Befragten einen positiven Einfluss auf die Entwicklung von Kompetenzen wie Projektmanagement, Netzwerken und Zeitmanagement. Zudem ermöglichen sie Mitgliedern, Erfahrungen zu sammeln und Verantwortung zu übernehmen. Damit scheinen Studierendeninitiativen aktiv zur Befähigung von Studierenden beizutragen. Die Förderung gemeinnütziger Studierendeninitiativen sowie die Unterstützung interdisziplinärer und interhochschulischer Teilnahme an diesen könnte einen positiven Einfluss auf die Ausbildung Studierender haben.

7 Konzeptionierung

Entwicklung der Studie

Der Student Startup Monitor 2022 wurde vom Gründermagneten (dem DACH-Verband studentischer Startup-Initiativen) und Anja Overwien initiiert und mit wissenschaftlicher Unterstützung der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster (WWU) durchgeführt. Der SSM 2022 basiert auf einer deutschlandweiten Online-Umfrage, die erstmalig im Wintersemester 21/22 durchgeführt wurde. Finanziell wurde die Studie durch First Momentum Ventures unterstützt und die EWOR GmbH sponserte eine Incentivierung in Form von 6 Zugangscodes für ihre Lernplattform.

Ziel des SSM ist es, Optimierungspotentiale für die Entrepreneurship Befähigung und die Begeisterung Studierender aufzudecken und Implikationen für Praxis und Politik abzuleiten. Die SSM-Datensätze erfassen Studierende verschiedenster Studiengänge und Stadien, unabhängig ihrer bisherigen Berührung mit der Thematik Entrepreneurship.

Der SSM kann nur als Momentaufnahme der aktuellen studentischen Entrepreneurship-Begeisterung und Befähigung in Deutschland betrachtet werden. Fortlaufend soll diese Studie jährlich erscheinen, um die Entwicklung des studentischen Entrepreneurship-Ökosystems abzubilden. Zudem erhoffen wir uns durch die wiederholte Befragung Studierender, die Aufmerksamkeit für die Gründungsthematik in allen Fachbereichen zu stärken und Entrepreneurship als Berufszweig für alle Studierende sichtbar zu machen. Es ist nicht unser Ziel, alle Studierende in Gründer:innen zu verwandeln.

Forschungsdesign

Die Befragung wurde mit Hilfe eines Online-Fragebogens durchgeführt. Der Befragungslink wurde an Professor:innen, Studierendeninitiativen, Studierendenvertretungen, Startup-Zentren, sowie Presseabteilungen und Rektorate von Hochschulen via E-Mail versendet. Diese haben die Umfrage an ihre Studierenden weitergeleitet. Zudem wurden Studierende direkt via E-Mail und LinkedIn angeschrieben. Teilnehmende konnten bei Interesse an der Verlosung oder den Studienergebnissen ihre Kontaktdaten hinterlassen, diese wurden separat aufgenommen und können nicht mit den Rückmeldungen in Verbindung gebracht werden.

Die Umfrage war vom 08.12.2021 bis einschließlich zum 02.02.2022 online verfügbar und die Beantwortung des SSM-Fragebogens dauerte durchschnittlich rund neun Minuten. Insgesamt haben 7.597 Personen die Online-Befragung aufgerufen, wovon schließlich 3.176 Datensätze für die finale Studie berücksichtigt werden konnten. Für die Datensatzbereinigung wurden zwei Kontrollfragen in die Umfrage integriert.

Die wissenschaftliche Auswertung wurde nach Abschluss der Datensatzbereinigung mit SPSS-Statistics durchgeführt, die Ergebnisse wurden in Zusammenarbeit mit dem Gründermagneten und dem Startup Verband interpretiert. Dem SSM 2022 liegen 3.176 Datensätze Studierender zugrunde, von denen sich 240 als Gründer:innen identifizieren. Somit ist der SSM keine Vollerhebung und kann keine Repräsentativität für sich beanspruchen.

Team und Beteiligte

Anja Overwien ist studierte Wirtschaftschemikerin und untersucht im Rahmen Ihrer Promotion an der WWU Münster, wie studentische Gründungen insbesondere in den Naturwissenschaften gefördert werden können. Sie ist Mit-Initiatorin und Leiterin des Student Startup Monitors.

Florian Faller ist Moderator, Rhetorik Trainer und bei Futury Venture Scout. Er ist ehemaliger Vorstand beim Venture Club Münster sowie ehemaliger Vorstandsvorsitzender beim Gründermagneten und sieht es als seine gesellschaftliche Verantwortung, nachhaltige Innovationen zu fördern.

Max Weldert ist studierter (Wirtschafts-)Psychologe und arbeitet derzeit an der WWU Münster an seiner Promotion im Themenfeld Psychology of Entrepreneurship. Während seines Studiums hat er 2019 mit der tretty GmbH sein eigenes Startup gegründet.

Henrik Heinemann ist Doktorand und Wissenschaftlicher Mitarbeiter in der Arbeitseinheit Psychology of Entrepreneurship an der WWU Münster und beschäftigt sich vorrangig mit sozialem und verantwortungsbewusstem Unternehmertum.

Tobias Münzberg ist Masterstudent an der WWU Münster im Bereich Management und Entrepreneurship sowie aktives Mitglied im Venture Club Münster und Vorstandsmitglied im Gründermagneten. Er möchte die Gründungslandschaft in Deutschland aktiv mitgestalten.

Prof. Dr. Jens Leker ist Leiter des Instituts für betriebswirtschaftliches Management im Fachbereich Chemie und Pharmazie an der WWU Münster. Er vermittelt Naturwissenschaftler:innen seit über 20 Jahren betriebswirtschaftliche Kompetenzen und hat im Rahmen des Technologietransfers mehrfach Gründungs-Workshops geleitet.

Wir möchten uns an dieser Stelle bei allen bedanken, die diese Studie möglich gemacht haben. Ein besonderer Dank gilt allen Studierenden, die an der Umfrage teilgenommen haben sowie allen Personen und Institutionen, die unsere Studie weitergeleitet haben. Wir bedanken uns auch sehr herzlich bei dem Startup Verband und First Momentum Ventures für die Unterstützung bei der Erstellung des vorliegenden Monitors.



Literaturverzeichnis

Abou-Moghli, A. / Al-Kasasbeh, M. (2012).

Social Network and the Success of Business Start-Up. International Journal of Business and Management. 7. 134-140. <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.987.1554&rep=rep1&type=pdf>

Bacigalupo, M. / Kampylis, P. / Punie, Y. / Van Den Brande, L. (2016).

EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework. EUR 27939 EN. Luxembourg (Luxembourg): Publications Office of the European Union; <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC101581>

BMKW (2022a).

Exist-Gründerstipendium <https://www.exist.de/EXIST/Navigation/DE/Gruendungsfoerderung/EXIST-Gruenderstipendium/exist-gruenderstipendium.html>

BMWK (2022b).

Gründungsquote in Deutschland steigt <https://www.existenzgruender.de/SharedDocs/Kurzmeldungen/DE/Bundesweite-Meldungen-alle/gruendungsquote-deutschland.html>

BMKW (2019).

IP-Transfer von Hochschulen auf Start-ups: EXIST-Teams berichten https://www.exist.de/EXIST/Redaktion/DE/Aktuelles/Im-Fokus/recht_ip-transfer-von-hochschulen-auf-start-ups-exist-teams-berichten.html

Chandler, G. N. / Jansen, E. (1992).

The founder's self-assessed competence and venture performance. Journal of Business Venturing, 7(3), 223-236. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/088390269290028P>

Destatis (2022).

Bildung und Kultur. Studierende an Hochschulen. Wintersemester 2021/2022. https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Hochschulen/Publicationen/Downloads-Hochschulen/studierende-hochschulen-endg-2110410227004.pdf?__blob=publicationFile

Kollmann, T. / Kleine-Stegemann, L. / Then-Bergh, C. / Harr, M. (2021).

Deutscher Start-up Monitor. Nie war mehr möglich. Bundesverband Deutsche Start-ups e.V. (Hrsg.). Essen-Berlin 2021. <https://startupverband.de/research/deutscher-startup-monitor/>

Pittaway, L. A. / Gazzard, J. / Shore, A., / Williamson, T. (2015).

Student clubs: experiences in entrepreneurial learning. Entrepreneurship & Regional Development, 27(3-4), 127-153 <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08985626.2015.1014865>

Shaban, A. (2013).

Managing and leading a Diverse Workforce: One of the Main Challenges in Management, Procedia – Social and Behavioral Sciences, 230, 76-84 <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042816311119>

Shir, N. / Nikolaev, B. N. / Wincent, J. (2019).

Entrepreneurship and well-being: The role of psychological autonomy, competence, and relatedness. Journal of Business Venturing, 34, 105875. <https://www.alexandria.unisg.ch/255584/1/Entrepreneurship%20and%20well-being.pdf>

Stephan, U. / Roesler, U. (2010).

Health of entrepreneurs versus employees in a national representative sample. Journal of Occupational and Organizational Psychology <https://bpspsychub.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1348/096317909X472067>

Information

HERAUSGEBER:

Gründermagnet (DACH-Verband studentischer Startup-Initiativen)

UNTERSTÜTZER & KOOPERATIONSPARTNER

FMV First Momentum Ventures Management GmbH
Startup Verband

AUTOR:INNEN

Anja Overwien
Florian Faller
Max Weldert
Henrik Heinemann
Tobias Münzberg
Prof. Dr. Jens Leker

DESIGN:

Nadja Redzuan

ISBN:

ISBN 978-3-00-073255-3

