



# WORKING PAPER SERIES

Edited by the Chair of Organization,  
Human Resource & General Management

Brandenburg University of Technology Cottbus

## **Working Paper N° 10**

### **Zusammenfassende Ergebnisse zum EXIST-III Projekt an der BTU Cottbus – Teilprojekt „Gründervilla“**

A. Lange, G. Weineck, & J. Steuer April/ Mai 2011

In 2007, the Chair of Organization, Human Resource & General Management launched a series of working papers. The series is intended to provide the research results of our work in progress and to stimulate discussion and critical comments. The research described in these papers is preliminary and has not gone through a review process comparable to reviews for publications in ranked journals. The working papers do not limit publication in any other venue. Copyright remains with the author(s). All working papers are available as Adobe PDF files free of charge. We welcome any and all feedback, and encourage readers to convey their comments directly to the author(s).

**Das vorliegende Material basiert auf den Aktivitäten im Drittmittelprojekt „Entwicklung einer Gründungs- und Teamkompetenzwerkstatt für fachheterogene Studien- und Gründungsteams (EXIST-GTW)“, BTU Cottbus, Teilprojekt am Lehrstuhl für Organisation, Personalmanagement und Unternehmensführung (Prof. Christiane Hipp); von 2008 bis 2011 gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) und den Europäischen Sozialfonds (ESF). Die Verantwortung für den Inhalt liegt bei den Autorinnen.**

**Der Lehrstuhl für Organisation, Personalmanagement und Unternehmensführung dankt dem fördernden Bundesministerium für Wirtschaft (BMWi) und dem Europäischen Sozialfonds sowie dem Projektträger Jülich für die Unterstützung der Tätigkeiten im Rahmen des Projektes.**

Copyright for this issue:

© Dipl.-Psych. Astrid Lange, [Astrid.Lange@tu-cottbus.de](mailto:Astrid.Lange@tu-cottbus.de)  
Dipl. Soz. Wiss. Gabriele Weineck, [Gabriele.Weineck@tu-cottbus.de](mailto:Gabriele.Weineck@tu-cottbus.de)  
Prof. Dr. rer. pol. habil. Christiane Hipp, [hipp@tu-cottbus.de](mailto:hipp@tu-cottbus.de)

Chair of Organization, Human Resource Management & General Management  
Faculty 3 – Mechanical, Electrical and Industrial Engineering  
Brandenburg University of Technology Cottbus

Postal Address: P.O. Box 10 13 44  
03013 Cottbus  
Germany

Location: Erich-Weinert-Str. 1  
Lehrgebäude 10  
Räume 408-411

E-Mail: [ls\\_personal@tu-cottbus.de](mailto:ls_personal@tu-cottbus.de)  
URL: [www.tu-cottbus.de/personalmanagement](http://www.tu-cottbus.de/personalmanagement)

## ***Zusammenfassende Ergebnisse zum EXIST-III Projekt an der BTU Cottbus – Teilprojekt „Gründervilla“***

### Abstract

Aus dem Spektrum des breit und interdisziplinär angelegten EXIST-III Projektes „Entwicklung einer Gründungs- und Teamkompetenzwerkstatt (GTW)“ an der BTU Cottbus werden im vorliegenden Working Paper drei spezielle Tätigkeitsschwerpunkte vorgestellt. Diese sind der Tätigkeitsbereich der extra-curricularen Qualifizierung, der Gründungsbegleitung (Infrastruktur, Beratung in Vorgründungsphase) und des Sammelns und Aufbereitens von Gründungsideen. Herangehensweisen, Schritte und Ergebnisse werden im Folgenden zusammenfassend beschrieben. Somit stellt das vorliegende Working Paper eine vertiefende Ergänzung zum Abschlussbericht des Gesamtprojektes dar.

Key Words: EXIST-III, (Vor-)Gründung, Qualifizierung, Beratung, Geschäftsideen

# **Zusammenfassende Ergebnisse zum EXIST-III Projekt an der BTU Cottbus – Teilprojekt „Gründervilla“**

## Abbildungsverzeichnis

<b>1</b>	<b>EINLEITUNG</b> .....	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>EXTRACURRICULARE QUALIFIZIERUNG</b> .....	<b>2</b>
2.1	ANALYSE DER AUSGANGSLAGE .....	3
2.2	MAßNAHMEN ZUR SENSIBILISIERUNG & QUALIFIZIERUNG .....	7
2.2.1	<i>Summer-/ WinterSchools &amp; Workshops</i> .....	8
2.2.2	<i>Kompaktsessions</i> .....	11
2.2.3	<i>Breite Sensibilisierung</i> .....	14
2.2.4	<i>Weiterentwicklung der Angebote</i> .....	18
2.3	(SELBST-)EVALUATION .....	19
2.4	ZUSAMMENFASSENDE BEWERTUNG ZUR EXTRACURRICULAREN QUALIFIZIERUNG	22
<b>3</b>	<b>HOCHSCHULINTERNER IDEENSAUGER</b> .....	<b>23</b>
3.1	GENERIERUNG VON GESCHÄFTSIDEEN AUS DER HOCHSCHULE .....	23
3.2	VERWERTUNG VON GESCHÄFTSIDEEN .....	26
<b>4</b>	<b>GRÜNDERVILLA: INFRASTRUKTUR &amp; BERATUNG</b> .....	<b>28</b>
4.1	ARBEITSUMFELD SCHAFFEN .....	28
4.2	BERATUNG IN DER VORGRÜNDUNGSPHASE .....	30
<b>5</b>	<b>FAZIT</b> .....	<b>33</b>
<b>6</b>	<b>LITERATURVERZEICHNIS</b> .....	<b>36</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Thematische Qualifizierungspräferenzen (Stand Q4/ 2009, N = 207 Studierende des Wirtschaftsingenieurwesens der BTU Cottbus).....	5
Abbildung 2	Interesse an Unterstützungsbereichen in % (Stand Q4/ 2010; N = 246) .....	7
Abbildung 3	Clickzahlen Homepage Gründervilla im Zeitverlauf .....	16
Abbildung 4	Positive Bewertung organisatorischer Aspekte und der Leitung der extracurricularen Qualifizierungsmaßnahmen der Gründervilla .....	20
Abbildung 5	Positive Bewertung inhaltlicher Aspekte der extracurricularen Qualifizierungsmaßnahmen der Gründervilla .....	21
Abbildung 6	Sequentielle Top-Down-Strategie hochschulinterner Ideensauger.....	24
Abbildung 7	Beispiel Öffentlichkeitsarbeit 1: Roll-up Gründervilla .....	34
Abbildung 8	Beispiel Öffentlichkeitsarbeit 2: Informationsblatt „Angebote der Gründervilla“ .....	35

## 1 Einleitung

Drei Jahre lang wurde ein EXIST-III Projekt an der BTU Cottbus durchgeführt. Das Projekt wurde durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) und den Europäischen Sozialfond (ESF) von Januar 2008 bis März 2011 gefördert. Ganz allgemein zielten die EXIST-III – Initiativen auf vier Leitziele: (1) dauerhafte Unternehmenskultur an Hochschulen etablieren, (2) wissenschaftliche Forschungsergebnisse wirtschaftlich nutzbar machen und nutzen, (3) das Potenzial an Geschäftsideen und unternehmerische Persönlichkeiten an Hochschulen fördern und (4) letztendlich die Anzahl innovativer Unternehmensgründungen aus Hochschulen steigern (Kulicke, Stahlecker, Lo, & Wolf, 2006, vgl. Grafik 2, S. 9).

Das EXIST-III Projekt „Entwicklung einer Gründungs- und Teamkompetenzwerkstatt (GTW)“ an der BTU Cottbus zielte insbesondere darauf, Hochschulangehörigen eine unternehmerische Selbstständigkeit als denkbare berufliche Alternative nahezubringen. Dabei sollte ein umfassender und interdisziplinärer Weg beschritten werden, um das unternehmerische Denken und Handeln von derzeitigen sowie ehemaligen Studierenden, MitarbeiterInnen und ProfessorInnen zu fördern. Die einzelnen Arbeitspakete setzten hierfür an allen Phasen des Gründungsprozesses an: Von der Ideengenerierung in der Vorgründungsphase über die Vermittlung entsprechender Kompetenzen bis hin zur Unterstützung der eigentlichen Gründung wurden Ansatzpunkte zur Förderung wahrgenommen. Dies wurde auch durch eine entsprechende Arbeitsteilung im Projekt realisiert.

Am Lehrstuhl für Organisation, Personalmanagement und Unternehmensführung wurden schwerpunktmäßig drei Aufgabenbereiche bearbeitet. Neben der „extracurricularen Qualifizierung hochschulangehöriger MitarbeiterInnen und Studierender“ und der „Gründervilla“ (Beratung Gründungsinteressierter; Bereitstellung von Infrastruktur) gehörte der „hochschulinterne Ideensauger“ (Aufspüren, Sammeln, Aufbereiten und Weiterentwickeln von unternehmerischen Ideen) zu diesen Aufgabenbereichen. Das vorliegende Working Paper präsentiert die Aktivitäten für diese drei Arbeitsbereiche und beschreibt neben den eigentlichen Kerntätigkeiten auch die projekteigenen Vorarbeiten zu den Themen, die Nachbereitung und Schlussfolgerungen für die künftige Förderung von Unternehmertum an und in Hochschulen. Informationen zu den Projektaktivitäten aller anderen am Projekt beteiligten Lehrstühle liefert insbesondere der Projektabschlussbericht.

## 2 Extracurriculare Qualifizierung

Der Aufgabenbereich „extracurriculare Qualifizierung“ umfasste die Vermittlung von unternehmerischen Kompetenzen an Studierende, Alumni und HochschulmitarbeiterInnen. Dabei sollten die Qualifizierungsangebote fach- und fakultätsübergreifend auf breiter Ebene zugänglich sein. Insbesondere bestand neben der reinen Qualifizierung auch eine Schwerpunktaufgabe in der Sensibilisierung für das Thema Unternehmertum.

Teil des Aufgabenbereiches waren im Einzelnen:

- a. Analyse der Ausgangslage
- b. Durchführung von Maßnahmen zur Sensibilisierung und Qualifizierung
- c. (Selbst-)Evaluation

*ad (a):* Die Analyse der Ausgangslage stellte die Grundlage für die weiteren Arbeitspakete dar. Hier galt es neben der Aufbereitung des Forschungsstandes auch die Gegebenheiten an der eigenen Hochschule (Bildungsbedarfsanalyse und IST-Situation) zu erkunden, Instrumente zur kontinuierlichen Beurteilung von Bedarfen, Einstellungen und Kompetenzen sowie zur eigenen Qualitätskontrolle zu erarbeiten. Bildungsbedarfs- und IST-Analysen wurden, zum Teil integriert in größeren Erhebungen, in unterschiedlichen Kontexten und zu mehreren Zeiten im Projektverlauf durchgeführt. Auf Grundlage der Ergebnisse wurden die Angebote und Methoden sowie Bedingungen für Qualifizierungen regelmäßig angepasst.

*ad (b):* Auf Grundlage der Analyse(n) der Ausgangslage wurden im Projektverlauf Qualifizierungsmaßnahmen in unterschiedlichen Formen und Ausrichtungen angeboten. Besondere Zielgruppen stellten „potenzielle“ (statt tatsächliche) UnternehmerInnen dar. Da Frauen anteilig gegenüber Männern noch seltener in Gründungsaktivitäten involviert sind und sie insofern eine noch ungenutzte Ressource unternehmerischer Handlungen darstellen, wurde auch im Projektverlauf wiederholt auf die Zielgruppe Frauen fokussiert. Weitere Zielgruppendefinitionen beruhten beispielsweise auf Fachbezügen (technisch orientierte Studiengänge), auf Gründungsabsichten (hohe oder geringe Gründungsabsicht) und auf Kompetenzen (Personen, die noch nicht die für Gründungen erforderlichen Kompetenzen aufweisen und mehr oder weniger spezifische Qualifizierungen und Beratungen benötigen).

*ad (c):* Zur Kontrolle des Erfolges wurden Evaluationsinstrumente entwickelt und eingesetzt. Diese Instrumente wurden speziell auf die Förderstrukturen an der BTU Cottbus zugeschnitten. Evaluation wurde durch die ProjektmitarbeiterInnen als kontinuierliche Aufgabe verstanden; und die Evaluationsergebnisse flossen teilweise wiederum als

Informationen in die Analyse der Bedingungen zur Anpassung eigener Qualifizierungsangebote zurück.

Insgesamt stellte die extracurriculare Qualifizierung damit einen „runden“, umfassenden Tätigkeitsbereich dar. Im Folgenden werden einzelne, ausgewählte Aspekte hierzu näher beschrieben. Darüber hinaus sei auf den Projektbericht und weitere Projektpublikationen verwiesen.

## **2.1 Analyse der Ausgangslage**

Eingangs wurde der Forschungsstand zum Qualifizierungsbedarf und zu Gründungskompetenzen sowie zur Gründungsbereitschaft aufgearbeitet, wobei neben der einschlägigen Literatur Erkenntnisse aus eigenen Forschungsprojekten (Projekt MobilUP, vgl. Hipp & Lange, 2010) genutzt wurden. Die aufbereitete Literatur betraf insbesondere (a) bisherige Projekte zur Förderung von Unternehmertum an Hochschulen (z. B. Kienbaum Management Consultants GmbH, 2005; Kulicke, Görisch, & Stahlecker, 2002; Kulicke, et al., 2006); (b) Verständnis von Unternehmertum als Prozess (z.B. Bygrave & Hofer, 1991; Shane & Venkataraman, 2000); (c) Allgemeines zur Qualifizierung, zur Erwachsenenbildung und zum Design von Trainings (z.B. Gagne & Dick, 1983; Salas & Cannon-Bowers, 2001) und (d) Spezielles zur Entrepreneurship Education (z.B. European Commission, 2004; Henry, Hill, & Leitch, 2005a, 2005b; Jones & English, 2004; Katz, 2007).

In einem zweiten Schritt wurden eigene Analysen in Zielgruppen der Projektaktivitäten durchgeführt. Zwei hochschulweite Befragungen zielten hierbei vorrangig auf die HochschulmitarbeiterInnen (BTU-weite Befragung 1, Q4/ 2008 – Q1/ 2009, N = 78 MitarbeiterInnen der BTU Cottbus; BTU-weite Befragung 2, Q1/ 2010, N = 264 MitarbeiterInnen der BTU Cottbus), wobei als bedarfsrelevante Aspekte u.a. (a) die Erfahrungen mit und Einstellungen gegenüber Unternehmensgründungen, (b) Gründungskompetenzen („Gründungs-Typen“, literaturbasierter Ansatz) und (c) Interesse an gründungsunterstützenden Qualifizierungsangeboten (Qualifizierungsbereitschaft, -präferenzen, Beurteilung Ist-Stand unterschiedlicher Angebote, Kenntnis Angebote und Anbieter) erfragt wurden.

Zielgruppen aus dem Kreis Studierender wurden im Rahmen von Bedarfsanalysen in großen Grundlagenveranstaltungen befragt (Q2/ 2009, N = 591 Studierende wirtschaftswissenschaftlicher und technologischer Studiengänge; Q4/ 2009, N = 207 Studierende des Wirtschaftsingenieurwesens). Hierbei lagen thematische Schwerpunkte auf (a) Qualifizierungsbereitschaft, (b) Qualifizierungspräferenzen (Qualifizierungsformen, Qualifizierungsthemen, zeitliche Qualifizierungsorganisation), (c) Gründungs-

wunsch, (d) Informationsbedarf (Anforderung von Informationen zu konkreten Qualifizierungsangeboten der Gründervilla) und (e) Gründungskompetenzen (u.a. „Gründungs-Typen“, literaturbasierter Ansatz). Weitere Erhebungen, welche zum Zwecke der Bedarfs- und Ist-Analyse im Projektverlauf durchgeführt wurden, waren die folgenden, wobei vorrangig Qualifizierungsbedarfe und die persönliche Wichtigkeit der Gründungsthematik erfasst wurden.

- (i) online-Umfrage im Rahmen der Global Entrepreneurship Week 2009 (Q4/ 2009) zur Gründungskultur an der BTU Cottbus (N = 77 Studierende und MitarbeiterInnen)
- (ii) Mensa-Umfrage (Q2/ 2010, N = 47 Studierende und MitarbeiterInnen)
- (iii) Bedarfsermittlung in Vorbereitung der Global Entrepreneurship Week 2010 (Q2/ 2010)
- (iv) Vor-Befragungen vor den Qualifizierungsmaßnahmen zur Anpassung der Maßnahmen (ab Q2/ 2009; N = 24 TeilnehmerInnen an Qualifizierungsmaßnahmen der Gründervilla)
- (v) Bedarfe der InteressentInnen der Gründervilla-Angebote: Bedarfsanalytische Aspekte wurden in das Kontakt- und Informationsblatt der Gründervilla integriert; durch eine erst nach und nach ausgeweitete Erfassung ist die Anzahl der hier erfassten Personen nicht vollständig (N = 246 Studierende, Alumni, Hochschulangehörige aus BTU, HL, Viadrina).

Im Ergebnis verdeutlichten die Analysen mehrere Aspekte, welche für die Ausgestaltung der Sensibilisierung und Qualifizierung wichtig waren. Beispielhafte Ergebnisse und deren Bedeutung für den Aufgabenbereich der extracurricularen Qualifizierung sind die folgenden.

- Zwischen 30 und 40% der befragten Studierenden äußerten die Absicht, irgendwann einmal ein eigenes Unternehmen gründen zu wollen; allerdings nicht unbedingt in absehbarer Zukunft. Insgesamt tritt eine Häufung der Gründungsabsicht bei den männlichen Studierenden auf.
  - ★ Im Zusammenhang mit weiteren Ergebnissen auch aus anderen Forschungsprojekten ergeben sich hier wichtige Implikationen für die Gestaltung von Qualifizierungen. Beispielsweise müssen vermittelte Kompetenzen über die aktuelle Situation hinaus anwendbar sein, um für Gründungsinteressierte, welche in noch nicht definierter Zukunft gründen wollen, nutzbar zu sein.
  - ★ Für Sensibilisierungsziele sollte insbesondere die Gruppe der nicht-gründungsinteressierten Studierenden angesprochen werden; vor allem

angesichts des Forschungsergebnisses aus dem Forschungsprojekt Mobil<sup>UP</sup>, dass hier vielfach noch gar keine Auseinandersetzung mit der eigenen beruflichen Zukunft stattfand.

- Hinsichtlich des thematischen Bedarfes legen die Untersuchungen nahe, dass gründungsübergreifende Themen gegenüber eng gründungsbezogenen Themen bevorzugt werden und darüber hinaus handlungsbezogene Kompetenzvermittlungen gegenüber reiner Wissensvermittlung präferiert werden. Zugleich wird eine grundlegende Offenheit gegenüber gründungsbezogenen Qualifizierungsthemen und –bereichen deutlich.
  - ★ Im Einzelnen zeigt sich beispielsweise, dass WirtschaftsingenieurInnen insbesondere an Selbstmanagement-Trainings und dem Thema „berufliche Laufbahn“ Interesse zeigen:

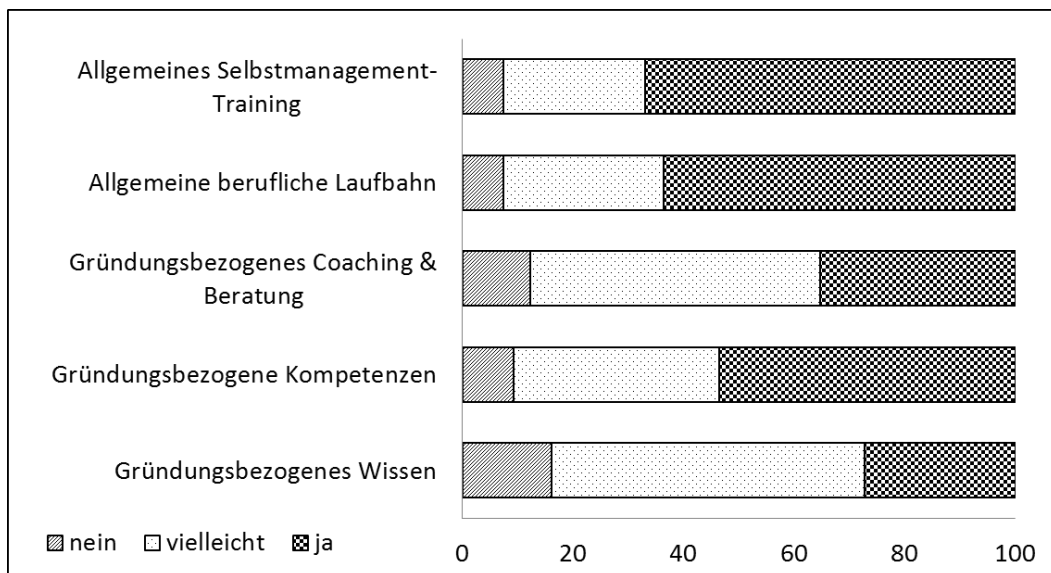


Abbildung 1 Thematische Qualifizierungspräferenzen (Stand Q4/ 2009, N = 207 Studierende des Wirtschaftsingenieurwesens der BTU Cottbus)

- ★ Hochschulangehörige äußerten einen Bedarf an der Vermittlung bestimmter Wissensinhalte (z.B. der Weg von einer eigenen Idee zur eigenen Firma, Gründungsforschung) und Kompetenzen (z.B. Teamkompetenzen, Handlungskompetenzen).
- Die Ergebnisse zeigen Zielgruppenunterschiede hinsichtlich der jeweils bevorzugten Qualifizierungsform, was bei der Gestaltung zielgruppenspezifischer Angebote berücksichtigt werden muss (vgl. Weineck & Lange, 2009). Beispielsweise bevorzugen Hochschulangehörige stärker individualisierten Formen der Qualifizierung (Beratung, Coaching), während Studierende Gruppenformen mit Ähnlichkeiten zum Hochschullernen (Workshops/ Trainings, Seminare) präferieren.

- Die Ergebnisse legen heterogene Präferenzen der zeitlichen Organisation von Qualifizierungsmaßnahmen nahe. Entsprechend wurden SummerSchools und Workshops in unterschiedlicher Organisationsweise angeboten. Neben mehrtägigen SummerSchools gab es semesterbegleitende Angebote, Tagesworkshops und kurzfristige einmalige Angebote.
- Die deskriptiven Ergebnisse der Mensa-Umfrage (Q2/ 2010, N = 47 Studierende und MitarbeiterInnen) illustrieren, dass in den Fachbereichen BWL sowie Wilng unternehmerisches Denken und Handeln bisher vorrangig durch Vorlesungen gefördert werden. Auch Planspiele können hier als gründungskompetenzförderliches Qualifizierungsangebot genutzt werden. Dagegen fehlen insbesondere bei den BWLerInnen entsprechende Angebote in Seminar- oder Workshop-Form, welche wiederum – ebenso wie Fallstudien – bei den Wilngs schon Eingang in die Qualifizierung gefunden haben. Umgekehrt verhält es sich mit den Businessplanseminaren: Hier können BWLerInnen fachbereichsspezifische Angebote stärker nutzen als Wilngs.
  - ★ Hieraus ergeben sich Möglichkeiten zur Verbesserung der fachspezifischen Ansprache, da, wie die Qualifizierungspräferenzen zeigen, nicht alle Personen Vorlesungen oder Seminare als Qualifizierungsform bevorzugen und darum breite Angebotsstrukturen gesichert werden sollten, welche außerdem allen Fachbereichen zugänglich sind.
- TeilnehmerInnen an den Qualifizierungsmaßnahmen äußerten neben themenspezifischen Erwartungen vermehrt auch die Erwartung, einen Regionalbezug zu erkennen (z.B. Generierung Lausitz-spezifischer Ideen in den Ideenworkshops).
  - ★ Hierzu wurden in den nicht-curricularen Qualifizierungen Inhaltsblöcke integriert, welche die Auseinandersetzung mit regionalen Aspekten anregen. Im Rahmen curriculare Qualifizierungen wurden ebenso Regionalthemen integriert.
- Die Bedarfsbefragung der InteressentInnen (aus verschiedenen Kontexten) an Gründervilla-Aktivitäten (N = 246) zeigt, welche der Angebote von breitem Interesse sind und welche Angebote eher einen spezifischen Bedarf einzelner InteressentInnen darstellen.

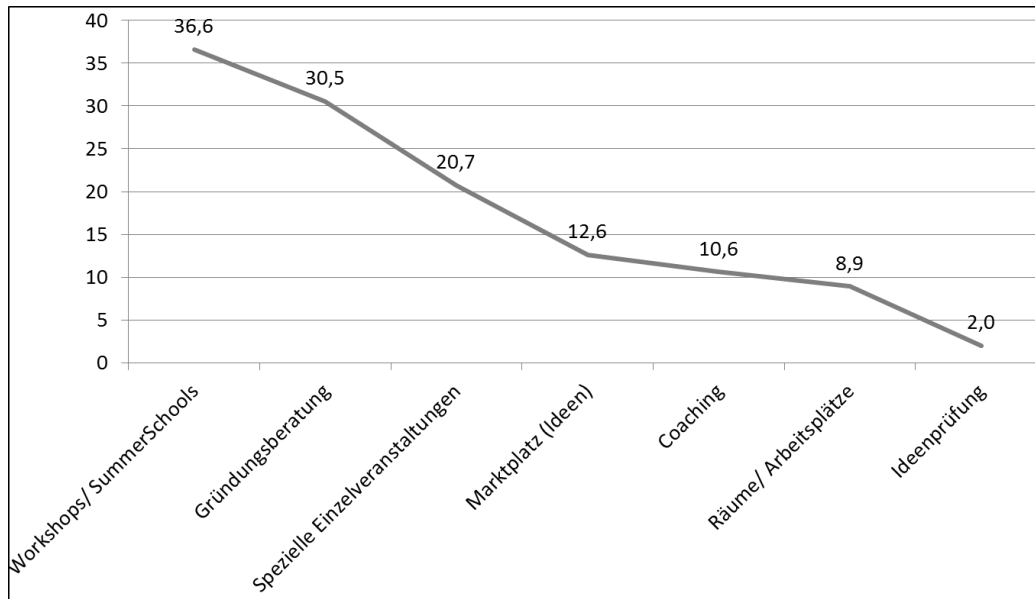


Abbildung 2 Interesse an Unterstützungsbereichen in % (Stand Q4/ 2010; N = 246)

Zusammenfassend konnten unterschiedliche Ausgangslagen und Bedarfe und somit spezifische Ansatzpunkte sowohl für die Sensibilisierung als auch für die Qualifizierung systematisiert werden. Welche Maßnahmen tatsächlich durchgeführt wurden, wird im folgenden Kapitel kurz beschrieben.

## 2.2 Maßnahmen zur Sensibilisierung & Qualifizierung

Auf Grundlage der Analyse der Ausgangslagen wurden im Projektverlauf Qualifizierungsmaßnahmen unterschiedlicher Formen und Ausrichtungen angeboten. Die Zielgruppen waren jeweils auf bestimmte Teilgruppen der Gesamtpopulation der Projektstätigkeiten eingegrenzt. Besondere Zielgruppen der Sensibilisierung und Qualifizierung waren Personen, welche „potenzielle“ (statt tatsächliche) UnternehmerInnen darstellen. Hierzu gehören speziell die Frauen, da diese anteilig gegenüber Männern noch selten in Gründungsaktivitäten involviert sind und sie insofern eine noch ungenutzte Ressource unternehmerischer Handlungen darstellen.

Die Maßnahmen wurden jeweils speziell zugeschnitten, Teilnahmeunterlagen wurden erstellt; TeilnehmerInnen-Akquisemaßnahmen wurden eingeleitet und in Abhängigkeit von den Anmeldungen wurden schließlich eine Reihe unterschiedlicher Maßnahmen durchgeführt. Zu unterscheiden sind hier Summer-/ WinterSchools und Workshops (extracurricular, ein- bis mehrtägig), Kompaktsessions (einmalige kurzfristige Veranstaltungen) und öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen zur breiten Sensibilisierung. Allen Veranstaltungen gemein ist die handlungs- und teilnehmerzentrierte Ausrichtung. Inhalte, die es zu vermitteln galt, wurden in Übungsform eigenständig erarbeitet. Einsichten, die es zu erlangen galt, wurden in Übungen eingearbeitet. Insofern stellte die kommunikative Komponente – auch der QualifizierungsteilnehmerInnen untereinander – stets

eine wichtige Grundlage in der Gestaltung der Maßnahmen dar. Die Teilnehmerorientierung wurde insbesondere in den mehrtägigen SummerSchools durch schriftliche Vorbefragungen gesichert, in denen die Erwartungen und auch themenspezifische Erfahrungen sowie angestrebte Anwendungsbereiche der Themen erfasst wurden.

### 2.2.1 *Summer-/ WinterSchools & Workshops*

Auf Grundlage der vorliegenden Forschungsergebnisse und der Bedarfsanalyse wurden drei Themen fokussiert und durch ein viertes Kernthema flankiert: (a) Karriereplanung, (b) Kreative Ideengenerierung und (c) Teamkompetenzen. Das flankierende Kernthema waren der Gründungsprozess und damit zusammenhängende Kompetenzen.

Die Veranstaltungen zur *Karriereplanung* sollten insbesondere gründungsunentschlossene Frauen ansprechen. Ein Ziel war es, über die Auseinandersetzung mit verschiedenen beruflichen Optionen und eigenen Kompetenzen und Motiven auch die Option einer eigenen Gründung nahezubringen. Das Thema selbst, „Karriereplanung“, spielt angesichts des gesellschaftlichen Wandels und des Wandels der Arbeitswelt eine immer stärkere Rolle, was sich zum Beispiel in dem Begriff des „Arbeitskraftunternehmers“ (Plath, 2000) oder der Diskussion um den Begriff der Employability (z.B. Teichler, 2007) widerspiegelt. Neue beziehungsweise in ihrer Bedeutung gestiegene Kompetenzen betreffen hier insbesondere das Selbstmanagement (z.B. Baruch, 2004; Plath, 2000). Für die extracurricularen Qualifizierungsmaßnahmen rund um die Karriereplanung wurden mehrere Kernkomplexe identifiziert: (a) Was kann ich? (b) Was will ich? (c) Welche Optionen habe ich? (d) Wie erreiche ich meine beruflichen Ziele?

*ad (a):* Zur Annäherung an die Frage „Was kann ich?“ wurden mehrere inhaltliche Inputs und handlungsorientierte Übungen entwickelt, um die Selbstkenntnis und die Selbstdarstellung der TeilnehmerInnen zu fördern. Ebenso wurde hier handlungsorientiert der Frage nachgegangen, wie gut wir uns selbst kennen und beurteilen können. Neben den persönlichen Stärken und Schwächen waren vor allen auch die individuellen Arbeitsweisen und Arbeitsstile Thema dieses Komplexes.

*ad (b):* Zur Annäherung an die Frage „Was will ich?“ wurden ebenso neben inhaltlichen Inputs aktivitätsorientierte Übungen zur Förderung der Selbstreflektion durchgeführt. Aspekte hierbei waren die eigenen Umgangsweisen mit Erfolgen und Misserfolgen und die eigenen Anreize (insbesondere im beruflichen Kontext).

*ad (c):* Zur Annäherung an die Frage „Welche Optionen habe ich?“ wurden Situationen konstruiert, in denen die (Vor-)Urteile der TeilnehmerInnen über unterschiedliche Karriereoptionen (inklusive Unternehmertum) sichtbar gemacht wurden, um dann Aha-

Erlebnisse zu schaffen, in denen die Vorurteilsbehaftetheit und Eingegrenztheit dieser eigenen Perspektiven sichtbar wurde, um eine Perspektivenöffnung der TeilnehmerInnen zu erreichen. Thematisierte Karriereformen waren neben Unternehmertum auch die wissenschaftliche Laufbahn und die Führungslaufbahn in Unternehmen.

*ad (d):* Zur Annäherung an die Frage „Wie erreiche ich meine beruflichen Ziele?“ wurde gemeinsam mit den TeilnehmerInnen mehr oder weniger detailliert ein Handlungsplan erarbeitet. Darüber hinaus wurden allgemeine Aspekte wie die Art und Weise der Zielformulierung und zielförderliche Kompetenzen wie das Netzwerken thematisiert und reflektiert.

Die Veranstaltungen zur *kreativen Ideengenerierung* sollten gründungsinteressierte TeilnehmerInnen ohne eigene Geschäftsidee, gründungsinteressierte TeilnehmerInnen mit einer vagen Geschäftsidee und auch Gründungsunentschlossene ansprechen (mehr hierzu s. Lange, 2011). Ziele waren hier, den TeilnehmerInnen ein Verständnis von Kreativität als zu erlernender Kompetenz und das entsprechende Repertoire an Techniken zu vermitteln, sowie den Gründungsprozess in einzelne Phasen zu zerlegen, in denen innovative und weniger innovationsorientierte Handlungen im Vordergrund stehen. Schließlich zielten die Qualifizierungsmaßnahmen auch auf die Generierung erster gemeinsamer Geschäftsideen und die Ausarbeitung und Prüfung von Geschäftsideen. Die Inhaltsbausteine setzten sich zusammen aus den Bereichen (a) Kreativitätsprozess, (b) Kreativitätstechniken, (c) Ideenschärfung und Ideenmanagement und (d) mit Ideen überzeugen.

*ad (a):* Die Annäherung an den Kreativitätsprozess erfolgte über definitorische Auseinandersetzung in der Reflektion der TeilnehmerInnen. Dem folgend wurde der Prozess der kreativen Ideengenerierung von der Bestimmung des Suchfeldes bis zur Ideenumsetzung konstruiert, wobei für die Qualifizierungszwecke auf den Prozess von Scherer (2007) Bezug genommen wurde.

*ad (b):* Die Kreativitätstechniken wurden wiederholt und mehr oder weniger intensiv während der Workshops und Summer-/ WinterSchools eingeübt und durchgeführt. Sowohl intuitive als auch systematische Kreativitätstechniken wurden hier eingeschlossen (vgl. z.B. Garfield, Taylor, Dennis, & Satzinger, 2001). Je nach Prozessphase im Kreativitätsprozess wurden unterschiedliche Techniken angewandt. Dieser Inhaltsbereich führte dazu, dass im Rahmen der Qualifizierungsmaßnahmen eine Vielzahl potenzieller Ideen generiert wurde.

*ad (c):* Ideenschärfung und Ideenmanagement wurden thematisiert, indem im Maßnahmenverlauf einzelne der generierten Ideen intensiv weiterverfolgt wurden. Hier standen Aspekte im Raum, wie die sinnvolle Systematisierung von Ideen und die

Schärfung einer Idee durch Konfrontation mit der Umwelt (z.B. Marktanalysen und Kundenbefragungen).

*ad (d):* Der Inhaltsbaustein zur Überzeugung mit eigenen Ideen war wieder sehr praxisorientiert. Hier wurden beispielsweise wettbewerbsähnliche Situationen zwischen den TeilnehmerInnen geschaffen, in denen es galt, vor einer fiktiven Jury (wie z.B. GeldgeberInnen oder Kundengruppen) mit der erarbeiteten Geschäftsidee zu punkten.

Die Veranstaltungen zu den *Teamkompetenzen* richteten sich an bestehende Teams (Teamentwicklung) und Personen, die ihre eigene Teamkompetenz allgemein stärken wollten, unabhängig von den eigenen Gründungsabsichten. Die Gründung eines eigenen Unternehmens war in diesen Veranstaltungen stets der Handlungskontext zur Illustration der jeweils thematisierten Aspekte. Auf diese Weise sollte neben der Stärkung der Teamkompetenzen der TeilnehmerInnen auch wieder die Sensibilisierung für Unternehmertum erfolgen. Inhaltsbausteine der Qualifizierungen zu Teamkompetenzen waren (a) Teams und „gute“ Teams, (b) Gruppendynamik und Teamnormen, (c) Rollen in Teams und (d) Teamkompetenzen.

*ad (a):* Der Inhaltsbaustein Teams und „gute“ Teams umfasste allgemein definitorische Aspekte, Spezifika von besonders leistungsfähigen Teams und die Kontextabhängigkeit der Vor- und Nachteile von Teamarbeit.

*ad (b):* Die Inhaltsbausteine Gruppendynamik und Teamnormen wurden durch viele Übungen und Illustrationen erlebbar gemacht. Gemeinsam wurden Regeln für die Teamarbeit in unterschiedlichen gruppendynamischen Phasen erarbeitet. Bei Teilnahme realer Teams wurden die vorliegenden und gewünschten Teamnormen erarbeitet.

*ad (c):* Der Inhaltsbaustein der Teamrollen wurde reflektierend bearbeitet, indem eigene Rollen, Wunschrollen und Furchtrollen sowie die in leistungsfähigen Teams minimal erforderlichen Rollen thematisiert und teilweise eingeübt wurden.

*ad (d):* Der Inhaltsbaustein der Teamkompetenzen konzentrierte sich auf die spezifischen Kompetenzanforderungen aufgrund der Teamarbeit an sich. Hier wurden „Kernkompetenzen“ der Teamfähigkeit herausgearbeitet und bezogen auf die eigene Person reflektiert. Gemeinsam wurden Übungskontexte zur künftigen Verbesserung einzelner Aspekte formuliert.

Das flankierende Thema der Gründung selbst wurde mehr oder weniger in jeweils passender Form in all die Kernthemen integriert. Im Rahmen der Karriereplanung wurden Anforderungen und Voraussetzungen sowie Formen von Unternehmertum behandelt. Im Rahmen der Ideengenerierung wurden Geschäftsideen erarbeitet und der Gründungsprozess dem Prozess der kreativen Ideengenerierung gegenübergestellt. Einzel-

ne Gründungskompetenzen wie die Markt- und Konkurrenzanalyse wurden hier erprobt. Im Rahmen der Teamkompetenztrainings wurde Arbeitsteilung am Beispiel einer Gründung verdeutlicht; Rollen in Gründungsteams wurden anhand des Gründungsprozesses und eines Typen-Modells illustriert und Gruppendynamik wurde anhand sich verändernder Gründungsteams und Unternehmensstrukturen dargestellt.

Sieben Qualifizierungsmaßnahmen mit insgesamt 46 TeilnehmerInnen wurden in Form von Workshops oder Summer-/ WinterSchools durchgeführt. Die Maßnahmen dauerten zwischen acht und 24 ½ Stunden, welche auf einem bis fünf Tagen verteilt wurden. Drei der Maßnahmen richteten sich ausschließlich an Frauen. Alle vier genannten Themenkomplexe waren in den Maßnahmen mehrfach vertreten.

### *2.2.2 Kompaktsessions*

Kompaktsessions thematisierten die gleichen übergreifenden Themenbereiche, konzentrierten sich hier aber jeweils auf einen oder wenige einzelne Teilaspekte. Obwohl auch die handlungsorientierte Methoden im Vordergrund standen, kann aufgrund der zeitlichen Begrenztheit hier nicht von einem Training im eigentlichen Sinne gesprochen werden. Dafür war aufgrund der Organisationsweise (Kopplung mit curricularen Veranstaltungen) die Reichweite dieser Maßnahmen größer als bei den Workshops und Summer-/ WinterSchools, da auch ohne Eigeninitiative potenzieller TeilnehmerInnen eine Teilnahme möglich war (durch die Initiative der KursleiterInnen). Die Kompaktsessions wurden entweder integriert-curricular oder curricular-verbunden durchgeführt. Erstgenannte Variante meint Kompaktsessions, die einen regulär stattfindenden Block an Lehrveranstaltungen umfassen. Beispielsweise wurde eine einzelne Seminarsession einmalig durch die ProjektmitarbeiterInnen übernommen. Curricular-verbunden beinhaltet Kompaktsessions, die den TeilnehmerInnen spezieller curriculärer Veranstaltungen angeboten wurden, aber außerhalb der regulären Lehrveranstaltungszeit durchgeführt wurden. Alle Kompaktsessions waren als einmalige und kurzfristige Veranstaltungen konzipiert. Spezielle Zielsetzungen der Kompaktsessions waren die Konfrontation sonst kaum erreichter TeilnehmerInnen mit Unternehmertum, das Sichtbarmachen und ein erstes probeweises Einüben bestimmter unternehmerischer Kompetenzen und ein „neugierig machen auf Mehr“.

Die Kompaktsessions wurden auf Wunsch einzelner Lehrender durchgeführt, nachdem umfangreiche Öffentlichkeitsmaßnahmen die Lehrenden auf das Angebot der ProjektmitarbeiterInnen, Einzelblöcke von Lehrveranstaltungen mit speziellen Qualifizierungsmaßnahmen zu übernehmen, aufmerksam machten. Folgende Kompaktsessions wurden im Projektverlauf durchgeführt.

- Kompaktsession „Gründungsseminar Bahntechnik“ (Q4/ 2009)
  - ★ 4 TeilnehmerInnen, davon 2 weiblich, alle Alumni
  - ★ Gründungsidee, Kreativitätstechniken, Gründungsprozess
  - ★ Umfang: 1,5 Stunden
- Kompaktsession „Gründungsmanagement“ (Q1/ 2010)
  - ★ 14 TeilnehmerInnen, davon 7 weiblich; BWL-Studierende und Akademische MitarbeiterInnen
  - ★ Im Rahmen der Vorlesung „Gründungsmanagement“
  - ★ Kennzeichen von UnternehmerInnen, Gründungsprozess und Kompetenzverteilung im Gründungsprozess, Arbeitsteilung in Gründungsteams
  - ★ Umfang: 1,5 Stunden
- Kompaktsession „Gründungsmanagement“ (Q2/ 2010)
  - ★ 56 TeilnehmerInnen, davon ca. 28 weiblich; Studierende (wirtschaftliche und technische Studiengänge)
  - ★ Im Rahmen des Seminars „Ringlabor Gründungsmanagement“
  - ★ Team-Kompetenzen, Ideenschärfung
  - ★ Umfang: 1,5 Stunden
- Kompaktsession „Person: GründerIn“ (Q3/ 2009)
  - ★ 5 TeilnehmerInnen, davon 2 weiblich; alle Studierende wirtschaftsnaher Studiengänge
  - ★ In Kooperation mit dem Forschungsprojekt Mobil<sup>UP</sup> (Inhaltliche Ausgestaltung im Rahmen des genannten Projektes)
  - ★ Themen: Anforderungen an UnternehmerInnen, Kennzeichen von UnternehmerInnen, Tätigkeiten von GründerInnen, „Bin ich ein Gründungstyp?“
  - ★ Umfang: 3,5 Stunden

Darüber hinaus konnten Qualifizierungen rund um Unternehmertum in verschiedene Lehrveranstaltungen über einen Einzelblock hinausgehend integriert werden; wobei im Gegensatz zu den Workshops und Summer-/ WinterSchools hier durch die curriculare Einbindung stets nur Einzelaspekte thematisiert und geschult wurden. Folgende Maßnahme sind hier zu nennen.

- Kompaktsession „Fallanalyse: Organisationale und personale Analysen bei UnternehmerInnen“ (Q4/ 2008)
  - ★ 200 TeilnehmerInnen, davon 60 weiblich, alles Studierende Wirtschaftsingenieurwesen
  - ★ Im Rahmen der Ringvorlesung „Einführung in die Aufgaben der WirtschaftsingenieurInnen“ durchgeführt

- ★ Umfang: 12 Stunden (verteilt auf eine Woche)
- Kompaktsession „Fallstudien UnternehmerInnen & Geschäftsideenanalyse“ (Q4/2009)
  - ★ 300 TeilnehmerInnen, davon 100 weiblich, alles Studierende Wirtschaftsingenieurwesen
  - ★ Im Rahmen der Ringvorlesung „Einführung in die Aufgaben der WirtschaftsingenieurInnen“ durchgeführt
  - ★ Umfang: 12 Stunden (verteilt auf eine Woche)
- Kompakt-/ Blockveranstaltung „Fallstudienseminar Unternehmensführung“ (Q2-3/2008; Q2-3/2009)
  - ★ 23 (2008) und 32 (2009) TeilnehmerInnen, davon 6 (2008) und 13 (2009) weiblich
  - ★ Integration von Aufgaben zum Unternehmertum in die Blockveranstaltung (Auseinandersetzung mit den personalen Voraussetzungen, Unternehmensführung in erfolgreich neu gegründeten Unternehmen)
  - ★ Umfang: 2 SWS
- Seminar „Oberseminar am Lehrstuhl für Organisation, Personalmanagement und Unternehmensführung“ (seit Q2/2008)
  - ★ Seit Q2/2008 jeweils zwischen 20 und 75% der SeminarteilnehmerInnen, von denen ca. 25 bis 30% weiblich sind
    - WiSe 08/09: 9 TN (Gründungsthema), davon 0 weiblich, Umfang 2 SWS (32 h)
    - SoSe 09: 12 TN (Gründungsthema), davon 2 weiblich, Umfang 2 SWS (32 h)
    - WiSe 09/10: 7 TN (Gründungsthema), davon 6 weiblich, Umfang 2 SWS (32 h)
    - SoSe 10: 10 TN (Gründungsthema), davon 2 weiblich, Umfang 2 SWS (32 h)
    - WiSe 10/11: 6 TN (Gründungsthema), davon 1 weiblich, Umfang 2 SWS (32 h)
  - ★ Im Rahmen dieser LV lernen Studis heterogener, aber wirtschaftsbezogener Studiengänge, wissenschaftlich fundierte schriftliche Arbeiten zu erstellen. Hierfür müssen sie sich intensiv mit einem Thema auseinandersetzen (z.B. „Gründungsmotive von Männern und Frauen“, „Unternehmensgründungen durch IngenieurInnen“, „Die Unternehmerin in den Medien“, „Risiko und Risikobereitschaft“, „Erfolg von Unternehmensgründungen“). Da am Semesterende alle Themen vor allen ande-

ren Studierenden präsentiert und im Anschluss daran diskutiert werden, eignet sich diese Veranstaltung für eine Sensibilisierung bestimmter Teilaspekte von Unternehmertum sowie für die intensive individuelle Auseinandersetzung mit diesem Thema.

- ★ Umfang: 2 SWS je Semester
- Seminar „Karrieremanagement“ (Q2-3/ 2010)
  - ★ 10 TeilnehmerInnen, davon 2 weiblich; fachheterogen, offen für Studierender aller Fakultäten (Fachübergreifendes Studium)
  - ★ Neben anderen Themen auch Sensibilisierung für unterschiedliche Aspekte Unternehmertum betreffend
  - ★ Umfang: 2 SWS

Schließlich sind hier noch kompakte Maßnahmen mit zwei besonderen Zielgruppen zu nennen.

- Workshop „Get-together“ (Q1/ 2011)
  - ★ TeilnehmerInnen 3 Gründungsteams in Vorgründungsphase und ein Projektteam
  - ★ Qualifizierung für spezielle Zielgruppe „Gründungsteams in Vorgründungsphase“ mit dem Ziel der Verbesserung der Selbstpräsentation eigener Geschäftsideen (Schwerpunkt: Marktanalyse durchführen, Vorbereitung Teilnahme am BPW 2011)
  - ★ Umfang: 3 Stunden
- Workshops „Früh-Sensibilisierung: Karriereanforderungen“
  - ★ Zwischen Q2/ 2009 und Q2/ 2010
  - ★ Qualifizierung für spezielle Zielgruppe der Früh-Sensibilisierung (SchülerInnen)
  - ★ Auseinandersetzung mit beruflicher Option Unternehmertum, Begleitung einer Schülerumfrage und Abschlusspräsentation

### 2.2.3 Breite Sensibilisierung

Maßnahmen zur breiten Sensibilisierung umfassten neben Presse- und Öffentlichkeitsarbeit die Gestaltung von sehr verschiedenen Maßnahmen, welche alle auf die Sensibilisierung für Unternehmertum konzentriert waren. Unternehmertum sollte breit thematisiert werden, und die Maßnahmen sollten Interesse an Unternehmertum wecken. Daneben sollten auch die eigenen Angebote bekannt gemacht werden. Maßnahmen, welche vorrangig auf letzteren Punkt zielten, waren zum Beispiel die folgenden.

- Aufbau einer eigenen Homepage für die Gründervilla (online von Q1/ 2009 bis Q4/ 2010, seit Q1/ 2011 Integration in die Lehrstuhlhomepage): Informieren,

transparent die eigenen Angebote vorstellen, sensibilisieren für Unternehmertum

- Zur Ansprache der Zielgruppe ausländischer Akademischer MitarbeiterInnen, DoktorandInnen und Studierender Erstellung englischsprachiger Materialien und Informationen sowie gezielter Informationen zu internationalen Businessplan- und Gründungswettbewerben sowie – im Rahmen der Beratungstätigkeiten – Angebot englischsprachiger Beratungen.
- Ab Q3/ 2008 Vorstellung der Gründervilla und ihrer Angebote in Vorlesungen der grundständigen Lehre; dabei interaktives „ins-Gespräch-kommen“ und Thematisierung ausgewählter Aspekte von Unternehmertum.

Die Aktivitäten in diesem Tätigkeitsbereich müssen sich neben der Zielgruppe Studierender auch ganz konkret auf die Lehrenden ausrichten. So gilt es, Lehrende für das Thema Unternehmertum zu gewinnen, sei es, um deren Gründungsaktivitäten (Ideenweitergabe, Mitwirkung an Gründungsteams) zu fördern oder die Nachhaltigkeit der Projektaktivitäten zu sichern, indem Lehrende zukünftig selbst das Thema in eigene Lehrveranstaltungen tragen. Darüber hinaus wurde aktiv daran gearbeitet, weitere MultiplikatorInnen zu gewinnen, welche in ihren Netzwerken Themen rund um Unternehmertum weitertragen und verbreiten können. Hierzu wurden im Projektverlauf studentische Vereine und Zusammenschlüsse (Jalta e.V., VWI Cottbus) angesprochen und auch gemeinsame Informationsveranstaltungen für die Mitglieder sowie Kooperationen (z.B. im Rahmen der Global Entrepreneurship Week 2009) durchgeführt.

Maßnahmen der breitenwirksamen Sensibilisierung fanden ihren Höhepunkt in den Aktivitäten rund um die Global Entrepreneurship Week 2009. Ein projektübergreifendes Team (MitarbeiterInnen aller Einrichtungen zur Gründungsförderung der BTU Cottbus) plante und gestaltete eine Woche mit vielfältigen Angeboten rund um Unternehmertum. Die MitarbeiterInnen am Lehrstuhl für Organisation, Personalmanagement und Unternehmensführung waren dabei schwerpunktmäßig mit folgenden Aktivitäten und Aufgaben beteiligt, welche der breitenwirksamen Sensibilisierung und dem Wecken von Interesse dienten.

- Anschreiben aller Lehrstühle der BTU Cottbus mit Informationen rund um die Global Entrepreneurship Week 2009 und Anfrage für konkrete Kooperationen (z.B. als ReferentInnen für eine Mini-Workshop-Reihe, s.u.; oder für die Weiterleitung von Informationen). Ein Ergebnis dieser hochschulweiten Maßnahmen werden durch die Veränderungen der Clickzahlen der Gründervilla-Homepage illustriert (Quelle: Zugriffe ermittelt durch das Multimedia-Zentrum der BTU Cottbus; Kategorien entspr. Homepage-Kategorien):

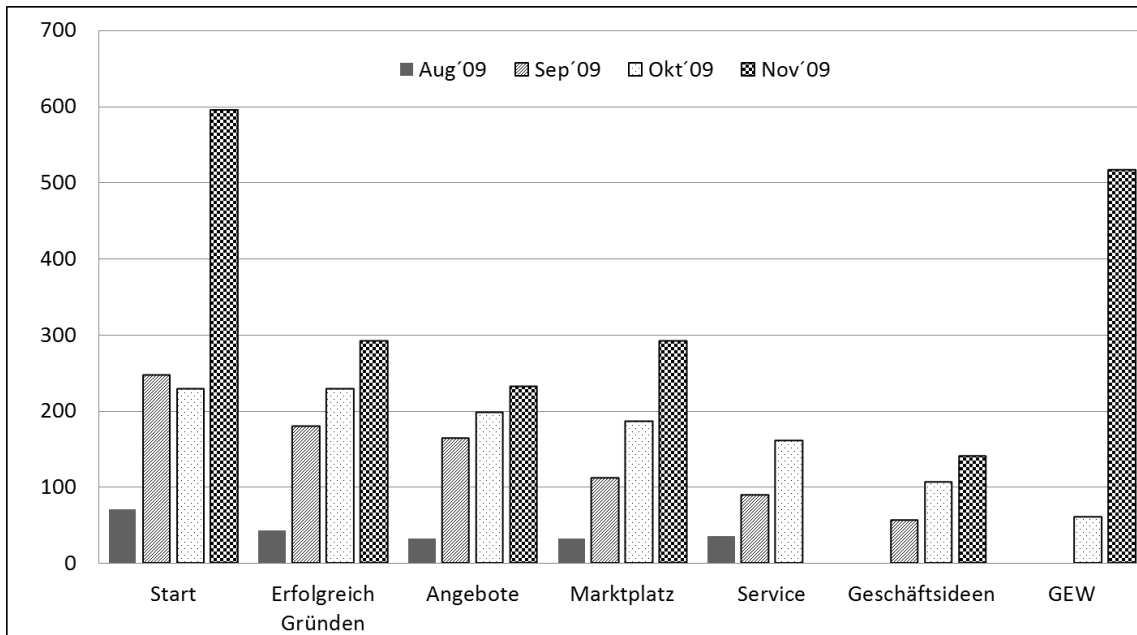


Abbildung 3 Clickzahlen Homepage Gründervilla im Zeitverlauf

- Öffentliche Kooperationsanfrage auf der Homepage und über Netzwerkverteiler. So konnte beispielsweise die Entwicklungsgesellschaft Cottbus (EGC) als Sponsor und Partner für Werbemaßnahmen gewonnen werden.
- Generierung weiterer KooperationspartnerInnen für die Global Entrepreneurship Week (u.a. für Marketing, Präsentationen Week, einzelne Veranstaltungen) aus dem Bereich der Gründungsförderung (z.B. Business Angels Berlin-Brandenburg), GründerInnen aus der Hochschule und der Region (z.B. Viswapi, Acrolinx, Spreewaldpräsente) und andere PartnerInnen aus der Hochschule (z.B. Forschungs-Bildungs-Kooperation an der BTU Cottbus).
- Organisation und Begleitung der Mini-Workshop – Reihe der Global Entrepreneurship Week 2009
  - ★ 30 Minuten Input zu vielfältigen gründungsrelevanten Themen
  - ★ 7 Mini-Workshops innerhalb von 5 Stunden durchgeführt: Das berühmte Kleingedruckte – AGB (Peter Albert, Rechtsanwalt und Fachanwalt für Arbeitsrecht, Kelleners & Albert – Rechtsanwälte in Partnerschaft), Selbst- und Zeitmanagement (Annette Hoppe, Lehrstuhl Arbeitswissenschaft/ Arbeitspsychologie), Kreativ Ideen gewinnen (Astrid Lange, Lehrstuhl für Organisation, Personalmanagement und Unternehmensführung, Gründervilla), Wann zahlt sich mein Unternehmen aus? (Ute Krüger, Lehrstuhl ABWL und Besondere des Rechnungswesens und Controlling), Wie kann ich mein Unternehmen planen? (Janine Steidelmüller, Lehrstuhl für Organisation, Personalmanagement und Unternehmensführung, Gründervilla), Corporate Design (Christoph Schlimok, Lehrstuhl Darstel-

lungslehre, Design Lab), Wie Zielsetzungen unsere Erfolge bestimmt (Astrid Lange, Lehrstuhl für Organisation, Personalmanagement und Unternehmensführung, Projekt MobiUP)

- ★ Insgesamt 70 TeilnehmerInnen, davon 28 weiblich
- Organisation und Durchführung der Podiumsdiskussion mit anschließendem Austausch: „meet & greet: UnternehmerInnen zum Anfassen“
  - ★ Regionale UnternehmerInnen als Gäste: Oliver Collmann (Geschäftsführer von acrolinx), Markus Jaunich (BWL-Studium an der Viadrina in Frankfurt/ Oder, Geschäftsführer spreewald-praesente), Björn Maurer (BWL-Studium an der BTU und Unternehmensgründer der innovativen Tauschplattform Viswapi), Prof. Dr. Rolf Kraemer (Unternehmensgründer, Inhaber des Lehrstuhls für Systeme an der BTU Cottbus und Leiter der Abteilung System Design am Institut für innovative Mikroelektronik Frankfurt/ Oder)
  - ★ ExpertInnen als Gäste: Business Angels Berlin-Brandenburg und ZAB: Ulrich Schmeiser (Firmeninhaber „Der Dialogpartner“, Berater des Senators für Finanzen & Business Angel), Reinhard Grisebach (Businessplangewinner „Technology“, Berater namhafter Industrieunternehmen & Business Angel), Bernhard Schewski (Business Angel mit Führungserfahrung bei Werften und Unternehmen des Maschinen- und Anlagenbaus sowie des Mess- und Laborgerätebaus; begleitete maßgeblich den Aufbau des Forschungs- und Technologieparks Berlin-Adlershof (WISTA)), Dr. Peter Fochler (Experte für Gründungsfinanzierung, ehem. Berliner Volksbank)
  - ★ Als Moderator wurde Ulrich Ruh (ZukunftsAgentur Brandenburg/ ZAB) gewonnen
  - ★ 25 Gäste kamen beim "meet & greet" mit regionalen Unternehmern und Business Angels aus Berlin-Brandenburg sowie ZAB ins Gespräch
- Organisation und Durchführung der Ausstellung „Wie wurde ich UnternehmerIn?“, eine Woche lang im Foyer des BTU-Audimax ausgestellt
- Gemeinsam mit dem Lehrstuhl Industriesoziologie und Unikino e.V. Organisation eines Kinoabends im Unikino (Film mit Gründungsbezug); Freikarten hierzu wurden über eine online-Umfrage verlost

Zur Global Entrepreneurship Week 2010 wurden die Zielgruppen gezielt zu einer besonderen Form von Unternehmertum informiert: Der Unternehmensnachfolge. Hierzu wurde eine Podiumsdiskussion organisiert und gemeinsam mit den PartnerInnen der Landesagentur für Struktur und Arbeit (LASA) Brandenburg GmbH und der Hand-

werkskammer Cottbus durchgeführt. Zur Vorbereitung wurde eine Bedarfsanalyse durchgeführt und eine InteressentInnenliste generiert. Die Leiterin der Bundesweiten Gründerinnenagentur (bga), Frau Iris Kronenbitter, konnte als Moderatorin gewonnen werden. Die bga-Wanderausstellung „Unternehmensnachfolgerinnen in Deutschland“ begleitete die Veranstaltung, an der 35 InteressentInnen teilnahmen.

Darüber hinaus wurden im Projektverlauf mehrere breitenwirksame Auftritte der Gründervilla im Rahmen öffentlicher, regionaler Veranstaltungen durchgeführt. Veranstaltungen, die hierzu gehören, waren die Nacht der kreativen Köpfe (Q4/ 2008), der Uni.Info.Tag (Q2/ 2009), die AbiChallenge (Q3/ 2009 und Q2/ 2010) und die Regionaltreffen im Rahmen des Businessplanwettbewerbes Berlin-Brandenburg (zwei Vorträge in Q2/ 2009; ein Vortrag in Q4/ 2009). Die Projektaktivitäten umfassten hierbei Informationsstände, Vorträge und spielerische Sensibilisierungsmaßnahmen sowie Maßnahmen zur Generierung und Aufbereitung von potenziellen Geschäftsideen. Zusätzlich wurde eine Aktions-Reihe „Mensa-Stand: Gründungs-Donnerstag“ durch die Gründervilla konzipiert und durch die Gründungsakteure der BTU Cottbus im Q1 bis Q3/ 2010 umgesetzt. Hierbei gestaltete die Gründervilla gemeinsam mit dem Lausitzer Existenzgründerwettbewerb (LEX) und der Wirtschaftsinitiative Lausitz (WiL) einen eigenen „Gründungs-Donnerstag“ in der Mensa der BTU Cottbus. Darüber hinaus gehören auch die vielfältigen Presseberichte und andere Formen der Öffentlichkeitsarbeit in die Maßnahmenliste zur breiten Sensibilisierung für das Thema Unternehmertum in all seiner Vielfältigkeit.

#### *2.2.4 Weiterentwicklung der Angebote*

Die regelmäßig aktualisierten Bedarfserhebungen legen nahe, dass sich die Angebote zur Qualifizierung regelmäßig anpassen müssen. Im Projektverlauf war eine solche grundlegende Anpassung die Erarbeitung eines Strategiekonzeptes zur Qualifizierung im Q4/ 2009. Auf Grundlage des Strategiekonzeptes wurden die Formen, in denen die Qualifizierungsmaßnahmen angeboten wurden, umgestellt, um eine stärkere Individualisierung zu ermöglichen. So wurden ab dem Q4/ 2009 keine fixen Termine und Themen mehr angeboten, sondern das ganze Angebot basierte auch einem „Buchungs-Mechanismus“, bei dem der Interessenbekundung an einem der Themen Vorgespräche (Bedarfsanalyse) zur Festlegung des Qualifizierungszieles und der jeweils angemessenen Qualifizierungsbereiche folgten. Zuletzt wurden zeitliche Bedingungen festgelegt. Ein Teil oben dargestellter Maßnahmen basierte schon auf diesem zugeschnittenen statt fixen Angebot. Eine weitere Anpassung betraf die explizite Aufnahme des Themas „Diversity“ in den Themenkatalog. Unternehmertum kann durch Vielfalt bereichert werden, solange die Personen befähigt sind, die Vielfältigkeit (z.B. in Gründungsteams) zu

handhaben. Teile dieses Themenbereiches waren auch schon vorher, vor allem in den Maßnahmen rund um die Teamkompetenz, integriert, wurden nun aber explizit benannt. Weitere Anpassungen betrafen Erarbeitungen und Überarbeitungen der Evaluationsinstrumente, welche im folgenden Absatz vorgestellt werden und integraler Bestandteil der Projektaktivitäten waren.

### **2.3 (Selbst-)Evaluation**

Evaluation wurde durch die ProjektmitarbeiterInnen als kontinuierliche Aufgabe verstanden; und die Evaluationsergebnisse flossen wiederum als Informationen in die Analyse der Bedingungen zur Anpassung eigener Qualifizierungsangebote zurück. Es ist im Projektverlauf nicht gelungen, stets alle TeilnehmerInnen und KlientInnen zum vollständigen Ausfüllen der Evaluationsinstrumente zu bewegen. Da von den nicht auskunftsbereiten oder auskunftsfähigen Personen keine vergleichbaren Aussagen vorliegen, und somit unklar ist, ob sie besonders zufrieden oder besonders unzufrieden waren, sind alle Aussagen auf Grundlage der Evaluationen stets mit Vorsicht zu bewerten.

Zur Kontrolle des Erfolges wurden Evaluationsinstrumente entwickelt und eingesetzt, welche speziell auf die Förderstrukturen an der BTU Cottbus zugeschnitten und an die Gründungsphasen angepasst wurden. Insgesamt wurden vier Evaluationsinstrumente entwickelt: Feedbackbogen 1 für die Phase „Sensibilisierung und Aktivierung“, Feedbackbogen 2 für die Phase „Motivierung und Orientierung“, Feedbackbogen 3 für die Phasen „Vorgründung und Gründung“ und der Feedbackbogen 4 für die Abschlussevaluation für ausgegründete KlientInnen. Die für die hier beschriebene Projektarbeit wichtigsten und am häufigsten eingesetzten Instrumente sind die Feedbackbögen 1 und 2. Der Feedbackbogen 1 umfasst die Evaluation der Qualifizierungsmaßnahmen der Gründervilla, wobei die organisationalen Aspekte, die jeweils vermittelten Kompetenzen, die Veränderung der Gründungsbereitschaft aufgrund der Maßnahme und einzelne besonders positive und verbesserungswürdige Aspekte beurteilt wurden.

Insgesamt konnten zwischen Q3/ 2008 und Q4/ 2010 55 TeilnehmerInnen aus acht Qualifizierungsmaßnahmen befragt werden. Ein Kernkriterium zur Bewertung der Maßnahmen stellte die positive Veränderung der Gründungsabsicht der TeilnehmerInnen dar. Von allen Befragten erhöhte sich bei 25,5% die Gründungsabsicht im Zuge der Qualifizierungsmaßnahmen. Dabei ist je nach Veranstaltungsthema schon eine Selektion von gründungsbereiten TeilnehmerInnen festzustellen, deren Gründungsbereitschaft schon vorher ausgeprägt war. Werden nur die TeilnehmerInnen an den Qualifizierungsmaßnahmen zur Karriereplanung betrachtet, erhöhte sich bei 45,5% die Gründungsabsicht. Werden nur die TeilnehmerInnen an den Veranstaltungen zur Ideengenerierung betrachtet, erhöhte sich bei 31,6% die Gründungsabsicht. Hier gibt es zu-

gleich einen hohen Anteil derjenigen, welche den Bogen nicht oder nicht vollständig ausgefüllt haben. Werden nur die TeilnehmerInnen der Teamkompetenztrainings betrachtet, welche wiederum zu einem hohen Anteil keine oder unvollständige Evaluationsbögen abgaben, erhöhte sich bei keiner Person die Gründungsabsicht. Somit spiegeln die Zahlen die inhaltlichen Schwerpunkte und Zielsetzungen der Qualifizierungsmaßnahmen wieder, da insbesondere die Karriereplanung unentschlossene Personen, vor allem auch Frauen, welche noch nicht intensiv über eigene Karriereoptionen reflektiert haben, ansprechen soll, während die Ideengenerierung etwas stärker auf Personen mit (latentem) Gründungsinteresse zielt und die Teamkompetenztrainings rund um einen Soft-Skill-Bereich angelegt sind, welcher zwar auch, aber nicht ausschließlich im Gründungskontext anwendbar ist.

Bei knapp 80% der TeilnehmerInnen wurden die Erwartungen an die Qualifizierungsmaßnahmen erfüllt. Die organisatorischen Aspekte und die Maßnahmenleitung wurden insgesamt gut bewertet, wie die folgende Grafik illustriert.

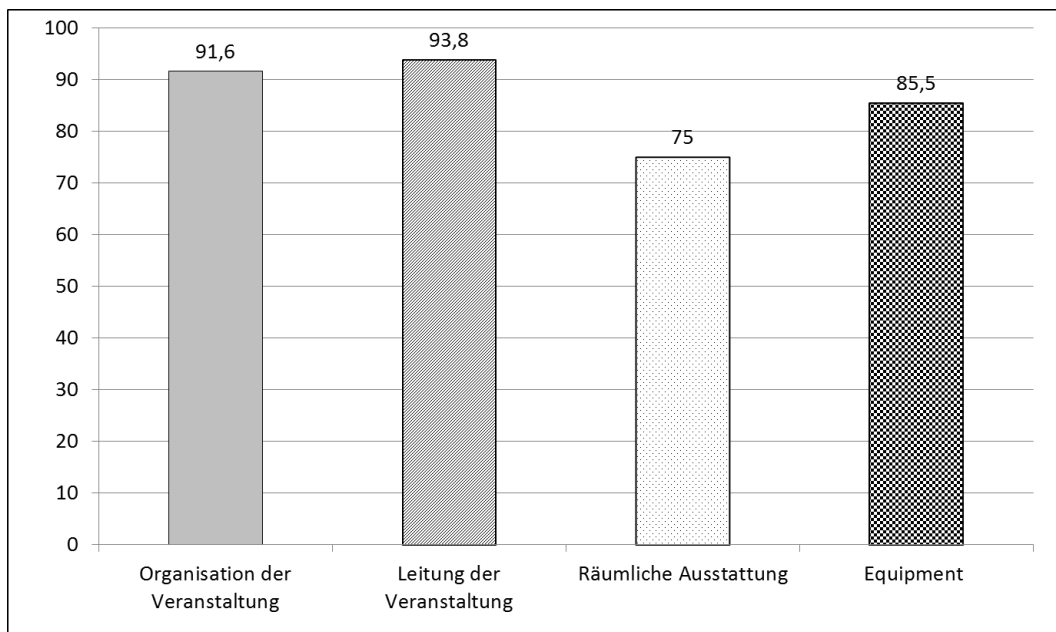


Abbildung 4 Positive Bewertung organisatorischer Aspekte und der Leitung der extracurricularen Qualifizierungsmaßnahmen der Gründervilla

Note: Darstellung der positiven Bewertung = „ausgezeichnet“ und „gut“ auf einer 5-stufigen Skala; Basis Prozentangaben n = 48 Antwortende

Die Bewertungen einzelner inhaltlicher Aspekte dienen als Reflektion, ob bestimmte übergreifende Qualifizierungsziele erreicht werden konnten. Hier wurden im Rahmen der Evaluationen standardmäßig Bewertungen der (a) Vermittlung von Gründungskennnissen (Wissen) und (b) Gründungskompetenzen (Soft Skills, Fertigkeiten) sowie (c) der Sensibilisierung für verschiedene gründungsbezogene Aspekte (für Gründung als beruflicher Option, für die Anforderungen an GründerInnen, für die eigenen Stärken,

für die unterschiedlichen Gründungsarten und für den Gründungsprozess) erfragt, wobei je nach Ausrichtung der Qualifizierungsmaßnahmen unterschiedliche Aspekte als Qualifizierungsziel betont wurden. Da die Maßnahmen eben spezifisch auf Einzelaspekte ausgerichtet waren, waren insbesondere die offenen Hinweise der TeilnehmerInnen relevant. Beispielsweise konzentrierten sich die Ideen-Workshops auf die Ideengenerierung und den Gründungsprozess. Dagegen waren die Karriere-Workshops auf Selbstreflektion und Sensibilisierung für die berufliche Option „Gründung“ sowie die Anforderungen an GründerInnen ausgerichtet. Wiederum andere Maßnahmen waren auf ganz detaillierte Aspekte wie die Beurteilung und Weiterentwicklung einer bestimmten Geschäftsidee oder auf Teamkompetenzen ausgerichtet. Diese Punkte spiegeln sich auch in der Einschätzung der übergreifenden Ziele wieder sowie in dem Anteil derjenigen, welche „weiß ich nicht/ kann ich nicht beurteilen“ angekreuzt oder sich ganz enthalten haben. Folgende Grafik fasst die inhaltlichen Bewertungen insgesamt sowie getrennt für einzelne der Qualifizierungsthemen zusammen.

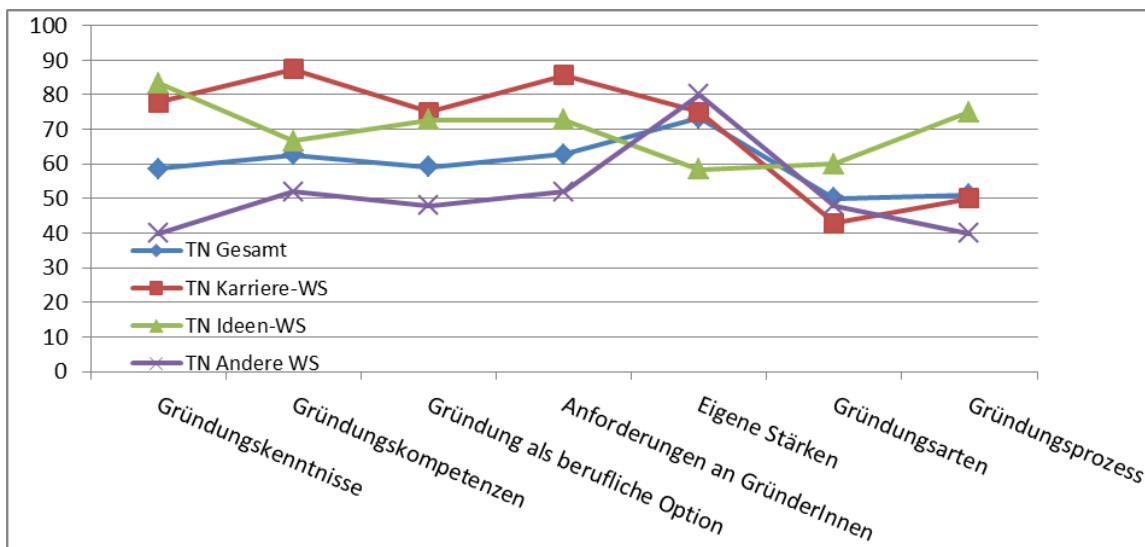


Abbildung 5 Positive Bewertung inhaltlicher Aspekte der extracurricularen Qualifizierungsmaßnahmen der Gründervilla

Note: Darstellung der positiven Bewertung = „ausgezeichnet“ und „gut“ auf einer 5-stufigen Skala; Basis Prozentangaben auf Grundlage variierender Anzahlen Antwortender

Die offenen Nennungen auf die Frage nach besonders positiven Aspekten beinhaltete häufig eine Hervorhebung der interaktiven Gestaltung der Qualifizierungsmaßnahmen, im Rahmen derer die TeilnehmerInnen selbst sehr viel einbringen mussten oder durften. Das hohe Ausmaß an Übungen und TeilnehmerInnen-Aktivitäten wurden auch häufig genannt, ebenso wie das Betreuungsverhältnis im Rahmen der Maßnahmen mit geringer TeilnehmerInnenzahl (Summer-/ WinterSchools wurden stets mit mindestens zwei TrainerInnen durchgeführt) und jeweils bestimmte thematische Aspekte. Die offenen Nennungen auf die Frage nach den Verbesserungsmöglichkeiten beinhalteten inte-

ressanterweise ebenso häufig Nennungen das hohe Ausmaß an Übungen und Aktivitäten betreffend. Des Weiteren nannten einzelne TeilnehmerInnen den Wunsch nach Handouts in Printform (die Handouts wurden stets elektronisch weitergereicht) und unterschiedliche Hinweise die Pausenorganisation betreffend (Wunsch nach mehr oder weniger Pausen).

Der Feedbackbogen 2 umfasst die Evaluation der Beratungsleistungen in der Vorgründungsphase (durch die Gründervilla und das BIEM an der BTU Cottbus). Da eine konsequente Evaluation in dieser Phase eine kontinuierliche Nachlese erfordert, und die Fluktuation der BeratungsklientInnen im Vergleich zu beispielsweise den TeilnehmerInnen abgeschlossener Veranstaltungen wie den Qualifizierungsmaßnahmen hoch ist, ist die Datengrundlage hier geringer ausgeprägt. Nichtsdestotrotz erfolgte zur Evaluation der Beratungsleistungen in der Vorgründungsphase durch die Gründervilla eine Erhebung anhand der Evaluationsbögen; diese befinden sich derzeit im Publikationsprozess (Weineck, forthcoming). Die Feedbackbögen 3 und 4 wurden nach ihrer Fertigstellung an die jeweiligen Einrichtungen, deren Aktivitäten hier mitbewertet werden, zu eigenständigen Verwendung weitergereicht.

#### **2.4 Zusammenfassende Bewertung zur extracurricularen Qualifizierung**

Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass ein umfassender, vielseitiger und adaptiver Ansatz gewählt wurde, um neben der inhaltlichen Qualifizierung auch das Sensibilisierungsziel für die Optionen und Bedingungen von Unternehmertum als Aufgabe zu bewältigen. Grundlage waren unterschiedliche Datengrundlagen (Bedarfsanalysen) sowie die Evaluationen, welche, soweit organisatorisch möglich, kontinuierlich durchgeführt wurden. Das wichtigste Evaluationskriterium, nämlich die Anregung der Auseinandersetzung mit (den vielfältigen Facetten von) Unternehmertum und entsprechende Änderungen zumindest lebenszeitbezogener Gründungsabsichten (der Abbau ungerechtfertigter Ablehnungen von Unternehmertum nur aufgrund stereotyper, nicht fundierter Vorstellungen zu Unternehmertum) konnte bei einem vergleichsweise hohen Anteil erreicht werden. Für die Zukunft wäre wichtig, den einmal begonnenen Weg an der BTU Cottbus weiter zu verfolgen und die extracurricularen, gründungsbezogenen Qualifizierungen in unterschiedlichen Formen zu etablieren. Für die künftige Forschung ergeben sich aus den Projektaktivitäten eine ganze Reihe weiterer spannender Fragen, denen sich die Gründungsforschung an der BTU Cottbus und darüber hinaus zuwenden kann.

### 3 Hochschulinterner Ideensauger

Der zweite große Aufgabenbereich umfasste die Aktivitäten rund um den sogenannten „hochschulinternen Ideensauger“. Dies beinhaltete die Aufgaben, innerhalb der Hochschule potenzielle, tragfähige Geschäftsideen aufzuspüren, zu systematisieren, aufzubereiten, die Entwicklung zu einem marktfähigen Geschäftskonzept anzustoßen, gegebenenfalls zu begleiten und letztendlich die Umsetzung von Geschäftsideen zu fördern sowie vorliegende (gesammelte) Ideen aufzubewahren. Zielgruppen waren hier einerseits die potenziellen IdeengeberInnen und andererseits die potenziellen UmsetzerInnen. Beide Gruppen umfassen ProfessorInnen (inkl. Gast-, Vertretungs-, JuniorprofessorInnen), akademische und andere MitarbeiterInnen, Studierende und Alumni. Für beide Kernaufgaben galt es, sich strategisch auszurichten und Methoden zur Aufgabenerfüllung zu entwickeln. Sowohl gewisse Methoden als auch die eigentliche Generierung sowie Weitergabe von (potenziellen) Geschäftsideen sind somit als Projektergebnisse dieses Aufgabenbereiches zu betrachten und werden – zusammenfassend – im Folgenden vorgestellt.

#### 3.1 Generierung von Geschäftsideen aus der Hochschule

Mit dem Ziel der Generierung, Sammlung und Systematisierung von potenziellen Geschäftsideen aus der Hochschule selbst wurde am Projektbeginn die Methodik hierzu entwickelt. Auf Grundlage der Aufbereitung der besonderen hochschulinternen Strukturen, Forschungsbereiche und Netzwerke sowie der projektinternen Schnittstellen zwischen den verschiedenen Projektgruppen wurden im Q2/ 2008 sieben qualitative Interviews mit ausgewählten ProfessorInnen und WissenschaftlerInnen durchgeführt. Hierbei arbeiteten der hochschulinterne und hochschulexterne (Lehrstuhl Produktionswirtschaft) Ideensauger eng zusammen, wobei für die Interviews durch beide Projektgruppen jeweils verschiedene Fragestellungen fokussiert wurden. Aspekte, die hier durch den hochschulinternen Ideensauger thematisiert wurden, betrafen (a) die Bereitschaft und Bedingungen zur Unterstützung der Aktivitäten des Ideensaugers, (b) Einflussfaktoren auf Ausgründungen aus der Hochschule in der Perspektive der Befragten und (c) das Vorliegen eigener ungenutzter unternehmerischer Ideen.

Vor allem der erstgenannte Aspekt war zur weiteren Methodenentwicklung des hochschulinternen Gründungsideensaugers wichtig. Auf den Interview- und Rechercheergebnissen aufbauend erfolgte die Entwicklung der Strategie des hochschulinternen Ideensaugers unter besonderer Berücksichtigung der hochschulspezifischen Besonderheiten. So war die besondere hierarchische Organisation der Hochschule, welche sich auch in den Arbeitspraktiken der Beschäftigten spiegelt, ein Anlass zur Entschlei-

derung eines sequentiellen Top-Down-Ansatzes als Strategie für den hochschulinternen Ideensauger. Folgende Grafik illustriert diesen Ansatz.

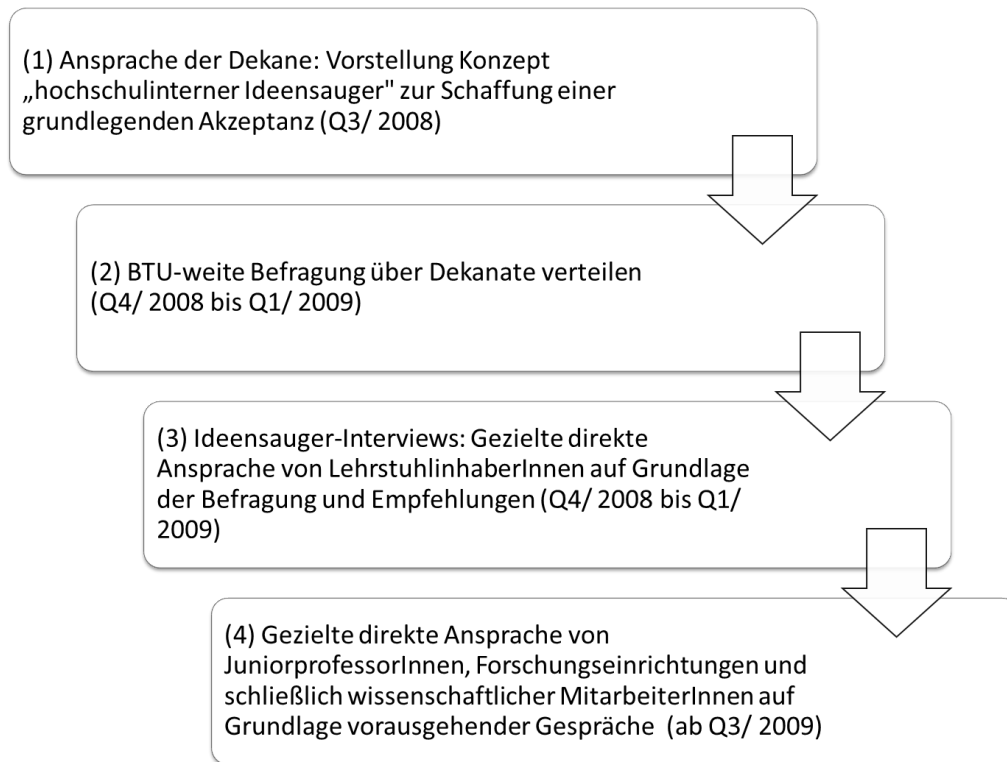


Abbildung 6      Sequentielle Top-Down-Strategie hochschulinterner Ideensauger

Die im zweiten Schritt benannte Befragung entspricht der unter 2.1 benannten BTU-weiten Befragung 1 an der N = 78 MitarbeiterInnen der BTU Cottbus teilnahmen. Neben den qualifizierungsrelevanten Befragungsinhalten zielte diese Befragung auch darauf, Hochschulbereiche mit hohem Gründungsinteresse, vorliegenden ungenutzten Geschäftsideen und Kooperationsinteressen zu identifizieren. Auf Grundlage vorliegender Empfehlungen und dieser Befragung wurden dann LehrstuhlinhaberInnen ganz gezielt angesprochen. Dabei wurden sie über das EXIST-III Projekt selbst informiert und speziell über die Ziele und Vorgehensweisen des hochschulinternen Ideensaugers aufgeklärt; schließlich erfolgte die Einladung zur Teilnahme an den Ideensauger-Interviews. Der Interview-Leitfaden hierfür umfasste unter anderem die Schwerpunkte (a) Vorstellung des jeweiligen Fachgebietes, (b) Vorstellung des Angebotes zur Förderung von Gründungen an der BTU Cottbus und Abklärung vorliegender Bedarfe und (c) die gemeinsame Suche nach anwendungsorientierten Geschäftsideen. Der Interview-Leitfaden wurde in allen Ideensauger-Gesprächen eingesetzt.

Über die Schritte 3 und 4 wurden letztendlich insgesamt etwa 180 ProfessorInnen und MitarbeiterInnen persönlich und per Email angesprochen. Die intensiven qualitativen Interviews (Ideensaugergespräche) wurden mit 29 Personen realisiert. Trotz Zeitintensi-

tät wird dieses sequentielle Vorgehen zumindest in einer Hochschule als sinnvoll bewertet, da beispielsweise die Gesprächsbereitschaft akademischer MitarbeiterInnen (auch) von der Einstellung der LehrstuhlinhaberInnen abhängt. Viele Gespräche, welche ohne konkrete Idee zur Weitergabe endeten, waren im Sinne der Einstellungsbildung und Akzeptanzschaffung unerlässlich. Der Vorteil einer eher kleinen Hochschule wie der BTU ist auch, dass über ein „Schneeballsystem“ sukzessive die AnsprechpartnerInnen mehr werden. Neben fünf konkreten Geschäftsideen liegen als Ergebnis dieser Ideensaugergespräche einzelne, gemeinsam erarbeitete Projektanträge (Forschungs- und Entwicklungsphase von technologieorientierten Ideen), mehrere Ideenskizzen und konkrete Workshop-Anfragen sowie Kooperationskontakte für die branchenbezogene Betreuung von Gründungsteams vor.

Parallel zu dieser zeitintensiven Strategie wurde der hochschulinterne Ideensauger als kontinuierliches Instrument in der Hochschullandschaft implementiert, indem eine Reihe ergänzender, breiter Aktivitäten zur Generierung von potenziellen Geschäftsideen durchgeführt wurden. Hierzu zählen sowohl die Vorstellung des Ideensaugers in großen Lehrveranstaltungen der Hochschule als auch Workshops zur Ideengenerierung unter Anwendung von Kreativitätstechniken und Ideensammlungen im Rahmen hochschulöffentlicher Veranstaltungen (s.o. bei der extracurricularen Qualifizierung) sowie die Einrichtung eines Forums auf der Homepage der Gründervilla zur Anregung und Diskussion von Geschäftsideen. Während die systematische, sequentielle Top-Down-Strategie in der Anzahl nur wenige konkrete Geschäftsideen, dafür aber eher mit den Forschungsaktivitäten der vorrangig technologisch ausgerichteten Lehrstühle korrespondierende Ideen erbrachte, wurden auf diesem zweiten Wege viele, allerdings zum großen Teil auf den Dienstleistungssektor ausgerichtete Geschäftsideen gesammelt. Infolge der Ideensaugeraktivitäten konnten so insgesamt um die 100 potenzielle Geschäftsideen gesammelt werden. Das Niveau dieser Geschäftsideen war in mehrerer Hinsicht sehr heterogen. So gab es – vorrangig aus den Ideensaugerinterviews stammende – Geschäftsideen, welche durch die ideengebenden WissenschaftlerInnen nicht gänzlich zur freien Verfügung gestellt wurden (z.B. „Suche WirtschaftswissenschaftlerInnen, die mit mir gemeinsam daran arbeiten“, „Ich möchte entscheiden, wie und durch wen die Idee in Zukunft verwertet wird“), während andere Ideen ohne Auflagen bereit gestellt werden konnten. Zugleich unterschieden sich die Ideen hinsichtlich des Stands ihrer Ausarbeitung. Einzelne, aber wenige Ideen waren soweit fortgeschritten, dass eine Umsetzung unmittelbar möglich schien; während andere Ideen in sehr roher Form, quasi als Ideen-Gedanke vorlagen, denen noch unterschiedlichste Ausrichtungen gegeben werden kann, an denen aber auch noch intensive Vorarbeiten haften. Welche Bemühungen im Projektverlauf unternommen wurde, um die Umsetzung der gesam-

melten Geschäftsideen voranzutreiben, wird im folgenden Kapitel zusammenfassend dargestellt.

### **3.2 Verwertung von Geschäftsideen**

Um die Verwertung von Geschäftsideen voranzutreiben, mussten die gesammelten Ideen aufbereitet werden, potenzielle GründerInnen gefunden und gegebenenfalls zu „passenden“ Gründungsteams zusammengeführt und branchenspezifisch betreut werden. In einem ersten Schritt wurden Möglichkeiten zur Systematisierung von Geschäftsideen erarbeitet. Hierzu gehört die Klassifizierung und Systematisierung von Geschäftsideen anhand von Kriterien wie der Branche, dem Entwicklungsstadium und der Status der Freigabe. Für die Branchenzuordnung wurde beispielsweise die Systematisierung der ZukunftsAgentur Brandenburg (ZAB, vgl. <http://www.zab-brandenburg.de/>) genutzt. Zur Beschreibung des Entwicklungsstadiums wurden die gesammelten Ideen danach unterschieden, ob für eine Idee schon eine konkrete Detailbeschreibung eines Geschäftsplanes vorliegt (Ideenkonzept), noch keine Detailbeschreibung, aber schon erste grobe Details wie die Kundengruppen oder KonkurrentInnen beschrieben sind (Ideenskizze), oder ob außer der reinen Ideennennung noch keinerlei Details beschrieben sind (Ideengedanke). Eine einfache aber sehr wichtige Standardisierung der gesammelten Geschäftsideen betraf die Frage der Freigabe. Nicht freigegebene Ideen wurden erst nach Absprache mit IdeengeberInnen an ausgewählte InteressentInnen weitergegeben. Nur die freigegebenen Geschäftsideen wurden für die öffentliche Präsentation auf der Homepage aufbereitet (bis Q2/ 2011).

Einzelne (freigegebene) Geschäftsideen wurden frühzeitig im Projektverlauf über die Homepage und im Rahmen großer Lehrveranstaltungen präsentiert, um Interesse bei Gründungsinteressierten zu wecken und Personen anzuregen, (kontinuierlich) an den Ideen weiterzuarbeiten. So kamen nach der Präsentation der Angebote in der Lehrveranstaltung „Einführungsprojekt der BWL“ fünf Projektteams zur Ideensuche und sechs Teams nutzten weitere Angebote der Gründervilla (Q4/ 2009). In der Veranstaltung „Einführung in die Aufgaben der WirtschaftsingenieurInnen“ entwickelten die etwa 300 Studierenden in Teams eigene Geschäftspläne auf der Grundlage dreier Geschäftsideen des Ideensaugers (Q4/ 2009).

Des Weiteren wurden Studien- und Abschlussarbeiten zu einzelnen der Geschäftsideen ausgeschrieben, um die potenziellen Geschäftsideen durch Studierende aufbereiten zu lassen und gegebenenfalls an InteressentInnen weiterzugeben. Durch Kooperationsnetzwerke (z.B. Zukunftsagentur Brandenburg, die Landesagentur für Struktur und Arbeit, beteiligte Lehrstühle/ ProfessorInnen) wurde die branchenbezogene Betreuung hierbei gesichert. Zwischen Q4/ 2008 und Q4/ 2010 wurden auf die Art und Weise 30

Arbeiten ausgeschrieben und im Projektzeitraum wurden insgesamt vier Abschlussarbeitsthemen und 16 Seminararbeitsthemen bearbeitet. Je nach Absprachen wurden Ergebnisse solcher Ausarbeitungen an die IdeengeberInnen zur weiteren Verwendung rückgemeldet oder Ideensuchenden bei Interesse zur Verfügung gestellt. Vor allem noch nicht gänzlich ausgereifte technologieorientierte Ideen eignen sich auch für die Beantragung weiterer Forschungsmittel, um die Geschäftsidee zur Reife zu bringen. Dies wurde ebenso im Rahmen der eigenen Aktivitäten unterstützt, wobei sich hier eine fachlich heterogene Zusammenstellung von Antragsteams durch Rückgriff auf das (gewachsene) Netzwerk in der Hochschule als vorteilhaft darstellte. So wurde im Q4/ 2010 bis Q1/ 2011 in einem interdisziplinären Projektteam an einem Projektantrag zur Validierung des Innovationspotenzials wissenschaftlicher Forschung gearbeitet, was durch die Bearbeitung einzelner Aspekte in Form von Studienarbeiten flankiert und fundiert wurde.

Die Bearbeitung von Geschäftsideen als Aufgabenbereich konnte auch durch die Beratungsaktivitäten in der Gründervilla gesichert werden. Da die Beratung in Absprache mit den anderen Gründungsakteuren auf die Vorgründungsphase zielte, wurden Gründungsteams ab einer gewissen Reife der Geschäftsideen an andere Einrichtungen der Gründungsförderung begleitet übergeben, um so auch die branchen- und gründungsphasenspezifische Betreuung zu sichern. Darüber hinaus wurden hierzu auch Kontakte zu Forschungseinrichtungen, Lehrstühlen, Beratungseinrichtungen hergestellt und die Gespräche bei Bedarf moderiert.

Die Verwertung gesammelter Geschäftsideen wurde schließlich auch durch einen sogenannten „Matching-Ansatz“ gefördert. Hierzu bildeten hochschulinterner und –externer Ideensauger ein entsprechendes Projektteam, welches im Zeitraum von Q1/ 2009 bis Q3/ 2009 Matchinginstrumente („Ideenscreening“, „Personenscreening“) entwickelte und daran anschließend überprüfte, überarbeitete und testweise einsetzte. Die erarbeiteten Methoden werden nach Projektende durch entsprechende Transfermaterialien zum freien Download bereitgestellt (Steuer & Lange, 2011).

Zusammenfassend kann eine kontinuierliche Aktivität bewirken, dass insbesondere an noch wenig konkreten Ideen relativ kontinuierlich weitergearbeitet werden kann und außerdem bieten diese rohen Ideen eine weitere gute Möglichkeit, die Auseinandersetzung der Studierenden mit der Thematik Unternehmertum anzuregen. Des Weiteren hat es sich sowohl im Rahmen der Ideensammlung als auch vor allem Förderung der Verwertung von Ideen als grundlegend herausgestellt, ein gut funktionierendes Netzwerk an ExpertInnen verschiedener wissensintensiver und technologieorientierter Bereiche zu haben. Ein solches Netzwerk sichert die branchenbezogene Betreuung bei

der Förderung der Verwertung von Geschäftsideen. Verwertung von Geschäftsideen erfordert insgesamt sehr unterschiedliche Aktivitäten in verschiedene Richtungen, welche über die Förderung von konkreten Gründungen hinaus- beziehungsweise vorausgehen. Schließlich ist hier wie schon bei der Sammlung von Geschäftsideen zu betonen, dass es sich um vergleichsweise zeitintensive, aufwendige Aufgaben handelt, welche über die Projektlaufzeit hinausgehen müssen. Aus diesem Grund stellte der Transfer dieses Tätigkeitsbereiches eine wichtige Aufgabe, nicht erst am Projektende, dar. Neben Publikation eigener Arbeitsweisen, Erkenntnisse und Methoden beispielsweise in Form der frei verfügbaren Transfermaterialien stellte die Vernetzung innerhalb der Hochschule auch mit anderen als den ProjektpartnerInnen ein Transferinstrument dar. Hierzu erfolgte von Projektbeginn an eine Vernetzung mit den anderen Gründungsakteuren der BTU Cottbus. Die Gründungsakteure (inkl. BIEM an der BTU Cottbus, Gründungsservice) trafen sich regelmäßig (13 Treffen von Q3/ 2008 bis Q1/ 2011) und erarbeiteten beispielsweise einen gemeinsamen Fahrplan der Gründungsförderung. Am Projektende fand ein Treffen zum Transfer statt (u.a. Informationen zu aktuellen Gründungsteams und deren Übergabe). Die Methodik des hochschulinternen Ideensaugers wurde im Q3/ 2010 der Technologietransferstelle und dem hier angebotenen Gründungsservice übergeben, indem eine zweistündige Schulung stattfand. Auf die Art und Weise sollten gesammelte Ideen weiterhin zugänglich und so für InteressentInnen umsetzbar sein (vgl. Homepage des Lehrstuhls), und die erarbeiteten Methoden, Datenbanken und Strategien können durch andere Personen übernommen und fortgeführt werden.

## **4 Gründervilla: Infrastruktur & Beratung**

Der dritte Aufgabenbereich umfasste die Aktivitäten der Gründervilla im engeren Sinne, welche auf die Beratung und Betreuung Gründungsinteressierter ausgerichtet waren. Dies beinhaltete die Aufgaben, (i) ein Arbeitsumfeld für GründungsinteressentInnen zu schaffen (Büroinfrastruktur, Gründungsbibliothek) und (ii) durch unterschiedliche Beratungsdienstleistungen die GründungsinteressentInnen zu betreuen. Zielgruppen waren hier Personen (Studierende, MitarbeiterInnen, ProfessorInnen, Alumni), welche die Absicht hegen, ihr eigenes Unternehmen zu gründen oder die Möglichkeit und Chancen eines solchen Zieles prüfen lassen wollten sowie diejenigen, welche zur Ausarbeitung einer Geschäftsidee Räume und Materialien suchten.

### **4.1 Arbeitsumfeld schaffen**

Um ein leistungsförderliches, inspirierendes und austauschförderliches Umfeld für GründungsinteressentInnen aus der BTU Cottbus zu schaffen, war im Rahmen des

EXIST-III Projektes an der BTU Cottbus angedacht, Arbeitsraum mit Arbeitsmitteln und Arbeitsgeräten sowie einer umfangreichen Gründungsbibliothek aufzubauen und bereit zu stellen. Aus organisatorischen Gründen musste die Gründervilla im Projektverlauf umziehen; so dass sich auch die nutzbaren Räumlichkeiten änderten und die erneute Einrichtung und Raumgestaltung sowie Bekanntmachung zeitliche Ressourcen verbrauchte. Während der ersten Projekthälfte war die Gründervilla gemeinsam mit anderen, vorrangig studentischen Initiativen in einem eigenen Haus – von der Größe eines Ein-Familien-Hauses – untergebracht, welches am Rande des Universitätscampus lag. Die gemeinsame Nutzung der Räumlichkeiten mit den studentischen Initiativen sollte Synergieeffekte für die Diskussion und Weiterentwicklung von Geschäftsideen erbringen. Dabei waren Vertrauen und zugleich Sicherheit von Beginn an angestrebte Werte in der Gründervilla. Zur Vertrauensbildung und zum Austausch sollten Gemeinschaftsräume für alle Haus-„BewohnerInnen“ geschaffen und eingerichtet werden (so z.B. eine Café-Lounge). Zur Stärkung des Sicherheitsgefühls sollten beispielsweise abschließbare Schrankfächer allen Gründungsinteressierten zur Verfügung gestellt werden. Die eigentlichen Gründervilla-Räumlichkeiten umfassten ein Büro für eine Mitarbeiterin und einen großen Raum für die Gründungsinteressierten mit insgesamt vier eingerichteten Arbeitsplätzen. Im Q2/ 2009 konnten die ersten GründungsinteressentInnen die Arbeitsplätze für die Ausarbeitung ihrer Geschäftspläne nutzen.

Im Q4/ 2009 musste der Umzug vorbereitet werden und im Q1/ 2010 bezog die Gründervilla die neuen Räumlichkeiten. Diese waren stärker in den Campus integriert und waren räumlich nahe an weiteren Einrichtungen zur Gründungsförderung an der BTU Cottbus gelegen. Insofern führte der Umzug zu einer stärkeren Integration der Gründervilla in das Campusgeschehen und erhöhte auch die Sichtbarkeit der Einrichtung. Nach einer Übergangszeit von einigen Wochen waren die neuen Arbeitsplätze für die GründungsinteressentInnen komplett eingerichtet. Zur Ausstattung gehörten die PC-Arbeitsplätze mit Internetanschluss, großflächige Schreibtische und Ablageboxen, abschließbare Schrankfächer, Drucker/ Kopiergerät und Fax sowie neben den Verbrauchsmaterialien auch ein Bindegerät. Des Weiteren gehörten kreativitätsförderliche und strukturschaffende Arbeitsmittel wie Pinnwände und Flipcharts zur Grundausstattung der Räume. Durch Informationswände vor Ort wurden über die Gespräche und Email-Informationen hinausgehend Termine, Veranstaltungen und Wettbewerbsinformationen weitergereicht. Informationsbroschüren wurden übersichtlich sortiert zur Mitnahme und Unterstützung der Ideenentwicklung bereitgestellt. Vor dem Eingang zu den Räumen der Gründervilla boten große Informationswände den GründungsinteressentInnen Platz, sich selbst mit ihrer Geschäftsidee oder andere Informationen oder Aufrufe

darzustellen. Das Nachbarbüro war durch eine Mitarbeiterin der Gründervilla besetzt, so dass kontinuierlich eine Ansprechpartnerin vor Ort war.

In die Räumlichkeiten integriert wurde die Gründungsbibliothek. Diese wurde auf zwei unterschiedliche Zielgruppen zugeschnitten: (i) Gründungsinteressierte und (ii) an der Gründungsforschung interessierte Personen. Für die Gründungsinteressierten wurden beispielsweise Checklisten, Ratgeber und Erfahrungsberichte angeschafft. Für die an der Gründungsforschung interessierte Personengruppe wurde Fachliteratur aus dem gesamten Spektrum der Entrepreneurship-Forschung bereitgestellt. Die Bereitstellung physikalischer Infrastruktur wurde durch die Beratungsaktivitäten der Gründervilla unterstützt.

## **4.2 Beratung in der Vorgründungsphase**

Am Beginn der Projektstätigkeiten innerhalb des EXIST-III Projektes fand zwischen allen mit der Förderung von Unternehmertum betrauten Einrichtungen eine enge Abstimmung statt. Teil dieser Abstimmungsprozesse war der Entwurf eines BTU-spezifischen Ablaufmodells, welches die Arbeitsschwerpunkte und Kompetenzbereiche der Akteure der Gründungsförderung an der BTU Cottbus entlang der Gründungsphasen anordnet. Dabei wurden die Phasen der (1) Sensibilisierung und Aktivierung sowie der (2) Motivierung und Orientierung von den Phasen der (3) Vorgründung, (4) Gründung und (5) Nachgründung unterschieden. Die Aufgaben der Gründervilla konzentrierten sich auf die Phasen 1 und 2. Ab der Vorgründungsphase waren andere Akteure mit passenden Angeboten spezialisiert. Um die Phase 2 abzudecken, sollte eine entsprechend spezialisierte Beratung angeboten werden. Teilziele dieser Beratung waren (a) allgemein die Gründungsinteressierten bei der Schärfung ihrer Geschäftsideen bis hin zu einem fundierten Geschäftskonzept zu unterstützen und (b) Gründungsinteressierte ohne eigene Geschäftsidee oder ohne passendes Gründungsteam durch entsprechende Maßnahmen bei der Realisierung ihres Gründungsinteresses zu unterstützen. Der Meilenstein, welcher den Übergang in die Vorgründungsphase laut dem Verständnis der Gründungsakteure der BTU Cottbus kennzeichnet, ist die Konkretisierung der Geschäftsidee in Form einer nach außen transportierbaren Beschreibung der Angebotspalette, der Kundengruppe(n), der KonkurrentInnen, des Marktes und des Gründungsteams. Fragen wie beispielsweise die der passenden Rechtsform oder der Finanzierung der Geschäftsidee sind – in der Vorgründungsphase – erst dann sinnvoll thematisierbar und klärbar, wenn oben genannte Aspekte klar und deutlich sind. Genau diesen Zustand zu erreichen, sollte innerhalb der Gründervilla auch durch die Beratungsangebote gefördert werden.

Der erste Schritt hin zur klientenzentrierten, phasenorientierten Beratungstätigkeit war die Kompetenzklärung der MitarbeiterInnen, welche hier aktiv werden sollten. Dabei als relevant erachtete Kompetenzbereiche (Beratungskompetenzen/ hierin geschulte und erfahrene MitarbeiterInnen; fachliche Kompetenzen im Gründungsbereich) wurden durch das fachheterogene Beratungsteam abgedeckt. Die Mitarbeiterinnen erarbeiteten gemeinsam das in der Gründervilla anzuwendende Beratungsselbstverständnis. Je nach Bedarf wurde die Beratung durch eine oder zwei Mitarbeiterinnen durchgeführt; und je nach Bedarf wurden bestimmte Beratungsaspekte und –erfahrungen – ähnlich den Supervisionssitzungen – auch miteinander besprochen, um das künftige Beratungshandeln möglichst konstruktiv ausrichten zu können.

Der zweite Schritt war die Erarbeitung des zugrunde liegenden Selbstverständnisses von Beratung. Beratung wurde von den Mitarbeiterinnen der Gründervilla im Kern verstanden als die „Förderung von Selbst- und Situationserkenntnis sowie die Eröffnung und Aktivierung von Kompetenzen und Ressourcen“ (Sickendiek, Engel, & Nestmann, 2002, S. 15) der KlientInnen. Als Grundvoraussetzungen für die derart verstandene Beratung sind Transparenz und Vertrauen. Zur Vertrauensbildung wurde das „Leitbild Gründungsberatung“ formuliert und die Beratung erfolgte anhand dieser Leitlinien. Hierzu gehörten

- (i) die Zusicherung von Vertraulichkeit der Beratungsinhalte (sowohl der mündlichen als auch schriftlichen Inhalte),
- (ii) die Ausrichtung der Beratung an den jeweiligen persönlichen Erfordernissen (Berücksichtigung individueller Lebenssituation und Erfahrungshintergrund) und an die gründungsideenbezogenen Erfordernisse (Berücksichtigung z.B. von spezifischen Markterfordernissen, Teamzusammensetzungen, Realisierungsvoraussetzungen),
- (iii) die Klärung der Beratungsziele zu Beginn des Beratungsprozesses unter Berücksichtigung der Ressourcen sowohl der KlientInnen als auch der Beraterinnen (inkl. Erkennen der Grenzen der Beratungskompetenzen) und
- (iv) die Einforderung der Rückmeldungen der KlientInnen die Beratung betreffend.

Der dritte Schritt war die Erarbeitung eines zweckdienlichen Beratungsmanagements (u.a. Dokumentations- und Kommunikationssystem). Beispielsweise wurden standardmäßige Gesprächsprotokolle eingesetzt und Kontaktpflege (Datenbank) durch regelmäßige Informationen betrieben. Des Weiteren wurden beispielsweise die Gesprächsinhalte für das Erstgespräch in den Beratungsräumlichkeiten durch die Raumgestaltung gestützt (Beratung entlang Gründungsphasen und zugeordnete Akteure an der BTU

Cottbus wurden an einer der Wände visuell dargestellt). Die folgenden Punkte fassen einzelne Beratungserfahrungen zusammen.

- Nicht alle Emailanfragen mündeten in tatsächlichen Beratungsgesprächen.
- Insgesamt nahmen während der Projektlaufzeit circa 90 Personen an den Beratungen teil; wobei 27 konkrete Gründungsprojekte betreut wurden. Die weiteren Beratungen betrafen beispielsweise die Suche nach möglichen Geschäftsideen, um diese entweder im Rahmen von Studiumsprojekten zu bearbeiten oder um Anregungen für eine eigene Gründung zu erhalten.
- Als eine Hauptaufgabe in der Beratung ist die Strukturierung hervorzuheben. Viele Gründungsinteressierte sehen sich vor einer Fülle von Einzelaufgaben gestellt und wissen nicht, wo sie anfangen sollen. Ein Zergliedern der Aufgaben in einzelne machbare Schritte hilft den KlientInnen, mit der Gründung voranzukommen.
- Einzelne KlientInnen verhalten sich sehr zurückhaltend, wenn es um die Thematisierung ihrer Geschäftsidee geht. Zum Teil wollen sie ihre Geschäftsidee anfangs auch gar nicht preisgeben oder ausschließlich mündlich besprechen. Sie benötigen etwas Zeit und klare Informationen darüber, was mit Mitschriften und den schriftlichen Unterlagen passiert. Hier hilft die schriftliche Zusicherung, vertrauensvoll mit allen Unterlagen und auch mündlichen Informationen umzugehen.
- Eine Reihe von KlientInnen äußert sofort zu Beginn den Hauptbedarf, die Finanzierung ihrer Geschäftsidee zu klären. Beim Hinterfragen ihrer Geschäftsidee stellt sich diese jedoch häufig noch nicht als so weit ausgereift dar, dass über Kosten, Aufwand, Rechtsformen und Finanzierung Festlegungen getroffen werden können. Tatsächlich mussten viele KlientInnen anfangs dazu motiviert werden, noch einmal einen Schritt zurück zu gehen und die Geschäftsidee zu konkretisieren (was sind Produkte/ Dienstleistungen, wer sind die anvisierten Kundengruppen und KonkurrentInnen, was ist das USP etc.).
- Einigen KlientInnen fiel es schwer, Produkte/ Dienstleistungen und entsprechende Kundengruppen in angemessen spezifischer Weise zu konkretisieren sowie die Kundengruppen zu beschreiben. Hier war häufig die Tendenz da, undifferenziert „alle“ als die eigenen Kunden zu betiteln. Beratungsaufgabe war es hier, von den Vorteilen einer genauen Kundendifferenzierung zu überzeugen.
- Häufiges Beratungsthema war dann die Begleitung erster Markterkundungen. Hier waren sowohl die Befragungserstellung (Auswahl zu erfassender Merkma-

le, Operationalisierung/ Formulierung der Items, Design und Gestaltung) als auch die Analyse und Verwertung Thema der Beratung.

- Die Intensität der Beratungen in Form der Häufigkeit der Beratungsgespräche war sehr heterogen. Eine Reihe von KlientInnen wollten sich „nur allgemein informieren“; anderen arbeiteten sehr fokussiert an der Formulierung ihrer Geschäftsidee, bis sie nach wenigen (ein bis drei) Terminen an die BeraterInnen der nächsten Prozessstufe weitergeleitet wurden; und wiederum andere nutzen das regelmäßige Feedback und den „kreativen Raum“ in der Gründervilla, um in bis zu 10 Beratungsterminen an der Idee zu feilen und die Idee in unterschiedliche Richtungen weiterzudenken, bis die individuell passende Richtung gefunden wurde.
- Der Bereich des Matching stellte einen weiteren ausgearbeiteten und testweise eingesetzten Beratungsbaustein dar, wobei es hier sowohl darum ging, für Gründungsinteressierte passende Geschäftsideen zu finden, als auch darum, passende TeampartnerInnen zu finden (vgl. hierzu Steuer & Lange, 2011).

Erst wenn Geschäftsidee, Marktpotenzial und Kundengruppen ausdifferenziert waren und die KlientInnen fähig waren, die überzeugend und verständlich zu präsentieren, wurden Themen wie die Rechtsformen, Finanzierung, Steuern etc. wieder in die Betrachtung zurückgeholt. Aufgrund der Spezialisierung der Gründungsakteure an der BTU Cottbus konnten die KlientInnen an dieser Stelle zu entsprechenden ExpertInnen weitergeleitet werden.

## 5 Fazit

Im Rahmen der Projektaktivitäten wurden eine Reihe extra-curricularer Qualifizierungsmaßnahmen vorbereitet, durchgeführt und nachbereitet. Dabei wurden die Themenkomplexe „Karriereplanung“, „Kreative Ideengenerierung“, „Teamkompetenzen“ und flankierend natürlich „Unternehmertum“ abgedeckt. Vorausgehende sowie begleitende Analysen illustrieren vor allem hinsichtlich thematischer und organisatorischer Aspekte gestaltungsrelevante Anhaltspunkte. Neben der Qualifizierung begleitete das Aufgabenfeld „hochschulinterner Ideensauger“ die Projektaktivitäten der Mitarbeiterinnen. Hier galt es, potenzielle Geschäftsideen zu sammeln, systematisieren und weiter zu verfolgen beziehungsweise an passende Gründungsteams weiterzugeben. Neben einer überschaubaren Anzahl technisch orientierter Geschäftsideen wurden vor allem vielfältige Dienstleistungsideen und regional angepasste Geschäftsideen gesammelt und weitergereicht. Schließlich wurden Gründungsteams in früher Vorgründungsphase durch ein Beraterinnenteam dabei begleitet, ihre Geschäftsideen zu schärfen. Des Wei-

teren wurden Räumlichkeiten für Gründungsteams zur Verfügung gestellt. Sowohl die Räume als auch alle anderen Schwerpunkte wurden gegen Projektende so aufbereitet, dass der Transfer in die Zeit nach EXIST-III gelingen kann: Die Räume stehen vorerst kostenfrei weiterhin für Gründungsteams zur Verfügung, Ideensaugermethoden wurden an die Technologietransferstelle der BTU Cottbus übergeben, das Aufgabenfeld Beratung übernimmt das BIEM an der BTU Cottbus und die Qualifizierungen sind weiterhin – wenn auch unter geänderten Bedingungen – buchbar.

Eine wichtige, aufgabenübergreifende Erfahrung aus dem Projekt ist, dass Öffentlichkeitsarbeit transparent, kontinuierlich, aber auch werbewirksam erfolgen muss. Für die Projektorganisation müssen unbedingt Ressourcen hierfür (Zeit, Geld, MitarbeiterInnen) eingeplant werden. So wurden im beschriebenen Projektverlauf neben der Homepage eine Reihe unterschiedlicher Maßnahmen durchgeführt und unterschiedlicher Informations- und Werbematerialien erstellt, wie beispielsweise ein Roll-up (s. Abb. 7), welches auf Veranstaltungen unterschiedlicher Art genutzt wurde, oder das Informationsblatt „Angebote der Gründervilla“ (s. Abb. 8). Weitere Informationen zur Projektstätigkeit finden sich im Abschlussbericht des gesamten EXIST-III Projektes an der BTU Cottbus.



Abbildung 7 Beispiel Öffentlichkeitsarbeit 1: Roll-up Gründervilla

# ERFOLGREICH GRÜNDEN!



## Gründervilla

Die Gründervilla ist eine Anlaufstelle für AkademikerInnen<sup>1</sup>, welche sich mit den Themen „Unternehmensgründung und Selbständigkeit“ auseinandersetzen wollen. Unser Ziel ist, dass Studierende und MitarbeiterInnen „Gründung“ als berufliche Alternative wahrnehmen, denn eine erfolgreiche Karriere – auch als Unternehmerin oder Freiberuflerin – ist planbar.

Die Gründervilla unterstützt dabei vor allem in der Vorgründungsphase, wo Unternehmenskonzepte sorgfältig durchdacht werden müssen, um beispielsweise fachliche Interessen sowie persönliche und berufliche Lebensziele einzubeziehen.

Insgesamt werden durch die Angebote und Leistungen der Gründervilla die wirtschaftliche Verwertung wissenschaftlicher Erkenntnisse forciert, der Wegzug von qualifiziertem Personal unterbrochen und der Wirtschaftsstandort Lausitz gestärkt. Dies unterstützt einerseits die BTU Cottbus, sich im Wettbewerb um Studierende, qualifiziertes Personal, Forschungsgelder und Wirtschaftsprjekte zu positionieren. Zugleich werden aber auch Studierende und MitarbeiterInnen auf veränderte berufliche und karrierebezogene Anforderungen vorbereitet.

*„Je besser eine unternehmerische Idee ist, je durchdachter und ausgearbeiteter, je mehr sie einem vollendeten Kunstwerk gleicht, desto besser wird sie sich durchsetzen.“ (Günter Faltn)*



<sup>1</sup> Im Rahmen des EXIST II –Projektes können Studierende, MitarbeiterInnen sowie Alumni der Brandenburgischen Technischen Universität (BTU) Cottbus und der Hochschule Lausitz auf unsere Angebote zurückgegriffen.

### Angebote & Leistungen

- Qualifizierung: Vorträge, Workshops & Summer-Schools
- Beratung: Ideenausarbeitung & Konzepterstellung
- Coaching: Berufsorientierung & Zeitmanagement
- Lehre: Vergabe von Studienarbeiten zum Thema „Gründung“
- Sensibilisierung: Mitwirkung bei Veranstaltungen (z.B. Nacht der Kreativen Köpfe, ABIChallenge, Global Entrepreneurship Week)

### Räume

In der Gründervilla bieten wir Arbeitsinseln mit Büroausstattung (z.B. Rechner, Kopierer) und eine Bibliothek.

### Ideengenerierung & Ideenmatching

Es gibt Studierende und MitarbeiterInnen, die gerne ein eigenes Unternehmen gründen wollen,

- jedoch keine eigene Idee haben und/ oder
- noch das passende Team für ihre Idee suchen.

Im Rahmen unserer Projektarbeit unterstützt die Gründervilla bei der Suche nach passenden Gründungs-Ideen.

Brandenburgische Technische Universität Cottbus  
 Institut für Wirtschaftswissenschaften  
 Lehrstuhl für Organisation, Personalmanagement  
 und Unternehmensführung  
 Prof. Christlene Hupp  
 Gründervilla / LG 10, Eich-Weinert-Straße 1, Raum 435  
 03044 Cottbus  
[www.btu-cottbus.de/personalmanagement](http://www.btu-cottbus.de/personalmanagement)  
 E-Mail: [gruendervilla@btu-cottbus.de](mailto:gruendervilla@btu-cottbus.de)



Abbildung 8 Beispiel Öffentlichkeitsarbeit 2: Informationsblatt „Angebote der Gründervilla“

Alles in allem stellt die Herangehensweise im EXIST-III Projekt einen lohnenswerten Ansatz dar, um an der Hochschule für Unternehmertum zu sensibilisieren und möglichst multiple Akteure der Hochschule in diese Aktivitäten einzubinden und als MultiplikatorInnen zu gewinnen. Dabei war jeder der Bausteine mit den anderen Bausteinen verquickt; und gerade der interdisziplinäre und an multiplen Ansatzpunkten verankerte Ansatz hat das Potenzial, umfassend das unternehmerische Denken und Handeln von Studierenden, MitarbeiterInnen und ProfessorInnen zu fördern. Vor allem die der Projektlaufzeit folgenden Jahre werden zeigen, inwiefern der Ansatz auch tatsächlich Gründungsaktivitäten und die Güte solcher Aktivitäten erhöhen konnte und inwiefern das Thema Unternehmertum seine Präsenz an der BTU Cottbus aufrechterhalten kann. Aufgrund der Projekterfahrungen sind auch weitere Verbesserungsmöglichkeiten sichtbar geworden, die es in Zukunft anzupacken gilt.

## 6 Literaturverzeichnis

- Baruch, Y. (2004). Transforming careers: From linear to multidirectional career paths: Organizational and individual perspectives. *Career Development International*, 9(1), 58-73. doi: 10.1108/13620430410518147
- Bygrave, W. D., & Hofer, C. W. (1991). Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 16(2), 13-22.
- European Commission. (2004). Final Report of the Expert Group "Education for Entrepreneurship": Making progress in promoting entrepreneurial attitudes and skills through Primary and Secondary education (Final Report). Brussels, B: European Commission.
- Gagne, R. M., & Dick, W. (1983). Instructional psychology. *Annual Review of Psychology*, 34(1), 261-295. doi: 10.1146/annurev.ps.34.020183.001401
- Garfield, M. J., Taylor, N. J., Dennis, A. R., & Satzinger, J. W. (2001). Research report: Modifying paradigms - individual differences, creativity techniques, and exposure to ideas in group idea generation. *Information Systems Research*, 12(3), 322-333.
- Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2005a). Entrepreneurship education and training: Can entrepreneurship be taught? Part I. *Education+ Training*, 47(2), 98-111.
- Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2005b). Entrepreneurship education and training: Can entrepreneurship be taught? Part II. *Education + Training*, 47(3), 158-169.
- Hipp, C., & Lange, A. (2010, September). Schlussbericht MobilUP/ Mobilisierung des innovativen Gründungspotenzials von Studentinnen im Technologiebereich durch Gründungsseminare: Teilprojekt Qualitative Untersuchung der Wirkung von Gründungsseminaren (Abschlussbericht). Cottbus: Brandenburgische Technische Universität (BTU).
- Jones, C., & English, J. (2004). A contemporary approach to entrepreneurship education. *Education + Training*, 46(8/9), 416-423.
- Katz, J. A. (2007). Education and training in entrepreneurship. In J. R. Baum, M. Frese & R. Baron (Eds.), *The psychology of entrepreneurship* (pp. 209 - 235). Mahwah; New Jersey; London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Kienbaum Management Consultants GmbH. (2005). Wissens- und technologieorientiertes Gründungsgeschehen: Kienbaum-Bestandsaufnahme für eine Weiterentwicklung von EXIST (Bericht). Bonn; Berlin: Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF).
- Kulicke, M., Görisch, J., & Stahlecker, T. (2002). Erfahrungen aus EXIST – Querschau über die einzelnen Projekte. Bonn: Bundesministerium für Bildung und Forschung.
- Kulicke, M., Stahlecker, T., Lo, V., & Wolf, B. (2006). EXIST - Existenzgründungen aus Hochschulen: Bericht der wissenschaftlichen Begleitung zum Förderzeitraum 1998 bis 2005 (Kurzfassung). Berlin: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie.
- Lange, A. (2011). An interdisciplinary workshop for business-idea generation. In A. Mesquita (Ed.), *Technology for creativity and innovation: Tools, techniques and applications* (pp. 156-182). Hershey, PA, USA: IGI Global.
- Plath, H. E. (2000). Arbeitsanforderungen im Wandel, Kompetenzen für die Zukunft – eine folgenkritische Auseinandersetzung mit aktuellen Positionen. *Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt-und Berufsforschung*, 33(4), 582-593.
- Salas, E., & Cannon-Bowers, J. A. (2001). The science of training: A decade of progress. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 471-499. doi: 10.1146/annurev.psych.52.1.471
- Scherer, J. (2007). *Kreativitätstechniken. In 10 Schritten Ideen finden, bewerten, umsetzen*. Offenbach: Gabal.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.

- Sickendiek, U., Engel, F., & Nestmann, F. (2002). *Beratung: Eine Einführung in sozialpädagogische und psychosoziale Beratungsansätze*. Weinheim, München: Juventa.
- Steuer, J., & Lange, A. (2011, März). Leitfaden "Gründungsmatching": Wie finden Geschäftsideen und GründerInnen zueinander? (EXIST-III Transfermaterial No. 2). Cottbus: BTU Cottbus.
- Teichler, U. (2007). Studium und Berufschancen: Was macht den Unterschied aus. *Beiträge zur Hochschulforschung*, 29(4), 10-31.
- Weineck, G. (forthcoming). Was macht eine gute Gründungsberatung an Hochschulen aus? Messen des Beratungserfolgs von BeraterInnen entlang der Gründungsphasen *Konferenzband zum 3. BIEM-Symposium zu Entrepreneurship und Innovation, Hochschule für Film und Fernsehen (HFF) Konrad Wolf, 11. Juni 2010, Potsdam*.
- Weineck, G., & Lange, A. (2009). "Klimawandel" an der BTU Cottbus - Diskussion der Qualifizierungsbereitschaft als Voraussetzung zur Schaffung einer Gründungskultur an Universitäten. *Forum der Forschung*, 22, 77-84.