

Inhaltsverzeichnis

1	Zum Gegenstand der Arbeit	1
1.1	Entwicklung der Gründungsforschung, Problemstellung und Motivation	1
1.2	Zielsetzungen	8
1.3	Einordnung in die wirtschaftsgeographische Forschung	10
1.4	Aufbau und Methodik der Arbeit	14
2	Gründungsbildung als zentraler Untersuchungsgegenstand	17
2.1	Terminologische Abgrenzungen	17
2.1.1	Zum Begriff der Gründungsbildung	18
2.1.2	Einordnung der Gründungsbildung in die Gründungsförderung	20
2.1.2.1	Zum Terminus Gründungsförderung	21
2.1.2.2	Gründungsförderung in Deutschland	23
2.1.2.3	Gründungsbildung als Teilbereich der Gründungsförderung	32
2.1.3	Begriffliche Abgrenzungen im Umfeld der Gründungsbildung	35
2.1.3.1	Entrepreneurship und Entrepreneur	35
2.1.3.2	Gründung und Unternehmensgründung	38
2.1.3.3	Spin-offs	42
2.1.3.4	Gründungen im Umfeld von Hochschulen	46
2.2	Zielsetzungen und Zielgruppen der Gründungsbildung	50
2.2.1	Zielsetzungen der Gründungsbildung	50
2.2.1.1	Zielsetzung 1: Etablieren	51
2.2.1.2	Zielsetzung 2: Sensibilisieren	51
2.2.1.3	Zielsetzung 3: Qualifizieren	52
2.2.2	Zielgruppen der Gründungsbildung	55
2.2.2.1	Inhaltliche Unterscheidung	55
2.2.2.2	Studien- bzw. personenorientierte Unterscheidung	56
2.2.3	Gründungsbildung im Spannungsfeld von Zielsetzung und Zielgruppe	57
2.3	Unternehmensgründungen als zentraler Zielkomplex der Gründungsbildung	60
2.3.1	Zur gesamtwirtschaftlichen Bedeutung von Unternehmensgründungen	61
2.3.1.1	Zum Begriff der kleinen und mittleren Unternehmen	61
2.3.1.2	Gewicht und Stellung des Mittelstands in der deutschen Gesamtwirtschaft	63
2.3.1.3	Quantitative Bedeutung von Unternehmensgründungen	66
2.3.1.4	Qualitative Bedeutung von Unternehmensgründungen	71
2.3.2	Einfluss- und Gestaltungsmöglichkeiten der Gründungsbildung	74
2.3.3	Studierende als potenzielle Unternehmensgründer	78
2.3.3.1	Studierende als Teilmenge der potenziellen Gründer aus Hochschulen	78
2.3.3.2	Studierende als primäre Zielgruppe der Gründungsbildung	79
2.3.3.3	Das Reversed Stairs-Modell der Entwicklungsstadien	80

2.4	Gründungsausbildung als akademische Disziplin.....	83
2.4.1	Historische Entwicklung der Gründungsausbildung	83
2.4.1.1	Allgemeiner Überblick	83
2.4.1.2	Das Unternehmergebild als Gunstfaktor für die Entwicklung der Gründungsausbildung.....	85
2.4.1.3	Entstehung und Entwicklung der akademischen Gründungsausbildung.....	87
2.4.1.4	Zum Stand der Gründungsausbildung im Jahr 2004	88
2.4.2	Über Lehr- und Lernbarkeit der Unternehmensgründung	89
2.4.2.1	Ist Gründen lernbar?.....	89
2.4.2.2	Ist Gründen lehrbar?.....	91
2.4.3	Zum Theoriedefizit der Entrepreneurship-Ausbildung.....	95
2.4.4	Zur Legitimation einer eigenständigen Gründungsausbildung.....	98
3	Gründungsausbildung an Hochschulen in Deutschland	101
3.1	Entwicklung und Stand der deutschen Entrepreneurship Education	101
3.1.1	Die (frühen) 1990er Jahre	102
3.1.2	Das Jahr 1998 als Impulsgeber für die Gründungsausbildung an Hochschulen.....	103
3.1.2.1	Der erste Gründungslehrstuhl in Deutschland.....	104
3.1.2.2	Aktivitäten im Rahmen von EXIST	105
3.1.3	Der Förderkreis Gründungsforschung	107
3.1.4	Der jährliche FGF-Report	107
3.1.5	Das Universitätsranking „Vom Studenten zum Unternehmer“	108
3.1.6	Die Situation der Gründungsausbildung im Jahr 2004.....	110
3.2	Akteure der akademischen Entrepreneurship Education	111
3.2.1	Institutionalisierte Formen der Ausbildung	111
3.2.2	Nicht-institutionalisierte Formen der Ausbildung	112
3.2.3	Struktur der Gründungsausbildung an Hochschulen in Deutschland	112
3.3	Exkurs: Die Situation der Entrepreneurship-Ausbildung an der Universität Regensburg.....	116
3.3.1	Gründungsausbildung in Regensburg.....	117
3.3.1.1	Lehrangebote zur Gründungsausbildung.....	117
3.3.1.2	Weitere Akteure der Gründungsförderung.....	118
3.3.2	Gründungsforschung in Regensburg.....	119
3.3.2.1	Inhalte der Gründungsforschung in der Lehre.....	119
3.3.2.2	Gründungsforschungsaktivitäten.....	120
3.4	Gegenwart und Zukunft der Gründungsausbildung in Deutschland.....	120
3.4.1	Zur aktuellen Situation der Gründungsausbildung in Deutschland.....	121
3.4.2	Leitlinien für eine Weiterentwicklung der deutschen Gründungsausbildung.....	123

4	Gründungslehrstühle als Anbieter akademischer Gründungsausbildung	127
4.1	Die Gründungslehrstühle in Deutschland	127
4.1.1	Allgemeines	127
4.1.2	Die Organisationsformen der Einrichtungen	130
4.1.3	Das Personal.....	132
4.1.3.1	Der Lehrstuhlinhaber.....	132
4.1.3.2	Die Mitarbeiterausstattung	136
4.2	Zielsetzung und Ausrichtung der Gründungslehrstühle.....	137
4.2.1	Zielsetzungen	137
4.2.2	Zielgruppen.....	139
4.2.3	Ausrichtung.....	140
4.2.3.1	Die Lehrstuhlbezeichnung.....	141
4.2.3.2	Wissenschaftliche Ausrichtung	142
4.2.3.3	Thematische Ausrichtung.....	143
4.3	Die Lehrtätigkeit	145
4.3.1	Konzeption und Inhalt der Veranstaltungen	145
4.3.2	Die Teilnehmer an den Lehrveranstaltungen	149
4.3.3	Bewertung der Veranstaltungen.....	152
4.4	Forschungsaktivitäten	154
4.5	Netzwerkaktivitäten	157
4.5.1	Hochschulinterne Aktivitäten	158
4.5.2	Hochschulexterne Aktivitäten.....	160
4.6	Gründungsausbildung in Deutschland und den USA im Vergleich.....	162
4.7	Einige Überlegungen zur Gruppe der Gründungslehrstühle	169
5	Zur räumlichen Dimension der Gründungsausbildung	175
5.1	Angebotsseitige Betrachtung.....	176
5.1.1	Zur räumlichen Struktur des Ausbildungsangebotes	176
5.1.1.1	Bundesweite Betrachtungsebene	177
5.1.1.2	Standortbezogene Betrachtungsebene	183
5.1.2	Zur räumlichen Differenzierung von Zielsetzungen und Zielgruppen	186
5.1.3	Raumrelevante Einflussfaktoren auf die Lehre.....	190
5.1.4	Räumliche Effekte der Gründungsausbildung	194
5.2	Nachfrageorientierte Betrachtung	198
5.2.1	„Der Raum vor dem Studium“: Einzugsgebiete der Gründungsausbildung.....	198
5.2.1.1	Das Einzugsgebiet der Hochschule	198
5.2.1.2	Empirische Ergebnisse für Regensburg.....	199
5.2.2	„Der Raum nach dem Studium“: Zielgebiete und Verbleib der Absolventen	202

6	Zur regionalen Bedeutung der Gründungsbildung	207
6.1	Die Hochschule als Lokalisation des Ausbildungsangebots	208
6.2	Regionalwirtschaftliche Effekte durch Gründungsbildung	212
6.2.1	Zur Standortentscheidung von Gründern.....	213
6.2.2	Outputszenarien	217
6.2.3	Implikationen für die Gründungsbildung	221
6.3	Endogene Regionalentwicklung durch Gründungsbildung?	225
6.3.1	Das Konzept der endogenen Regionalentwicklung	225
6.3.2	Gründungen als Teil des endogenen Potenzials	227
6.3.3	Einflussmöglichkeiten der Gründungsbildung	229
6.3.4	„Die Region ist tot – lang lebe die Region“	232
6.3.4.1	„Die Region ist tot“	233
6.3.4.2	„Lang lebe die Region“	234
6.4	Gründungsbildung und Gründungspotenzial für regionale Effekte in Regensburg...	235
6.4.1	Entrepreneurship-Wahrnehmung und -Vermittlung in Regensburg.....	236
6.4.2	Zur beruflichen Orientierung der Regensburger Studierenden und Absolventen ...	242
6.4.3	Das Gründungsgeschehen im Umfeld der Universität Regensburg	246
7	Schlussbetrachtung und Ausblick	255
	Anhang	261
	Literaturverzeichnis.....	263

Verzeichnisse

Tabellenverzeichnis:

<i>Tabelle 1: Die finanziellen Förderprogramme der KfW im Jahr 2003</i>	25
<i>Tabelle 2: Die finanziellen Förderprogramme der tbG im Jahr 2003</i>	26
<i>Tabelle 3: Systematik der Gründungsformen</i>	41
<i>Tabelle 4: Zur Abgrenzung von kleinen und mittleren Unternehmen</i>	62
<i>Tabelle 5: Die neue Unternehmensgrößenklassifikation des IfM Bonn</i>	63
<i>Tabelle 6: Zahl der Unternehmen der gewerblichen Berufsgenossenschaften in den einzelnen Beschäftigtenklassen von 1992-2000</i>	65
<i>Tabelle 7: Die Entwicklung der Zahl der Gründungslehrstühle in Deutschland</i>	128
<i>Tabelle 8: Die Gründungslehrstühle in Deutschland (Stand: 04/2004)</i>	128
<i>Tabelle 9: Zielgruppen der Gründungslehrstühle</i>	140
<i>Tabelle 10: Themenschwerpunkte in der offiziellen Bezeichnung der Gründungslehrstühle</i>	141
<i>Tabelle 11: Grund für die Teilnahme der Studierenden an der gründungsrelevanten Veranstaltung</i>	150
<i>Tabelle 12: Kontakte zu ausgewählten hochschulinternen Institutionen</i>	160
<i>Tabelle 13: Einflussfaktoren auf die Inhalte der Lehre</i>	191
<i>Tabelle 14: Berücksichtigung des Raumes in der Lehre</i>	193
<i>Tabelle 15: Einfluss der Gründungsausbildung auf verschiedenen räumlichen Ebenen</i>	197
<i>Tabelle 16: Motive für die Wahl des Studienorts</i>	200
<i>Tabelle 17: Studentische Übersetzung des Begriffs „Entrepreneurship“</i>	237
<i>Tabelle 18: Den Studierenden bekannte Entrepreneurship-Anlaufstellen</i>	239
<i>Tabelle 19: Den Absolventen bekannte Entrepreneurship-Anlaufstellen</i>	240
<i>Tabelle 20: Bekanntheit von Anlaufstellen im Gründungsumfeld bei Studierenden und Absolventen</i>	241
<i>Tabelle 21: Selbständigkeitswunsch in Abhängigkeit vom jeweiligen Studienfach</i>	244
<i>Tabelle 22: Bewerbungsraum für zukünftige abhängige Beschäftigung</i>	245
<i>Tabelle 23: Ausschlaggebender Grund für die Wahl des Standortes</i>	249
<i>Tabelle 24: Räumliche Verortung der Gründungen</i>	251
<i>Tabelle 25: Räumliche Tätigkeitsbereiche der Unternehmen</i>	252
<i>Tabelle 26: Übersicht über die einzelnen Erhebungen</i>	261

Abbildungsverzeichnis:

<i>Abbildung 1: Die „Panflöte“ der Gründungsforschung</i>	5
<i>Abbildung 2: Systematik der Gründungsförderung</i>	23
<i>Abbildung 3: System der Gründungsförderung an Hochschulen</i>	33
<i>Abbildung 4: Betrachtung der Systematik der Gründungsförderung in der Praxis</i>	34
<i>Abbildung 5: Übersetzungsvorschläge für das Wort „Entrepreneurship“</i>	36
<i>Abbildung 6: Systematik der Gründungsformen</i>	40
<i>Abbildung 7: Systematik der Spin-off-Gründungen</i>	43
<i>Abbildung 8: Arten der Spin-off-Gründungen</i>	44
<i>Abbildung 9: Gründungsformen im Umfeld von Hochschulen</i>	48
<i>Abbildung 10: Unterscheidung Spin-off/Akademische Unternehmensgründung</i>	49
<i>Abbildung 11: Zentrale Zielsetzungen der Gründungsausbildung</i>	50
<i>Abbildung 12: Orientierung der Veranstaltung an der Zielsetzung</i>	58
<i>Abbildung 13: Orientierung der Veranstaltung an der Zielgruppe</i>	59
<i>Abbildung 14: Optimale Orientierung der Veranstaltungen</i>	59
<i>Abbildung 15: Wirkungen der Gründungsausbildung</i>	76
<i>Abbildung 16: Potenzielle Gründer aus Hochschulen</i>	78
<i>Abbildung 17: Das Reversed Stairs-Modell</i>	81
<i>Abbildung 18: Universitätsrankings „Vom Studenten zum Unternehmer“ 2001 und 2003</i>	109
<i>Abbildung 19: Die Struktur der Gründungsausbildung an Hochschulen</i>	113
<i>Abbildung 20: Zugang und Hindernisse zur Gründungsthematik</i>	122
<i>Abbildung 21: „The (H)I-Five“ der Gründungsausbildung</i>	123
<i>Abbildung 22: Tätigkeitsfelder der Inhaber vor Besetzung des Lehrstuhls</i>	134
<i>Abbildung 23: Anforderungsprofil der Entrepreneurship-Dozenten aus Sicht der Studierenden</i>	135
<i>Abbildung 24: Zielsetzungen der Gründungslehrstühle</i>	137
<i>Abbildung 25: Häufigkeit der genannten Zielsetzungen – ein schematischer Überblick</i>	138
<i>Abbildung 26: Wissenschaftliche Ausrichtung der Gründungslehrstühle</i>	142
<i>Abbildung 27: Thematische Ausrichtung der Lehre</i>	144
<i>Abbildung 28: Typ der Entrepreneurship-Veranstaltungen</i>	145
<i>Abbildung 29: Gewichtung von Theorie und Praxis in den Lehrveranstaltungen</i>	147
<i>Abbildung 30: Studienfach der Teilnehmer an den Veranstaltungen</i>	151
<i>Abbildung 31: Eignung der Veranstaltung, Hilfestellung für ausgewählte Themenbereiche zu geben</i>	152
<i>Abbildung 32: Verhältnis von Forschungsaktivität und Praxisbezug der Hochschulen</i>	156
<i>Abbildung 33: Hochschulinterne Kontakte zu anderen Lehrenden</i>	159
<i>Abbildung 34: ALUMNI-Netzwerke an den Gründungslehrstühlen</i>	162
<i>Abbildung 35: Das Arthur M. Blank Center for Entrepreneurship am Babson College</i>	164
<i>Abbildung 36: Gründungsausbildung und Gründungslehrstühle im Urteil der Studierenden</i>	172
<i>Abbildung 37: Die Gründungslehrstühle im Spiegel der (H)I-Five</i>	174
<i>Abbildung 38: Wechselwirkung zwischen Gründungsausbildung und Raum</i>	175

<i>Abbildung 39: Räumliche Gliederung der Netzwerkkontakte</i>	185
<i>Abbildung 40: Räumliche Verankerung der Zielsetzungen der Gründungslehrstühle</i>	186
<i>Abbildung 41: Räumliche Kategorisierung der Zielsetzungen der Gründungslehrstühle</i>	187
<i>Abbildung 42: Räumliche Differenzierung der Zielgruppen der Gründungslehrstühle</i>	189
<i>Abbildung 43: Räumliche Einflussfaktoren auf die Lehrinhalte</i>	192
<i>Abbildung 44: Räumliche Effekte der Gründungsförderung</i>	195
<i>Abbildung 45: Effekte auf die Hochschulregion</i>	196
<i>Abbildung 46: Standortentscheidung von Gründern im verhaltenswissenschaftlichen Ansatz</i>	216
<i>Abbildung 47: Outputszenario 1: „Comeback-Gründungen“</i>	219
<i>Abbildung 48: Outputszenario 2: „Stay-Close-Gründungen“</i>	220
<i>Abbildung 49: Outputszenario 3: „Runaway-Gründungen“</i>	221
<i>Abbildung 50: Das Reversed Stairs-Modell für die Universität Regensburg</i>	238
<i>Abbildung 51: Erhoffte berufliche Beschäftigung nach dem Studium</i>	242
<i>Abbildung 52: Einflussfaktoren auf die Standortwahl</i>	247
<i>Abbildung 53: Relative Lage des Unternehmensstandortes</i>	250

Kartenverzeichnis:

<i>Karte 1: Die regionalen EXIST-Netzwerke 2004</i>	178
<i>Karte 2: Die besetzten Gründungslehrstühle in Deutschland 2004</i>	181
<i>Karte 3: Regionale Herkunft der Studierenden der Universität Regensburg 2002</i>	201
<i>Karte 4: Verbleib der Regensburger Absolventen 2003</i>	204