



AKTUELL

Global Entrepreneurship Monitor aktuell
Förderung unternehmerischer Kompetenzen in der
(außer-)schulischen Entrepreneurship Education

Definitionen und allgemeine Information zum GEM

TEA-Quote:

Die TEA-Quote gibt den Prozentanteil derjenigen 18-64-Jährigen an, die während der letzten 3,5 Jahre ein Unternehmen gegründet haben und/oder gerade dabei sind, ein Unternehmen zu gründen.

Methodik:

Im Rahmen der repräsentativen Bevölkerungsbefragung (GEM Adult Population Survey) wurde im Gesamtdatensatz (n=3.002) eine Personengruppe mit sehr stark ausgeprägten Entrepreneurship-Kompetenzen (n=310) sowie eine Gruppe ohne Entrepreneurship-Kompetenzen (n=578) identifiziert und miteinander verglichen. Personen, die keine eindeutige Übereinstimmung mit einem der beiden Profile aufweisen, wurden nicht zugeordnet und nicht in die Betrachtung einbezogen (n=2.114). Die Gruppenzuordnung wurde aufgrund des Antwortverhaltens der Umfrageteilnehmenden hinsichtlich drei Faktoren getroffen.

Die Faktoren umfassen:

- die Selbsteinschätzung unternehmerischen Wissens,
- persönliche Fähigkeiten in Bezug auf Innovation und Kreativität sowie
- die Fähigkeit, wirtschaftliche Chancen mit geeigneten Konzepten nutzen zu können.

Zusammenfassung

Anhand der Ergebnisse des Datensatzes aus dem Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2019/20 wird gezeigt, inwiefern sich Entrepreneurship-Kompetenzen in der Praxis auswirken und in welchem Umfang sie Denk- und Handlungsweisen potenzieller Gründer und junger Unternehmen beeinflussen. Darüber hinaus sollen Ansätze zur Stärkung unternehmerischer Kompetenzen abgeleitet werden.

Gründungen sind eng verbunden mit Fachwissen und unternehmerischen Kompetenzprofilen. Kreatives und Innovatives entwickeln, Ressourcen selbstständig und motiviert planen und einsetzen, sowie eigene Ideen zielstrebig umsetzen zu können, sind notwendige Fähigkeiten, wie sie der europäische Referenzrahmen für Entrepreneurship Kompetenzen definiert (Bacigalupo et al., 2016). Auch unternehmerisches Denken und Handeln, Offenheit für Weiterentwicklung und Fortschritt, Flexibilität, Belastbarkeit und die Bereitschaft zu lebenslangem Lernen sind Basisfähigkeiten von Gründenden. Häufig wird Entrepreneurship Education in Zusammenhang mit der Sensibilisierung und Befähigung zur Unternehmensgründung gebracht, hierzu zählt auch die Vermittlung unternehmerischer Kompetenzprofile (Hytti & O'gorman, 2004; Pittaway & Cope, 2007).

Im nachfolgenden Beitrag wird basierend auf dem Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Datensatz 2019/20 (GEM Adult Population Survey = repräsentative Bevölkerungsbefragung) analysiert, inwiefern sich Entrepreneurship-Kompetenzen in der Praxis auswirken und in welchem Umfang sie Denk- und Handlungsweisen beeinflussen.

Personen mit Entrepreneurship-Kompetenzen sind gründungsfreudiger

Gründungen werden im GEM anhand der Total early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)-Quote gemessen. Die TEA-Quote gibt den Prozentanteil derjenigen 18-64-Jährigen an, die während der letzten 3,5 Jahre ein Unternehmen gegründet haben und/oder gerade dabei sind, ein Unternehmen zu gründen. In der Gruppe der Personen mit Entrepreneurship-Kompetenzen sind 20,6 Prozent TEA-Gründende. Davon sind 2019 5,8 Prozent mit der Leitung eines jungen, schon am Markt bestehenden Unternehmens betraut.

Dagegen sind bei den Personen ohne Entrepreneurship-Kompetenzen lediglich 2,1 Prozent TEA-Gründende sowie 1,1 Prozent mit der Leitung eines jungen Unternehmens betraut.

Gründungseinstellungen bei Personen mit Entrepreneurship-Kompetenzen im Positivtrend

Im Vergleich der beiden Gruppen lässt sich feststellen, dass Personen mit Entrepreneurship-Kompetenzen eine deutlich positivere Wahrnehmung (Zusammenfassung der positiven Antwortkategorien „eher positiv“ und „positiv“) von Gründungschancen¹ haben sowie eine deutlich verminderte Angst vor dem Scheitern². So schätzen Personen mit Entrepreneurship-Kompetenzen sowohl die gegenwärtigen Gründungschancen mit 58,1 Prozent Zustimmung als gut sowie die generellen Gründungsmöglichkeiten³ mit 54,8 Prozent Zustimmung als gut ein (Siehe Abbildung). Bei den Personen ohne Entrepreneurship-Kompetenzen sind es bezogen auf gute gegenwärtige Gründungschancen lediglich 30,4 Prozent Zustimmung sowie bezogen auf generell gute Gründungsmöglichkeiten nur 27,1 Prozent Zustimmung. Auch die Angst vor dem Scheitern ist bei den Personen ohne Entrepreneurship-Kompetenzen größer als bei den Personen mit Entrepreneurship-Kompetenzen.

1. Die Befragten wurden interviewt, ob sie in den nächsten 6 Monaten in der Region, in der sie leben, gute Gründungschancen sehen.

2. Die Befragten wurden interviewt, ob sie die Angst vor dem Scheitern von einer Unternehmensgründung abhalten würde.

3. Die Befragten wurden interviewt, ob sie selten Möglichkeiten für Unternehmensgründungen sehen, obwohl sie sich in ihrem Fachgebiet sehr gut auskennen.

Handlungsempfehlungen

Personen mit Entrepreneurship-Kompetenzen sind deutlich häufiger TEA-Gründende, schätzen die Gründungschancen positiver ein und haben weniger Angst vor dem Scheitern als Personen ohne Entrepreneurship-Kompetenzen.

Unter der Prämisse, dass Gründungskompetenzen erlernbar sind, eröffnet sich ein hohes Chancenpotenzial. Deswegen ist eine frühzeitige, ganzheitliche und langfristige Förderung der unternehmerischen Kompetenzen von hoher Bedeutung. Zudem werden wegen der Digitalisierung veränderte Anforderungen an die Qualifikation und Weiterbildung von Gründerinnen und Gründern sowie des Personals gestellt. Frühes Kennenlernen digitaler Technologien oder die Bildung entsprechender Schlüsselkompetenzen können für viele junge Unternehmen Marktvorteile bringen, die für etablierte Unternehmen hingegen viel mehr Aufwand bedeuten können (Egeln, J., 2019).

In diesem Zusammenhang lassen sich vier Handlungsfelder identifizieren:

1. Stärkung von Entrepreneurship-Education an Schulen

Den Wirtschaftsunterricht in den Lehrplänen aller Bundesländer als eigenständiges Schulfach verbindlich und mehrjährig aufnehmen.

2. Stärkung von Gründungs- und Innovationskompetenzen

Dies kann beispielsweise durch neue Bildungs- und Lernkonzepte geschehen, die den Umgang von jungen Menschen mit digitalen Medien und Technologien fördern, sowie ganz konkret durch die Vermittlung von Grundfähigkeiten zur Programmierung oder die Gestaltung eigener digitaler Produkte.

3. Unterstützung potenzieller Gründer

Weiterbildungskonzepte, Existenzgründungsmessen, spezielle Mentoring-Programme können bei der Vermittlung unternehmerischer Kompetenzen und beim Einstieg in die unternehmerische Selbständigkeit hilfreich sein. Ein Erfahrungsaustausch zwischen erfahrenen und potenziellen Gründenden ist in diesem Zusammenhang ebenfalls von Bedeutung.

4. Förderung des Intrapreneurship in den Unternehmen

Für Mitarbeitende innerhalb von Unternehmen Möglichkeiten zum Innovieren und Experimentieren schaffen, damit sie in unternehmerische Aktivitäten eingebunden werden, indem sie aktiv sowohl an der Entwicklung oder Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen am Markt als auch am Aufbau neuer Unternehmenseinheiten beteiligt sind.

Weiterführende Studien

Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., Van den Brande, G. (2016):

EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework. Luxembourg: Publication Office of the European Union; EUR 27939 EN; doi:10.2791/593884.

Egeln, J., Gottschalk, S., Lubczyk, M. (2018):

Junge Unternehmen im Aufbruch zur digitalen Ökonomie, IAB/ZEW Gründungspanel, Leibniz-Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH Mannheim, IAB, Nürnberg, 2019.

Hytti, U., O'Gorman, C. (2004):

What is "enterprise education"? An analysis of the objectives and methods of enterprise education programmes in four European countries. Education + Training, 46(1), 11-23.

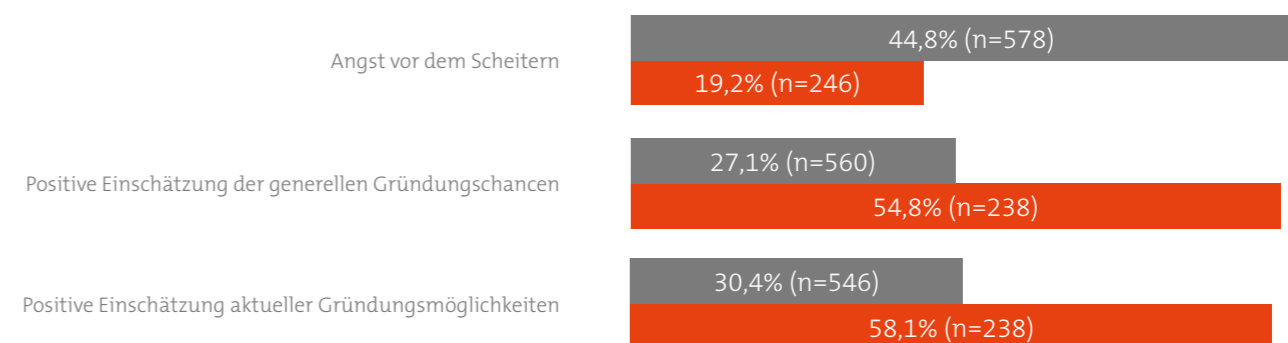
Pittaway, L., Cope, J. (2007):

Entrepreneurship Education: A Systematic Review of the Evidence. International Small Business Journal, 25(5), 479-510.

Sternberg, R., Gorynia-Pfeffer, N., Wallisch, M., Baharian, A., Stolz, L., von Bloh, J. (2020):

Global Entrepreneurship Monitor 2019/20 Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich – Länderbericht Deutschland 2019/20. RKW Kompetenzzentrum. Eschborn.

Einschätzung von Gründungsmöglichkeiten und Gründungschancen sowie Angst vor dem Scheitern nach Gründungskompetenz



Quelle: GEM-Team Deutschland 2020; Datenbasis GEM-Bevölkerungsbefragung 2019

• Personen mit Entrepreneurship Kompetenz
• Personen ohne Entrepreneurship Kompetenz



Menschen. Unternehmen. Zukunft.

Das RKW Kompetenzzentrum ist ein gemeinnütziger und neutraler Impuls- und Ratgeber für den deutschen Mittelstand. Unser Angebot richtet sich an Menschen, die ihr etabliertes Unternehmen weiterentwickeln ebenso wie an jene, die mit eigenen Ideen und Tatkraft ein neues Unternehmen aufbauen wollen.

Ziel unserer Arbeit ist es, kleine und mittlere Unternehmen für Zukunftsthemen zu sensibilisieren. Wir unterstützen sie dabei, ihre Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft zu entwickeln, zu erhalten und zu steigern, Strukturen und Geschäftsfelder anzupassen und Beschäftigung zu sichern.

Zu den Schwerpunkten „Gründung“, „Fachkräftesicherung“ und „Innovation“ bieten wir praxisnahe Lösungen und Handlungsempfehlungen für aktuelle und zukünftige betriebliche Herausforderungen. Bei der Verbreitung unserer Ergebnisse vor Ort arbeiten wir eng mit den Expertinnen und Experten in den RKW Landesorganisationen zusammen.

Unsere Arbeitsergebnisse gelten branchen- und regionsübergreifend und sind für die unterschiedlichsten Unternehmensformen anwendbar. Darüber hinaus stellen wir für die Bauwirtschaft traditionell branchenspezifische Lösungen bereit.

Impressum

RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrum
der Deutschen Wirtschaft e. V.
RKW Kompetenzzentrum
Düsseldorfer Straße 40A, 65760 Eschborn

www.rkw-kompetenzzentrum.de

Autorenschaft: Gorynia-Pfeffer, N., Baharian, A., Chlosta, S.
Gestaltung: Claudia Weinhold

Bildnachweis: iStockphoto – PeopleImage, VanReeel

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Dem RKW Kompetenzzentrum ist eine gendergerechte Kommunikation wichtig. Daher wird primär die neutrale Form verwendet, die für alle Geschlechter gilt. Ist dies nicht möglich, wird sowohl die weibliche als auch die männliche Form genannt. Die Verwendung der o. g. Gender-Möglichkeiten wurde aufgrund der besseren Lesbarkeit gewählt und ist wertfrei.