

**„Gender & Gründungsinteressen:
Vorschläge für eine gender- und diversitysensible
Entrepreneurship Education an der Universität Kassel“**



Maria Daskalakis

Universität Kassel

Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

Fachgebiet Umwelt- und Verhaltensökonomik

Caren Kunze

Universität Kassel

Frauen- und Gleichstellungsbüro

Koordinatorin Karriere-Mentoring DIVERS

August 2012, Kassel

Inhaltsverzeichnis

1. Hintergrund, Zielsetzung und Vorgehensweise	1
2. Gender und Diversity in der unternehmerischen Bildung	2
3. Ergebnisse der Befragung der Kasseler Studentinnen und Studenten mit internationalem und ohne internationalen Hintergrund	3
3.1. Empirische Grundlage	3
3.2. Unternehmerisches Selbstverständnis und Vereinbarkeit von Familie und Beruf	4
3.3. Bereitschaft zur Selbstständigkeit	6
3.4. Artikulierter Bedarf an Angeboten	8
3.4.1. Allgemeine Angebote zur unternehmerischen Qualifizierung	8
3.4.2. Erwünschte Unterstützung zur Aufnahme einer selbstständigen Tätigkeit	10
3.4.3. Bekanntheitsgrad der bestehenden Angebote	11
4. Handlungsempfehlungen und konkrete Maßnahmen	12
4.1. Skizzierung des Handlungsbedarfes	12
4.2. Zielgruppe Lehrende und Beratende	13
4.2.1. Gender- und Diversitykompetenz-Training im Bereich der unternehmerischen Bildung	13
4.2.2. Prüfung bestehender und Planung zukünftiger Angebote	15
4.3. Zielgruppe Studierende	16
4.3.1. Angebote im Bereich Selbstständigkeit	16
4.3.2. Angebote im Bereich „unternehmerisches Handeln als Schlüsselkompetenz“	20
4.4. Universität als Ganzes und Fachbereiche	21
5. Schlussbetrachtung	22

1. Hintergrund, Zielsetzung und Vorgehensweise

Im Herbst 2011 wurde von Maria Daskalakis, Fachgebiet Umwelt- und Verhaltensökonomik (FB 07), in Kooperation mit dem Inkubator des UniKasselTransfers und Caren Kunze eine Befragung aller Studierenden der Universität und Kunsthochschule Kassel durchgeführt. Ziel der Befragung war es **im Allgemeinen**, die unternehmerischen Potenziale der in Kassel Studierenden zu evaluieren, um hierauf aufbauend vom Fachgebiet bzw. vom Inkubator zielgerichtete Angebote an der Universität Kassel für die Studierenden zu entwickeln. Der Begriff ‚unternehmerisches Potenzial‘ ist dabei in einem weiteren Sinne zu verstehen: Im Kern umfasst er ein im Rahmen einer selbstständigen Tätigkeit oder auch einer abhängigen Beschäftigung erfolgreiches pro-aktives Verhalten – und die Befähigung hierzu –, welches u.a. darauf ausgelegt ist, Neuerungen (im weiteren Sinne Innovationen) zu kreieren, zu identifizieren oder auch umzusetzen – der Inkubator spricht hierbei zusammenfassend vom „unternehmerischen Handeln als Schlüsselqualifikation“.

Im Speziellen sollte die Befragung auch Gender- und Diversitygesichtspunkte berücksichtigen, um im Sinne der Gleichstellung spezifische Folgerungen für die Lehre, die Förderung durch den Inkubator und die Einbindung in die Fachbereiche der Universität Kassel bzw. der Kunsthochschule Kassel abzuleiten. Hierzu erfolgte die Finanzierung des Teilprojektes „Gender & Gründungsinteressen: Vorschläge für eine gender- und diversitysensible Entrepreneurship Education an der Universität Kassel“ durch die Gleichstellungskommission der Universität Kassel.

Mit der vorliegenden Publikation sollen in diesem Sinne die Ergebnisse der Befragung in konkrete Handlungsansätze zur Implementierung von gender- sowie auch diversitybasierten Angeboten zur unternehmerischen Bildung umgesetzt werden. Die formulierten Handlungsempfehlungen und vorgeschlagenen Maßnahmen sollen einen Beitrag dazu leisten, innerhalb der Universität der Diversität der Studierenden Rechnung zu tragen und auf unterschiedliche Lebenserfahrungen und damit Zugänge zum Thema Selbstständigkeit und unternehmerisches Handeln mit adäquaten Angeboten zu reagieren. Auf diese Weise werden die Bedarfe von Personengruppen berücksichtigt, die bisher nicht im Fokus von Maßnahmen standen und/oder sich aufgrund ihrer Lebensrealität eine Selbstständigkeit nicht zutrauen.

Bisherige Erfahrungen zur Gründungsaktivität bei Studierenden der Universität Kassel zeigen dabei insbesondere, dass in diesem Bereich ein signifikanter gender bias besteht. So beträgt der Frauenanteil der Gründenden in diesem Kontext nur ca. 26%, auch liegt der Frauenanteil in gemischt-

geschlechtlichen Teams bei nur 30% (interne Berechnungen UniKassel Transfer). Entsprechend zielen die vorgeschlagenen Maßnahmen vor allem darauf, Frauen mit und ohne Migrationshintergrund für das Thema Selbstständigkeit und unternehmerisches Handeln zu begeistern. In diesem Sinne wird mit den vorgeschlagenen Maßnahmen ein Fundament für eine gleichstellungsorientierte Arbeit des Inkubators gelegt. Vor diesem Hintergrund und da der Umfang der quantitativen Analyse im Rahmen des Projektes finanziell und zeitlich begrenzt war, liegt der Hauptfokus der Handlungsempfehlungen im Bereich der Geschlechtergleichstellung.

Im Nachfolgenden wird in Kapitel 2 die Gender- und auch die Diversityperspektive im Rahmen des Projektes entfaltet. In Kapitel 3 werden die Ergebnisse der Befragung in komprimierter Form vorgestellt. In Kapitel 4 wird der aus den Ergebnissen der Befragung abzuleitende Handlungsbedarf skizziert und es werden Handlungsempfehlungen formuliert und zielgruppengerecht in konkrete Maßnahmen übersetzt. Kapitel 5 fasst die Ergebnisse zusammen.

2. Gender und Diversity in der unternehmerischen Bildung

Die vorliegende Publikation basiert grundlegend auf einer Genderperspektive. Mit *Gender* werden die gesellschaftlich, sozial und kulturell geprägten Geschlechterrollen und Geschlechtsmerkmale von Frauen und Männern bezeichnet. Gender erfasst also alles, was in einer Kultur als „typisch“ für ein bestimmtes Geschlecht angesehen wird, wie z.B. Kleidung, Berufe, bestimmte weibliche und männliche Eigenschaften und Verhaltensweisen. Eine Genderperspektive einzunehmen, heißt die sozialen Prozesse sichtbar zu machen, die zu diesen Stereotypisierungen führen. Denn Gender ist – anders als das biologische Geschlecht – erlernt und damit auch veränderbar. Männer sind entsprechend nicht von „Natur“ aus stark, rational und mutig und Frauen nicht schwach, sanftmütig und emotional, sondern diese Eigenschaften sind durch Erziehung, Medien, andere Institutionen und alltägliche Interaktionen erlernte Geschlechterrollen(bilder). Entsprechend legen wir eine Perspektive auf das Geschlecht zugrunde, welche von der Natürlichkeit von Eigenschaften wie Risikobereitschaft, Unternehmergeist und Managementfähigkeit Abstand nimmt und davon ausgeht, dass niemand qua Geschlecht bestimmte Eigenschaften „einfach hat“. Vielmehr gehen wir davon aus, dass Menschen unabhängig vom Geschlecht, der sozialen oder ethnischen Herkunft gründungsrelevante Fähigkeiten und unternehmerisches Handeln erlernen können, sofern adäquate Unterstützung angeboten wird.

Wir ergänzen diese Genderperspektive um eine Diversityperspektive. *Diversity* wird meist mit Viel-

falt übersetzt und bezieht sich auf unterschiedliche Lebenslagen von Menschen mit Blick auf Kategorien wie Geschlecht, ethnische und soziale Herkunft, sexuelle Orientierung, Religion und Weltanschauung, Alter und körperliche sowie geistige Kapazitäten. Diese Lebenslagen sind jedoch nicht nur durch Unterschiedlichkeit, sondern auch durch Ungleichheit charakterisiert, weil Unterscheidungen zwischen Menschen in bestimmten gesellschaftlichen Verhältnissen und Organisationen gemacht werden, die wie bei Gender auf gesellschaftlichen Zuschreibungs- und Bewertungsprozessen basieren. Entsprechend bedeutet, eine Gender- und Diversityperspektive einzunehmen, für die unterschiedlichen Lebenslagen und Identitäten sowie die dahinterliegenden gesellschaftlichen Verhältnisse sensibel zu sein. Für den Bereich der unternehmerischen Bildung ermöglicht diese Perspektive, die Differenzen zwischen den Studierenden der Universität auf wertschätzende Weise wahrzunehmen und mit zielgruppengerechten Maßnahmen darauf einzugehen. Im Rahmen des vorliegenden Projektes kommt diese Perspektive durch die Bezugnahme auf den internationalen Hintergrund als ein Teilaspekt zum Tragen.

3. Ergebnisse der Befragung der Kasseler Studentinnen und Studenten mit internationalem und ohne internationalen Hintergrund

3.1. Empirische Grundlage

Die empirische Grundlage der im Kapitel 4 vorgestellten Handlungsempfehlungen basiert, wie oben dargestellt, auf einer im Herbst 2011 durchgeführten Online-Befragung aller Studierenden der Universität und der Kunsthochschule Kassel. Die Studierenden wurden dabei per E-Mail über das HRZ (Hochschulrechenzentrum) der Universität Kassel angeschrieben. Insgesamt ergab die Befragung nach Bereinigung einen Gesamtrücklauf von 4.207 (= 19,5%) ausgefüllten und verwertbaren Fragebögen (weiterführende Erläuterungen sowie die Auswertung aller Aspekte der Befragung, einschließlich der hier vorgestellten Ergebnisse, finden sich ausführlich in Daskalakis 2012).

Die Befragung erfasste in einer weiten Perspektive auf das unternehmerische Handeln Aspekte, die die Selbstzuschreibung von unternehmerischen Merkmalen sowie korrespondierend hierzu die Anforderungen an spezifische Merkmale des zukünftigen Berufes betreffen, ergänzt um eher „weiche“ Aspekte. Zudem wurden die Bereitschaft zur Selbstständigkeit und wahrgenommene Hemmnisse dieser Bereitschaft evaluiert. Weiterhin wurden relativ umfangreich die konkreten Wünsche und Bedarfe der Studierenden zu Veranstaltungen zur Stärkung der unternehmerischen

Potenziale erhoben. Evaluiert wurde dabei auch, inwieweit das bestehende Angebot von den Studierenden wahrgenommen wird. Eine umfassende Darstellung der Vorgehensweise und der Ergebnisse der Befragung, einschließlich der Evaluierung der Determinanten der Bereitschaft zur Selbstständigkeit, findet sich in Daskalakis (2012)¹.

Um festzustellen, ob bei den Studierenden im Antwortverhalten Unterschiede mit Blick auf die vorliegende Fragestellung bestehen, wurden die Angaben der Studierenden differenziert nach sogenannten ‚Gruppen‘ ausgewertet. Hierbei wurde mittels statistischer Tests erstens geprüft, ob Frauen die einzelnen Fragen anders beantwortet haben als Männer (Gruppe Geschlecht). Zweitens wurde untersucht, ob sich die Antworten von Studierenden mit internationalem und von Studierenden ohne internationalen Hintergrund unterscheiden (Gruppe Internationaler Hintergrund). Drittens erfolgte ein Test der Unterschiede der Antworten von Studentinnen und Studenten mit internationalem Hintergrund (Gruppe Internationaler Hintergrund nach Geschlecht). Internationaler Hintergrund bedeutet im vorliegenden Kontext, dass die Studierenden nicht in Deutschland geboren sind.²

Im Nachfolgenden werden die Ergebnisse der Auswertungen zu den oben genannten Aspekten vorgestellt. Hierzu werden zu jedem Themenfeld zunächst die Häufigkeiten über alle Studierenden dargestellt und anschließend die Ergebnisse der Gruppentests, soweit diese Unterschiede im Antwortverhalten aufweisen. Zur besseren Lesbarkeit werden dabei sowohl die Häufigkeitsabbildungen als auch die Darstellungen der Gruppentests in vereinfachter Form präsentiert.

3.2. Unternehmerisches Selbstverständnis und Vereinbarkeit von Familie und Beruf

In der Studierendenbefragung wurden mittels relativ vieler einzelner Fragen (Items bzw. Merkmale) das unternehmerische Selbstverständnis der Studentinnen und Studenten, die eigene Zuschreibung von entsprechenden Merkmalen, die Bereitschaft zur Selbstständigkeit und die wahr-

¹ Die Auswertungen sind derzeit nur bei der Autorin nach Rücksprache erhältlich.

² In Daskalakis (2012) werden diesbezüglich differenziertere Gruppentests dargestellt; so wurden u.a. die Studierenden, die selbst nicht und/oder von denen ein Elternteil und/oder ein Großelternteil nicht in Deutschland geboren ist, zu einer Gruppe zusammengefasst. Die hieraus resultierenden Ergebnisse werden aus Gründen der Übersichtlichkeit hier nicht dargestellt, sind im Wesentlichen jedoch gleichen Inhalts.

genommenen Hemmnisse einer selbstständigen Tätigkeit untersucht. Dabei wurde auch danach gefragt, inwieweit die Familienplanung für die Anforderungen an einen zukünftigen Beruf von Bedeutung ist. Um diese Vielzahl von Informationen zu verdichten und um Redundanzen zu vermeiden, wurden im Rahmen von statistischen Untersuchungen diese einzelnen Items mittels einer sogenannten Faktorenanalyse zu zusammenfassenden inhaltlichen Einheiten (Faktoren) gebündelt. Dies ermöglicht es dann anschließend, zu prüfen, inwieweit sich die Antworten der Studierenden nach Gruppenzugehörigkeit, so etwa nach Geschlecht, in Bezug auf die gebildeten Faktoren unterscheiden. Im Rahmen der statistischen Analyse ergaben sich dabei folgende Faktoren:

- (i) Faktor '**Unternehmerische Persönlichkeitsmerkmale**'. Hierzu gehört die Selbstzuschreibung von typischen Merkmalen innovativer/kreativer und damit unternehmerischer Persönlichkeiten wie 'Risikobereitschaft', 'Wille, Neuartiges zu schaffen' und 'Wunsch nach persönlicher Entfaltungsmöglichkeit'.
- (ii) Faktor '**Keine Unternehmerpersönlichkeit**'. Dieser Faktor erfasst die Items, die die Selbstzuschreibung zur Eignung zu einer selbstständigen Tätigkeit abbilden: 'Kein Unternehmertyp', 'Traue mir das nicht zu', 'Zu hohe Belastung' sowie in niedrigerer Ausprägung die Merkmale 'Zu geringe Einkommenssicherheit' und 'Unkalkulierbares Risiko'.
- (iii) Faktor '**Sicherheitsbedürfnis**'. Dieser Faktor beinhaltet Items, die die Hemmnisse einer selbstständigen Tätigkeit erfassen: 'Zu geringe Einkommenssicherheit', 'Fehlendes Gründungskapital', 'Unkalkulierbares Risiko' sowie in geringerer Ausprägung die Merkmale 'Weiß nicht, woher ich Unterstützung bekomme', 'Zu wenig Informationen', 'Zu hohe Belastung'.
- (iv) Faktor '**Vereinbarkeit von Familie und Beruf**'. Dieser Faktor umfasst Angaben zu den Anforderungen an den zukünftigen Beruf und bündelt Variablen wie 'Sicheres Einkommen', 'Vereinbarkeit von Job, Familie und Privatleben', 'Arbeitsplatzsicherheit' sowie 'Sichere Familienplanung'.
- (v) Faktor '**Familie und Flexibilität**'. Auch dieser Faktor beinhaltet das Merkmal 'Vereinbarkeit von Job, Familie und Privatleben', zudem noch die Merkmale 'Möglichkeit zur Teilzeitarbeit', 'Sichere Familienplanung' sowie 'Zeitliche Flexibilität' und stellt somit mehr auf den zeitlichen Aspekt der Vereinbarkeit ab.
- (vi) Faktor '**Kommunikations- und Offenheitsmerkmale**'. Hierzu gehören Items, die sich auf Interaktion und Kommunikation beziehen, wie etwa 'Ich habe gerne viele Leute um mich herum', aber auch weitere Merkmale der Offenheit wie 'Ich bin offen für neue Erfahrungen'.

Diese Faktoren wurden, wie auch die einzelnen Items, dahingehend getestet, ob relevante Unterschiede im Antwortverhalten zwischen den Gruppen bestehen. Die Ergebnisse verweisen darauf, dass hier u.a. Unterschiede im Antwortverhalten (a) von Studentinnen und Studenten grundsätz-

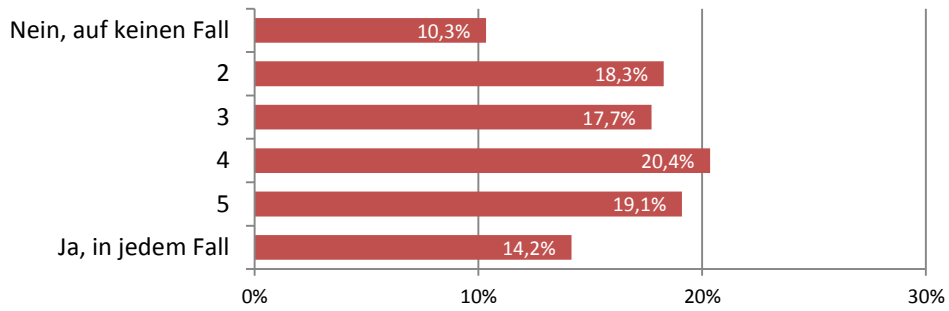
lich und (b) von Studentinnen und Studenten mit internationalem und ohne internationalen Hintergrund sowie (c) innerhalb der Gruppe der Studierenden mit internationalem Hintergrund wiederum zwischen den Geschlechtern zu identifizieren sind (s. nachfolgende Tabelle; dort sind, wie auch bei den anderen entsprechenden Tabellen im Text, die Faktoren in absteigender Reihenfolge der Unterschiede der Antworten der Studentinnen und Studenten sortiert). Hierbei wird u.a. deutlich, dass Frauen sich mehr als Männer Fähigkeiten zusprechen, die auf Kommunikations- und Interaktionsmerkmale bezogen sind. Auch ist bei Frauen die Berücksichtigung zukünftiger Familienbildung und damit z.B. die Relevanz der Vereinbarkeit von Familie und Beruf höher ausgeprägt, hierbei ist auch die Arbeitszeitflexibilität angesprochen. Weiterhin geben Studentinnen mehr als Studenten an, dass sie sich eine Unternehmensgründung nicht zutrauen, bzw. nehmen an, dass sie nicht die nötigen Befähigungen haben und kein „Unternehmertyp“ sind. Darüber hinaus betonen Frauen stärker als Männer die negativen Seiten einer selbstständigen Tätigkeit. Alle diese Unterschiede zeigen sich auch, wenn die Antworten der Studierenden mit internationalem Hintergrund nach Geschlecht ausgewertet werden. Unterschiede zeigen sich weiterhin bei den Studierenden mit internationalem Hintergrund. Diese betonen insgesamt mehr die Aspekte Familie und Flexibilität und ordnen sich mehr unternehmerische Persönlichkeitsmerkmale zu.

	Geschlecht		Internationaler Hintergrund		Internationaler Hintergrund nach Geschlecht	
	Frau	Mann	Ja	Nein	Frau	Mann
Fähigkeiten der Kommunikation und Interaktion	Mehr	Weniger	-	-	Mehr	Weniger
Familie und Flexibilität	Mehr	Weniger	Mehr	Weniger	Mehr	Weniger
Keine Unternehmerpersönlichkeit	Mehr	Weniger	-	-	Mehr	Weniger
Unternehmerische Persönlichkeitsmerkmale	Weniger	Mehr	Mehr	Weniger	Weniger	Mehr
Sicherheitsbedürfnis als Hemmnis einer selbstständigen Tätigkeit	Mehr	Weniger	-	-	Mehr	Weniger
Vereinbarkeit von Familie und Beruf	Mehr	Weniger	-	-	Mehr	Weniger

3.3. Bereitschaft zur Selbstständigkeit

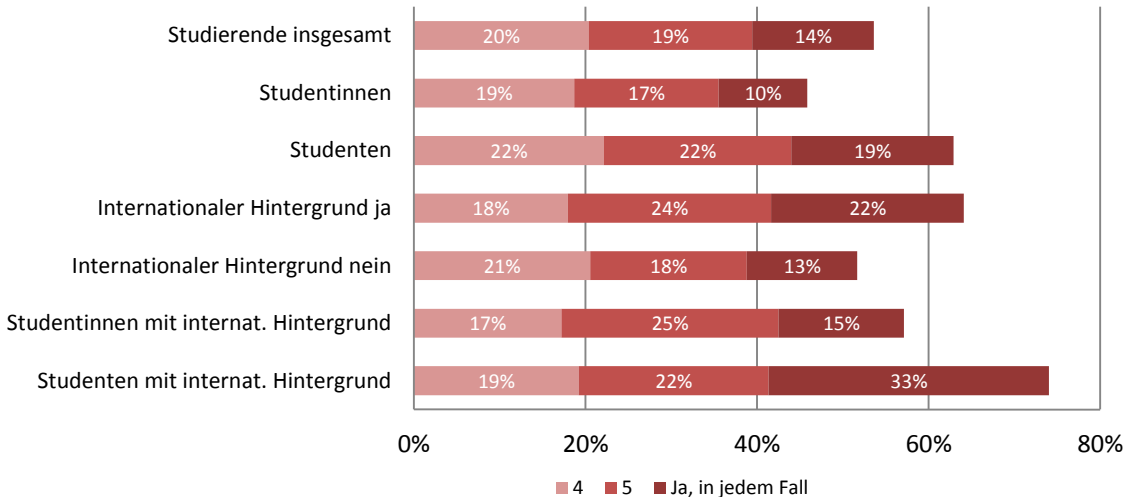
Die Studierenden wurden gefragt, ob sie sich grundsätzlich vorstellen könnten, sich einmal selbstständig zu machen. Hierzu wurde eine Skala mit 6 Punkten verwendet. Die Auswertungen zeigen, dass nur rund 10% der Studierenden es sich überhaupt nicht vorstellen können, einmal selbstständig zu werden (s. nachfolgende Abbildung):

Können Sie sich grundsätzlich vorstellen, sich einmal selbstständig zu machen?



Die entsprechenden Gruppentests hierbei korrespondieren mit den oben aufgeführten Befunden zu den Faktoren: Männer (mit internationalem Hintergrund und ohne) können es sich ausgeprägter als Frauen (mit internationalem Hintergrund und ohne) vorstellen, einmal selbstständig tätig zu sein. Insgesamt können sich dabei Studierende mit internationalem Hintergrund mehr als Studierende ohne internationalen Hintergrund vorstellen, einmal selbstständig tätig zu sein. Ein weiterer Aspekt verweist hier auch wieder auf die größere Relevanz des Aspektes von Vereinbarkeit von Familie und Beruf für Frauen: Diese können es sich mehr als Männer vorstellen, in Teilzeit selbstständig zu werden (ohne Abbildung) – Entsprechendes zeigt sich bei der Betrachtung der Antworten von Studentinnen und Studenten mit internationalem Hintergrund.

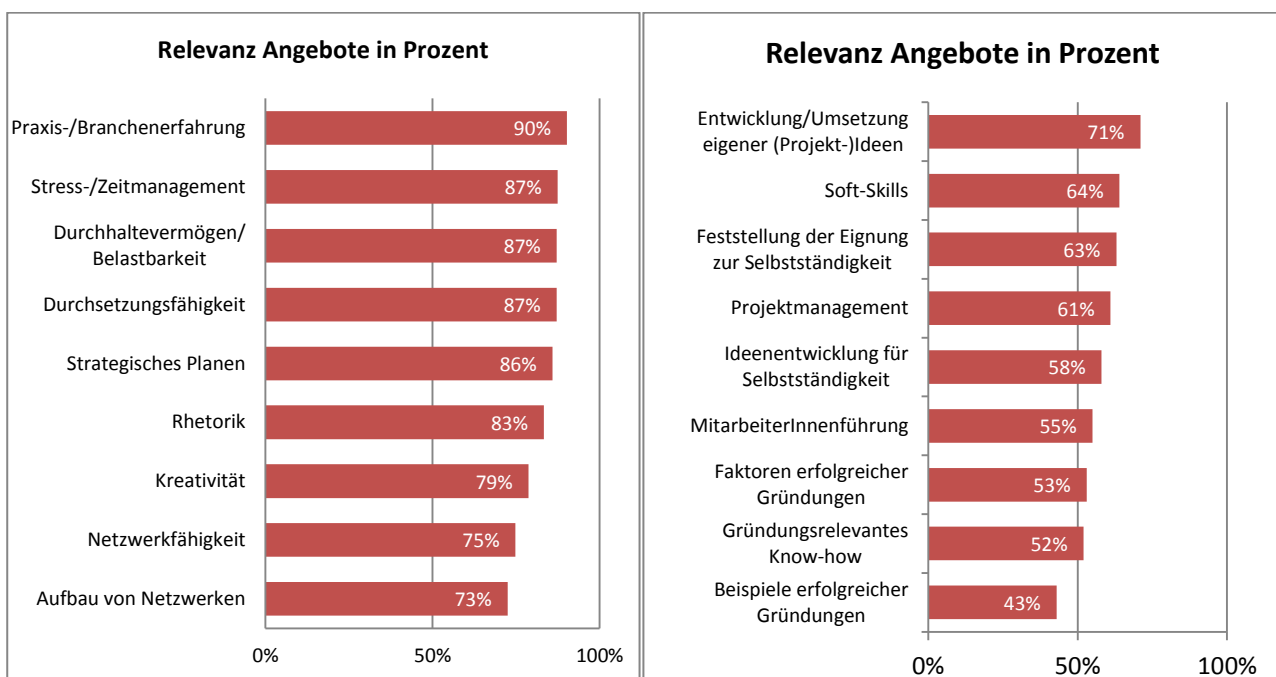
Können Sie sich grundsätzlich vorstellen, sich einmal selbstständig zu machen?



3.4. Artikulierter Bedarf an Angeboten

3.4.1. Allgemeine Angebote zur unternehmerischen Qualifizierung

Die im Rahmen der empirischen Erhebung erfassten Bedarfe an Angeboten zur unternehmerischen Qualifizierung erfassen eine Reihe von Aspekten (s. nachfolgende Abbildungen³). Dabei lässt sich feststellen, dass insgesamt eine relativ hohe Bereitschaft besteht, an Veranstaltungen teilzunehmen, die auf eine berufliche oder selbstständige Tätigkeit vorbereiten bzw. zum unternehmerischen Handeln qualifizieren, und dass diesen Veranstaltungen eine hohe Relevanz zugesprochen wird.

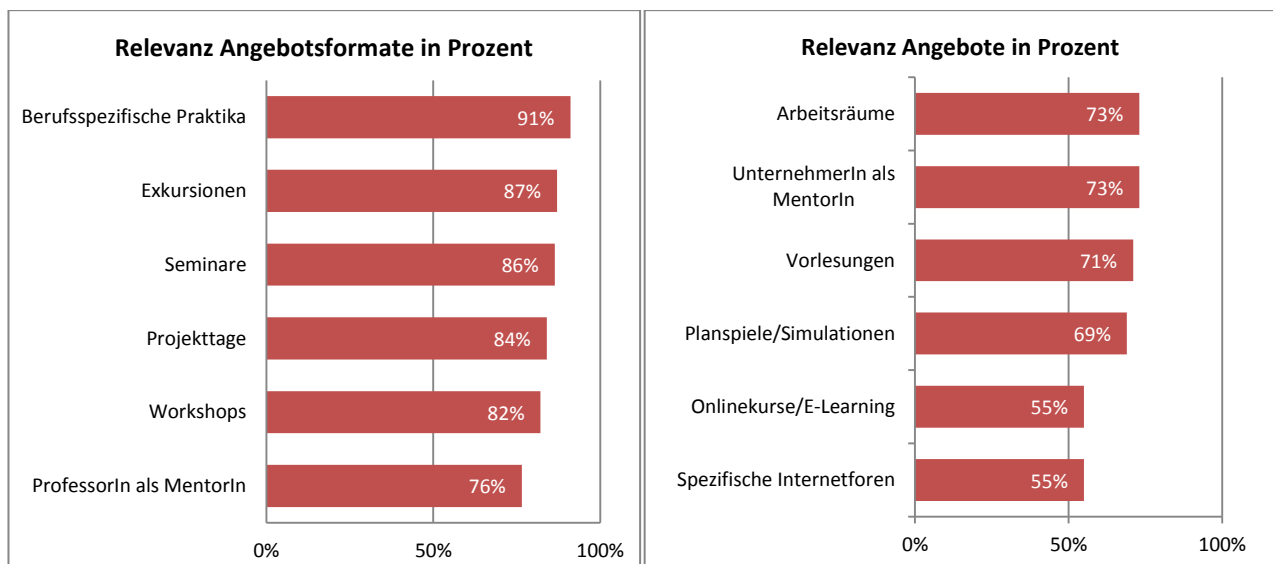


Die Nachfrage nach und die Relevanz von spezifischen Inhalten entsprechender Angebote verweist auf genderspezifische Unterschiede, aber auch auf Unterschiede zwischen Studierenden mit internationalem und ohne internationalen Hintergrund (s. nachfolgende Tabelle). Frauen (mit internationalem Hintergrund und ohne) wünschen sich mehr als Männer Angebote, die auf Selbstmanagement sowie auf den Erwerb von beruflicher Erfahrung abzielen. Studierende mit internationalem Hintergrund wünschen sich mehr die Vermittlung von konkreten, am Gründungsprozess orientierten Aspekten.

³ Diesen Abbildungen, wie auch den weiteren entsprechenden Abbildungen in diesem Kapitel, liegen Items mit einer 6er-Skalierung zugrunde; zur besseren Darstellung werden in den Abbildungen die Prozente der drei höchsten Skalenpunkte (4 bis 6) zusammengefasst.

	Geschlecht		Migrationshintergrund		Migrationshintergrund nach Geschlecht	
	Frau	Mann	Ja	Nein	Frau	Mann
Stress-/Zeitmanagement	mehr	weniger	-	-	mehr	weniger
Durchsetzungsfähigkeit, Durchhaltevermögen/Belastbarkeit	mehr	weniger	-	-	mehr	weniger
Praxis-/Branchenerfahrung	mehr	weniger	-	-		
Faktoren erfolgreicher Gründungen	-	-	mehr	weniger	weniger	mehr
Beispiele erfolgreicher Gründungen	-	-	mehr	weniger	weniger	mehr
Entwicklung eigener Ideen zu einer selbstständigen Tätigkeit	-	-	mehr	weniger	-	-
Stärkung der eigenen Fähigkeiten für eine Selbstständigkeit	-	-	mehr	weniger	-	-
Vermittlung von gründungsrelevantem Wissen	-	-	mehr	weniger	-	-

Die Studierenden wurden weiterhin gefragt, auf welche Art und Weise entsprechende Angebote bereitgestellt werden sollten. Die nachfolgenden Abbildungen geben zunächst wieder einen Überblick über die Antworten aller Studierenden.



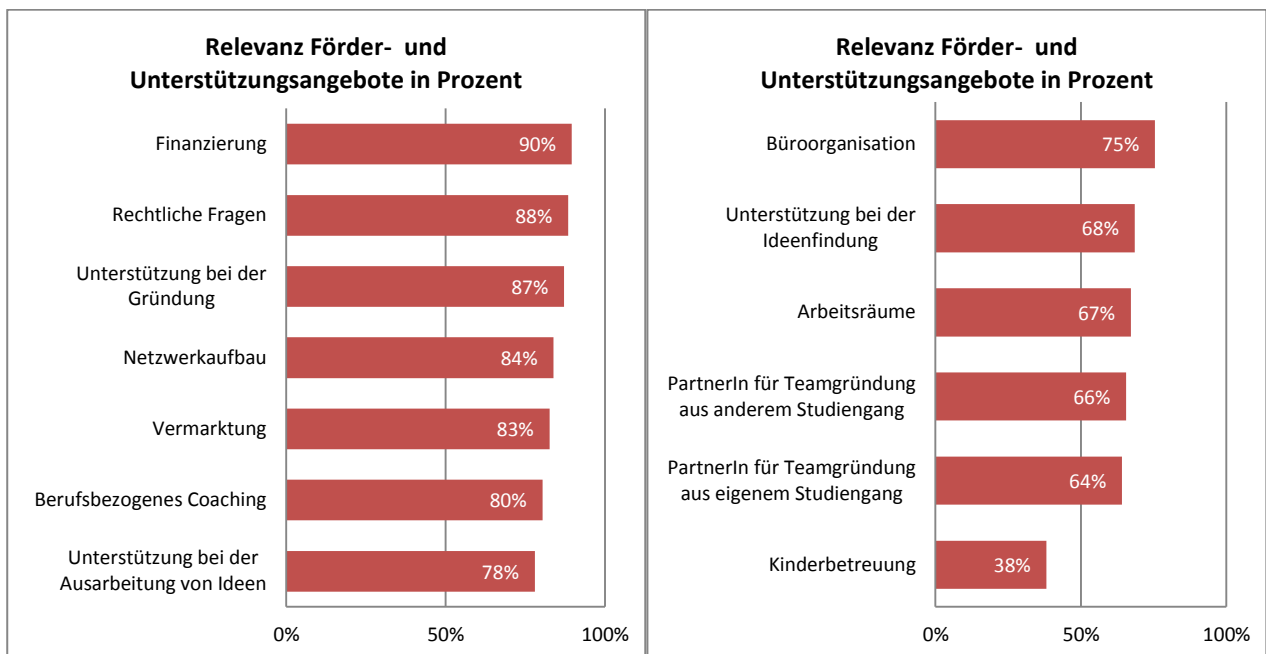
Die Unterschiede zwischen den Gruppen sind in der nachfolgenden Tabelle aufgeführt. Deutlich wird hier, dass keine Unterschiede in den Antworten von Studierenden mit internationalem und ohne internationalen Hintergrund bestehen, jedoch Unterschiede zwischen den Antworten von Studentinnen (mit internationalem Hintergrund und ohne) und Studenten (mit internationalem Hintergrund und ohne). Studentinnen äußern dabei mehr Bedarf an berufsspezifischen Praktika.

Als Veranstaltungsformate sind Workshops, Projektstage, Seminare und Exkursionen stärker von Relevanz.

	Geschlecht		Migrationshintergrund		Migrationshintergrund nach Geschlecht	
	Frau	Mann	Ja	Nein	Frau	Mann
Berufsspezifische Praktika	mehr	weniger	-	-	mehr	weniger
Workshops	mehr	weniger	-	-	mehr	weniger
Projektstage	mehr	weniger	-	-	mehr	weniger
Seminare	mehr	weniger	-	-		
Exkursionen	mehr	weniger	-	-	mehr	weniger

3.4.2. Erwünschte Unterstützung zur Aufnahme einer selbstständigen Tätigkeit

Im Rahmen der Befragung wurden diejenigen Studierenden, welche sich grundsätzlich eine Selbstständigkeit vorstellen können, um Angaben dazu gebeten (s. Abschnitt ##), welche Förder- und Unterstützungsangebote sie hinsichtlich einer Selbstständigkeit für nützlich erachten. Die nachfolgenden Abbildungen zeigen wieder die Ergebnisse der Antworten aller Studierenden.



Die Gruppentests zeigen dann wieder relativ stereotype Unterschiede zwischen den Antworten von Frauen (mit internationalem Hintergrund und ohne) und Männern (mit internationalem Hintergrund und ohne; s. nachfolgende Tabelle). So wünschen sich Frauen u.a. mehr als Männer Unterstützung durch berufsbezogenes Coaching und bei der Kinderbetreuung, außerdem sind sie stärker an Angeboten zu Büroorganisation und Finanzierung interessiert. Frauen mit internationa-

lem Hintergrund sind zudem mehr an Angeboten zu rechtlichen Fragen, zum Netzwerkaufbau und zur Unterstützung bei der Ideenfindung sowie der Suche nach einer Partnerin für eine Teamgründung aus einem anderen Studiengang interessiert.

	Geschlecht		Migrationshintergrund		Migrationshintergrund nach Geschlecht	
	Frau	Mann	Ja	Nein	Frau	Mann
Berufsbezogenes Coaching	mehr	weniger	-	-	mehr	weniger
Kinderbetreuung	mehr	weniger	-	-	mehr	weniger
Büroorganisation	mehr	weniger	-	-	mehr	weniger
Rechtliche Fragen	-	-	-	-	mehr	weniger
Netzwerkaufbau	-	-	-	-	mehr	weniger
Finanzierung	mehr	weniger	-	-	mehr	weniger
Unterstützung bei der Ideenfindung	-	-	-	-	mehr	weniger
Unterstützung bei der Ausarbeitung von Ideen	mehr	weniger	-	-	mehr	weniger
PartnerIn für Teamgründung aus einem anderen Studiengang finden	-	-	-	-	mehr	weniger
Arbeitsräume	-	-	mehr	weniger	-	-

3.4.3. Bekanntheitsgrad der bestehenden Angebote

Die Studierenden wurden auch danach gefragt, ob sie spezifische, bestehende Angebote zur unternehmerischen Qualifizierung bzw. entsprechende Institutionen der Universität/Kunsthochschule Kassel kennen. Hier zeigte sich, dass das Angebot relativ wenig bekannt ist: 75% der Studierenden geben an, den Inkubator nicht zu kennen, 66% wissen nicht, dass die Universität Unterstützung zur Gründung anbietet, 63% haben keine Kenntnis vom Ideenwettbewerb ‚Unikat‘ und 60% ist der UniKasselTransfer unbekannt (weiterhin kennen 59% den Career Service des UniKasselTransfers nicht).

Die Gruppentests zeigen hier relativ wenig Unterschiede zwischen den Gruppen der Studierenden, jedoch wird deutlich, dass die Studentinnen mit internationalem Hintergrund das Angebot der Unterstützung bei der Aufnahme einer selbstständigen Tätigkeit (noch) weniger kennen als Studenten mit internationalem Hintergrund.

4. Handlungsempfehlungen und konkrete Maßnahmen

4.1. Skizzierung des Handlungsbedarfes

Die in Kapitel 3 vorgestellten Ergebnisse der Befragung verweisen darauf, dass es aus Genderperspektive einen Handlungsbedarf im Bereich der unternehmerischen Bildung an der Universität Kassel gibt. Gesellschaftlich verankerte geschlechterstereotype Vorstellungen von Fähigkeiten und Eigenschaften und damit verwobene Bilder von Unternehmertum und/oder unternehmerischem Handeln scheinen sich vor allem auf Gründungsbereitschaft und Selbstvertrauen von Frauen mit internationalem und ohne internationalen Hintergrund auszuwirken. Insofern bietet es sich an, im Rahmen von entsprechenden Angeboten auch auf eine Veränderung der Leitbilder von Selbstständigkeit und der geschlechterstereotypen Zuschreibungen zu zielen. Zusätzlich sollte mit entsprechenden Maßnahmen auf den Bedarf an Wissensvermittlung, der von Frauen mit internationalem und ohne internationalen Hintergrund formuliert wird, reagiert werden. Aus Perspektive der Diversität besteht ebenfalls Handlungsbedarf, insbesondere da Studierende mit internationalem Hintergrund zwar eine höhere Bereitschaft zur Selbstständigkeit und/oder zur Erlernung unternehmerischer Fähigkeiten mitbringen, jedoch u.a. auch einen höheren Bedarf an Wissens- und Kompetenzvermittlung formulieren.

Zu berücksichtigen ist allerdings, dass die Wirkung entsprechender Angebote auch davon abhängen wird, wie qualifiziert sie mit Blick auf die bestehenden Gender- und Diversityaspekte vermittelt werden und inwieweit sie in das Gesamtbild der Universität eingepasst werden.

Vor diesem Hintergrund werden im Folgenden drei Ebenen von Maßnahmen unterschieden:

- Auf Ebene der **Lehrenden** und **Beratenden**: Vermittlung von Kompetenzen an Lehrende und Beratende, die sie dabei unterstützen, gender- und diversitysensible Angebote zu konzipieren und durchzuführen.
- Auf Ebene der **Studierenden**: Bereitstellung von gender- und diversitysensiblen Angeboten für unterschiedliche Zielgruppen.
- Auf Ebene der **Universität** bzw. der **Kunsthochschule** als Ganzes zur Einbettung der Thematik.

Die Maßnahmen, die auf Lehrende und Studierende zielen, reagieren auf das Zusammenspiel unterschiedlicher Aspekte der Befragung. Dabei werden auf Ebene der Studierenden unterschiedli-

che Zielgruppen berücksichtigt (Studierende nach Geschlecht, mit internationalem und ohne internationalen Hintergrund sowie gemischtgeschlechtliche Gruppen in speziellen Fachbereichen; s. hierzu Daskalakis 2012). Dabei wird mit unterschiedlichen Formaten auf die die formulierten Bedarfe der Studierenden eingegangen.

4.2. Zielgruppe Lehrende und Beratende

4.2.1. Gender- und Diversitykompetenz-Training im Bereich der unternehmerischen Bildung

Unabhängig davon, ob eigenständige Veranstaltungen zum Thema Selbstständigkeit durchgeführt werden und/oder das Thema „unternehmerisches Handeln als Schlüsselkompetenz“ in die Lehre integriert wird: Gender- und diversitysensibel können diese Angebote nur sein, wenn sie von Menschen konzipiert werden, die über *Gender- und Diversitykompetenz* verfügen. Entsprechend schlagen wir eine Weiterbildung zu Gender- und Diversitykompetenz für die Lehrenden im Bereich der unternehmerischen Bildung und für Menschen in Beratungsfunktionen vor.

Ein Gender- und Diversitykompetenz-Training umfasst dabei die Vermittlung der fachlichen, methodischen und sozialen Kompetenzen, um in wertschätzender Haltung mit Differenzen zwischen Menschen umgehen zu können und dabei das Ziel zu verfolgen, allen Menschen vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten und den Zugang zu Lebenschancen zu eröffnen. Voraussetzung hierfür ist die Bereitschaft, die eigene Geschlechterprägung zu reflektieren und eigene geschlechterstereotype Denk- und Interaktionsweisen zu erkennen und ggf. abzustellen. Ebenso gehört die Aneignung von gender- und diversitysensiblen Instrumenten und Methoden dazu.

Entsprechend können in der Weiterbildung grundlegende Erkenntnisse aus der Frauen- und Geschlechterforschung zu Gender und Diversity vermittelt werden. Dabei sind folgende Fragen relevant: Was verbirgt sich hinter den Konzepten Gender und Diversity? Welche Probleme bringen Stereotypisierungen qua Geschlecht oder anderen Identitätskategorien mit sich? Was ist die gesellschaftliche und gleichstellungspolitische Dimension dahinter? Warum spielen diese Konzepte eine Rolle für die Lehre und Beratung im Bereich der unternehmerischen Bildung? Des Weiteren sollten die Erkenntnisse aus der spezifischen Forschung zu Selbstständigkeit, Gender und Diversity und möglicherweise auch die Ergebnisse der vorliegenden Befragung thematisiert werden.

Durch die Vermittlung der Grundlagen gender- und diversitysensibler Didaktik erhalten die Lehrenden dann die nötigen Kompetenzen, ihre Veranstaltungen so zu konzipieren und durchzuführen, dass ein aktiver Umgang mit unterschiedlichen Voraussetzungen und Bedarfen aller Personen möglich wird. Hierzu sollte die Aufmerksamkeit der Lehrenden und Beratenden auf die Fragen gelenkt werden, die sich im Zusammenhang mit dem Geschlecht und anderen Identitätskategorien in der Gestaltung von Lernprozessen ergeben. Die Lehrenden sollen Werkzeuge an die Hand bekommen, die es ihnen ermöglichen, ein gender- und diversitysensibles Lernklima zu schaffen, in dem alle Personen so unterstützt werden, dass sie sich vorhandener Kompetenzen und Fähigkeiten bewusst werden, diesen vertrauen und befähigt werden, diese nach außen zu tragen.

Eine derartige Weiterbildung wirkt entsprechend auf unterschiedlichen Ebenen:

- *Erstens* wird ein Reflexionsprozess über die Rollenzuschreibungen qua Geschlecht und/oder Migration und über die Vorstellungen von Selbstständigkeit der Lehrenden und Beratenden angestoßen.
- *Zweitens* lernen die Lehrenden und Beratenden, ihre Angebote gender- und diversitysensibel zu gestalten. Dadurch profitieren zum einen sehr konkret die Teilnehmenden, zum anderen werden auf diese Weise Vorstellungen von Gender und Selbstständigkeit innerhalb der Universität und darüber hinaus langfristig verändert. Entsprechend ist ein solches Training besonders nachhaltig.
- *Drittens* werden Gender- und Diversitykompetenz durch die konkreten Lehrveranstaltungen bzw. Angebote auch an die Studierenden vermittelt und tragen somit über den hier im engeren Sinne im Fokus stehenden Aspekt der Vermittlung von unternehmerischer Bildung hinaus zur Kompetenzausprägung der Studierenden bei.

Lehrende sind (idealtypisch) nach einem solchen Training im Einzelnen in der Lage:

- Dominanzverhältnisse in Redeverhalten und Arbeitsteilung qua Geschlecht und Migration zu identifizieren und diesen entgegenzuwirken,
- Methoden zu verwenden, die die gleichberechtigte Teilnahme aller Personen fördern,
- individuelle Lebenserfahrungen von Frauen und Männern mit und ohne Migrationshintergrund (zum Beispiel bei der Wahl von Praxisbeispielen, der Auswahl von Lernmitteln, Einladungen von ReferentInnen) wertschätzend zu integrieren,
- Lehrinhalte in Bezug auf das implizierte Welt- und Menschenbild und darin enthaltene Rol-

lenzbeschreibungen zu prüfen,

- Stigmatisierungen qua Geschlecht oder Ethnizität zu vermeiden und alle Studierenden wertschätzend zu betreuen,
- eine gleichermaßen anerkennende Haltung gegenüber den Leistungen aller Personen unabhängig vom Geschlecht oder Migrationshintergrund einzunehmen,
- das gender- und diversitygerechte Handeln in der Gruppe zu fördern.

TrainerInnen zu Gender- und Diversitykompetenz können bereits über das Frauen- und Gleichstellungsbüro der Universität vermittelt werden. Ebenso bietet sich die Verankerung einer solchen Weiterbildung im Weiterbildungsprogramm der Universität an.

4.2.2. Prüfung bestehender und Planung zukünftiger Angebote

Wir empfehlen, die schon bestehenden Angebote im Bereich der unternehmerischen Bildung an der Universität Kassel hinsichtlich ihrer Gender- und Diversitysensibilität zu überprüfen und anzupassen, und zwar sowohl Maßnahmen zum Thema Gründung (Ideenwettbewerb Unikat, Info- und Trendveranstaltungen, Workshops zu fachspezifischen Themen etc.) als auch die Lehrveranstaltungen, die unternehmerisches Handeln thematisieren. Hierfür bietet es sich an, eine Gender- und Diversity-Beratung in Anspruch zu nehmen. Eine solche Beratung prüft die bestehenden Angebote und institutionellen Bedingungen nach Gender- und Diversitygesichtspunkten und erarbeitet konkrete Vorschläge zur Veränderung der Angebots- und Organisationskultur.

Folgende Aspekte sollten für die Planung zukünftiger Veranstaltungen jeglichen Formats eine Rolle spielen:

1. Vermittlung eines heterogenen Bildes von Selbstständigkeit bzw. von unternehmerischem Handeln (in Ansprache, Werbung, Konzeption von Veranstaltung)
2. Integration von Themen, die für Frauen und MigrantInnen im Kontext von Selbstständigkeit interessant sind (Vereinbarkeit, Teamarbeit, Risiko, Kompetenzen, Selbstbestimmtheit, Sicherheit, rechtliche Fragen etc.)
3. Schaffung von zielgruppengerechten Angeboten (s. Abschnitt 4.3),
4. Bereitstellung einer Kinderbetreuung für Veranstaltungen, die am Wochenende bzw. am späten Nachmittag oder abends stattfinden.

4.3. Zielgruppe Studierende

Der Inkubator stellt bereits eine Vielzahl von Angeboten zur Selbstständigkeit bereit und befasst sich mit der Integration des Themas „unternehmerisches Handeln als Schlüsselkompetenz“ in der Lehre. Bisher gibt es allerdings *erstens* keine Angebote, die explizit auf die Bedarfe von Frauen bei der unternehmerischen Bildung eingehen. Im Sinne der Frauenförderung und Gleichstellung und vor dem Hintergrund der Ergebnisse der Befragung besteht hier kurzfristig Nachholbedarf. Entsprechend zielen einige der vorgeschlagenen Maßnahmen explizit auf die Bedarfe von Frauen mit und ohne Migrationshintergrund. Im Sinne der Gleichstellung ist es sinnvoll, bestehende Angebote in Zukunft per se gender- und diversitätsensibel zu gestalten und für einen gewissen Zeitraum mit explizit an Frauen adressierten Angeboten zu ergänzen.

Zweitens gibt es bisher keine Angebote für Frauen und Männer mit internationalem Hintergrund. Da diese Gruppe sowohl Studierende mit kürzerfristigem Migrationshintergrund als auch ausländische Studierende erfasst, können sich hier neben den in der Befragung geäußerten allgemeinen Bedarfen im Speziellen auch andere Fragen in Bezug auf Unternehmensgründung ergeben, die zum Beispiel mit aufenthaltsrechtlichen Themen verknüpft sind.

Die nachfolgend vorgeschlagenen Maßnahmen für die Zielgruppe Studierende gliedern sich in Angebote im Bereich Selbstständigkeit (4.3.1) und Angebote, die auf unternehmerisches Handeln als Schlüsselkompetenz zielen (4.3.2).

4.3.1. Angebote im Bereich Selbstständigkeit

Ausrichtung eines regelmäßigen Beratungsangebots

Es wird empfohlen, eine wöchentliche Beratung zu Selbstständigkeit anzubieten, die Fragen im Zusammenhang mit Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Gründung in Teilzeit und rechtlichen Angelegenheiten klären, insbesondere auch Fragen, die für Personen mit unterschiedlichen Aufenthaltsstatus von Relevanz sind, und auf entsprechende Unterstützungsangebote aufmerksam machen kann. Diese Beratungsaktivität könnte in einem regelmäßigen Turnus an den unterschiedlichen Standorten der Universität und auch an von Studierenden stärker frequentierten Orten angeboten werden, um dies möglichst niedrigschwellig zu halten. Damit kann zugleich auch für die jeweils bestehenden Angebote im vorliegenden Themenfeld geworben und deren Bekanntheitsgrad erhöht werden. Die Werbung (und die Beratung) sollte dabei gender- und diversitätsensibel erfolgen, wobei Stereotypen zu vermeiden sind. Zugleich bietet es sich an, hierfür eine spezifische

Vorgehensweise bzw. eine spezifische Art der Darstellung zu entwickeln, sodass Wiedererkennungseffekte realisiert und somit auch Hemmschwellen abgebaut werden.

Informationsveranstaltung „Frauen und Selbstständigkeit“

Eine Informationsveranstaltung explizit für Frauen soll Studentinnen über das Thema Selbstständigkeit und unterschiedliche Beratungs- und Fördermöglichkeiten in Kassel und bundesweit informieren. Durch dieses niedrigschwellige Angebot können Frauen für das Thema Selbstständigkeit als Berufsperspektive sensibilisiert werden. In der Konzeption ist darauf zu achten, dass über unterschiedliche Modelle von Selbstständigkeit informiert wird. In der Werbung sollte auf gendersensible Sprache geachtet werden und in der Auswahl des Bildmaterials sowohl Frauen mit internationalem und ohne internationalen Hintergrund repräsentiert sein. Es wäre darüber nachzudenken, ob eine solche Veranstaltung in Kooperation mit der Bundesgründerinnen-Agentur (bga) durchgeführt wird.

Informationsveranstaltung für Studierende mit internationalem Hintergrund

In der Befragung haben Studierende mit internationalem Hintergrund ein relativ großes Interesse an Unternehmensgründung signalisiert, aber auch einen großen Bedarf an Wissensvermittlung vor allem zu den Faktoren erfolgreicher Gründung. Es bietet sich entsprechend an, eine Veranstaltung zu diesem Thema zu konzeptionieren und diese (nach zu evaluierendem Bedarf) auch mit Übersetzung Englisch-Deutsch, Deutsch-Englisch anzubieten. Bei der Ansprache und Werbung für eine solche Veranstaltung ist darauf zu achten, der Heterogenität innerhalb der Zielgruppe Rechnung zu tragen.

Seminar „Was ich als Gründerin wissen muss“

Dieses Seminar, das sich explizit an Frauen mit internationalem und ohne internationalen Hintergrund richtet, zielt vor allem auf die Vermittlung von Wissen im Zusammenhang mit Unternehmensgründung und Selbstständigkeit. Es umfasst folgende Aspekte:

- Vermittlung von Wissen über unterschiedliche Modelle von Selbstständigkeit (Teilzeit, Gründung im Team)
- Vermittlung von Wissen zu betriebswirtschaftlichen und finanziellen Aspekten und Praxis- bzw. Branchenerfahrung
- Vermittlung von rechtlichem Wissen, hier sollte auch der Aspekt des Aufenthaltsstatus bzw. der Staatsbürgerinnenschaft aufgegriffen werden

Es bietet sich an, in diesem Rahmen den Online/E-Learning-Kurs der Universität Karlsruhe zur Existenzgründung von Frauen zu nutzen: <http://www.iwi.hs-karlsruhe.de/gruenderinnen/>.

Workshop „Sei Deine eigene Chefin“

Dieser zweitägige Workshop richtet sich an Frauen mit internationalem und ohne internationalen Hintergrund, die sich für eine Gründung entschieden haben bzw. kurz davor sind. In dieser Veranstaltung sollen mithilfe unterschiedlicher Methoden konkrete Ziele in Bezug auf die Selbstständigkeit entwickelt werden. Das Ziel des Workshops ist die Erstellung eines Arbeits- und Zeitplans, aus dem hervorgeht, wie die nächsten Schritte gestaltet werden können und welche Unterstützung es hierfür gibt.

Gründungs-Coaching für Frauen

Da Studentinnen (mit internationalem Hintergrund und ohne) sich in besonderem Maße berufsbezogenes Coaching wünschen und formulieren, dass sie Unterstützung in der strategischen Planung brauchen, empfehlen wir ein Gründungs-Coaching für Frauen anzubieten. Als Gruppenangebot kann hier der Aspekt der strategischen Planung mithilfe diverser Methoden der Karriereplanung bestens bearbeitet werden. Des Weiteren können in diesem Rahmen gezielte Arbeitsschritte geplant und in Simulationen erprobt werden. Als Einzelangebot bietet dieses Format Raum für die Thematisierung von Aspekten, die im Seminarkontext evtl. nicht artikuliert werden können. Das können zum Beispiel Fragen der Familienplanung oder Ängste hinsichtlich des Schritts in die Selbstständigkeit sein. Das Coaching bietet hier Lösungsmöglichkeiten und zielt auf die Erstellung konkreter Arbeitspläne ab, die als Orientierungshilfe fungieren.

Podiumsveranstaltung mit anschließendem World-Café: Frauen gründen Existenzen

Im Rahmen dieser Podiumsveranstaltung stellen sich selbstständige Frauen mit internationalem und ohne internationalen Hintergrund mit ihren Unternehmen vor. Dabei ist relevant, dass hier unterschiedliche Modelle von Selbstständigkeit und Branchen repräsentiert werden. Diese Veranstaltung bietet einen Raum, um erfolgreiche Gründungs-Biografien kennenzulernen und über die Erfahrungen der Selbstständigen zu sprechen. Da die Studentinnen besonders starkes Interesse im Bereich der Netzwerkarbeit geäußert haben, bietet es sich an, diese Veranstaltung in Kooperation

mit dem Unternehmerinnenforum und der Bundesgründerinnen-Agentur durchzuführen und dies als Thema ebenfalls in die Veranstaltung aufzunehmen. Die Veranstaltung hat folgende Ziele:

- unterschiedliche Modelle von Selbstständigkeit sichtbar machen und auf diese Weise stereotypen Vorstellungen von Unternehmensgründung entgegenzuarbeiten,
- Vorstellung weiblicher Role Models und Gründerinnen-Biografien,
- Verankerung des Themas an der Universität Kassel,
- Reflexion der Gründungserfahrungen von Frauen vor dem Hintergrund der gendersensiblen Forschung zu Selbstständigkeit. (Es soll nicht nur um individuelle Biografien gehen, sondern diese sollen eingebettet werden in die Forschung zum Thema Gender und Selbstständigkeit, sodass von einer persönlich-individuellen Ebene abstrahiert wird.)

Gender & Gründung: Mentoring-Programm für Frauen

Zusätzlich zur Durchführung der vorgeschlagenen Veranstaltungen empfehlen wir die Implementation eines Mentoring-Programms für Frauen, die sich für eine Selbstständigkeit interessieren. Ein solches Programm umfasst alle Aspekte, die aus der Gender- und Diversityperspektive im Bereich des unternehmerischen Handelns relevant sind. Mentoring ist ein Instrument zur Karriereförderung, das u.a. bei der Gestaltung des Übergangs in das Berufsleben (Selbstständigkeit) Hilfestellung bieten soll. Im Mentoring arbeiten gründungsaffine Studentinnen (Mentees) und Personen, die sich erfolgreich selbstständig gemacht haben (MentorInnen), zusammen mit dem Ziel, den Gründungsprozess strukturiert zu planen und zu begleiten.

Ein solches Programm setzt im Studium an und begleitet idealerweise den Übergang vom Studium in die Selbstständigkeit und unterstützt somit einen erfolgreichen und qualifikationsadäquaten Einstieg in das Berufsleben. Die teilnehmenden Mentees erhalten die für sie notwendige Unterstützung, um ihre vielfältigen Kompetenzen sinnvoll einsetzen und weiterentwickeln zu können. In einer solchen Kooperation sind alle Themen und Aspekte, die in der Befragung aus Gender- und Diversityperspektive relevant sind, aufgegriffen: Als Role Model vermittelt die Mentorin ganz nebenbei ein Bild von Selbstständigkeit, mit dem sich Frauen identifizieren können. Ebenso können die fachlichen und persönlichen Themen, die für Frauen in der Entscheidung für eine Selbstständigkeit relevant sind, aus ihrer Perspektive mit Leben gefüllt werden.

Das Gründungs-Mentoring basiert auf 3 Säulen:

One-to-One-Mentoring: Persönliche Unterstützung durch eine/n MentorIn mit dem Ziel einer individuell abgestimmten Gründungsplanung.
Training: Zusätzlich zu den Tandems wird ein Begleit- bzw. Qualifizierungsprogramm angeboten (ca. 3-4 Workshops) mit Zielsetzungen wie z.B. Mentoring, betriebswirtschaftliches Wissen, Ideen-Workshop. Für Mentorinnen: Einführungsworkshop.
Networking: Die Netzwerke der MentorInnen sollen für die Mentees systematisch zum Einsatz gebracht werden. Geplant ist weiterhin ein Anschluss an regionale und hochschulinterne Mentoringnetzwerke.

An der Universität Kassel sind schon einige Mentoring-Programme installiert, sodass vor Ort das nötige Wissen vorhanden ist, um ein solches Projekt zu konzeptionieren. Es wäre auch möglich, über eine Kooperation mit dem Mentoring-Programm im Frauen- und Gleichstellungsbüro (Karriere Mentoring DIVERS) nachzudenken und ein Mentoring im Bereich Unternehmensgründung hier zu integrieren.

4.3.2. Angebote im Bereich „unternehmerisches Handeln als Schlüsselkompetenz“

Ausrichtung eines regelmäßigen Beratungsangebots

Im Rahmen des in Abschnitt 4.3.1 skizzierten wöchentlichen Beratungsangebotes kann die Themenstellung aufgenommen werden.

Workshops zu Schlüsselkompetenzen im Bereich Selbstständigkeit

Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass Frauen sich oftmals weniger kompetent wahrnehmen als ihre männlichen Kollegen und sich eine selbstständige Tätigkeit nicht zutrauen. Dies ist auch in der gendersensiblen Forschung zu Selbstständigkeit und unternehmerischer Bildung dokumentiert (Cesinger/Müller 2009, Fielden et al. 2003, Kirwood 2009, Wilson et al. 2007, Auchter/Kriz 2010). Diese Tatsache drückt sich in der Befragung als hoher Bedarf an Vermittlung von Schlüsselkompetenzen im Bereich des unternehmerischen Handelns aus. Diesen Aspekt ernst nehmend empfehlen wir die Konzeption gender- und diversitysensibler thematischer Workshops zu Stress- und Zeitmanagement, Durchsetzungsfähigkeit, Rhetorik und Networking. Eventuell empfiehlt sich die

Zusammenarbeit mit dem Career-Service, wo schon punktuell genderorientierte Angebote bereitgestellt werden.

„Empower yourself“

Zusätzlich schlagen wir eine Workshop-Reihe zu Empowerment vor. Empowerment zielt darauf, die Lebenserfahrungen von Frauen mit und ohne Migrationshintergrund zu reflektieren und die gesellschaftlichen Strukturen dahinter aufzudecken. Auf diese Weise wird die eigene Biografie im Kontext gesellschaftlicher Strukturen verstehbar und ebenso Diskriminierungen. In Rollenspielen werden Strategien entwickelt, die darauf abzielen, den Grad an Selbstbestimmung zu erhöhen. Die Teilnehmenden werden entsprechend befähigt, ihre Interessen eigenverantwortlich und selbstbestimmt zu vertreten und ihre Biografie selbstbewusst zu gestalten. Eine solche Reihe schafft sehr grundlegende Veränderungen in der Selbstwahrnehmung und Selbstvermarktung.

4.4. Universität als Ganzes und Fachbereiche

Allgemeine Verankerung

Das Thema Gender, Diversity und Selbstständigkeit sollte in der Universität allgemein stärker verankert werden. Dies geschieht erstens durch die Bereitstellung von entsprechenden Angeboten und die Aufnahme des Themas in bestehende Angebote. Zweitens sollten hier seitens des Inkubators weitere Maßnahmen ergriffen werden:

- Bereitstellung entsprechender Flyer (z.B. Bundesgründerinnen-Agentur)
- Auslage von Informationsmaterialien zur Selbstständigkeit von Frauen
- Einbezug des Themas in die Aktivitäten des Transfers
- Verwendung gender- und diversitysensibler Sprache und Bilder in Werbemaßnahmen des Inkubators. Das bedeutet, bestehende Flyer oder Webseiten darauf zu prüfen, ob hier auch Frauen und Personen mit Migrationshintergrund als GründerInnen dargestellt werden, ohne diese zu stigmatisieren.
- Ein einheitliches Layout (auch in Verbindung zur oben angesprochenen wöchentlichen Beratung) stärkt dabei die Wiedererkennungseffekte und kann somit Hemmschwellen senken.

Ansprache der Fachbereiche auf die Integration des unternehmerischen Handelns in die Lehre

Die Ergebnisse der Befragung zeigen deutliche Unterschiede in der Affinität zu Selbstständigkeit oder unternehmerischem Handeln entlang der Fachbereiche (s. hierzu und zu Folgendem Daskalakis 2012). So formulieren zum Beispiel die Geistes- und HumanwissenschaftlerInnen und die Archi-

tektInnen einen höheren Bedarf an Vermittlung wirtschaftlichen Wissens. Im MINT-Bereich geben vor allem die Studentinnen an, dass ihnen Praxiserfahrung fehlt. Entsprechend bietet es sich an, in Absprache mit den Fachbereichen über die Integration des Themenfeldes ‚unternehmerisches Handeln‘ in die Lehre zu sprechen und in den Fachbereichen Seminare oder Workshops zu (betriebs-)wirtschaftlichem Wissen anzubieten. Auch haben viele Fachbereiche mittlerweile eigene Stellen eingerichtet, die mit dem Praxisbezug im Studium befasst sind und konkrete Angebot an die Lehrenden formulieren. Der Inkubator könnte hier die zuständigen Personen identifizieren und Kooperationen induzieren bzw. realisieren. Vor dem Hintergrund der Ergebnisse der Befragung steht die Ansprache der Fachbereiche Geistes- und Humanwissenschaften und der MINT-Studiengänge hierbei im Vordergrund.

Vernetzung mit lokalen Akteuren im Themenfeld Gender und Selbstständigkeit

Wir empfehlen eine verstärkte Zusammenarbeit seitens des Inkubators mit Akteuren im Bereich Gender, Diversity und Selbstständigkeit. Auf regionaler Ebene bietet sich u.a. die Kooperation mit dem Unternehmerinnenforum an, mit dem bereits ein Netzwerk von selbstständigen Frauen besteht, die sich mit den angesprochenen Problemlagen von Frauen in der Selbstständigkeit und im Gründungsprozess auseinandersetzen. Vor kurzem hat hier ein Workshop zu Erfolgsteams stattgefunden, welcher darauf zielte, Einzelpersonen in Arbeitsgruppen zusammenzuführen und so gegenseitiges Lernen und Unterstützen zu befördern. Des Weiteren gibt es das Aktionsbündnis der Frauenbeauftragten der Stadt und des Landkreises Kassel und der Arbeitsagentur „Frauen und Arbeit“. Hier besteht eine aktive Arbeitsgruppe zu Unternehmensgründung und Selbstständigkeit.

5. Schlussbetrachtung

In der vorliegenden Publikation werden auf Basis der Auswertungen einer Studierendenbefragung aller Studierenden der Universität und der Kunsthochschule Kassel Vorschläge für eine gender- und diversitysensible ‚Entrepreneurship Education‘ formuliert. Sie bietet damit eine Grundlage für die gleichstellungs- und diversityorientierte Arbeit des Inkubators mit dem Ziel, die Personengruppen, die sich bisher an das Thema Selbstständigkeit oder unternehmerisches Handeln nicht „herantrauen“ oder ein Informations- und Wissensdefizit beklagen, mit zielgruppengerechten Maßnahmen zu erreichen. Die Vorschläge, die hier erarbeitet wurden, sind als initiierend anzusehen. Weitere Formate und/oder Inhalte sind denkbar und können sich insbesondere auch im Rahmen der Umsetzung ergeben. Wir gehen dabei auch davon aus, dass die bereits bestehenden Angebote dahinge-

hend geprüft werden, inwieweit diese nach Gender- und Diversityaspekten zu überarbeiten sind. Wir verstehen die hier vorgeschlagenen Maßnahmen insofern auch als Ergänzung und Fortentwicklung der bestehenden Angebote im Bereich der unternehmerischen Bildung an der Universität und der Kunsthochschule Kassel.

Zu berücksichtigen ist jedoch, dass derartige Konzepte davon leben, dass sie in ein entsprechendes Milieu eingebettet sind. Insofern erscheint es uns nicht hinreichend, nur Angebote an die Studierenden zu richten, sondern auch die Weiterbildung der Lehrenden sowie die Positionierung der Universität als Ganzer ist ebenso von Bedeutung wie die Einbettung der Thematik in den Fachbereichen – die Vorschläge für Maßnahmen, die im Abschnitt 4 dargestellt werden, sind hieran orientiert. Dies kann umso besser gelingen, je mehr Universität und Kunsthochschule Kassel Gender- und Diversityaspekte ganz praktisch auch in den vielfältigen Aspekten des universitären Alltags und Auftrags aufnehmen und umsetzen.