



Munich Personal RePEc Archive

Matching Tools and Processes in the Context of Junior and Senior Entrepreneurship

Egbert, Henrik and Neumann, Thomas and Rasmus, Anke

Hochschule Anhalt, Hochschule Anhalt, Universität Kiel

28 March 2014

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/54829/>

MPRA Paper No. 54829, posted 28 Mar 2014 14:18 UTC

Matchingtools und Matchingprozesse im Kontext von Junior und Senior Entrepreneuren

Henrik Egbert[#], Thomas Neumann[#], Anke Rasmus⁺

[#] Hochschule Anhalt, Fachbereich Wirtschaft

⁺ Universität Kiel, Institut für Betriebswirtschaftslehre

Inhalt: In diesem Beitrag wird ein Matchingprozess zwischen Junior und Senior Entrepreneuren dargestellt, wie er im Kontext der Teambildung für Unternehmensgründungen gestaltet werden kann. Dabei wird auf die Prozesse und die eingesetzten Tools eingegangen. Die Darstellung bezieht sich auf das Projekt „Gründungstandem“ zur Anbahnung von Unternehmensneugründungen, welches in Sachsen-Anhalt von 2012-2014 durchgeführt wird.

Abstract: This paper describes a matching process between junior and senior entrepreneurs in the context of team formation. Such a matching process can be initiated in the context of setting up a new enterprise. The authors describe the tools used in the matching process of team formation. The paper is based on experiences from the project Gründungstandem whose objective is to promote the founding of new businesses and is in operation in Saxony-Anhalt in the timespan 2012-2014.

JEL: M13, M59

Keywords: Matchingprozess, Teambildung, Unternehmensneugründung, Junior Entrepreneur, Senior Entrepreneur, Psychometrischer Test, F-DUP, Präferenzabfrage

In diesem Arbeitspapier werden Ergebnisse des Projekts „Gründungstandem“ dargestellt. „Gründungstandem“ ist ein Projekt der Hochschule Anhalt, gefördert aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds und des Ministeriums für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt.



Für die im Text dargestellten Inhalte sind ausschließlich die Autoren verantwortlich.

1. Einleitung: Teambildung und Matching

Unternehmensgründungen können von Einzelpersonen oder von Teams realisiert werden. Gründungen im Team haben allerdings eine höhere Erfolgswahrscheinlichkeit als Einzelgründungen (vgl. Lechler 2001; Beckman et al. 2007; Matsuda 2009). Bei Teamgründen ist die Frage nach der idealen Teamkomposition zentral. Die Bedeutung der Teambildung ergibt sich aus den Anforderungen, die der Gründungsprozess an die Persönlichkeitseigenschaften und Fähigkeiten potenzieller Gründer stellt. Diesen komplexen Anforderungen werden einzelne Personen regelmäßig nicht vollständig gerecht. Eine Lösungsmöglichkeit ist die Bildung eines Teams aus Partnern, deren Eigenschaften und Fähigkeiten komplementär sind (Lechler 2001; Beckman 2006; Beckman et al. 2007; ergänzend Chen 2013; Eesley et al. 2013).

Eine solche Teambildung kann entweder durch einen Markt koordiniert werden oder durch einen Intermediär gesteuert erfolgen. Dabei kann die Nutzung des Marktes, auf dem gründungswillige Personen selbstständig potenzielle Teampartner finden und bewerten müssen, mit hohen Suchkosten verbunden sein. Diese können dazu führen, dass vergleichsweise weniger Unternehmen im Team gegründet werden, als prinzipiell möglich wäre. Durch Intermediäre, wie Banken, Steuerberatungsbüros, Business Inkubatoren, Kammern oder Hochschulen, können gesteuerte Teambildungen und Gründungen erfolgen. Diese Intermediäre senken für die beteiligten Akteure die Suchkosten.

Intermediäre, die den Teambildungsprozess initiieren und begleiten, können sowohl private als auch öffentliche Anbieter sein. Der Unterschied zwischen privaten und öffentlichen Anbietern besteht im Wesentlichen darin, dass private Anbieter ein monetäres Interesse an einem erfolgreichen Teambildungsprozess haben. Bei öffentlichen Intermediären fehlt in der Regel dieses monetäre Eigeninteresse. Für öffentliche Intermediäre sind erfolgreiche Neugründungen wegen der erwarteten positiven monetären Effekten für die Haushalte (Steuermehreinnahmen, geringe Belastung der Sozialkassen, höhere Beschäftigtenquoten), der positiven Effekte auf den Konsum, sowie weiterer positiver externer Effekte für die Gesellschaft von Interesse. Die Funktion eines solchen öffentlich finanzierten Vermittlers können unter anderem Hochschulen übernehmen.¹

Für private wie öffentliche Intermediäre stellt die effektive Ausgestaltung der Teambildung häufig ein Problem dar. Zwar können individuelle Eigenschaften von gründungswilligen Personen mithilfe von Tests unterschiedlicher Güte erfragt und erfasst werden, die systematische und aufeinander abgestimmte Anpassung von verschiedenen Erhebungstools und eine anschließende systematische Datenauswertung wird in der Gründerpraxis allerdings nur eingeschränkt durchgeführt. Dies kann ein Problem darstellen, weil dadurch potenziell geeignete Partner nicht als mögliches Gründungsteam erkannt und damit die erwarteten Effekte nicht realisiert werden.

¹ Vgl. auch zur öffentlichen Förderung für Ostdeutschland OECD (2013) und allgemein Lücke et al. (2010).

Die besprochene Teambildung im Unternehmerkontext kann an die wissenschaftliche Forschung im Bereich des Matching angeschlossen werden.² Ohne an dieser Stelle auf die aktuelle theoretische Diskussion einzugehen (vgl. beispielhaft Sotomayor 1999; Pini et al. 2013), erläutern wir in diesem Beitrag ein Praxisbeispiel zur Gestaltung von Matchingtools in einem Matchingprozess zur Teambildung für Unternehmensneugründungen. Hierbei handelt es sich um Erkenntnisse aus dem Projekt *Gründungstandem*³, welches von 2012 bis 2014 durch die Hochschule Anhalt realisiert und aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds sowie des Ministeriums für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt finanziert wird. Projektziel ist die Anbahnung von Unternehmensneugründungen in Sachsen-Anhalt.

Den zentralen Ansatz dieses Projektes bildet das Initiieren eines Teambildungsprozesses zwischen bereits etablierten Unternehmern und ausgewählten Hochschulabsolventen, um dadurch Gründerteams zu kreieren, welche optimale Voraussetzungen für die Gründung besonders wachstumsstarker Unternehmen mitbringen.⁴ Dabei können die Partner ganz unterschiedliche Ressourcen in das Team einbringen (vgl. Lechler 2001; Prat 2002; Fabel 2004; Müller 2008). Um die Zusammenführung etablierter Unternehmer und potenzialstarker Hochschulabsolventen zu gestalten, wurden im Projekt aufeinander abgestimmte Erhebungstool entwickelt und mit einem psychometrischen Test zur Ermittlung von Gründungspotenzialen kombiniert. Diese Erhebungstools stellen wir im Folgenden zusammen mit dem Ablauf des im Projekt initiierten Matchingprozesses dar. Wir sprechen für die einfachere Darstellung des Matchingprozesses nachfolgend von *Senior Entrepreneur* und *Junior Entrepreneur*, die ein Team bilden können.

In unserem Kontext sind Junior Entrepreneure Hochschulabsolventen, die besondere Merkmale und Fähigkeiten aufweisen, sodass sie mit einer vergleichsweise hohen Wahrscheinlichkeit zukünftig als Unternehmer geeignet wären. Sie verfügen in der Regel über keine oder nur begrenzte finanziellen Ressourcen, die sie in eine Neugründung einbringen könnten.

Senior Entrepreneure verstehen wir als Personen, die bereits ein Unternehmen gegründet haben oder leiten, wobei sich dieses Unternehmen im Markt etabliert hat. Die Senior Entrepreneure verfügen neben anderen Ressourcen in der Regel auch über Kapital, welches sie in eine mögliche Neugründung einbringen könnten. Bei unseren Überlegungen gehen wir davon aus, dass es in den meisten Anwendungsszenarien weniger Senior als Junior Entrepreneure gibt und letztere den Senior Entrepreneuren im Matchingprozess zugeführt

² Die theoretische Forschung zu Matchingprozessen hat in den letzten Jahren erhebliche Fortschritte gemacht. Durch die Verleihung des Nobelpreises für Ökonomie im Jahr 2012 an Alvin E. Roth und Lloyd S. Shapley für ihre Beiträge zum Marktdesign, ist für den Wissenschaftsbereich, an den der Matchingdiskurs gekoppelt ist, ein weiterer Forschungsschub zu erwarten. Die Übertragung der theoretischen Ansätze zum Matching auf tatsächlich existierenden Märkten, d.h. in die Praxis, befindet sich allerdings noch in ihren Anfängen. Vergleichsweise gut untersucht sind Heiratsmärkte, siehe Gale und Shapley (1962), Teo et al. (2001), Abdulkadıroğlu et al. (2005), Sorensen (2007).

³ www.gruendungstandem.de (abgerufen am 4.3.2014).

⁴ Für die Bedeutung von Teambildungsprozessen in verschiedenen Kontexten vergleiche Hambrinck et al. (1996), Rued et al. (2003), Harper (2008), Chen (2013), Eesley et al. (2013).

werden. Die Anzahl der Teammitglieder ist dabei prinzipiell nicht ex ante vorgegeben, sondern hängt vom spezifischen Kontext des Gründungsvorhabens ab.

Die im Projekt gewonnenen Erfahrungen und entwickelten Tools lassen sich auf ähnliche Matchingprozesse im Gründungskontext übertragen bzw. nutzen. Sie eignen sich beispielsweise für die Zusammenführung potenzieller Kandidaten im Kontext einer Unternehmensnachfolge.⁵

In den nächsten Abschnitten erklären wir den von uns entwickelten Auswahlprozess und die Datenerhebung zunächst allgemein, dann für die Seite der Junior und anschließend für die Senior Entrepreneur, bevor mit Erfahrungen zum Matchingprozess abgeschlossen wird. Da es sich um ein noch laufendes Projekt handelt, erfolgt an dieser Stelle noch keine Datenanalyse.

2. Die Konzeption des Matchingprozesses

Auf beiden Seiten des Auswahlprozesses, der für Junior und für Senior Entrepreneur, werden in einem mehrstufigen Prozess Erhebungstools implementiert (Abbildung 1). Dabei sind jene auf der Senior-Seite abhängig von denen auf der Junior-Seite.

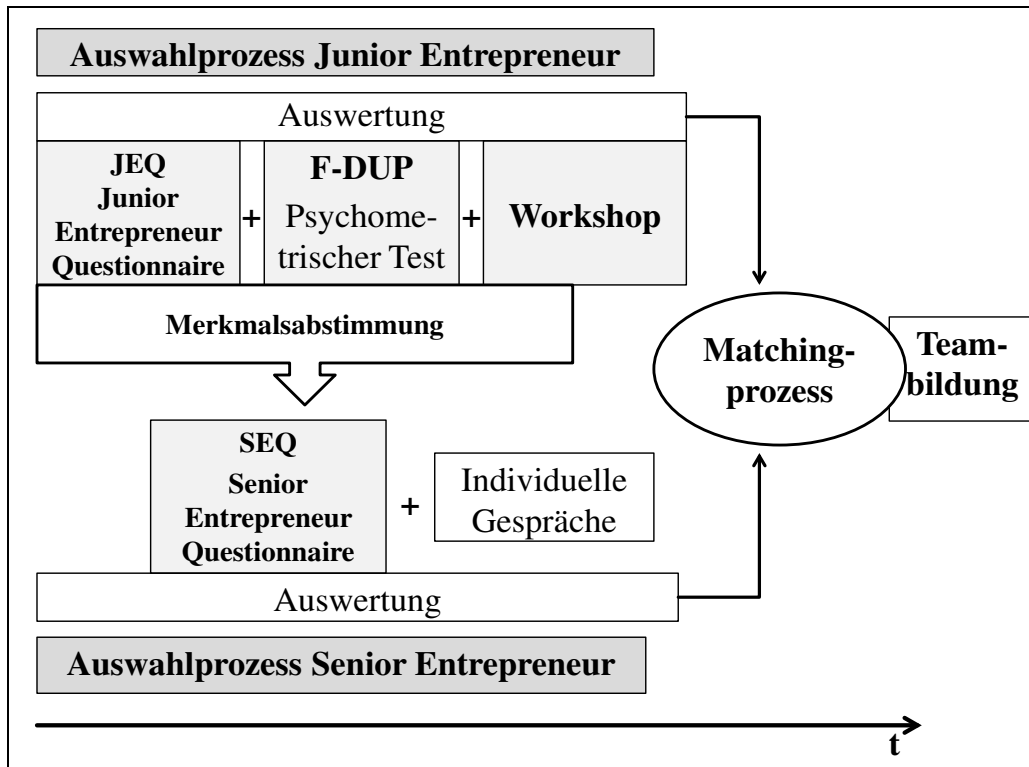
Bei den Junioren bildet das Ausfüllen eines Fragebogens den ersten Schritt im Auswahlprozess und ist zugleich Voraussetzung für die Teilnahme am Projekt Gründungstandem. Diesen Fragebogen nennen wir nachfolgend *Junior Entrepreneur Questionnaire* (JEQ). Mit dem JEQ werden individuelle Qualifikationen und Fähigkeiten, beispielsweise Bildungsabschlüsse, Berufserfahrungen oder Studienorte (siehe Anlage 1), ermittelt.⁶ Einige Fragen wurden so konzipiert, dass weitere Informationen aus den Antworten, beispielsweise ob zwischen dem Ort des Abiturs und dem des Studiums eine Mobilitätsphase lag, ableitbar sind. Auf der zweiten Stufe wird das Ausfüllen eines psychometrischen Tests verlangt. Hierbei handelt es sich um den in der Gründungsförderung eingesetzten F-DUP^N (Müller 2010a) zur Diagnose unternehmerischer Potenziale (vgl. Watzka 2006; Strack und Siegmund 2010; zusätzlich Müller 2010b). Dieser Test wurde gewählt, weil er gezielt die Ausprägung von Merkmalen, welche für eine unternehmerische Tätigkeit wichtig sein können, beispielsweise Leistungsmotivstärke, Unabhängigkeitsstreben oder Belastbarkeit, ermittelt.⁷ Selektierte Teilnehmer werden im dritten Schritt zu einem Workshop eingeladen.

⁵ Die hier dargestellten Erhebungstools können ohne vorherige Rückfrage bei den Autoren für die Anwendung in ähnlichen Kontexten übernommen werden, solange auf dieses Arbeitspapier verwiesen wird.

⁶ Einige Fragen wurden übernommen aus Steuer und Lange (2011, A12-A33).

⁷ Vgl. ergänzend Littunen (2000), Frank et al. (2007) und Caliendo (2013).

Abbildung 1: Konzeption des Matchingprozesses



Die so selektierten Junior Entrepreneure müssen entsprechend der erhobenen Merkmale anschließend den Senior Entrepreneuren zugeordnet werden. Um dieses zu ermöglichen, wird bei den Senior Entrepreneuren systematisch erhoben, welche individuellen Merkmale sie bei den Junior Entrepreneuren als besonders relevant einschätzen. Aus diesem Grund werden die Senior Entrepreneure nach ihren Präferenzen, sowohl in Hinsicht auf im JEQ erhobene Merkmale, als auch auf Ergebnisse des psychometrischen Tests (F-DUP^N) und Ergebnisse des Workshops gefragt. Den hierfür konzipierten Fragebogen nennen wir *Senior Entrepreneur Questionnaire* (SEQ).

3. Datenerhebung und Auswahl bei den Junior Entrepreneuren

Potenzielle Junior Entrepreneure, die an diesem Projekt teilnehmen möchten, sollen einen Hochschulabschluss haben. Diese Zugangsbarriere wurde gewählt, da ein Projektziel die Anbahnung von Gründungsteams in wachstumsstarken Branchen ist. Dies setzt, insbesondere in technologieorientierten Sektoren, ein Mindestmaß an Humankapital (hier Bildungsabschluss) der potenziellen Teammitglieder voraus⁸. Aus diesem Grund werden insbesondere

⁸ Bates (1990); Brüderl et al. (1992); Cooper et al. (1994); Gimeno et al. (1997); Bosma et al. (2004); Barringer et al. (2005); Colombo und Grilli (2005).

Personen angesprochen, die einen Bachelorabschluss erworben haben.⁹ Die Ansprache erfolgte über verschiedene Kanäle (siehe Anlage 3).

Circa 50 Prozent der Teilnehmer sind allerdings Doktoranden beziehungsweise Post-Doktoranden verschiedener Fachrichtungen an Hochschulen – bundesweit, mit regionaler Konzentration in den Neuen Bundesländern – und mit einem Schwerpunkt in den MINT-Fächern.

Sowohl der JEQ als auch der F-DUP^N erfolgt nach der Registrierung online. Nach dem Ausfüllen des JEQ werden die Teilnehmer anschließend zum F-DUP^N weitergeleitet. Diesen können sie nur dann ausfüllen, wenn vorher der JEQ vollständig beantwortet wurde und die definierten Mindestanforderungen erfüllt sind. Nach dem Test erhalten alle Teilnehmer automatisch ihr individuelles Abschneiden im F-DUP^N per E-Mail zugeschickt.

Aus den kodierten Antworten des JEQ und den Ergebnissen des F-DUP^N wird automatisiert ein elektronischer Datensatz erstellt, der für die interne Auswertung genutzt wird. Bereits an dieser Stelle besteht die Möglichkeit aus dem Pool der Teilnehmer solche zu identifizieren, die bestimmte Merkmalsausprägungen und Merkmalskombinationen aufweisen.

Ausgewählte Teilnehmer werden anschließend zu persönlichen Gesprächen in Form von Workshops, die Elemente von Assessment-Centern beinhalten¹⁰, eingeladen. Die Auswahl der Teilnehmer erfolgt einerseits über das Ergebnis im F-DUP^N und andererseits wird die Information, ob bereits eine konkrete Unternehmensidee vorliegt, berücksichtigt. Insofern nehmen an den Workshops sowohl Teilnehmer mit vergleichsweise sehr hohen F-DUP^N Punkten teil als auch solche, die eine konkrete Gründungsidee zu realisieren beabsichtigen.

Der im Auswahlprozess verwendete Fragebogen zur Diagnose unternehmerischer Potenziale, F-DUP^N (Müller 2010a), welcher ursprünglich auf den *Entrepreneurial Potential Questionnaire* (King 1985) zurückgeht, misst die Ausprägung von zehn unternehmerisch relevanten Merkmalen. Der F-DUP^N besteht aus je neun Items pro Testmerkmal und besitzt ein forced-choice-Format.¹¹ Dieses gibt zwei Antwortalternativen vor, je eine merkmalskritisch und eine merkmalsneutral formulierten Alternative, pro Item (vgl. Müller 2010a, 4). Je Merkmal kann ein Teilnehmer bis zu 9 Punkte (1 Punkt je Item) erhalten. Über alle Merkmale sind in Summe somit maximal 90 Punkte erreichbar. Die Güte des F-DUP^N ist mittels einer empirischen Studie untersucht worden (vgl. Müller 2010a).

⁹ Teilnehmer, die sich noch im Bachelor Studium befinden, können ebenfalls am Programm teilnehmen. Allerdings ist ihre Zahl insgesamt relativ klein.

¹⁰ Der Workshop beschränkt sich auf einen Tag und hat nicht den Umfang, wie beispielsweise das von Watzka (2006) beschriebene Assessment-Center.

¹¹ Der Befragte hat aus vorgegebenen Antwortoptionen jene zu wählen, die am besten zu ihm passt.

Die zehn betrachteten Merkmale unterteilen sich wie folgt:

- Drei motivationale Merkmale (Leistungsmotivstärke, Internale Kontrollüberzeugung, Unabhängigkeitsstreben),
- zwei affektive Merkmale (Allgemeine Antriebsstärke, Belastbarkeit),
- drei kognitive Merkmale (Problemlöseorientierung, Risikoneigung, Ungewissheitstoleranz),
- zwei soziale Merkmale (Durchsetzungsbereitschaft, soziale Anpassungsfähigkeit).¹²

Anhand der erzielten Gesamtpunktzahl lässt sich das unternehmerische Potenzial einer Person wie folgt klassifizieren: (1) 0 bis 52 Punkte weisen auf ein nur geringes, (2) 53 bis 65 Punkte weisen auf ein mittleres und (3) 66 bis 90 Punkte weisen auf ein hohes unternehmerisches Potenzial hin.¹³

In Rahmen des Selektionsprozesses zur Identifikation potenzialstarker Junior Entrepreneure werden alle Teilnehmer deren Testergebnis in Gruppe (3) liegt, unabhängig davon, ob sie über eine eigene Gründungsidee verfügen oder nicht, zum Workshop eingeladen. Teilnehmer, deren Testergebnis in der Gruppe (2) liegt, werden dann zum Workshop eingeladen, wenn aus ihren Antworten im JEQ besondere Fähigkeiten oder Kompetenzen hervorgehen, die schwächere Ausprägungen im F-DUP^N kompensieren können¹⁴ oder wenn sie über eine eigene Gründungsidee verfügen. Teilnehmer deren Testergebnis in der Gruppe (1) liegt, werden, unabhängig vom Vorhandensein einer eigenen Gründungsidee, nicht zum Workshop eingeladen.

Die Teilnehmer, die zum Workshop eingeladen werden und dieser Einladung nachkommen, werden mit drei zentralen Elementen im Workshop konfrontiert. Den Auftakt bildet ein Rollenspiel, welches die Merkmale *kreatives Denken, soziale Kompetenz, Planung und Organisation* sowie *Führungsfähigkeit* beziehungsweise *Initiative* adressiert. Anschließend erhalten die Teilnehmer die Ideenskizze eines potenziellen Produkts, für welches sie ein Vermarktungskonzept entwickeln und dieses im Tagesverlauf präsentieren müssen. Parallel zur Bearbeitung dieser Aufgabenstellung finden individuelle Interviews statt.

Neben dem persönlichen Kennenlernen der Mitarbeiter von Gründungständern und den potenziellen Junior Entrepreneuren sowie dem Informationsaustausch zu bereits vorliegenden Gründungsideen, steht die Erhebung von weiteren Merkmalen der Junior Entrepreneure

¹² Die zehn Testmerkmale werden in der Literatur (Müller 2010a) ausführlich beschrieben und deshalb hier nur benannt, ohne sie detaillierter vorzustellen.

¹³ Zur Interpretation der Klassifizierung und zur Prognose der Erfolgsaussichten einer beruflichen Selbstständigkeit von Personen in den drei Gruppen vergleiche Müller (2010a, 31).

¹⁴ Verfügt eine Person beispielsweise über spezielle fachliche Kenntnisse, kann die Aufnahme dieser Person in ein Gründerteam auch dann gerechtfertigt sein, wenn die Ergebnisse im F-DUP^N zunächst nur ein mittleres unternehmerisches Potenzial belegen.

im Fokus der Workshops. Um die erhobenen Daten systematisch auszuwerten, aber auch um die Senior Entrepreneurinnen nach ihren Präferenzen in Bezug auf die Ausprägung dieser Merkmale bei potenziellen Junior Entrepreneurinnen fragen zu können, ist die Erhebung und Bewertung der Merkmale standardisiert.

Im Rollenspiel werden die Teilnehmer von den Mitarbeitern von Gründungsteams beobachtet. Anschließend tragen die Mitarbeiter ihre Beobachtungen zusammen und verdichten die Einzelbeobachtungen zu einer gemeinsamen Beobachtung. Auf der Grundlage dieser gemeinsamen Beobachtung erfolgt dann die Bewertung der Ausprägung des Merkmals. Hierfür wird eine Skala von 1 bis 5 verwendet. Dabei repräsentiert die 3 eine zu erwartende durchschnittliche, die 5 steht für eine extrem überdurchschnittliche und eine 1 für eine extrem unterdurchschnittliche Ausprägung. Moderate Abweichungen vom Durchschnitt beschreiben Ausprägungen von 2 oder 4.

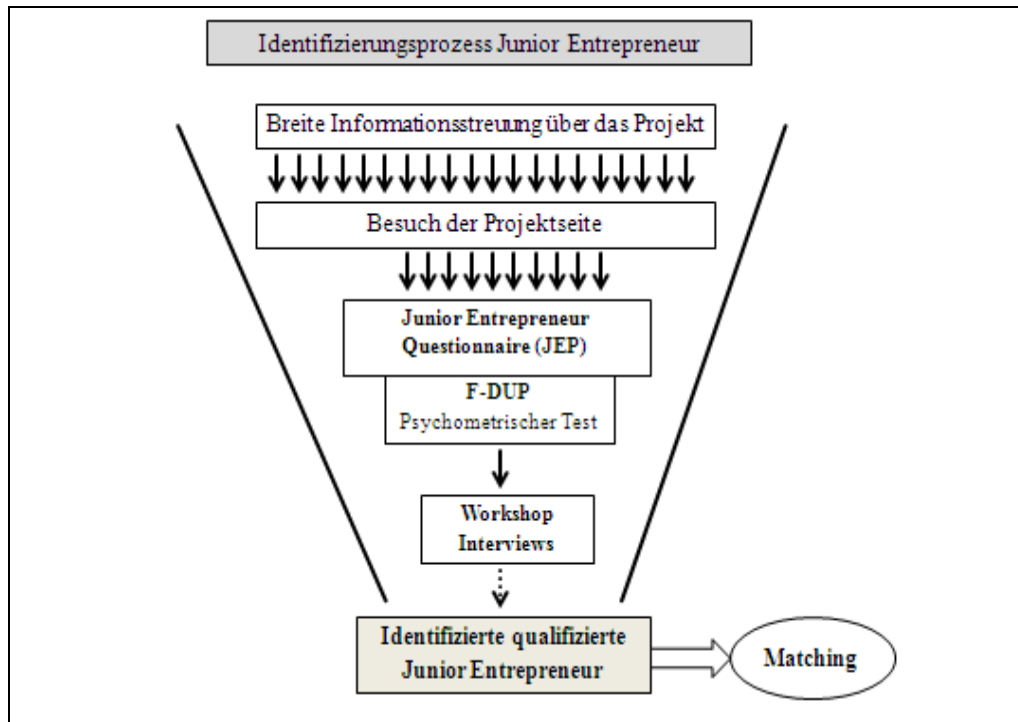
Um die im Interview gewonnenen Informationen auszuwerten zu können, wird bei allen Junior Entrepreneurinnen eine Anzahl identischer Fragen gestellt. Die Ergebnisbewertung der Bearbeitung des Vermarktungskonzepts und der zugehörigen Präsentationen erfolgt in ähnlicher Weise wie die Auswertung des Rollenspiels. Auch hier beobachten die Mitarbeiter von Gründungsteams zunächst individuell. Der Schwerpunkt der Beobachtung liegt auf den Merkmalen *Kommunikation*, *analytisches Denken*, *Motivationsfähigkeit* beziehungsweise *Überzeugungskraft* und *Umsetzung der Aufgabenstellung*. Zusätzlich wird das allgemeine Auftreten beobachtet. Auch hier erfolgt zunächst eine Überführung der Einzelbeobachtungen. Anschließend werden die Ausprägungen der Merkmale entsprechend der gebündelten Einzelbeobachtungen mittels der oben beschriebenen Skala bewertet.

Anhand der Beobachtungen und Bewertungen der Merkmalsausprägungen durch das Gründungsteams-Team werden die Teilnehmer im Anschluss an den Workshop als (1) potenzielle Matching-Kandidaten, (2) ‚nicht förderfähig‘ im Kontext öffentlich geförderter Gründungsprogramme eingestuft oder, abhängig von den Beobachtungen, (3) in eine alternative Förderung vermittelt. Dies ist beispielsweise dann der Fall, wenn ein Teilnehmer ein hohes unternehmerisches Potenzial aufweist und eine eigene Gründungsidee hat, die Erfolgswahrscheinlichkeit des Gründungsvorhabens im Fall einer Einzelgründung jedoch höher eingeschätzt wird. Den Teilnehmern, bei denen im Verlauf des Workshops Schwächen offenbar werden, die eine Einstufung als potenzieller Matching-Kandidat verhindern, werden gezielt Maßnahmen empfohlen und gegebenenfalls auch vermittelt, durch welche diese Schwächen abgebaut werden können.

Somit entsteht ein Gesamtprozess, dessen Screening mit einer Selbstwahlentscheidung als Reaktion auf die breite Informationsstreuung beginnt und mit der Selektion von potenzialstarken, für eine Teamgründung geeigneten, Junior Entrepreneurinnen endet. Dieses mehrstufige Auswahlverfahren identifiziert aus einer vergleichsweise großen potenziellen Anzahl an Teilnehmern wenige geeignete Junior Entrepreneurinnen. Der Prozess ist in Abbildung 2 dargestellt. Dabei bilden die Pfeile ab, dass aus relativ vielen Personen, die die Information über

das Projekt erhalten haben, am Ende nur wenige übrigbleiben, die als potenzielle Junior- oder Entrepreneurinnen in den Matchingprozess aufgenommen werden.

Abbildung 2 : Selektionsprozess zur Identifizierung von Junior Entrepreneurinnen



4. Datenerhebung bei den Senior Entrepreneurinnen

Das beschriebene Konzept bei der Auswahl der Junior Entrepreneurinnen hat einerseits das Ziel diejenigen unter ihnen zu identifizieren, die sich aufgrund individueller Merkmale, Erfahrungen und Fähigkeiten als Personen mit sehr hohem Potenzial für eine erfolgreiche Teamgründung erkennen lassen. Andererseits ist der Auswahlprozess selbst ein Qualitätsmerkmal für die Arbeit des Intermediärs. Dieses Qualitätsmerkmal, die gezielte Identifikation potenzieller Junior Entrepreneurinnen in einem mehrstufigen Prozess, ist somit auch ein Signal für Senior Entrepreneurinnen, dass ihnen nur Kontakte zu potenziellen Partnern vermittelt werden, die gezielt ausgewählt worden sind.

Senior Entrepreneurinnen sind im Projektkontext insbesondere mittelständische Unternehmerinnen und Unternehmen im produzierenden Gewerbe mit regionalem Schwerpunkt in Sachsen-Anhalt. Zur Kontaktaufnahme werden verschiedene Kanäle, wie Direktansprache, Unternehmensnetzwerke, Verbände und die Kontaktaufnahme durch andere Intermediäre, wie KfW-Berater oder Steuerberater genutzt.

In persönlichen Gesprächen wird über die Möglichkeiten einer Teambildung mit dem Ziel einer Unternehmensneugründung ggf. -ausgründung gesprochen. Bei diesen Gesprächen geht es auch darum, den Bedarf der Senior Entrepreneurinnen in Bezug auf Merkmale potenzieller Partner, also Junior Entrepreneurinnen, zu eruieren. Wir sind bei der Konzeption des Erhebungstools davon ausgegangen, dass diese Bedarfe immer individuell sind und durch die Persönlichkeit, die Geschäftsidee, die Branche und weitere spezifische Faktoren beeinflusst werden. Eine systematische Erfassung ist gleichwohl notwendig, weil ansonsten keine Möglichkeit besteht, einen fundierten Matchingprozess zu initiieren.

Zu diesem Zweck wurde der Senior Entrepreneur Questionnaire (SEQ) konzipiert. Mit Hilfe des SEQ werden die Präferenzen in Bezug auf die im JEQ, mittels des F-DUP^N und die im Workshop ermittelten Merkmale der Junior Entrepreneurinnen bei den potenziellen Senior Entrepreneurinnen erfragt. Das heißt, die Senior Entrepreneurinnen geben individuelle Auskunft zu ihren Präferenzen in Bezug auf bestimmte Merkmale von potenziellen Teampartnern, also den Junior Entrepreneurinnen. Da es unmittelbar im Sinne der Teilnehmer ist, ihre diesbezüglichen Präferenzen zu offenbaren, ist eine inzentivierte Abfrage nicht notwendig. Nachfolgend erläutern wir den hierfür konzipierten Senior Entrepreneur Questionnaire (siehe Anlage 2).

Der SEQ greift erstens die im F-DUP^N erhobenen Eigenschaften auf, zweitens werden Merkmale erfragt, die aus dem JEQ bekannt sind und drittens wird auch auf Informationen aus den Workshops eingegangen. Die Befragung umfasst vier Abschnitte. Zunächst wird dem Befragten eine Erklärung über die elf im SEQ behandelten Kategorien gegeben. Anschließend folgen zwei Abschnitte mit Fragen und als Letztes werden Informationen zur Person des Befragten erhoben (siehe Anlage 2).

Nach Erklärung dieser Merkmale im SEQ wird der Befragte gebeten, ein Ranking der Merkmale entsprechend ihrer Wichtigkeit vorzunehmen. Hierfür soll er mindestens die aus seiner Sicht vier wichtigsten Merkmale entsprechend kennzeichnen und in eine Reihenfolge bringen.

Anschließend beginnt die Präferenzabfrage in Bezug auf die einzelnen Merkmale. Hierbei wird der Befragte gebeten auf einer Skala von Null (gar nicht wichtig) bis zehn (sehr wichtig) anzugeben, welche Bedeutung dieses Kriterium bei der Auswahl eines Junior Entrepreneurinnen für ihn spielt. Die genaue Frage für das Beispiel Risikoneigung lautet:

*„Wie wichtig ist Ihnen die **Risikoneigung** als Kriterium bei der Auswahl eines potenziellen Tandempartners?“*

Zusätzlich zur Frage der Wichtigkeit eines Merkmals als Auswahlkriterium wird gefragt, wie das jeweilige Merkmal bei einem, aus Sicht des Senior Entrepreneurinnen geeigneten Junior Entrepreneurinnen ausgeprägt sein sollte. Die korrespondierende Fragestellung zum Merkmal Risikoneigung lautet:

Wie sollte die Risikoneigung bei einem potenziellen Tandempartner, auf einer Skala von Null (=sehr risikoscheu) und zehn (=sehr risikofreudig), ausgeprägt sein?

Die erste Abfrage dient einerseits einer Konsistenzprüfung des angegebenen Rankings und andererseits einer zusätzlichen Gewichtung der untersuchten Merkmale. Die zweite Frage greift direkt die von den Junior-Entrepreneuren gezeigten Ausprägungen auf und erlaubt so ein entsprechendes Matching. Der Fragebogen schließt mit Angaben zur Person des Befragten ab.

Für den Datenabgleich ist es notwendig, die Daten aus dem JEQ, dem F-DUP^N und aus den Workshops denen des SEQ zuzuordnen. Diese Zuordnung wird in Tabelle 1 dargestellt. Im SEQ sind fünf der elf Merkmale wortgleich mit denen des F-DUP^N. Eine Kategorie bildet das selbe ab, wurde aber aufgrund besserer Verständlichkeit anders bezeichnet. Die verbleibenden Merkmale im SEQ beziehen sich auf mehrere Merkmale des F-DUP^N oder auf Merkmale, die im JEQ bzw. im Workshop erhoben werden. Im Überblick ergibt sich das in Tabelle 1 gegebene Bild.

Tabelle 1: Übersicht Merkmale in eingesetzten Tools

	Merkmale im SEQ	Bezug zu den Tools bei der Auswahl der Junior-Entrepreneure
1	Durchsetzungsbereitschaft	Im F-DUP ^N als identische Bezeichnung
2	Leistungsmotivstärke	Im F-DUP ^N als identische Bezeichnung
3	Problemlösungsorientierung	Im F-DUP ^N als identische Bezeichnung
4	Risikoneigung	Im F-DUP ^N als identische Bezeichnung
5	Ungewissheitstoleranz	Im F-DUP ^N als identische Bezeichnung
6	Individuelle Machbarkeitsüberzeugung	Im F-DUP ^N als Internale Kontrollüberzeugung bezeichnet
7	Gründungserfahrung	Im JEQ erfragt
8	Emotionale Stabilität	Im F-DUP ^N die Merkmale Allgemeine Antriebsstärke und Belastbarkeit Aus dem Workshop: Informationen aus dem Interview und zum allgemeinen Auftreten
9	Fähigkeiten und Kompetenzen	F-DUP ^N die Merkmale Allgemeine Antriebsstärke, Belastbarkeit und Unabhängigkeitsstreben
10	Eignung und Wille zu unternehmerischer Tätigkeit	Im JEQ erfragt Aus dem Workshop: Informationen aus dem Interview und zum allgemeinen Auftreten
11	Individueller Hintergrund	Im JEQ erfragt Aus dem Workshop: Informationen aus dem Interview

5. Ausblick

In diesem Beitrag haben wir das in der Projektpraxis entwickelte und angewendete Konzept eines Matchingprozesses zur Anbahnung von Unternehmensneugründungen in Sachsen-Anhalt dargestellt. Dazu haben wir den Prozess und die eingesetzten Matchingtools beschrieben, ohne auf die erhobenen Daten einzugehen. Die aus der Gestaltung dieses vergleichsweise komplexen Prozesses bisher gewonnenen Erkenntnisse fassen wir wie folgt zusammen:

Erstens konstatieren wir für die Anwendungsebene, dass sich die entwickelten Tools für den Bereich der gezielten Anbahnung von Teambildungen mit dem Ziel von Unternehmensneugründungen nutzen lassen. Darüber hinaus sehen wir das Potenzial des Konzepts in seiner Übertragbarkeit auf andere Kontexte, beispielsweise für die Identifikation geeigneter Partner zur Gestaltung von Unternehmensnachfolgen. Auf diesen Zusammenhang wurden wir von mehreren Ansprechpartnern aufmerksam gemacht.

Zweitens halten wir für die methodologische Ebene fest, dass aufgrund des mehrstufigen Auswahlprozesses sowohl eine starke Selektion der Junior Entrepreneurinnen stattfindet, als auch ein sehr „genaues Bild“ der identifizierten potenziellen Teampartner entsteht (Profiling). Dies geschieht insbesondere durch die Einbettung des psychometrischen Tests in einen individuellen Fragebogen und durch die Kombination mit Elementen aus Assessment-Centern.

Das Neue an unserem Vorgehen ist, dass auch Senior Entrepreneurinnen befragt werden und ihre Präferenzen offenbaren. Methodisch ist dies notwendig, um ein gezieltes Matching initiieren zu können. Dies ist ein anderes Vorgehen, als beispielsweise bei einem Business Angels Matching, bei dem sich Junior Entrepreneurinnen öffentlich vorstellen und Senior Entrepreneurinnen, beziehungsweise Business Angels sie „nur“ auswählen. Gleichzeitig erlauben die Informationen, die durch die Befragung der Senior Entrepreneurinnen erhoben werden, auch ein Berücksichtigen der Präferenzen der Junior Entrepreneurinnen hinsichtlich eines Senior Entrepreneurinnen als potenziellen Teampartner. Wird diese Präferenzabfrage zusätzlich in den Prozess implementiert, lässt sich der Gesamtprozess im Kontext der Literatur auch als präferenzbasiertes, „two-sided“ Matching beschreiben. Die Offenbarung der Unternehmerpräferenzen ist dabei nicht unproblematisch, da sie die Senior Entrepreneurinnen in eine aktive Rolle und nicht nur eine passive (der Auswahl des potenziellen Partners) zwingt. Gleichzeitig begründet gerade diese aktive Rolle die effizientere Auswahl potenzieller Gründungspartner.

Drittens ist unser Eindruck, ohne dies bisher empirisch belegen zu können, dass die entwickelten Tools komplementär zu einer Teamfindung über Märkten genutzt werden können. Dabei muss nicht unbedingt ein Intermediär auftreten, sondern sie können auch von Marktplatzbetreibern (beispielsweise Kammern oder Verbänden) implementiert werden, um die Effektivität ihrer Marktplätze in Form des Absenkens von Suchkosten zu erhöhen. Eine weitere Dokumentation und Auswertung der vorliegenden Erfahrungen und Daten wird folgen.

Literatur

- Abdulkadırođlu, A.; Pathak, P.A.; Roth, A.E. (2005): The New York City High School Match, *American Economic Review. Papers and Proceedings*, 95(2), 364-367.
- Bates, T. (1990): Entrepreneur Human Capital Inputs and Small Business Longevity, *Review of Economics and Statistics*, 72(4), 551-559.
- Barringer, B.R.; Jones, F.F.; Neubaum, D.O. (2005): A Quantitative Content Analysis of the Characteristics of Rapid-Growth Firms and Their Founders, *Journal of Business Venturing*, 20(5), 663-687.
- Beckman, C.M. (2006): The Influence of Founding Team Company Affiliations on Firm Behavior, *Academy of Management Journal*, 49(4), 741-758.
- Beckman, C.M.; Burton, M.D.; O'Reilly, C. (2007): Early Teams: The Impact of Team Demography on VC Financing and Going Public, *Journal of Business Venturing*, 22(2), 147-173.
- Bosma, N.; van Praag, M.; Thurik, R.; de Wit, G. (2004): The Value of Human and Social Capital Investments for the Business Performance of Startups, *Small Business Economics*, 23(3), 227-236.
- Brüderl, J.; Preisendörfer, P.; Ziegler, R. (1992): Survival Chances of Newly Founded Business Organisations, *American Sociological Review*, 57(2), 227-242.
- Caliendo, M.; Fossen, F.; Kritikos, A. (2013): Personality Characteristics and the Decision to Become and Stay Self-employed, *Small Business Economics*, 42(4), 787-814.
- Chen, J. (2013): *Firm Characteristics and Employee Entrepreneur's Choice of Cofounders and Early Employees*, Working Paper, Stanford University. (http://siepr.stanford.edu/system/files/shared/Founder_Employee_march.pdf; abgerufen am 18.03.2014).
- Colombo, M.G.; Grilli, L. (2005): Founders' Human Capital and the Growth of New Technology-Based Firms: A Competence-Based View, *Research Policy*, 34(6), 795-816.
- Cooper, A.C.; Gimeno-Gascon, F.J.; Woo, C.Y. (1994): Initial Human and Financial Capital as Predictors of New Venture Performance, *Journal of Business Venturing*, 9(5), 371-395.
- Eesley, C.E.; Hsu, D.H.; Roberts, E.B. (2013): The Contingent Effect of Top Management Teams on Venture Performance: Aligning Founding Team Composition with Innovation Strategy and Commercialization Environment, *Strategic Management Journal*, Article first published online: 4 OCT 2013 (DOI: 10.1002/smj.2183).
- Fabel, O. (2004): Spinoffs of Entrepreneurial Firms: An O-Ring Approach, *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, 160(3), 416-438.

- Frank, H.; Lueger, M.; Korunka, C. (2007): The Significance of Personality in Business Start-up Intentions, Start-up Realization and Business Success, *Entrepreneurship & Regional Development* 19(3), 227-251.
- Gale, D.; Shapley, L.S. (1962): College Admission and the Stability of Marriage, *American Mathematical Monthly*, 69(1), 9-15.
- Gimeno, J.; Folta, T.B.; Cooper, A.C.; Woo, C.Y. (1997): Survival of the Fittest? Entrepreneurial Human Capital and the Persistence of Underperforming Firms, *Administrative Science Quarterly*, 42(4), 750-783.
- Hambrinck, D.C.; Cho, T.S.; Chen, M.-J. (1996): The Influence of Top Management Team Heterogeneity on Firms' Competitive Moves, *Administrative Science Quarterly*, 41(4), 659-698.
- Harper, D.A. (2008): Towards a Theory of Entrepreneurial Teams, *Journal of Business Venturing*, 23(6), 613-626.
- King, A.S. (1985): Self Analysis and Assessment of Entrepreneurial Potential, *Simulation & Games*, 16(4), 399-416.
- Lechler, T. (2001): Social Interaction: A Determinant of Entrepreneurial Team Venture Success, *Small Business Economics*, 16(2001), 263-278.
- Littunen, H. (2000): Entrepreneurship and the Characteristics of the Entrepreneurial Personality, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 6(6), 295-310.
- Lücke, C.; Stegner, K.; Baknke, K. (2010): *Evaluation der Existenzgründungsförderung: Innovative Existenzgründungen, Gründungen aus Hochschulen*, Hamburg.
- Matsuda, T. (2009): Contribution of the Co-founder to New Business Performance, *International Journal of Business and Globalisation*, 3(4), 435-456.
- Müller, B. (2008): *Matching of Individual for Start-Ups: A test of the O-Ring Theory*, ZEW-Discussion Papers (08-112), ZEW.
- Müller, G.F. (2010b): Unternehmerische Eignung: Impuls- und Erfolgsfaktor für eine erfolgreiche berufliche Selbständigkeit, in: Bundesverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen e.V. (Hrsg.): *Psychologische Expertise für erfolgreiches Unternehmertum in Deutschland*, Berlin, 66-71.
- Müller, G.F. (2010a): *Fragebogen zur Diagnose unternehmerischer Potenziale (F-DUP^N)*, Universität Koblenz-Landau: Landau.
- OECD (2013): *Förderung unternehmerischen Denkens und Handelns an Hochschulen in Ostdeutschland* (<http://www.oecd.org/site/cfecpr/forderungunternehmerischendenkens.htm>, abgerufen am 18.03.2014).

- Pini, M.; Rossi, F.; Venable, K.B.; Walsh, T. (2013): Stability in Matching Problems with Weighted Preferences, *Agents and Artificial Intelligence*, 271(2013), 319-333.
- Prat, A. (2002): Should a Team be Homogenous? *European Economic Review* 46(7), 1187-1207.
- Ruef, M.; Aldrich, H.E.; Carter, N.M. (2003): The Structure of Founding Teams: Homophily, Strong Ties, and Isolation among U.S. Entrepreneurs, *American Sociological Review*, 68, 195-222.
- Sorensen, M. (2007): How Smart Is Smart Money? A Two-Sided Matching Model of Venture Capital, *Journal of Finance*, 62(6), 2725-2762.
- Sotomayor, M. (1999): Three remarks on the Many-to-many Stable Matching Problem: Dedicated to David Gale on His 75th Birthday, *Mathematical Social Sciences*, 38, 55-70.
- Steuer, J.; Lange, A. (2011): *Transfermaterial Nr. 2 Leitfaden Gründungsmatching*, Brandenburgische Technische Universität Cottbus: Cottbus.
- Strack, M.; Siegmund, I. (2010): Existenzgründungen aus der Arbeitslosigkeit: Erfolgsindikatoren aus einem Gründercenter, in: Bundesverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen e.V. (Hrsg.): *Psychologische Expertise für erfolgreiches Unternehmertum in Deutschland*, Berlin, 107-113.
- Teo, C.-P.; Sethuraman, J.; Tan, W.-P. (2001): Gale-Shapley Stable Marriage Problem Revisited: Strategic Issues and Applications, *Management Science*, 47(9), 1252-1267.
- Watzka, K. (2006), *JETT-M – Jenaer Entrepreneur Test & Training Modul: Ein Assessment-Center für Unternehmensgründer*, Jenaer Beiträge zur Wirtschaftsforschung, No. 2006, 1. Jena: Fachhochschule Jena.

Junior Entrepreneur Questionnaire (JEQ)

Erläuterungen

Mit diesem Fragebogen möchten wir Merkmale, formale Qualifikationen und Einschätzungen abfragen. Wichtig ist bei der Beantwortung, dass Sie richtige Antworten geben bzw. Ihre eigene Einschätzung korrekt angeben. Diese Umfrage enthält 45 Fragen.

1	Geburtsjahr	<input type="text"/>		
2	Geschlecht			
	weiblich	<input type="checkbox"/>	männlich	<input type="checkbox"/>
3	Staatsangehörigkeit			
	deutsch	<input type="checkbox"/>	Andere	<input type="text"/>
4	Muttersprache			
	deutsch	<input type="checkbox"/>	Andere	<input type="text"/>
5	Haben Sie Kinder bzw. leben Kinder in Ihrem Haushalt?			
				<input type="checkbox"/>
6	Wenn ja, wie viele Kinder haben Sie?	<input type="text"/>		
7	Auf das Projekt „Gründungsstandem“ sind Sie zuerst aufmerksam geworden durch:			
	<input type="checkbox"/>	Homepage der Hochschule Anhalt		
	<input type="checkbox"/>	Facebook oder andere soziale Medien		
	<input type="checkbox"/>	Hinweis in einer Vorlesung. (Bitte geben Sie die Hochschule im Kommentarfeld an!)		
	<input type="checkbox"/>	Informationsveranstaltung. (Bitte geben Sie den Ort im Kommentarfeld an!)		
	<input type="checkbox"/>	Presse (Zeitung, Radio, TV) Persönliche Empfehlung		
	<input type="checkbox"/>	Sonstiges (Bitte im Kommentarfeld angeben!) Bitte schreiben Sie einen Kommentar zu Ihrer Auswahl		
8	Sind oder waren Ihre Eltern selbstständig unternehmerisch tätig?			
	<input type="checkbox"/>	Nein		
	<input type="checkbox"/>	Ja, ein Elternteil		
	<input type="checkbox"/>	Ja, beide Elternteile		

9 Gibt es in Ihrem direkten persönlichen Umfeld (Familie [ohne Eltern] oder Freundeskreis) unternehmerisch selbstständige Personen?			
<input type="checkbox"/>	Ja		
<input type="checkbox"/>	Nein		
10 Haben Sie eine abgeschlossene Berufsausbildung?			
<input type="checkbox"/>	Ja		
<input type="checkbox"/>	Nein		
Wenn ja, tragen Sie bitte Ihre Berufsbezeichnung ein?		<input type="text"/>	
11 Haben Sie eine Prüfung als Meister oder Techniker abgelegt?			
<input type="checkbox"/>	Ja		
<input type="checkbox"/>	Nein		
12 Ihr höchster bisher (heutiges Datum) erreichter Bildungsabschluss entspricht:			
<input type="checkbox"/>	nicht der allgemeinen Hochschulreife (z.B. Realschulabschluss ohne weitere Qualifikation)		
<input type="checkbox"/>	der Hochschulreife (Allgemeine Hochschulreife, Fachhochschulreife, fachgebundene Hochschulreife)		
<input type="checkbox"/>	einem Abschluss einer Berufsakademie einem Fachhochschulabschluss		
<input type="checkbox"/>	einem Universitätsabschluss einer Promotion		
Hinweis: Wenn Sie bisher weder einen Hochschulabschluss erworben haben, noch gegenwärtig Student einer Fachhochschule oder Universität sind, dann trifft dieses Programm nicht für Sie zu. In diesem Fall können Sie gerne trotzdem mit uns Kontakt aufnehmen und wir können Ihnen für Sie geeignete Programme nennen.			
13 Geben Sie das Bundesland und das Jahr an, in dem Sie Ihre Hochschulzugangsberechtigung erworben haben.			
Bundesland:	<input type="text"/>	Jahr	<input type="text"/>
14 Sind Sie zurzeit Student oder Promotionsstudent an einer Fachhochschule oder Universität?			
<input type="checkbox"/>	Ja		
<input type="checkbox"/>	Nein		

Beim Vorliegen eines Fachhochschul- oder Universitätsabschlusses ergänzen Sie bitte die folgenden Angaben:	
15 Art des ersten erworbenen Hochschulabschlusses: (z.B. Dipl. (FH), Dipl. (Uni), Bachelor, etc.)	<input type="text"/>
16 In welchem Jahr haben Sie Ihren ersten Hochschulabschluss erworben?	<input type="text"/>
17 Nennen Sie uns bitte die Studienrichtung, in der Sie Ihren ersten Hochschulabschluss erworben haben:	<input type="text"/>
18 Nennen Sie uns bitte die Hochschule, an der Sie Ihren ersten Hochschulabschluss erworben haben:	<input type="text"/>
Beim Vorliegen eines zweiten Fachhochschul- oder Universitätsabschlusses ergänzen Sie bitte die folgenden Angaben:	
19 Art des zweiten erworbenen Hochschulabschlusses: (z.B. Dipl. (FH), Dipl. (Uni), Bachelor, etc.)	<input type="text"/>
20 In welchem Jahr haben Sie Ihren zweiten Hochschulabschluss erworben?	<input type="text"/>
21 Nennen Sie uns bitte die Studienrichtung, in der Sie Ihren zweiten Hochschulabschluss erworben haben:	<input type="text"/>
22 Nennen Sie uns bitte die Hochschule, an der Sie Ihren zweiten Hochschulabschluss erworben haben:	<input type="text"/>
23 Welcher Abschluss kann im eingeschriebenen Studiengang erzielt werden:	<input type="text"/>
24 Nennen Sie uns bitte die Studienrichtung, welche Sie aktuell studieren:	<input type="text"/>
25 Nennen Sie uns bitte die Hochschule, an der Sie aktuell studieren:	<input type="text"/>
26 Nennen Sie uns bitte den erwarteten Zeitpunkt des Abschlusses:	<input type="text"/>
27 Haben Sie während Ihres abgeschlossenen oder aktuellen Studiums einen Gründungsvorbereitungskurs (Vorlesung, Seminar, Infoveranstaltung) besucht?	
<input type="checkbox"/>	Nein
<input type="checkbox"/>	Ja, außerhalb der Hochschule
<input type="checkbox"/>	Ja, an der Hochschule
28 Wenn Sie angegeben haben, dass Sie einen Gründungsvorbereitungskurs an einer Hochschule durchgeführt haben, bitte machen Sie noch folgende Angaben dazu:	
An welcher Hochschule:	<input type="text"/>
Im Jahr:	<input type="text"/>
Name des Kurses:	<input type="text"/>

29 Wie schätzen Sie sich persönlich ein: Sind Sie im Allgemeinen ein risikobereiter Mensch oder versuchen Sie, Risiken zu vermeiden? (Ihre Einschätzung)	
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> sehr risikoscheu sehr risikofreudig	
Bitte kreuzen Sie ein Kästchen auf der Skala an, wobei der Wert 0 „gar nicht risikobereit“ und der Wert 10 „sehr risikobereit“ bedeutet. Sie haben die Möglichkeit, durch die Wahl eines Wertes dazwischen, Ihre Einschätzung abzustufen.	
30 Üben Sie aktuell eine berufliche Tätigkeit aus?	
<input type="checkbox"/>	Ja
<input type="checkbox"/>	Nein
31 Wenn Sie aktuell eine berufliche Tätigkeit ausüben, welcher der folgenden Gruppen würden Sie sich zuordnen?	
<input type="checkbox"/>	Wissenschaftlicher oder akademischer Mitarbeiter an einer Hochschule oder an einer Forschungseinrichtung
<input type="checkbox"/>	Arbeitnehmer mit Leitungsfunktion
<input type="checkbox"/>	Arbeitnehmer ohne Leitungsfunktion
<input type="checkbox"/>	selbstständige / freiberufliche / künstlerische Tätigkeit
<input type="checkbox"/>	Student
<input type="checkbox"/>	Auszubildender
<input type="checkbox"/>	Sonstiges <input style="width: 150px; height: 20px;" type="text"/>
32 Haben Sie bereits Erfahrungen als selbständiger Unternehmer?	
<input type="checkbox"/>	Nein
<input type="checkbox"/>	Ja, ich bin noch im Unternehmen aktiv
<input type="checkbox"/>	Ja, ich bin aber nicht mehr im Unternehmen aktiv
33 Wenn ja, geben Sie bitte Ihre Erfahrung an:	
1 2 3 4 5 6 7 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gering sehr umfangreich	
34 Wenn ja, geben Sie bitte die Branche an:	
<input type="checkbox"/>	Land- und Forstwirtschaft, Fischerei
<input type="checkbox"/>	Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden
<input type="checkbox"/>	verarbeitendes Gewerbe
<input type="checkbox"/>	Energieversorgung

<input type="checkbox"/>	Wasserversorgung, Abwasser - und Abfallentsorgung und Beseitigung von Umweltverschmutzungen
<input type="checkbox"/>	Baugewerbe
<input type="checkbox"/>	Handel, Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen
<input type="checkbox"/>	Verkehr und Lagerei
<input type="checkbox"/>	Gastgewerbe / Beherbergung und Gastronomie
<input type="checkbox"/>	Information und Kommunikation
<input type="checkbox"/>	Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen
<input type="checkbox"/>	Grundstücks- und Wohnungswesen
<input type="checkbox"/>	Erbringung von Freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen
<input type="checkbox"/>	Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen
<input type="checkbox"/>	Öffentliche Verwaltung, Verteidigung und Sozialversicherung
<input type="checkbox"/>	Erziehung und Unterricht
<input type="checkbox"/>	Gesundheits- und Sozialwesen
<input type="checkbox"/>	Kunst, Unterhaltung und Erholung
<input type="checkbox"/>	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen
<input type="checkbox"/>	Private Haushalte mit Hauspersonal, Herstellung von Waren und Erbringung von Dienstleistungen durch private Haushalte für den Eigenbedarf ohne ausgeprägten Schwerpunkt
<input type="checkbox"/>	Exterritoriale Organisationen und Körperschaften
35 Verfügen Sie selbst über eine Gründungsidee, die Sie gern realisieren möchten?	
<input type="checkbox"/>	Ja
<input type="checkbox"/>	Nein
36 Wenn ja, geben Sie bitte die Branche an:	
<input type="checkbox"/>	Land- und Forstwirtschaft, Fischerei
<input type="checkbox"/>	Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden
<input type="checkbox"/>	verarbeitendes Gewerbe
<input type="checkbox"/>	Energieversorgung
<input type="checkbox"/>	Wasserversorgung, Abwasser - und Abfallentsorgung und Beseitigung von Umweltverschmutzungen
<input type="checkbox"/>	Baugewerbe
<input type="checkbox"/>	Handel, Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen
<input type="checkbox"/>	Verkehr und Lagerei
<input type="checkbox"/>	Gastgewerbe / Beherbergung und Gastronomie

<input type="checkbox"/>	Information und Kommunikation
<input type="checkbox"/>	Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen
<input type="checkbox"/>	Grundstücks- und Wohnungswesen
<input type="checkbox"/>	Erbringung von Freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen
<input type="checkbox"/>	Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen
<input type="checkbox"/>	Öffentliche Verwaltung, Verteidigung und Sozialversicherung
<input type="checkbox"/>	Erziehung und Unterricht
<input type="checkbox"/>	Gesundheits- und Sozialwesen
<input type="checkbox"/>	Kunst, Unterhaltung und Erholung
<input type="checkbox"/>	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen
<input type="checkbox"/>	Private Haushalte mit Hauspersonal, Herstellung von Waren und Erbringung von Dienstleistungen durch private Haushalte für den Eigenbedarf ohne ausgeprägten Schwerpunkt
<input type="checkbox"/>	Exterritoriale Organisationen und Körperschaften
37 (Wenn ja) Auf einer Skala von 1 bis 7 (1 Punkt gering, 7 Punkte marktfähig), wie würden Sie zum jetzigen Zeitpunkt Ihre konzeptionelle Vorbereitung für die Realisierung der Gründungs-idee beschreiben?	
<p>1 2 3 4 5 6 7</p> <p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p style="display: flex; justify-content: space-between;">gering marktfähig</p>	
38 Wenn Sie noch keine konkrete Idee haben, in welcher Branche würden Sie gerne unternehmerisch tätig werden?	
<input type="checkbox"/>	Land- und Forstwirtschaft, Fischerei
<input type="checkbox"/>	Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden
<input type="checkbox"/>	verarbeitendes Gewerbe
<input type="checkbox"/>	Energieversorgung
<input type="checkbox"/>	Wasserversorgung, Abwasser- und Abfallentsorgung und Beseitigung von Umweltverschmutzungen
<input type="checkbox"/>	Baugewerbe
<input type="checkbox"/>	Handel, Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen
<input type="checkbox"/>	Verkehr und Lagerei
<input type="checkbox"/>	Gastgewerbe / Beherbergung und Gastronomie
<input type="checkbox"/>	Information und Kommunikation
<input type="checkbox"/>	Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen
<input type="checkbox"/>	Grundstücks- und Wohnungswesen

43 Was glauben Sie, wie viel Zeit noch mindestens notwendig sein wird, um mit einer Idee tatsächlich auf den Markt zu gehen, d.h. ein Unternehmen zu gründen?	
<input type="checkbox"/>	Bis zu einem Jahr
<input type="checkbox"/>	Bis zu zwei Jahren
<input type="checkbox"/>	Bis zu drei Jahre
<input type="checkbox"/>	Mehr als drei Jahre
44 Verfügen Sie über sonstige individuelle Eigenschaften und Fähigkeiten, die Sie als besonders hilfreich bei einer Gründung einschätzen und die Sie in eine Unternehmensgründung einbringen könnten:	
<input type="text"/>	
45 Bitte hinterlassen Sie uns Ihre Adressdaten, um Sie bei einer möglichen Kontaktaufnahme schneller zu erreichen.	
Name:	<input type="text"/>
Vorname:	<input type="text"/>
Straße	<input type="text"/>
PLZ:	<input type="text"/>
Ort:	<input type="text"/>
Telefonnummer:	<input type="text"/>
E-Mail-Adresse	<input type="text"/>
Es ist wichtig, dass Sie Ihre Eingabe der Adressdaten nochmalig auf ihre Richtigkeit überprüfen, da wir Sie sonst nicht erreichen können	
Vielen Dank!	

Anlage 2: Senior Entrepreneur Questionnaire (SEQ)

Erläuterungen

Durch unsere Tests erhalten wir fundierte Informationen zur Persönlichkeit sowie zu den Fähigkeiten und Kompetenzen eines potenziellen Tandempartners. Diese Informationen sind wichtig, um die Voraussetzungen für eine optimale Tandembildung zu schaffen, das heißt, um potenzielle Partner optimal zuordnen zu können.

Wir verfügen über Informationen zu den folgenden Attributen potenzieller Partner:

- *Durchsetzungsbereitschaft* – bezieht sich auf die Art und die Ausgestaltung von Einflussnahmen und Führungskompetenzen,
- *(Gründungs-)Erfahrungen* des Hochschulabsolventen – verortet die Erfahrungen insbesondere im Umfeld von Unternehmensgründungen und deren spezifischen Anforderungen,
- *Emotionale Stabilität* – bezieht sich unter anderem auf den Umgang mit kritischen Geschäftssituation, wie zum Beispiel Erfolg oder Misserfolg,
- *Eignung und Wille zu unternehmerischer Tätigkeit* – identifiziert das unternehmerische Potenzial des Hochschulabsolventen und seine Bereitschaft zu einem entsprechend angemessenen Engagement bei der Realisierung der Gründungsidee,
- *Fähigkeiten und Kompetenzen* – ermittelt spezifische Fähigkeiten und Kompetenzen des Hochschulabsolventen,
- *Individueller Hintergrund* in Bezug auf den familiären beziehungsweise sozialen Hintergrund und die gegenwärtige Situation – liefert Indizien in Bezug auf die soziale und regionale Verwurzelung und zu Flexibilität und Mobilität,
- *Individuelle Machbarkeitsüberzeugung* – bezieht sich auf die Überzeugung des Hochschulabsolventen bezüglich seiner Selbstwirksamkeit,
- *Leistungsmotivstärke* – bezieht sich auf das Selbstvertrauen des Hochschulabsolventen auf die eigenen Fähigkeiten und Kompetenzen und dem Wunsch nach Aufgaben, die Herausforderungen für diese Fähigkeiten und Kompetenzen darstellen,
- *Problemlöseorientierung* – bezieht sich unter anderem auf die Fähigkeit mit Nicht-Routineaufgaben umzugehen,
- *Risikoneigung* – bezieht sich unter anderem auf den Umgang mit Geschäftsentscheidungen die Risiken enthalten,
- *Ungewissheitstoleranz* – kennzeichnet den Umgang mit unstrukturierten, offenen und wenig vorgeschriebenen Situationen.

Im folgenden Fragebogen werden Sie zunächst gebeten, die Attribute entsprechend ihrer Bedeutung bzw. Wichtigkeit für Ihre Auswahlentscheidung in eine Reihenfolge zu bringen. Bitte vergeben Sie für das wichtigste Attribut (oder auch die wichtigsten Attribute) den Wert 1, für das nächstwichtigste Attribut den Wert 2 und so weiter.

Anschließend bewerten Sie bitte für jedes dieser Attribute auf einer Skala von 0 bis 10, wie wichtig Ihnen die Ausprägung ist. Gegebenenfalls erläutern Sie bitte im Feld daneben, wie sich diese von Ihnen gewünschte Ausprägung zeigen sollte (also sollte eine geringe oder eine starke Ausprägung vorliegen, sollte diese durch bestimmte Eigenschaften bedingt sein).

Bitte versuchen Sie Ihre Angaben so genau wie möglich vorzunehmen. Nur so kann sichergestellt werden, dass wir die am besten geeigneten Tandempartner identifizieren und vorschlagen.

Fragebogen I – Präferenzabfrage Reihenfolge

Bitte benennen Sie für die folgenden elf Attribute bzw. Eigenschaften des potenziellen Tandempartners eine Reihenfolge, die die Wichtigkeit des jeweiligen Attributs bzw. der jeweiligen Eigenschaft im Vergleich zu den anderen Attributen bzw. Eigenschaften für Ihre Auswahlentscheidung abbildet.

Wir möchten also erfahren, welches dieser elf Attribute bzw. Eigenschaften für Ihre Auswahlentscheidung das wichtigste, das zweitwichtigste usw. ist. Geben Sie bitte mindestens die Reihenfolge der für Sie vier wichtigsten Attribute an. Sollten zwei oder mehr Attribute bzw. Eigenschaften aus Ihrer Sicht gleich wichtig sein, vergeben Sie an diese bitte denselben Wert.

Attribut bzw. Eigenschaft des potenziellen Tandempartners (alphabetische Reihenfolge)	Präferenz (Reihenfolge)
<i>Durchsetzungsbereitschaft</i>	
<i>Eignung und Wille zu unternehmerischer Tätigkeit</i>	
<i>Emotionale Stabilität</i>	
<i>Fähigkeiten und Kompetenzen</i>	
<i>(Gründungs-)Erfahrungen</i>	
<i>Individuelle Machbarkeitsüberzeugung</i>	
<i>Individueller Hintergrund</i>	
<i>Leistungsmotivstärke</i>	
<i>Problemlöseorientierung</i>	
<i>Risikoneigung</i>	
<i>Ungewissheitstoleranz</i>	

Fragebogen II – Präferenzabfrage Gewichtung

Im vorherigen Fragebogen haben Sie eine Reihenfolge der Wichtigkeit der Attribute bzw. Eigenschaften vorgenommen. Hierfür haben Sie die Attribute bzw. Eigenschaften miteinander verglichen.

Bewertung der Attribute bzw. Eigenschaften

Im Folgenden bitten wir Sie, unabhängig von dieser Reihenfolge und vom Vergleich mit den anderen Attributen bzw. Eigenschaften, **die Ausprägung jedes Attributes bzw. jeder Eigenschaft zu bewerten**. Bitte geben Sie hierfür zunächst eine Gewichtung des jeweiligen Attributs bzw. der jeweiligen Eigenschaft auf einer Skala von Null bis zehn an, aus der hervorgeht, wie wichtig Ihnen dieses Kriterium bei der Auswahl eines Tandempartners ist.

Beschreibung der Attribute bzw. Eigenschaften

Bei einigen Attributen bzw. Eigenschaften bitten wir Sie in einer zweiten Fragestellung anzugeben, **wie das jeweilige Attribut bzw. die jeweilige Eigenschaft bei einem potenziellen Tandempartner ausgeprägt sein sollte**. Anschließend haben Sie die Gelegenheit zu jeder von Ihnen vorgenommenen Bewertung Erläuterungen oder Ergänzungen vorzunehmen.

In einigen Fällen bitten wir Sie um eine kurze Auflistung von Elementen, die Sie in Bezug auf das jeweilige Attribut bzw. die jeweilige Eigenschaft besonders schätzen, bzw. die Ihnen besonders wichtig sind.

So könnte es beispielsweise sein, dass Sie angegeben haben, die Durchsetzungsbereitschaft eines potenziellen Tandempartners sein Ihnen, im Vergleich zu den anderen Attributen nicht so wichtig. Unabhängig von dieser Einschätzung können Sie jedoch Vorstellungen in Bezug auf die Ausprägung dieser Eigenschaft bei einem potenziellen Tandempartner haben

Durchsetzungsbereitschaft	
Bewertung:	
Wie wichtig ist Ihnen die <i>Durchsetzungsbereitschaft</i> als Kriterium bei der Auswahl eines potenziellen Tandempartners?	
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
gar nicht wichtig	sehr wichtig
Beschreibung:	
Wie sollte die <i>Durchsetzungsbereitschaft</i> bei einem potenziellen Tandempartner <i>ausgeprägt</i> sein?	
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
sehr schwach ausgeprägt	sehr stark ausgeprägt
<i>Hier ist Raum, um Ihre Bewertung und Beschreibung der Durchsetzungsbereitschaft eines potenziellen Tandempartners zusätzlich zu erläutern.</i>	

Eignung und Wille zu unternehmerischer Tätigkeit	
Bewertung:	
Wie wichtig ist Ihnen <i>Eignung und Wille zu unternehmerischer Tätigkeit</i> als Kriterium bei der Auswahl eines potenziellen Tandempartners?	
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
gar nicht wichtig	sehr wichtig
Beschreibung:	
Wie sollte <i>Eignung und Wille zu unternehmerischer Tätigkeit</i> bei einem potenziellen Tandempartner ausgeprägt sein?	
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
sehr schwach ausgeprägt	sehr stark ausgeprägt
Hier ist Raum, um Ihre Bewertung und Beschreibung zu <i>Eignung und Wille zu unternehmerischer Tätigkeit</i> eines potenziellen Tandempartners zusätzlich zu erläutern.	

Emotionale Stabilität	
Bewertung:	
Wie wichtig ist Ihnen die <i>Emotionale Stabilität</i> als Kriterium bei der Auswahl eines potenziellen Tandempartners?	
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
gar nicht wichtig	sehr wichtig
Beschreibung:	
Wie sollte <i>Emotionale Stabilität</i> bei einem potenziellen Tandempartner ausgeprägt sein?	
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
sehr schwach ausgeprägt	sehr stark ausgeprägt
Hier ist Raum, um Ihre Bewertung und Beschreibung zu <i>Emotionale Stabilität</i> eines potenziellen Tandempartners zusätzlich zu erläutern.	

Fähigkeiten und Kompetenzen	
Bewertung:	
Wie wichtig sind Ihnen die <i>Fähigkeiten und Kompetenzen</i> als Kriterium bei der Auswahl eines potenziellen Tandempartners?	
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
gar nicht wichtig	sehr wichtig
Welche <i>Fähigkeiten und Kompetenzen</i> schätzen Sie besonders, bzw. sind Ihnen bei einem potenziellen Tandempartner besonders wichtig?	

(Gründungs-)Erfahrungen	
Bewertung:	
Wie wichtig sind Ihnen die (Gründungs-)Erfahrungen als Kriterium bei der Auswahl eines potenziellen Tandempartners?	
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
gar nicht wichtig	sehr wichtig
Beschreibung:	
<i>Welche Art Erfahrungen (z. B. Branchenerfahrung, Gründungserfahrung, Berufserfahrung) schätzen Sie besonders, bzw. sind Ihnen bei einem potenziellen Tandempartner besonders wichtig?</i>	

Individuelle Machbarkeitsüberzeugung	
Bewertung:	
Wie wichtig ist Ihnen die Individuelle Machbarkeitsüberzeugung als Kriterium bei der Auswahl eines potenziellen Tandempartners?	
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
gar nicht wichtig	sehr wichtig
Beschreibung:	
Wie sollte Individuelle Machbarkeitsüberzeugung bei einem potenziellen Tandempartner <i>ausgeprägt</i> sein?	
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
sehr schwach ausgeprägt	sehr stark ausgeprägt
<i>Hier ist Raum, um Ihre Bewertung und Beschreibung zu Individuelle Machbarkeitsüberzeugung eines potenziellen Tandempartners zusätzlich zu erläutern.</i>	

Individueller Hintergrund	
Bewertung:	
Wie wichtig ist Ihnen der Individuelle Hintergrund als Kriterium bei der Auswahl eines potenziellen Tandempartners?	
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
gar nicht wichtig	sehr wichtig
Beschreibung:	
<i>Was schätzen Sie in Bezug auf den Individuellen Hintergrund eines potenziellen Tandempartners besonders, bzw. was ist Ihnen hier besonders wichtig?</i>	

Leistungsmotivstärke	
Bewertung:	
Wie wichtig ist Ihnen die <i>Leistungsmotivstärke</i> als Kriterium bei der Auswahl eines potenziellen Tandempartners?	
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
gar nicht wichtig	sehr wichtig
Beschreibung:	
Wie sollte die <i>Leistungsmotivstärke</i> bei einem potenziellen Tandempartner <i>ausgeprägt</i> sein?	
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
sehr schwach ausgeprägt	sehr stark ausgeprägt
<i>Hier ist Raum, um Ihre Bewertung und Beschreibung zur Leistungsmotivstärke eines potenziellen Tandempartners zusätzlich zu erläutern.</i>	

Problemlöseorientierung	
Bewertung:	
Wie wichtig ist Ihnen die <i>Problemlöseorientierung</i> als Kriterium bei der Auswahl eines potenziellen Tandempartners?	
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
gar nicht wichtig	sehr wichtig
Beschreibung:	
Wie sollte die <i>Problemlöseorientierung</i> bei einem potenziellen Tandempartner <i>ausgeprägt</i> sein?	
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
sehr schwach ausgeprägt	sehr stark ausgeprägt
<i>Hier ist Raum, um Ihre Bewertung und Beschreibung zur Problemlöseorientierung eines potenziellen Tandempartners zusätzlich zu erläutern.</i>	

Risikoneigung
Bewertung: <i>Wie wichtig ist Ihnen die Risikoneigung als Kriterium bei der Auswahl eines potenziellen Tandempartners?</i>
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar nicht wichtig sehr wichtig
Beschreibung: <i>Wie sollte die Risikoneigung bei einem potenziellen Tandempartner, auf einer Skala von Null (=sehr risikoscheu) und zehn (=sehr risikofreudig), ausgeprägt sein?</i>
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> sehr risikoscheu sehr risikofreudig
<i>Hier ist Raum, um Ihre Bewertung und Beschreibung zur Risikoneigung eines potenziellen Tandempartners zusätzlich zu erläutern.</i>

Ungewissheitstoleranz
Bewertung: <i>Wie wichtig ist Ihnen die Ungewissheitstoleranz als Kriterium bei der Auswahl eines potenziellen Tandempartners?</i>
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar nicht wichtig sehr wichtig
Beschreibung: <i>Wie sollte die Ungewissheitstoleranz bei einem potenziellen Tandempartner ausgeprägt sein?</i>
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> sehr schwach ausgeprägt sehr stark ausgeprägt
<i>Hier ist Raum, um Ihre Bewertung und Beschreibung zur Ungewissheitstoleranz eines potenziellen Tandempartners zusätzlich zu erläutern.</i>

Fragebogen III - Zu Ihrer Person

Mit den nachfolgenden Fragebögen erheben wir einige Informationen zu Ihrem persönlichen Hintergrund. Die Abfrage erfolgt anonym und die hier gewonnenen Daten werden ausschließlich zu wissenschaftlichen Zwecken verwendet.

Allgemeine Fragen zu Ihrer Person

<i>Geburtsjahr:</i>	
<i>Familienstand:</i>	
<i>Anzahl an Kindern?</i>	
<i>Sind oder waren Ihre Eltern selbstständig unternehmerisch tätig?</i>	
<i>Staatsangehörigkeit(en):</i>	
<i>Muttersprache:</i>	
<i>Verfügen Sie über weitere Sprachkenntnisse?</i>	nein <input type="checkbox"/>
	ja <input type="checkbox"/>
	Wenn ja, welche?

Fragen zu Ihrer Ausbildung

<i>Verfügen Sie über eine abgeschlossene Berufsausbildung?</i>	nein <input type="checkbox"/>
	ja <input type="checkbox"/>
	Wenn ja, welchen Beruf haben Sie erlernt?

<i>Haben Sie eine Prüfung als Meister oder Techniker abgelegt?</i>	nein <input type="checkbox"/>
	ja <input type="checkbox"/>

<i>Welcher ist Ihr derzeit höchster Bildungsabschluss?</i>	
--	--

<i>Verfügen Sie über ein abgeschlossenes Studium?</i>	nein <input type="checkbox"/>
	ja <input type="checkbox"/>
	Wenn ja, was haben Sie studiert?
	<i>An welcher Universität bzw. Hochschule haben Sie studiert?</i>

Fragen zu Ihrer unternehmerischen Laufbahn

Waren Sie vor Ihrer Selbstständigkeit in einem Angestelltenverhältnis tätig?	nein	<input type="checkbox"/>
	ja	<input type="checkbox"/>
	Wenn ja, wie lange?	

Wie lange sind Sie schon selbstständig unternehmerisch tätig?	
Davon im aktuellen Unternehmen?	

Wie viele Unternehmen leiten Sie derzeit?		
Leiten Sie Ihr(e) Unternehmen allein oder mit einem Partner?	allein	<input type="checkbox"/>
	mit Partner(n)	<input type="checkbox"/>
	sowohl als auch	<input type="checkbox"/>

In welcher Branche bzw. welchen Branchen sind Sie derzeit unternehmerisch tätig?		
Waren Sie zu einem früheren Zeitpunkt in anderen Branchen selbstständig unternehmerisch tätig?	nein	<input type="checkbox"/>
	ja	<input type="checkbox"/>
	Wenn ja, in welchen anderen Branchen?	

Wie viele Mitarbeiterinnen bzw. Mitarbeiter beschäftigen Sie in Ihrem bzw. Ihren Unternehmen?	
Davon in Vollzeit?	
Davon in Teilzeit?	
Davon Auszubildende/ Praktikanten?	

Vielen Dank!

Anlage 3: Marketingkanäle (Auswahl)**Allgemeine Maßnahmen zur Bewerbung des Projektes**

- Versandt von Pressemitteilungen an Online und Print-Medien
- Allgemeine Veröffentlichungen in Online-Medien und sozialen Netzwerken
- Plakat und Flyerwerbung durch Versandt an Netzwerkpartner
- Besuch von Gründerveranstaltungen und Vorträge zum Projekt
- Anbahnung von Kooperationen und Netzwerken im Gründungsbereich
- Veröffentlichung von Hinweisen auf Internetseiten von Projektpartnerseiten
- Suchmaschinen Marketing
- Eigene Newsmeldungen mit Gründungsbezug
- Veröffentlichen eines Terminkalender mit Events für Gründungsinteressierte
- Elevator-Pitch als Video auf Videokanälen eingestellt

Marketing für Zielgruppe Junior Entrepreneure (hier Hochschulabsolventen)

- Individualisierte E-Mails an Hochschulabsolventen verschickt
- Besuch von Veranstaltungen und Vorträge für Hochschulabsolventen
- Veröffentlichung in sozialen Netzwerken für Hochschulabsolventen
- Einladung von Hochschulabsolventen zum Workshop
- Direktansprache von Hochschulabsolventen auf Projektwebseite

Marketing für Zielgruppe Senior Entrepreneure (hier Unternehmen)

- Projektvorstellung und Vorträge für Unternehmer und Verbandsmitglieder
- Direktansprache von Unternehmern
- Ansprache von Unternehmerverbände und Institutionen
- Veröffentlichung in Unternehmensblogs /-netzwerken
- Direktansprache von Unternehmern auf der Projektwebseite
- Berater zur Vermittlung kontaktiert (KfW-Berater und Steuerberater)

Wir danken Antje Guth, Martin Franz und Jenny Schulze für ihre Unterstützung bei der Entwicklung und Erprobung der dargestellten Matchingtools im Projekt Gründungstandem.

"Gründungsstandem" ist ein Projekt der Hochschule Anhalt, gefördert aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds und des Ministeriums für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt. Für die im Text dargestellten Inhalte sind ausschließlich die Autoren verantwortlich.

