

# STUDENT STARTUP MONITOR 2024



Psychology of  
ENTREPRENEURSHIP



Universität  
Münster



# INHALTSVERZEICHNIS

**02**

---

VORWORT VON  
PROF. DR. WIESEL

**03**

---

ZIELE UND MERKMALE  
DES MONITORS

**04**

---

6 KEY FACTS AUS DEM  
SSM24

**05**

---

STUDIERENDE IN  
DEUTSCHLAND

**10**

---

ENTREPRENEURSHIP  
ANGEBOTE

**15**

---

STUDIERENDENINITIATIVEN

**19**

---

STUDENTISCHE  
GRÜNDER\*INNEN

**29**

---

KONZEPTIONIERUNG

**30**

---

DAS TEAM

**31**

---

QUELLEN

# VORWORT VON PROF. DR. THORSTEN WIESEL

Start-ups bilden für eine erfolgreiche Wirtschaft einen immer wichtigeren Bestandteil und sind essenziell für eine zukunftsfähige Gesellschaft. Dabei sind insbesondere wissens- und technologiebasierte Gründungen zentrale Motoren für die Innovationskraft Deutschlands. Den Hochschulen obliegt die besondere Aufgabe, Forschung und Praxis zu verbinden und Gründungsteams aus verschiedenen Fachbereichen zusammenzuführen. Inkubatoren und Start-up Zentren, wie sie an immer mehr Hochschulstandorten entstehen, spielen dabei eine wichtige Rolle. Die Option selbst ein Start-up zu gründen, ist bei vielen Studierenden – nicht nur im Bereich Wirtschaft – als Alternative zu eher „klassischen“ Karrierewegen nach wie vor weniger präsent. Die Herausforderung der Hochschulen besteht darin, Entrepreneurship als ernsthafte Karriereoption in den Köpfen der Studierenden zu verankern und sie auf diesem Weg zu unterstützen.

Der Student Startup Monitor ist in diesem Zusammenhang ein wichtiger Gradmesser für die Gründungsaktivität an deutschen Hochschulen und liefert mit 2350 Teilnehmenden spannende Einblicke in die studentische Gründungslandschaft. Zwei Ergebnisse waren für mich besonders einprägsam: Erstens die hohe Anzahl von Studierenden, die keinen persönlichen Kontakt zu Gründer\*innen haben. Wer neue Wege gehen möchte und bereit ist, Risiken zu tragen, benötigt Inspiration von echten Gründer\*innen, die ihre Geschichte teilen. Zweitens bin ich erfreut über die steigende Quote von Start-ups, die einen sozialen oder nachhaltigen Zweck verfolgen. Die Gründung eines eigenen Unternehmens erfolgt nicht nur aus Gewinnabsicht, sondern auch aus Gründen der Selbstverwirklichung – vor allem jedoch, um aktiv zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen beizutragen.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß bei der Lektüre des diesjährigen Student Startup Monitor.

Ihr



Prof. Dr. Thorsten Wiesel



**PROF. DR. THORSTEN WIESEL**

PROJEKTLEITER  
REACH – EUREGIO START-UP CENTER  
MÜNSTER



# ZIELE & MERKMALE DES STUDENT STARTUP MONITORS

Die krisengeprägten letzten Jahre haben auch für Start-ups alles andere als ein traumhaftes Gründungsumfeld hinterlassen. Doch gerade jetzt sind durch Start-ups vorangetriebene Innovationen und geschaffene Arbeitsplätze wichtiger denn je. Besonders der Kampf gegen die Klimakrise ist auf nachhaltige Innovationen und grüne Technologien angewiesen, die häufig von Start-ups entwickelt und vorangetrieben werden. Ihren Ursprung haben viele dieser Innovationen in der Forschung, wie empirische Erhebungen zeigen (Veugelers, 2014). In vielen Fällen stellen Start-ups die Verbindung zwischen Wissenschaft und Praxis dar: Im Deutschen Startup Monitor (DSM) 2023, der umfassendsten Studie zur Start-up Landschaft in Deutschland mit fast 2000 Befragten, zeigt sich, dass insbesondere Universitäten und Fachhochschulen wertvolle Gründungsstandorte darstellen (Kollmann et al., 2023). Der Student Start-up Monitor (SSM) hat es sich deshalb zur Aufgabe gemacht, dieses spezielle studentische Ökosystem genauer unter die Lupe zu nehmen. Mit der Befragung von Studierenden an deutschen Hochschulen soll der SSM einen Überblick über das studentische Ökosystem in Deutschland bieten und Optimierungspotentiale aufzeigen. Wie umfangreich sind Entrepreneurship Angebote an deutschen Hochschulen und wie stark werden diese angenommen?

## 272

STUDENTISCHE  
GRÜNDER\*INNEN

HERAUSGEGEBEN VON  
GRÜNDERMAGNET E.V.  
UND FORSCHENDEN  
DER UNI MÜNSTER

DEUTSCHLANDWEITE  
ONLINE-SURVEY  
VERBREITET ÜBER DIE  
HOCHSCHULEN

## 2350

STUDIERENDE VON  
FHS UND  
UNIVERSITÄTEN  
DEUTSCHLANDWEIT  
BEFRAGT

## 456

ENGAGIEREN  
SICH IN  
STUDIERENDEN-  
INITIATIVEN

## 327

NAHMEN BEREITS  
ENTREPRENEURSHIP-  
ANGEBOT IHRER  
HOCHSCHULE WAHR

# 6 KEY FACTS AUS DEM SSM24

**1.**  
80% DER  
STUDENTISCHEN  
GRÜNDER\*INNEN  
HABEN EIN ROLE  
MODEL AUS DEM  
PERSÖNLICHEN  
UMFELD.

**2.**  
DIE QUOTE DER  
STUDENTISCHEN  
GRÜNDERINNEN LIEGT  
BEI KNAPP 29%.

**3.**  
40% DER  
STUDENTISCHEN  
GRÜNDER\*INNEN  
HABEN EINEN  
SOZIALEN ODER  
NACHHALTIGEN  
FOKUS.

**4.**  
ENTREPRENEURSHIP  
INITIATIVEN SIND  
DIE BELIEBTESTEN  
STUDENTISCHEN  
INITIATIVEN.

**5.**  
DIE MEISTEN  
STUDENTISCHEN  
GRÜNDUNGEN  
BEFINDEN SICH IN  
DER SEED PHASE.  
NUR 12% DER START-  
UPS WURDEN VOR  
2020 GEGRÜNDET.

**6.**  
VERTRIEB ALS GRÖßTE  
HERAUSFORDERUNG FÜR  
STUDENTISCHE START-UPS,  
KAPITALBESCHAFFUNG FÜR  
WENIGER ALS DIE HÄLFTE  
DER GRÜNDER\*INNEN EIN  
PROBLEM.

# 4 STUDIERENDE IN DEUTSCHLAND

# VIelfalt der Studierenden

## ALTER & GESCHLECHT

Beim Student Startup Monitor haben insgesamt 2350 Studierende aus ganz Deutschland teilgenommen. Das Durchschnittsalter der Teilnehmenden lag bei 24 Jahren, wobei die Altersverteilung von 18 bis 63 Jahren reichte. Dies liegt leicht über dem deutschlandweiten Durchschnittsalter der Studierenden von 23,6 Jahren im Wintersemester 2022/2023 (Destatis, 2023). Im Vergleich dazu beträgt das durchschnittliche Alter von Selbstständigen in Deutschland 50 Jahre (Destatis, 2018).

Unter den teilnehmenden Studierenden identifizierten sich 56% als weiblich, 41,9% als männlich und 1,1% als divers. Dies entspricht einer leichten Überrepräsentation von Frauen im Vergleich zum bundesweiten Durchschnitt von 50,5% weiblichen Studierenden (Destatis, 2023).

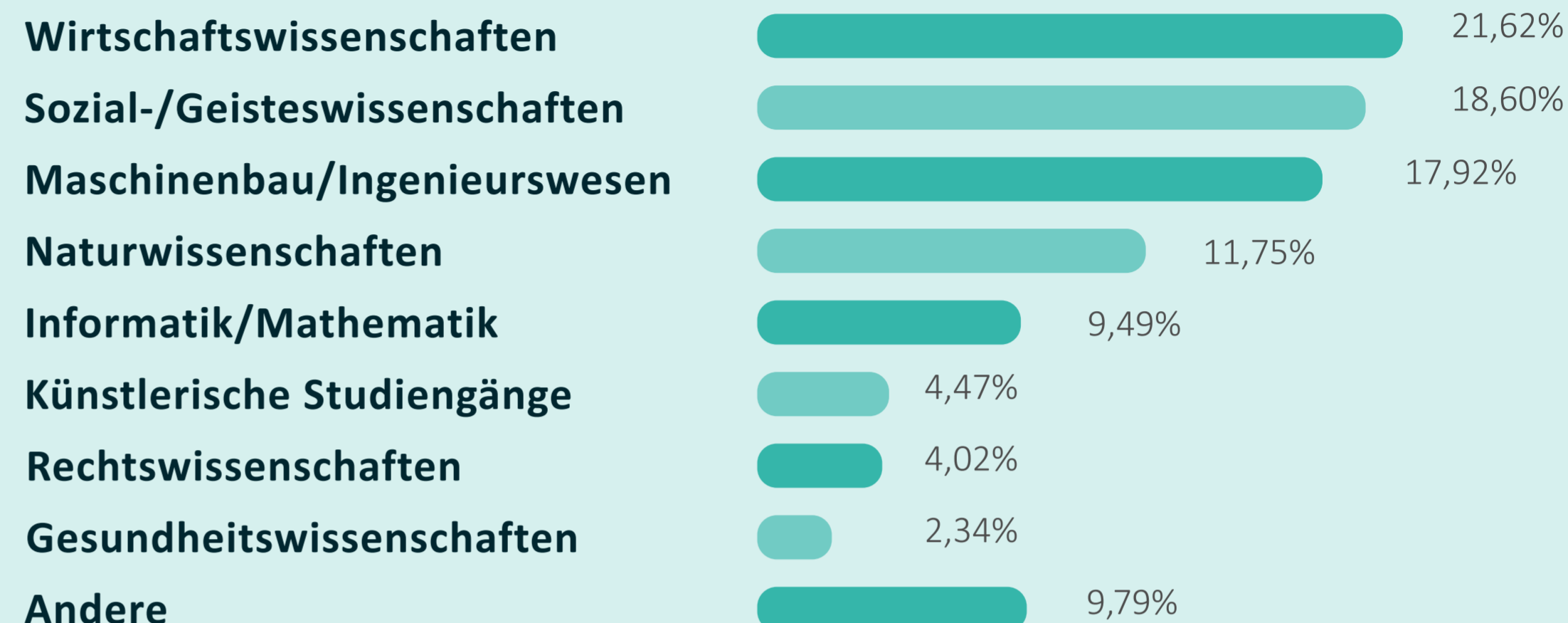
## ANGESTREBTER BILDUNGSABSCHLUSS UND STUDIENFACH

Mehr als die Hälfte der 2350 Teilnehmenden befand sich zum Zeitpunkt unserer Erhebung im Bachelor- und über ein Viertel studierte in einem Master-Studiengang. Weitere 6,5% gaben an, sich aktuell in ihrer Promotion zu befinden, und 5,5% waren auf dem Weg zum Staatsexamen.

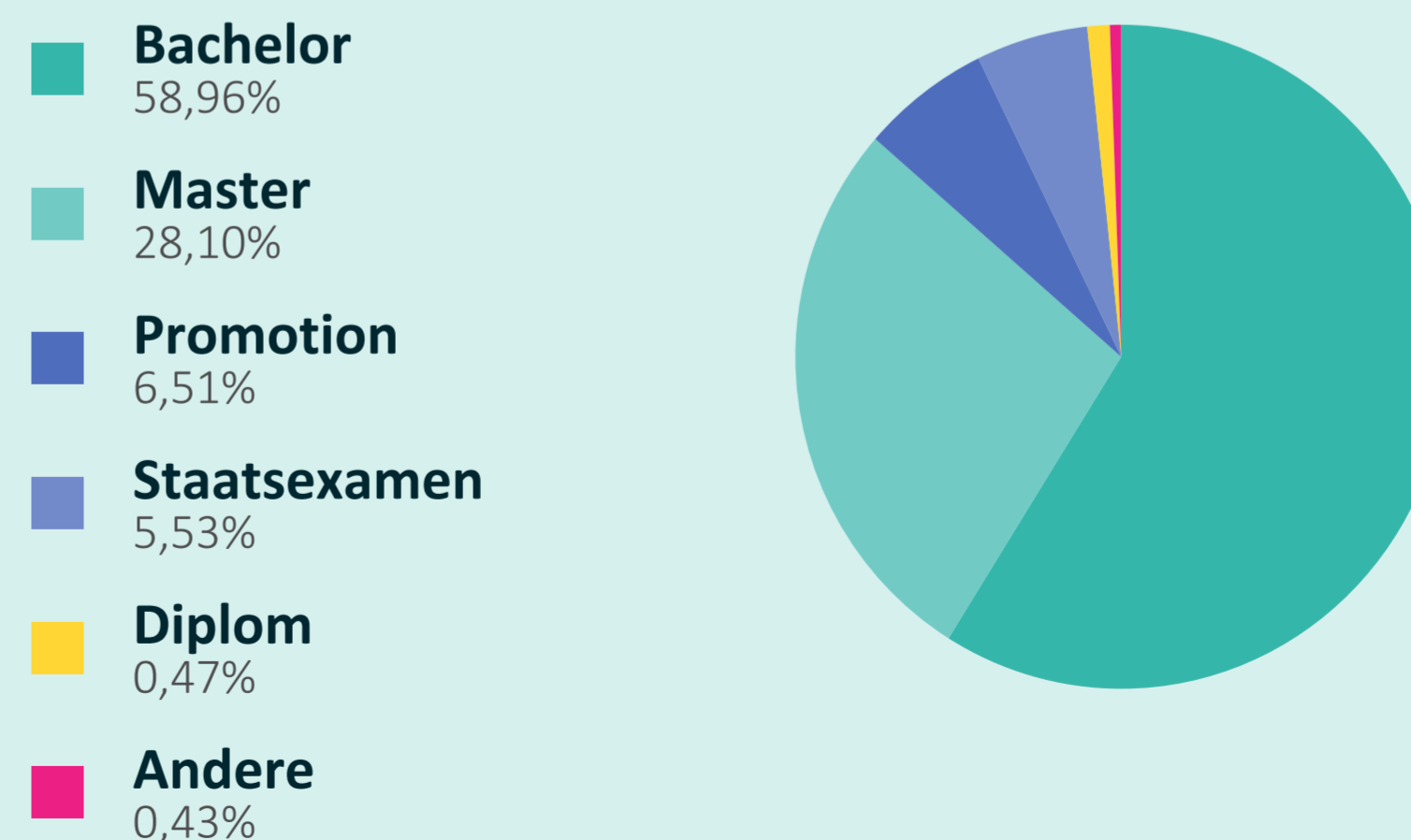
Studierende der Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften (MINT-Fächer) waren mit knapp 40% in der Studie am stärksten vertreten, wohingegen nur etwa 4% aus den Rechtswissenschaften und 2% Medizin-Studierende vertreten waren. Die Repräsentation der MINT-Fächer und der Rechtswissenschaften entspricht damit dem deutschlandweiten Durchschnitt. Medizinstudierende, die bundesweit etwa 4,2% ausmachen, sind jedoch unterrepräsentiert (Destatis, 2023).

Die Verteilung der angestrebten Bildungsabschlüsse und der Studienfächer entsprechen weitestgehend der Verteilung, die im SSM 2022 festgestellt wurde, sodass Vergleiche zur vorangehenden Befragung möglich sind (Overwien et al., 2022).

## ABB. 1 STUDIENFÄCHER



## ABB. 2 ANGESTREBTER BILDUNGSABSCHLUSS



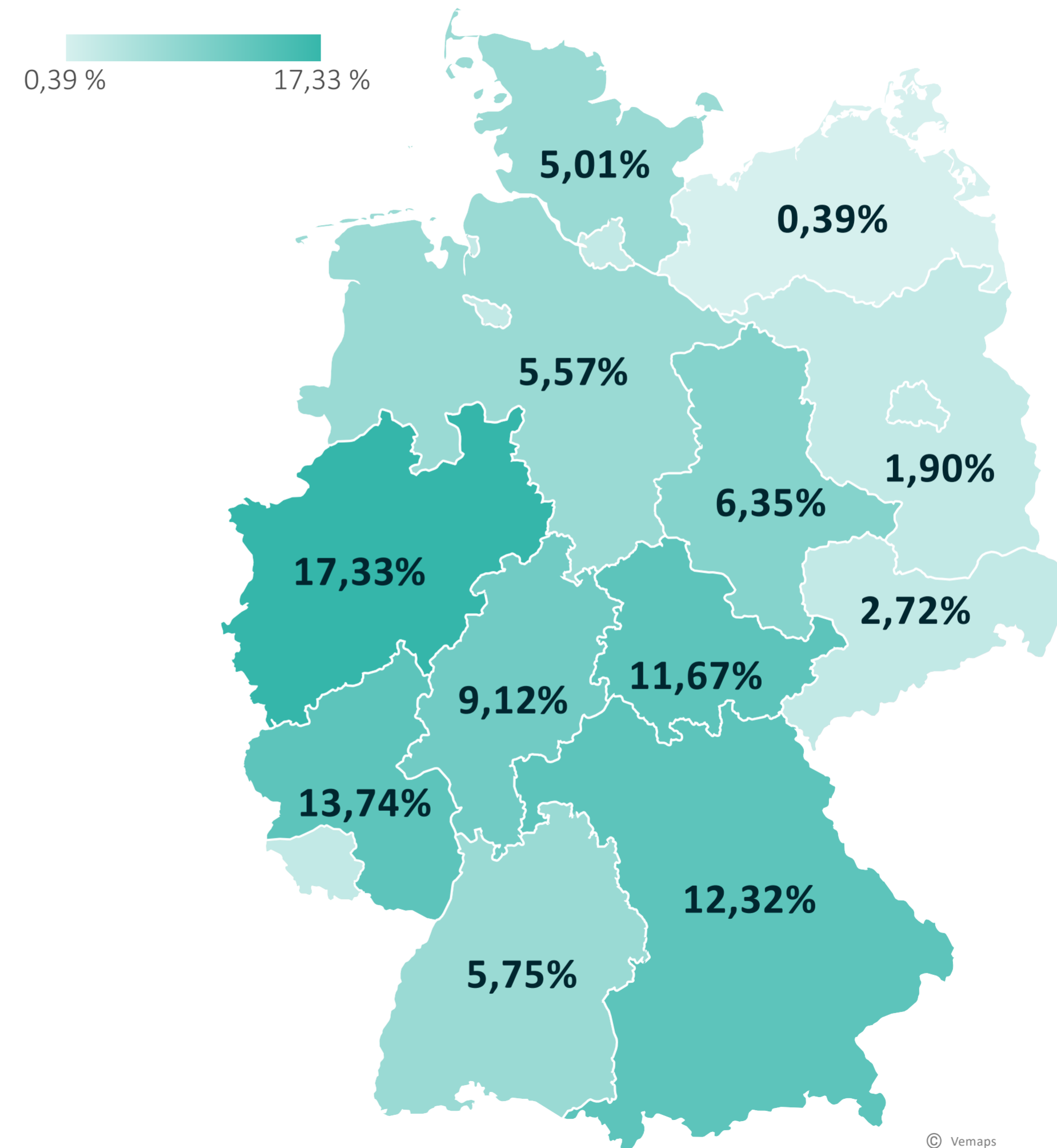
# TEILNAHME NACH BUNDESLÄNDERN UND HOCHSCHULEN

## HOCHSCHULEN IN DEUTSCHLAND

In unserer Stichprobe studieren 45% an einer Fachhochschule und 55% an einer Universität. Die Verteilung stimmt in etwa überein mit den Daten des Statistischen Bundesamtes zum Wintersemester 2022/2023 (57% Universität; Destatis, 2023).

Die am stärksten vertretenden Bundesländer in der Studie mit jeweils über 10% sind NRW, Rheinland-Pfalz, Bayern und Thüringen. Einzelne Bundesländer sind in der Verteilung über-oder unterrepräsentiert. Gemäß den Daten des Statistischen Bundesamtes sind etwa ein Viertel der Studierenden in NRW eingeschrieben, jedoch nur etwa 4% in Thüringen und Rheinland-Pfalz. Daher können wir einen Sampling Bias in unserer Stichprobe nicht ausschließen.

ABB. 3 STUDIENORT NACH BUNDESLÄNDERN

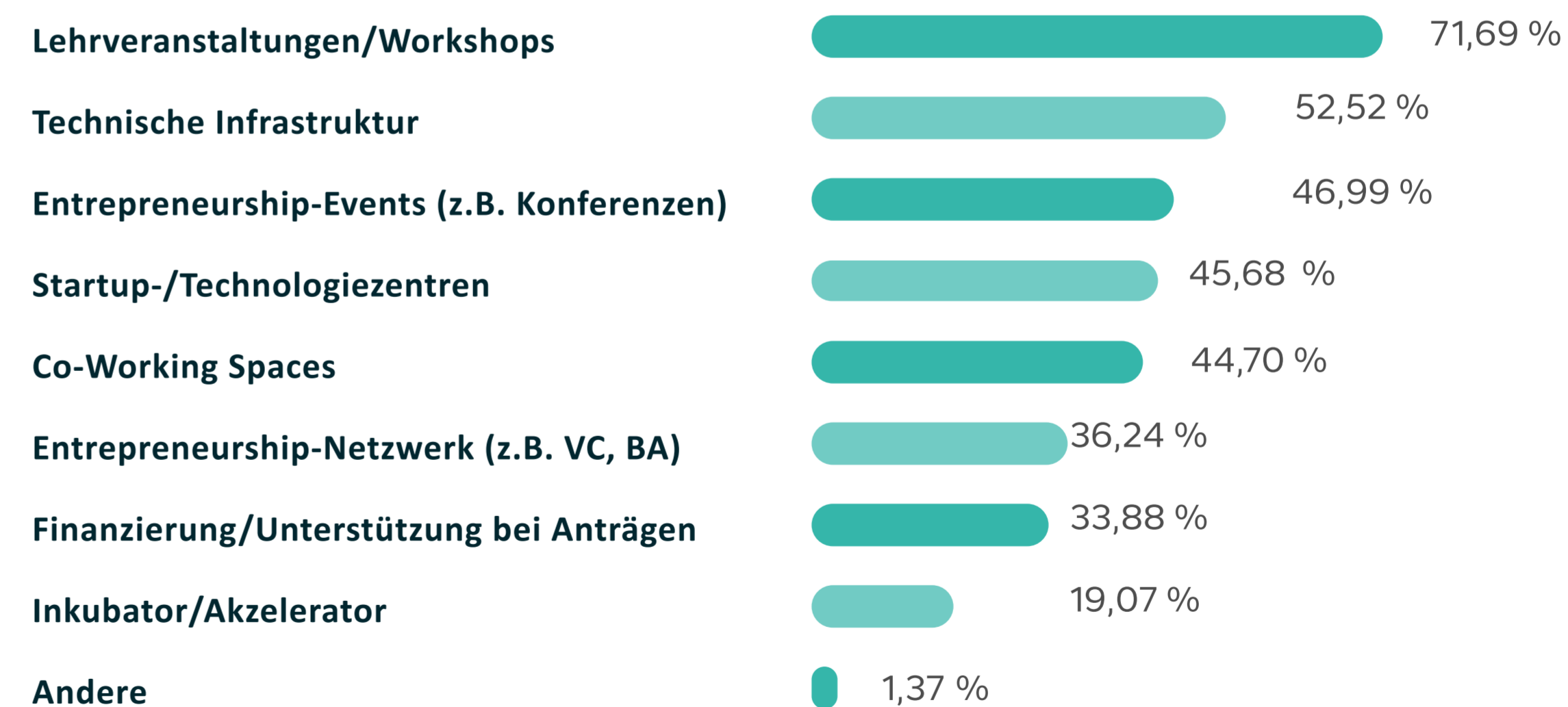




# BERÜHRUNGSPUNKTE MIT DEM ENTREPRENEURSHIP ÖKOSYSTEM

Knapp ein Fünftel der Befragten kennt keine Entrepreneurship-Angebote an ihrem Studienort. Im Vergleich zum SSM 2022 ist dies ein bemerkenswerter Rückgang um 5 Prozentpunkte, (Overwien et al., 2022). Erfreulicherweise ist jedoch der Großteil der Studierenden u.a. mit Start-up Zentren und Entrepreneurship Events wie Konferenzen vertraut. Inkubatoren oder Akzeleratoren sind hingegen nur einer Minderheit bekannt.

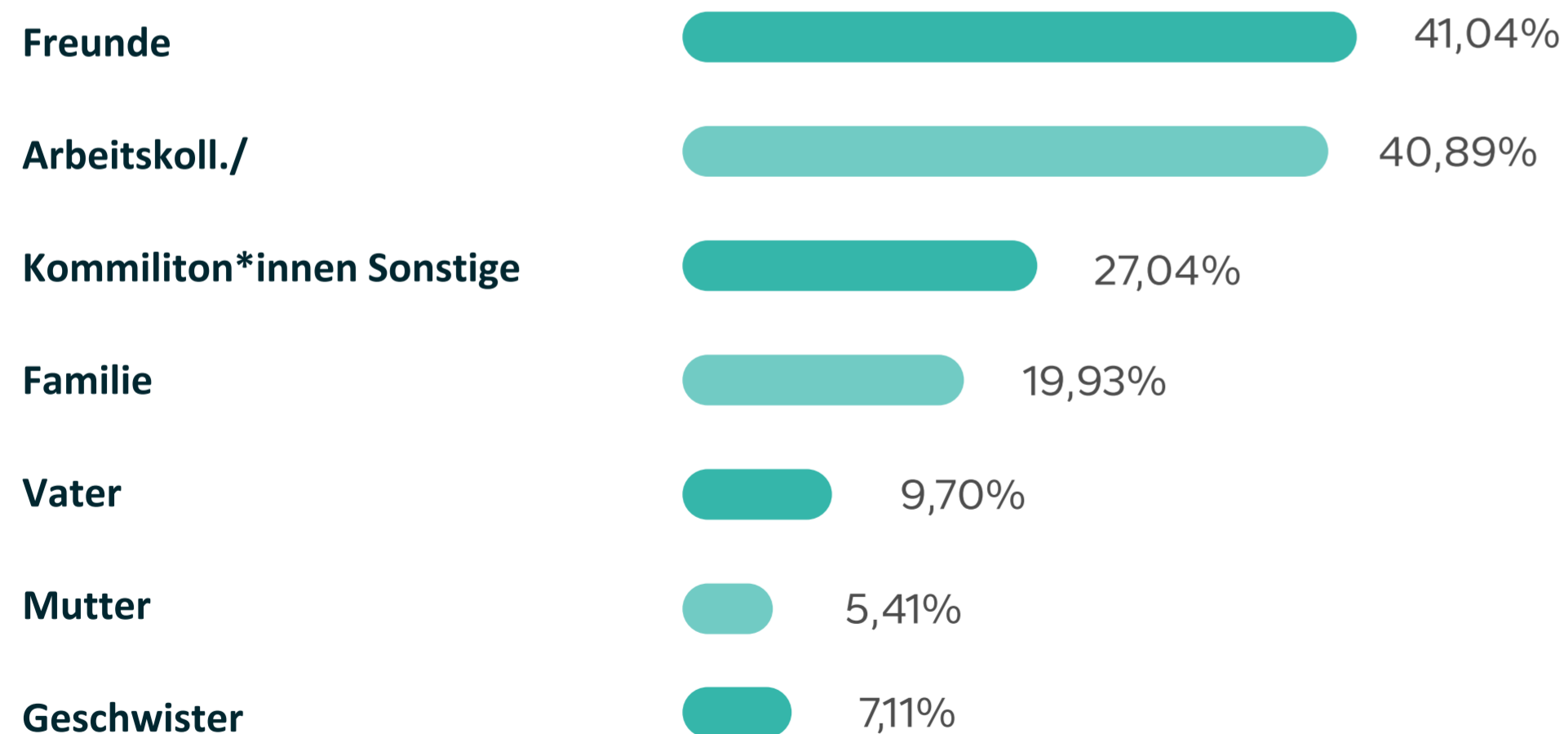
## ABB. 4 ANGEBOTE AN HOCHSCHULSTANDORTEN



# BERÜHRUNGSPUNKTE MIT DEM ENTREPRENEURSHIP ÖKOSYSTEM

Viele Studierende haben keinen Zugang zu Role Models aus dem Gründungsbereich: Etwa 40% kennen keine Gründer\*innen persönlich. Sind Gründer\*innen bekannt, kommen diese meist aus dem Familien- oder erweiterten Freundeskreis. Auffällig ist, dass Väter doppelt so häufig als Role Models genannt wurden wie Mütter. Dies ist auf die deutlich geringere Gründungsaktivität von Frauen im Vergleich zu Männern zurückzuführen. Obwohl in den vergangenen Jahren ein spürbarer Zuwachs an Gründerinnen zu verzeichnen war, stagniert der Anteil dieser im Jahr 2023 bei etwa 20% (Kollmann et al., 2023).

## ABB. 5 ROLE MODEL STUDIERENDER



**Unsere Ergebnisse zeigen, dass Entrepreneurship Angebote weiterhin wenig sichtbar sind. Außerdem scheinen Studierende Schwierigkeiten zu haben, Kontakt zu Role Models außerhalb ihres persönlichen Netzwerks herzustellen. Die Ergebnisse des DSM weisen darauf hin, dass insbesondere Gründerinnen häufig relevante Kontakte fehlen: Mehr als die Hälfte aller Gründerinnen sind Solo-Gründerinnen, während es bei den Männern nur jedes zehnte Start-up ist (Kollmann et al., 2023).**



# 5 ENTREPRENEURSHIP ANGEBOTE

# ENTREPRENEURSHIP ANGEBOTE

Das Spektrum an Entrepreneurship Angeboten an deutschen Hochschulen ist breit, dazu zählen u.a. Start-up Talks, Konferenzen und Ideenwettbewerbe. Etwa 14% der Studierenden gaben an, bereits mindestens ein Angebot wahrgenommen zu haben, was 327 von 2350 Teilnehmenden entspricht. Damit ist die Zahl im Vergleich zum SSM 2022 (13,1%) leicht angestiegen.

## ALTER

Das Durchschnittsalter der Studierenden, die bereits an einem Entrepreneurship Programm (z.B. Ideenwettbewerb) teilgenommen haben, liegt bei 24,61 Jahren.

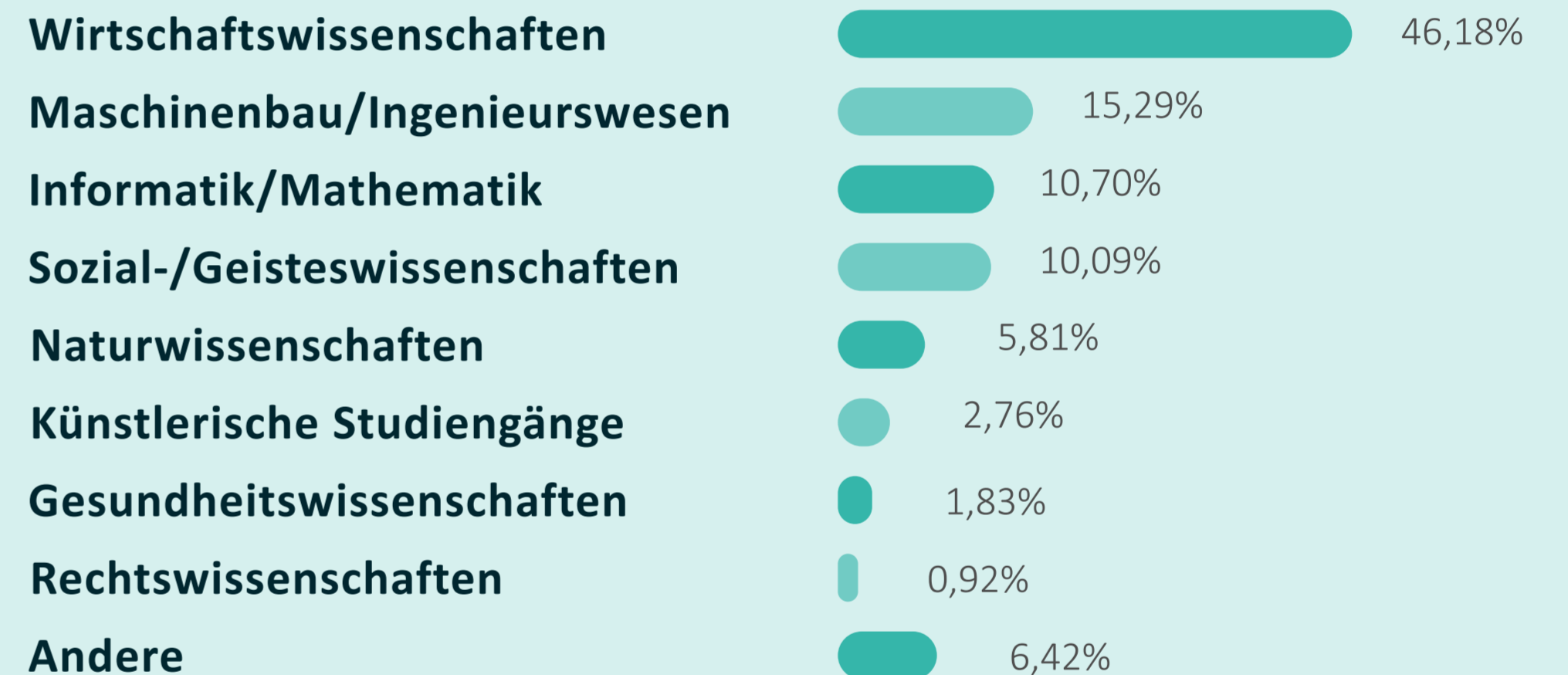
## GESCHLECHT

Von den Befragten identifizieren sich 56,88% als männlich, 41,59% als weiblich und 0,92% divers. Im Vergleich zur Gesamtstichprobe fällt auf, dass signifikant mehr Männer an Entrepreneurship Angeboten teilgenommen haben als Frauen. Ein denkbarer Grund dafür ist die nach wie vor geringere Gründungsbereitschaft unter Frauen, die bspw. Ergebnisse im SSM 2022 zeigten.

## STUDIENFACH & ANGESTREBTER BILDUNGSABSCHLUSS

Ein Großteil der Teilnehmenden, die bereits an Entrepreneurship Angeboten teilgenommen haben, studieren Wirtschaftswissenschaften (46,2%) oder ein MINT-Fach (31,8%). Im Vergleich zur Gesamtstichprobe, zeigt sich hier eine Überrepräsentation der Studierenden, die BWL, VWL oder einen verwandten Studiengang gewählt haben. Die Naturwissenschaften sowie künstlerische Studiengänge oder Jura sind demgegenüber deutlich seltener vertreten als in der Gesamtstichprobe. Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass in anderen Fachbereichen weniger spezielle Lehrangebote existieren, die auf die Gründung eines eigenen Unternehmens ausgerichtet sind. Zudem scheint es in diesen Fachbereichen noch ein geringes Bewusstsein für alternative Karrierewege – wie der Gründung eines eigenen Start-ups – zu geben.

## ABB. 6 STUDIENFÄCHER



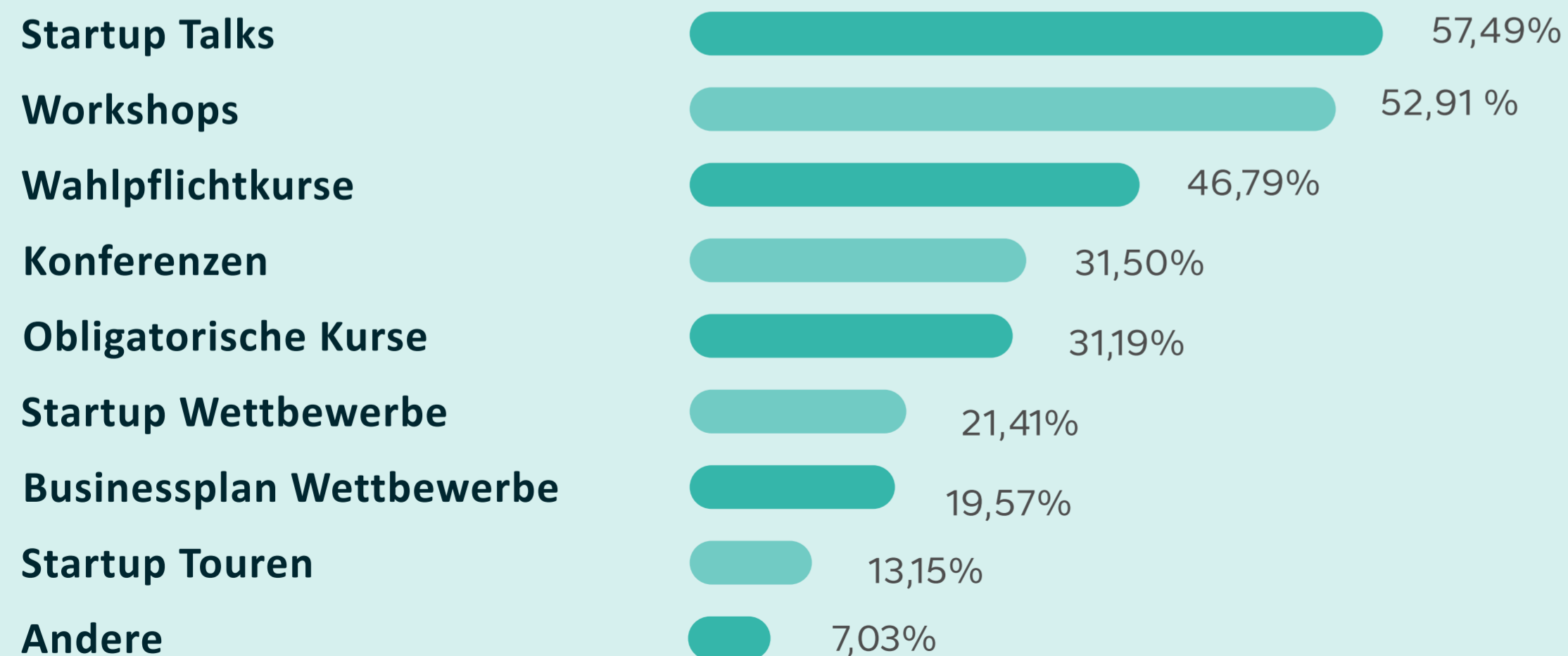
# ENTREPRENEURSHIP-ANGEBOTE AN HOCHSCHULSTANDORTEN

## WAHRGENOMMENE ANGEBOTE UND TEILNAHMEGRÜNDE

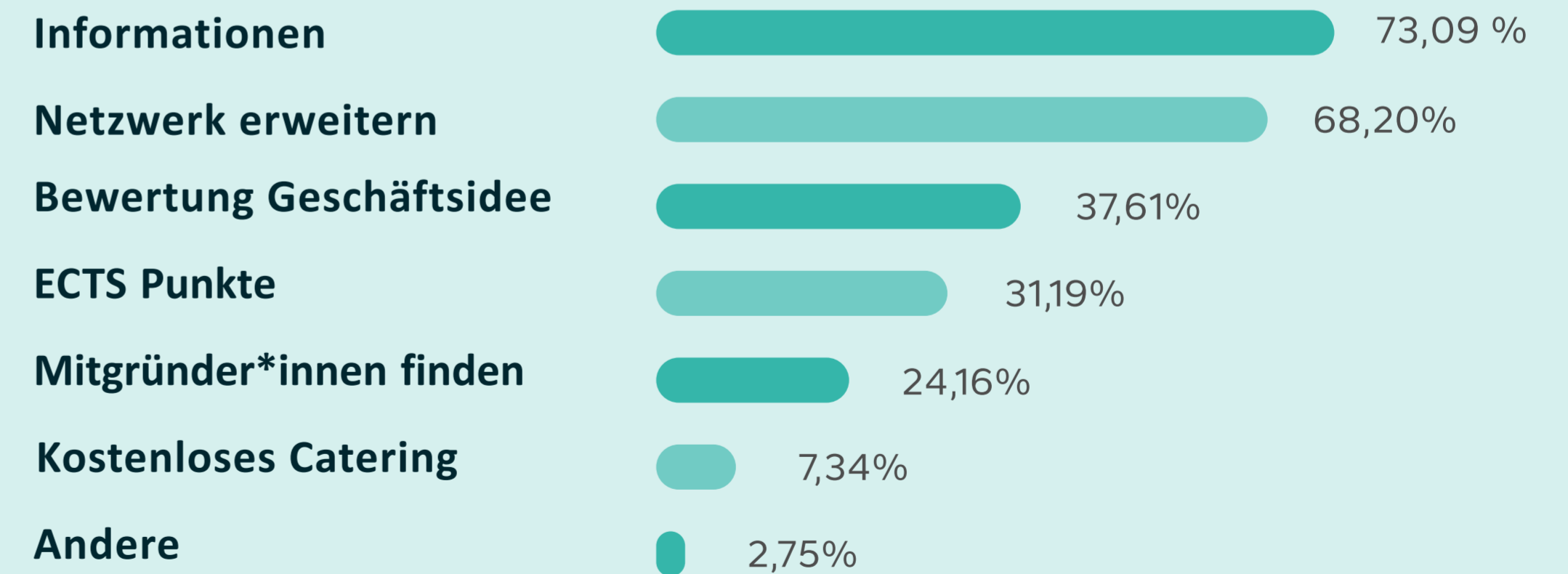
Am häufigsten besuchten Studierende Startup Talks (57,5%), bei denen Gründer\*innen ihre persönlichen Erfahrungen teilen. Es scheint, dass die direkten Einblicke in die Welt der Gründungen Interesse wecken und für das Thema Entrepreneurship begeistern. Ebenso wurden Workshops, die praktische Fähigkeiten und Kenntnisse im Bereich Unternehmensgründung vermitteln, von mehr als der Hälfte der Befragten besucht.

Fast jede\*r Dritte (31,2%) besuchte verpflichtende Entrepreneurship Lehrveranstaltungen, während 46,8% an freiwilligen Entrepreneurship Kursen teilnahmen. Diese sind vermutlich überwiegend in den wirtschaftswissenschaftlichen Fächern belegbar. Als Beweggründe für die Teilnahme an Entrepreneurship-Programmen nannten Studierende vor allem den Zugang zu Informationen (73,1%) und Netzwerkmöglichkeiten (68,2%). Etwa ein Drittel nannte die Verfeinerung der eigenen Gründungsidee (37,6%) und den Erwerb von ECTS-Punkten für ihr Studium (31,2%).

**ABB. 7 ANGEBOTE NACH TEILNAHME STUDIERENDER**



**ABB. 8 TEILNAHMEGRUND STUDIERENDER**



Der Besuch von Entrepreneurship Programmen hat laut den Studierenden insbesondere dabei geholfen, potenzielle Mitgründer\*innen zu finden. Dies macht Entrepreneurship Angebote besonders relevant für Frauen, um entsprechende Kontakte zu knüpfen (Kollmann et al. 2023). Außerdem gaben die Studierenden an, dass sie durch die Veranstaltungen ein besseres Verständnis für potenzielle Finanzierungsmöglichkeiten für ihre eigene Start-up Idee bekamen und ihr persönliches Netzwerk erweitern konnten. Empirische Ergebnisse zeigen, dass der Besuch von Start-up Talks und Workshops mit höheren Gründungsintentionen einherging, als der Besuch von curricularen Entrepreneurship Angeboten (Overwien et al., 2024).

### ABB. 9 AUSWIRKUNGEN WAHRGENOMMENER ANGEBOTE

#### Aufzeigen von Chancen/Risiken einer Gründung



#### Aufzeigen von Finanzierungsmöglichkeiten (für das Startup)



#### Erweiterung des betrieblichen Netzwerks



#### Evaluierung der Geschäftsidee



#### Finden von Mitgründer\*innen



● stimme (überhaupt) nicht zu    
 ● neutral    
 ● stimme (voll und ganz) zu

## STUDIERENDE WÜNSCHEN SICH:

“ Vorträge von erfolgreichen aber auch gescheiterten Gründer\*innen und Programme/Events zur Steigerung der Kreativität und Austausch für Ideen“

*Studentin*

“ Mehr grundlegende Informationsveranstaltungen auch schon zu Beginn des Studiums, um mehr Aufmerksamkeit für dieses spannende Thema in der breiten Masse der Studierendenschaft zu schaffen“

*Student*

“ Praktisches Ausprobieren von Mini-Geschäftsideen“

*Student*

“ Netzwerk von erfolgreichen Gründern, mit denen man über den Werdegang sprechen kann und die als "Mentor" zur Seite stehen“

*Student*

“ Mehr Module, gerne auch Wahlmodule, wo man die ersten Schritte einer Gründung lernt und anwendet.“

*Studentin*

“ Vorträge von Gründern die durch gemeinsame Ziele und ein gesundes miteinander zu ihrem aktuellen Erfolg gekommen sind. Die Möglichkeit in solche Unternehmen hineinschauen zu dürfen.“

*Student*

# 6 STUDIERENDEN- INITIATIVEN



## DIVERSITÄT DER MITGLIEDER UND INITIATIVENFOKUS

Der SSM widmet sich auch dem Engagement Studierender in studentischen Vereinen und deren Bedeutung für die Gründungslandschaft. Aus der Gesamtstichprobe engagiert sich etwa jede\*r fünfte in einer Studierendeninitiative (19,02%), etwa gleich viel wie im SSM 2022. Unter den studentischen Gründer\*innen war der Anteil deutlich höher, knapp ein Drittel (32,45%) gab an, sich in einer Initiative zu engagieren, was auf einen positiven Zusammenhang mit einer späteren oder parallelen Gründung hindeutet. Der Frauenanteil unter den Initiativen-Mitgliedern liegt mit 47,65% deutlich unter dem Anteil in der Gesamtstichprobe von 56%. Hier zeigt sich offenes Potenzial für die studentischen Initiativen, noch mehr Frauen als Mitglieder zu gewinnen.

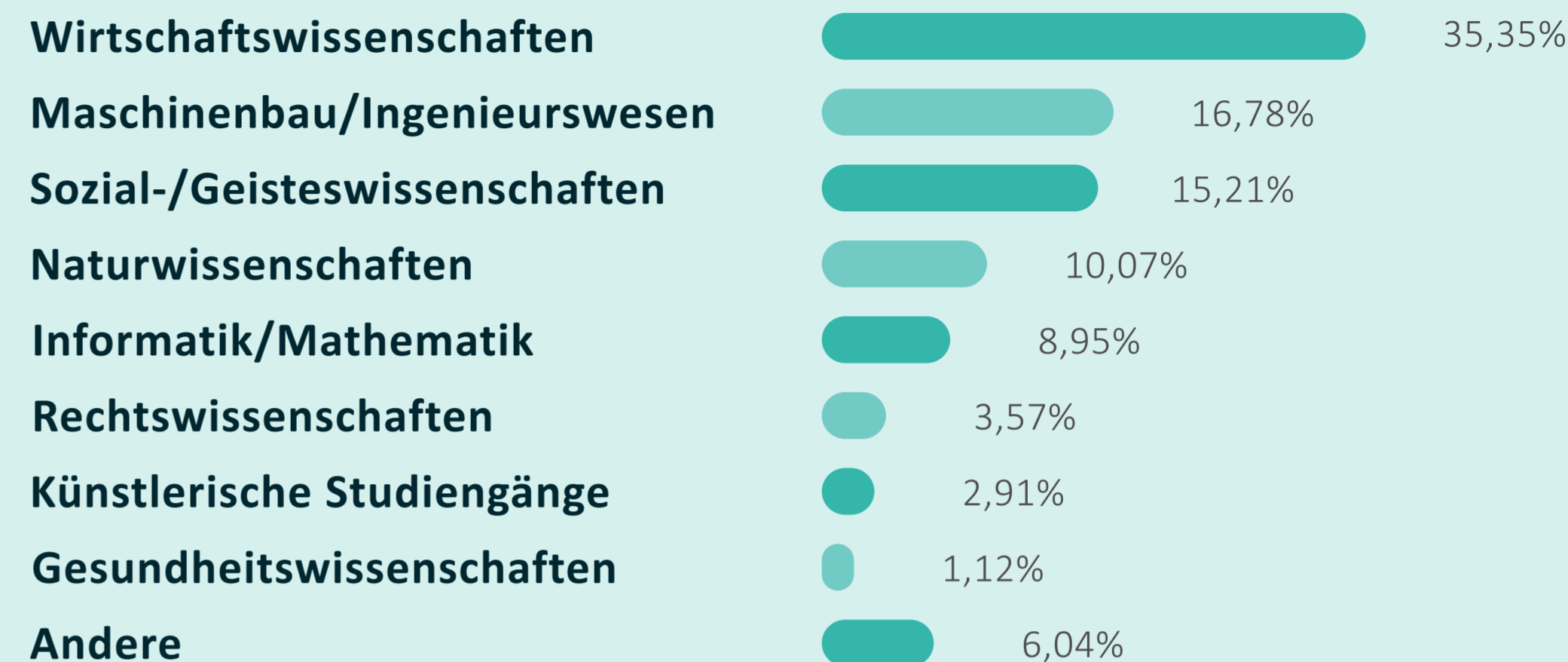
## STUDIENFÄCHER

Die meisten Initiativen-Mitglieder in dieser Stichprobe studieren in einem wirtschaftswissenschaftlichen Studiengang (158 aus 447). Unter den Initiativen-Mitgliedern finden sich aber auch viele Studierende aus Geisteswissenschaften (15,2%) und Ingenieurwesen (16,78%) wieder. Diese Rangfolge deckt sich mit den Ergebnissen des SSM 2022, wobei der Anteil der Wirtschaftswissenschaftler\*innen weiter gestiegen ist.

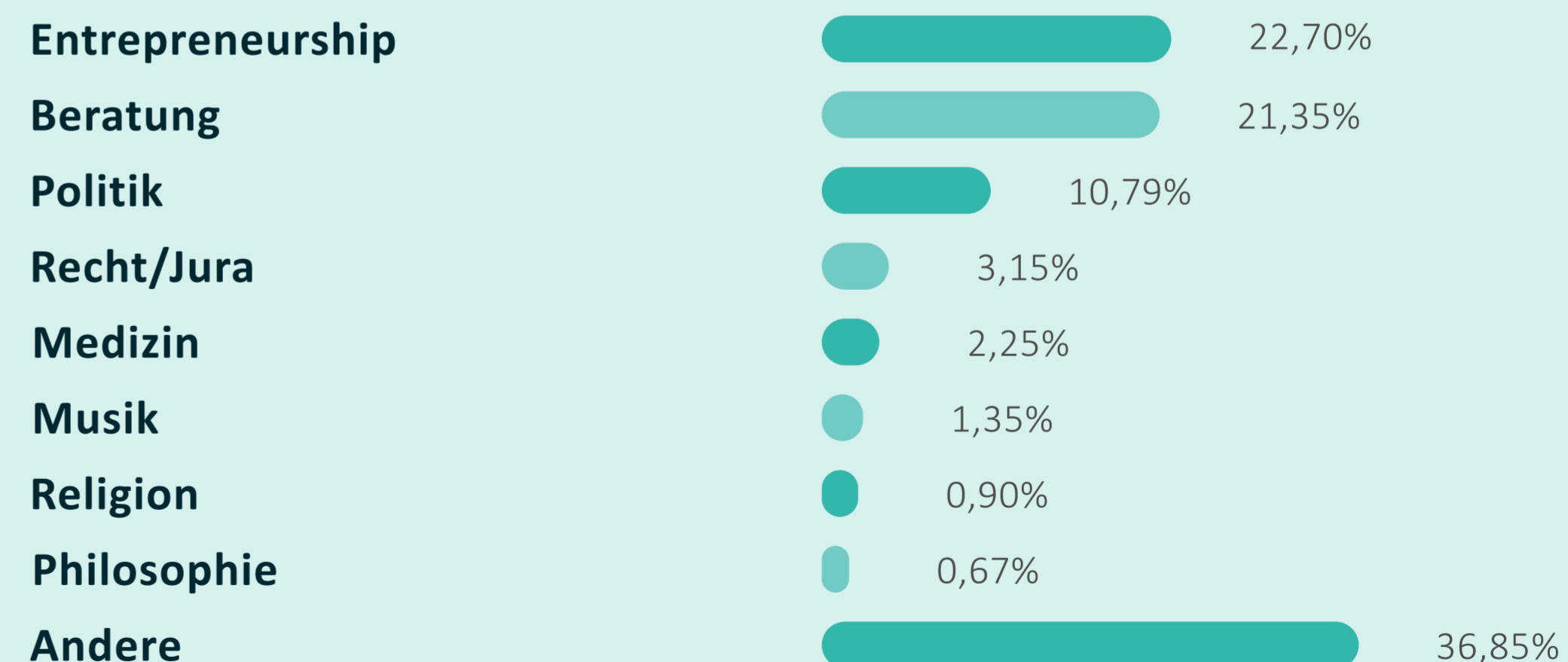
## FOKUS

Unter den Studierendeninitiativen sind insbesondere Consulting (21,35%) und Entrepreneurship-Initiativen (22,7%) beliebt. Dahinter folgen politische Initiativen, in denen sich 10,79% der Initiativen-Teilnehmenden engagierten. Damit sind Initiativen mit einem Fokus auf Start-ups die beliebtesten Initiativen im SSM 2024 und konnten sich zum SSM 2022 von Rang zwei auf den ersten Platz verbessern.

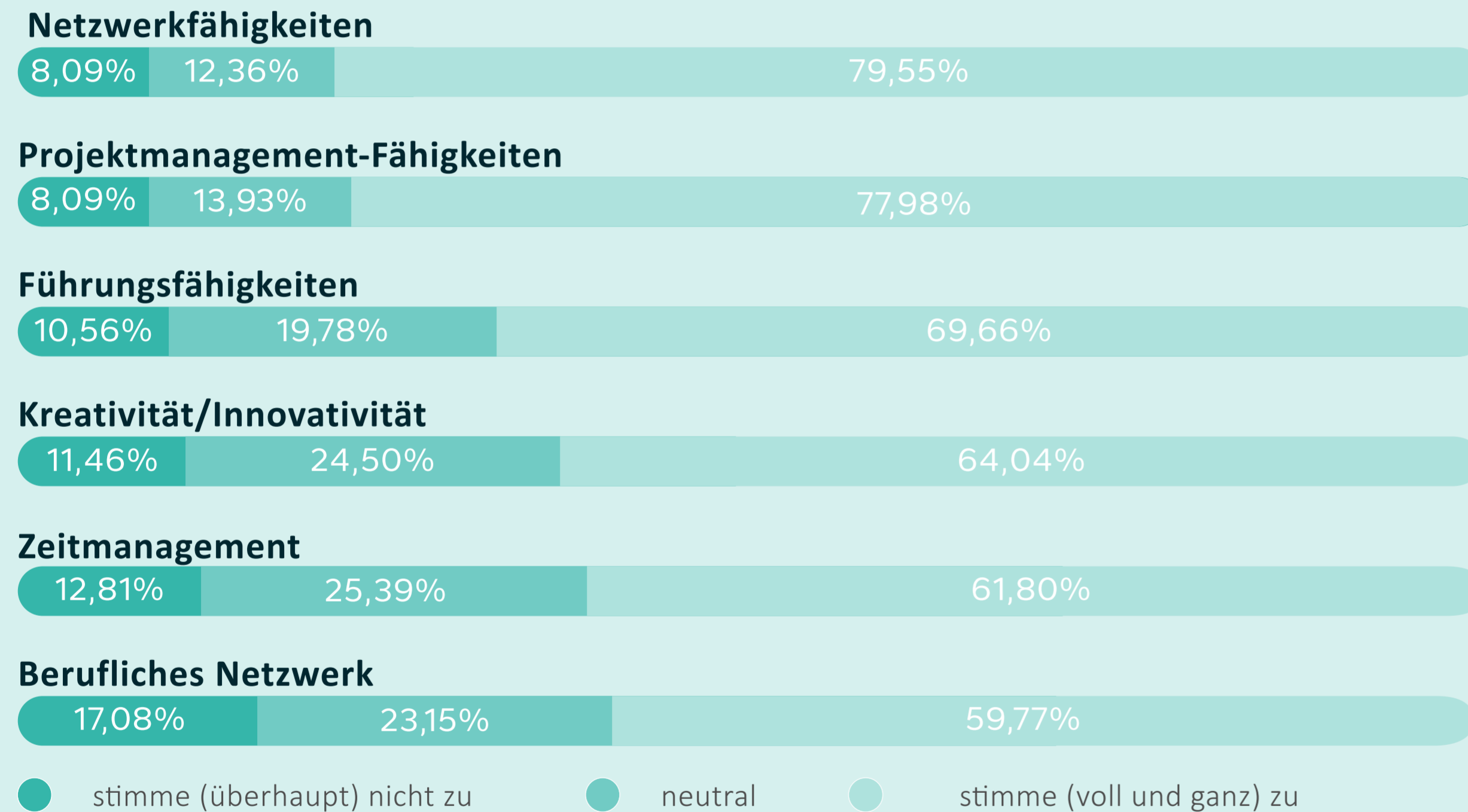
## ABB. 10 STUDIENFÄCHER



## ABB. 11 ARTEN VON STUDIERENDENINITIATIVEN



## ABB. 12 AUSWIRKUNGEN DES ENGAGEMENTS IN STUDIERENDENINITIATIVEN



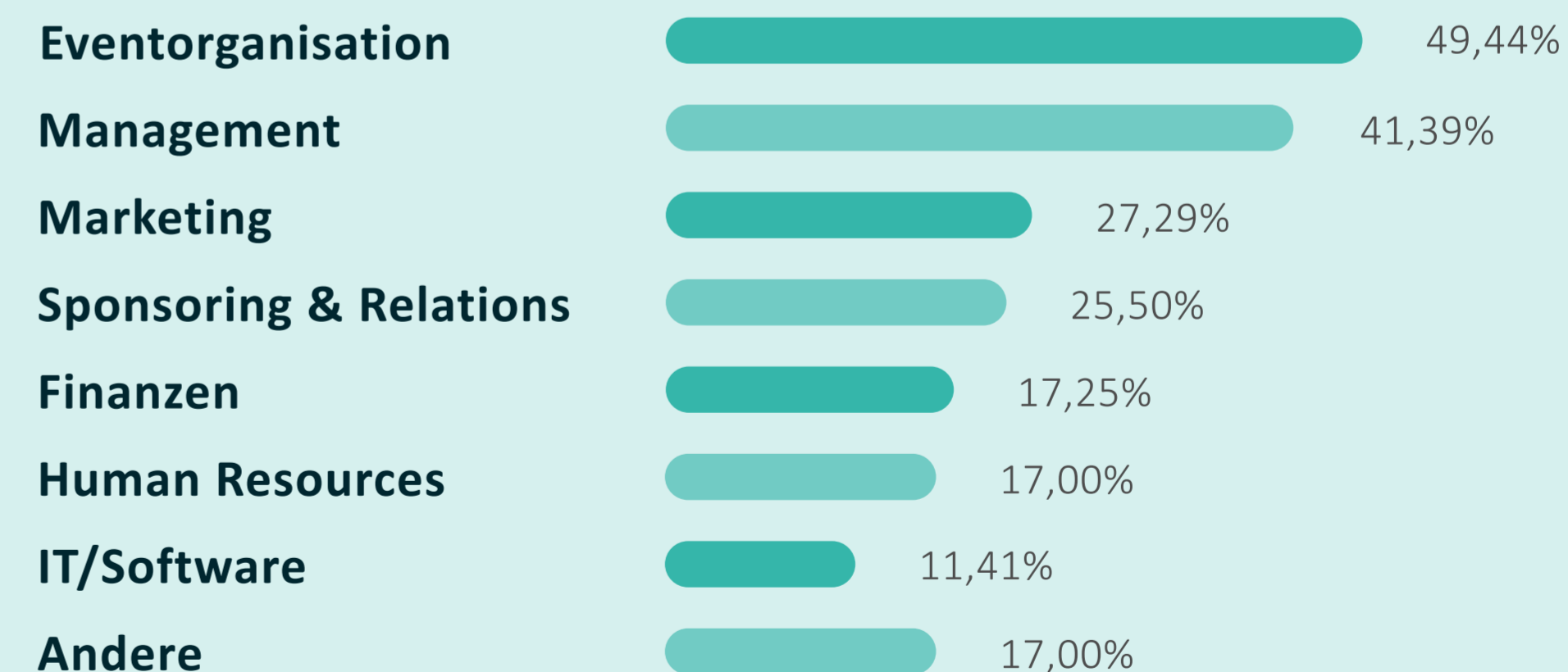
### POSITIVE AUSWIRKUNGEN

Studierende berichten von einer Reihe positiver Effekte infolge ihres Engagements in einer Studierendeninitiative: Studierende nutzen die eigenständige Arbeit in den Initiativen, um ihre Fähigkeiten im Projektmanagement, Zeitmanagement oder ihre Führungsqualitäten in der Praxis anwenden können und zu verbessern. Knapp 78% aller Initiativen-Teilnehmenden berichteten, dass sie ihre Projektmanagement-Skills verbessern konnten. Einen zweiten Hauptnutzen sehen die Teilnehmenden in den Auswirkungen auf ihr berufliches Netzwerk. 79,55% gaben an, dass sich ihre Netzwerkfähigkeiten verbessert haben, 59,77% berichteten sogar von direkten positiven Auswirkungen auf ihr berufliches Netzwerk. Im SSM 2024 findet sich damit weitere Evidenz dafür, dass das Engagement in einer Studierendeninitiative positive Auswirkungen auf gründungsrelevante Kompetenzen hat (Pittaway et al., 2015).

## AUFGABEN INNERHALB DER INITIATIVE

Welche konkreten Aufgaben die Mitglieder in den Initiativen übernehmen, variiert. Viele waren an mehreren Aufgabengebieten beteiligt. Die Initiativen bieten eine niedrigschwellige Möglichkeit, in verschiedene Rollen eintauchen zu können und die eigenen Präferenzen auszutesten. Knapp die Hälfte der Initiativen-Mitglieder waren an der Organisation von Events beteiligt, 41,93% übernahmen auch Management-Aufgaben. Durch das Übernehmen verschiedener Aufgaben in der Initiative lernen zukünftige Gründer\*innen, welche Aufgaben sie mithilfe ihrer Kompetenzen am besten ausfüllen können; die ist auch für die Zusammenstellung des Gründungsteams hilfreich (Reese et al., 2021).

ABB. 13 AUFGABEN INITIATIVENMITGLIEDER



# 7 STUDENTISCHE GRÜNDER\*INNEN

# STUDENTISCHE GRÜNDER\*INNEN

## ALTER & GESCHLECHT

Von den insgesamt 2350 teilnehmenden Studierenden gaben 272 an, bereits ein Start-up gegründet zu haben oder sich derzeit in der Gründungsphase zu befinden. Im Durchschnitt sind die studentischen Gründer\*innen 25,38 Jahre alt, damit sind sie knapp 2 Jahre über dem Durchschnitt der Gesamtstichprobe.

70,22% der Teilnehmenden identifizieren sich als männlich, 28,68% als weiblich, eine Person als divers. Der Anteil an weiblichen Gründerinnen entspricht damit etwa den Ergebnissen des SSM 2022 (Overwien et al., 2022), ohne eine erkennbare Steigerung. Im DSM lag der Gründerinnenanteil deutlich niedriger bei ungefähr 21% (Kollmann et al., 2023). Die signifikant höhere Frauenquote in unserer Studie könnte auf den Fokus auf Women's Entrepreneurship und die Sensibilisierung von Studentinnen für den alternativen Weg der eigenen Unternehmensgründung an deutschen Hochschulen zurückzuführen sein. Die Ergebnisse zeigen einen hoffnungsvollen Trend unter der zukünftigen Generation von Gründerinnen.

## STUDIENFACH & ANGESTREBTER BILDUNGSABSCHLUSS

Mehr als die Hälfte der befragten Gründer\*innen befinden sich derzeit im Bachelor-Studium, und etwa ein Drittel im Master. Die Daten des aktuellen DSM zeigen, dass das Entrepreneurship Ökosystem grundsätzlich stark akademisch geprägt ist, weshalb wir uns in dieser Datenerhebung auf Studierende konzentrieren. Im DSM haben 84,5% aller Gründer\*innen einen Studienabschluss, und knapp zwei Drittel sogar einen Mastertitel (Kollmann et al. 2023). Ein Großteil der Gründer\*innen studiert in einem MINT-Fach (38,61%) oder Wirtschaftswissenschaften (33,09%).

Ähnlich wie bei der Teilnahme an Entrepreneurship-Angeboten deutet dies auf eine deutliche Überrepräsentation der Wirtschaftswissenschaften hin. Andere Studiengänge sind nach wie vor unterrepräsentiert. Bspw. sind in unserer Stichprobe nur zwei Gründer\*innen aus dem medizinischen Bereich vertreten. Im DSM 2023 machen die Medizinstudierenden ebenfalls lediglich 1,1% der Gründer\*innen aus (Kollmann et al. 2023). Ein möglicher Grund dafür ist, dass der Karriereweg nach einem Medizinstudium üblicherweise vorgezeichnet ist.

ABB. 14 ANGESTREBTER BILDUNGSABSCHLUSS

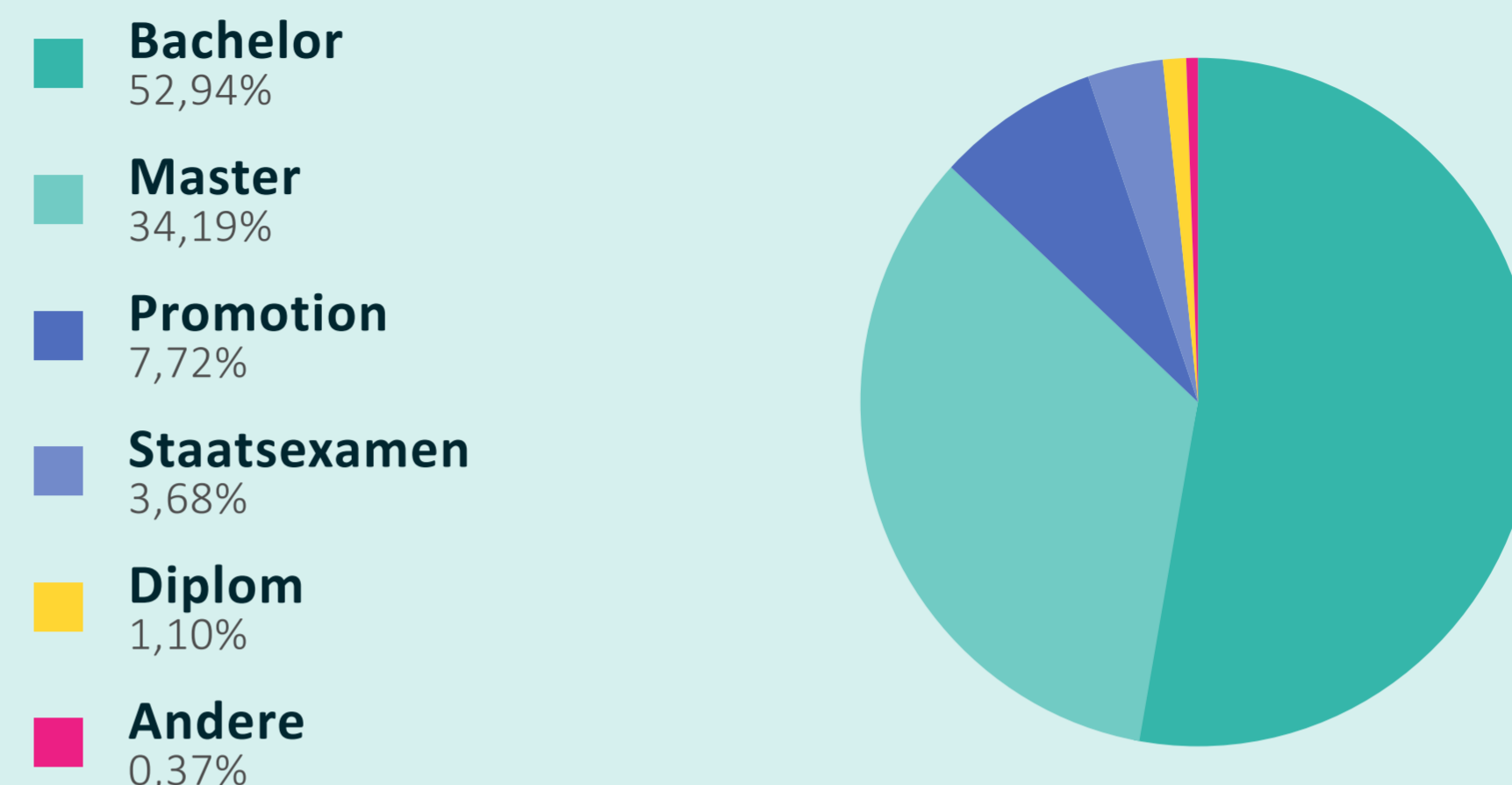
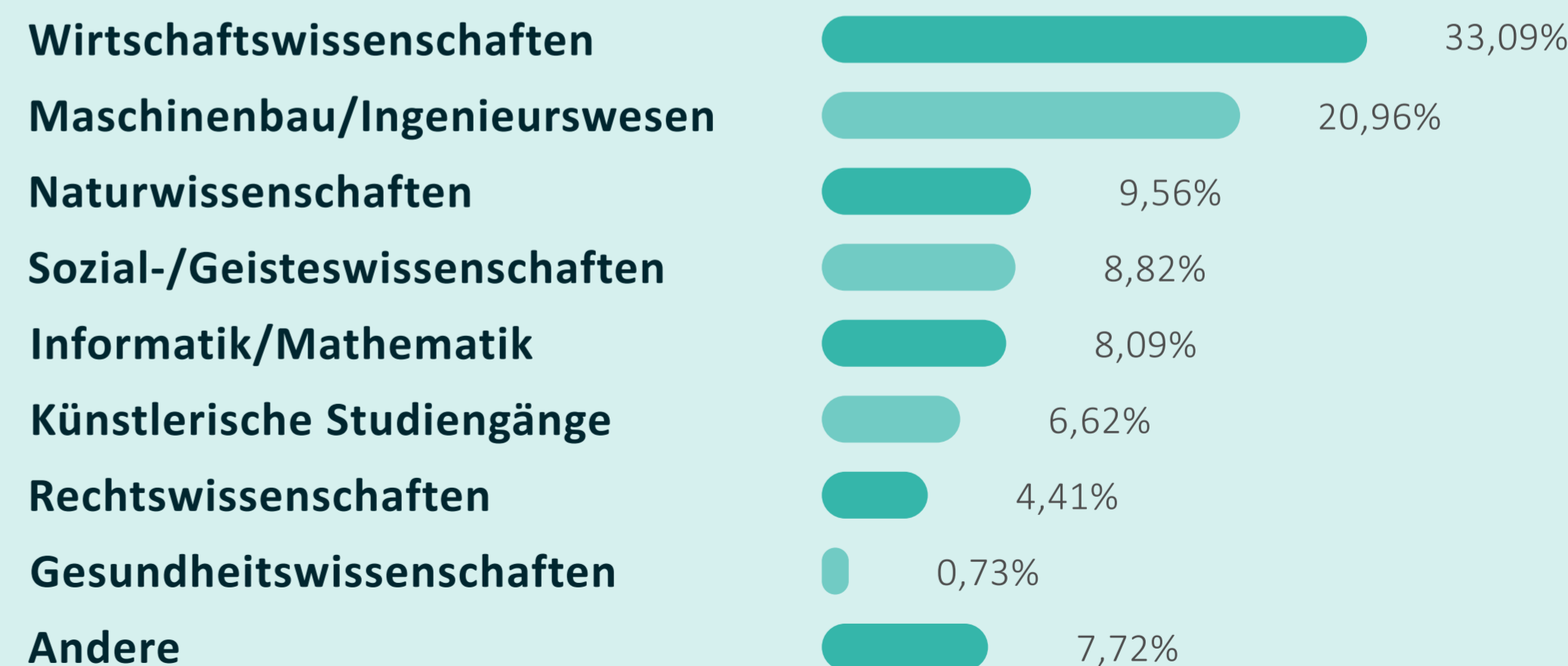
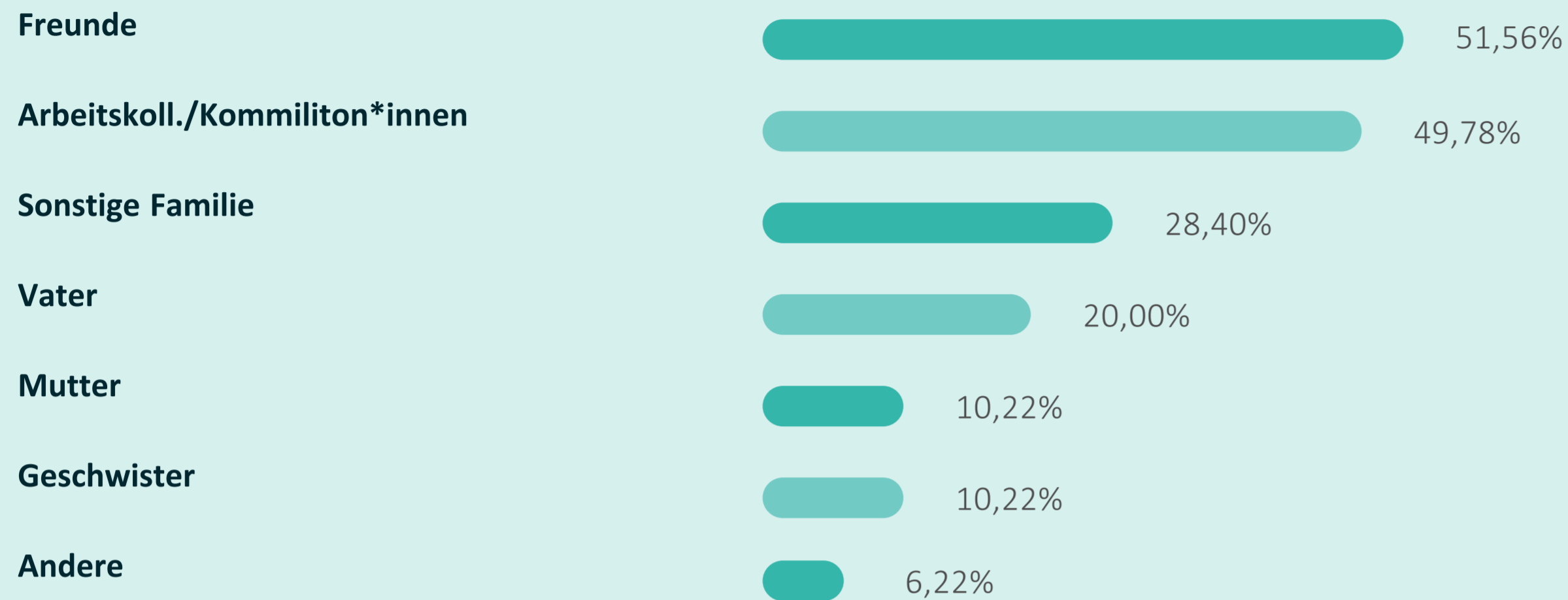


ABB. 15 STUDIENFÄCHER



**ABB. 16 ROLE MODEL STUDENTISCHER GRÜNDER\*INNEN**



**ABB. 17 ANTEIL SOCIAL ENTREPRENEURSHIP**



## ROLE MODELS

Mit 82,72% kennen die meisten Gründer\*innen eine andere Person, die bereits ein eigenes Unternehmen gegründet hat. Dieser Anteil an Role Models für studentische Gründer\*innen liegt deutlich über dem Durchschnittswert von etwa 60%. Am häufigsten werden als Role Models Kommiliton\*innen, Freund\*innen oder andere Familienmitglieder genannt.

## SOZIALES UNTERNEHMERTUM

Viele studentische Gründer\*innen wollen aktiv zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen beitragen: 41,18% der studentischen Gründer\*innen ordneten sich der Kategorie Social Entrepreneurship zu. Social Entrepreneurship beschreibt dabei das Erzielen von gesellschaftlicher oder ökologischer Wertschöpfung mithilfe von Innovationen, wobei das Verfolgen von Profit nicht ausgeschlossen ist (Estrin et al., 2013; Mair & Noboa, 2006). Der Anteil von Sozialunternehmer\*innen liegt leicht unter dem Anteil im DSM, in dem sich 45% der Start-ups der Lösung gesellschaftlicher Probleme verschrieben haben, mit steigender Tendenz in den letzten Jahren. Gründe für die leicht niedrigere Quote im SSM könnten darin liegen, dass die studentischen Gründer\*innen noch keine ausgereiften Geschäftsmodelle vorweisen und deshalb die Ausrichtung des Unternehmens noch nicht abschließend einordnen können oder wollen.



## GRÜNDUNGSPERSÖNLICHKEIT UND ZUFRIEDENHEIT

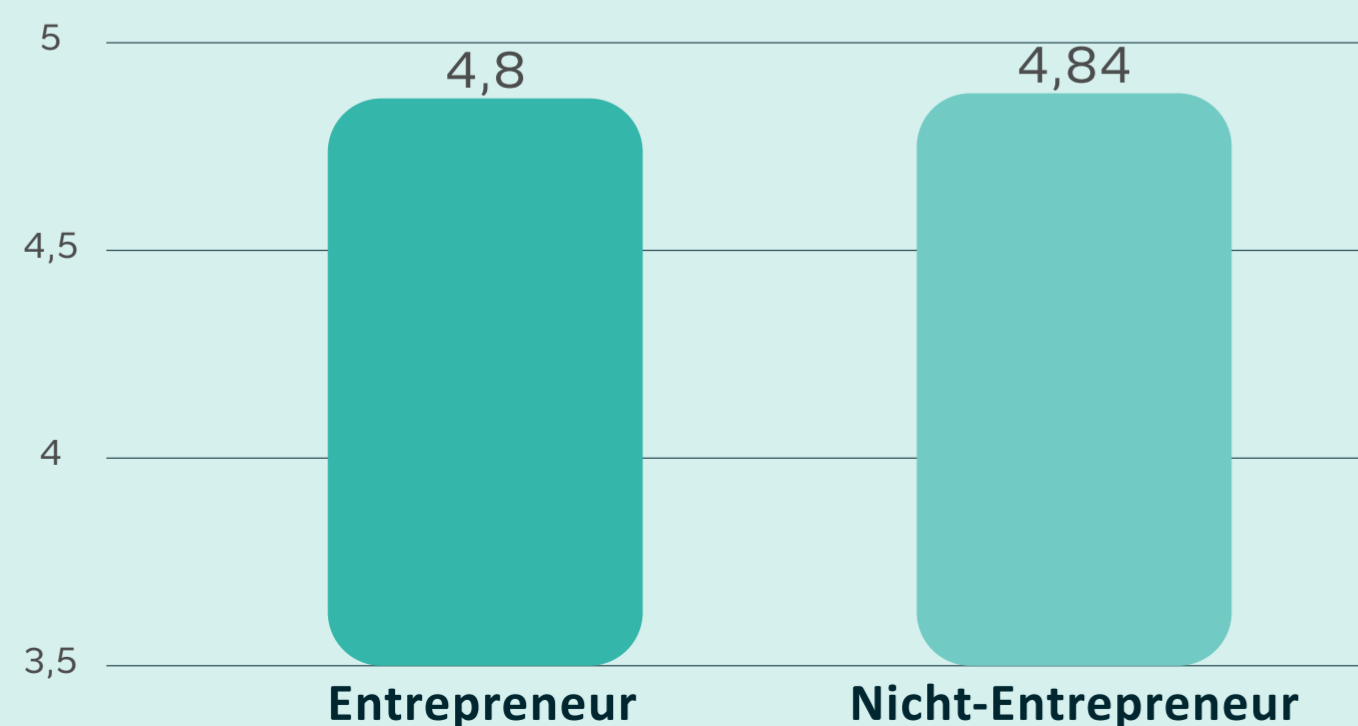
Aus der psychologischen Forschung wissen wir, dass Start-up Gründer\*innen sich in ihrer Persönlichkeit systematisch von Personen, die einen anderen Berufsweg einschlagen (z.B. Angestellte), unterscheiden (Frese & Gielnik, 2014). Neben einer hohen Selbstwirksamkeit und einem hohen Autonomiebedürfnis gehören zu den prägendsten Eigenschaften von Gründer\*innen, ihre Kreativität, sowie ihr Umgang mit ständig wechselnden Situationen. Diese Eigenschaften, sowie das Wohlbefinden der studentischen Gründer\*innen, haben wir auch im SSM beleuchtet.

## UNTERNEHMERISCHES WOHLBEFINDEN

Viele Studien haben gezeigt, dass die Gründung eines eigenen Unternehmens oft mit einem erhöhten Wohlbefinden einhergeht (Stephan, 2022, Shir et al., 2019, Nikolaev et al., 2020, Hessels et al., 2018). Auch die Ergebnisse des DSM 2019, zeigen auf, dass Gründer\*innen im Vergleich zur restlichen Bevölkerung häufiger zufriedener sind (Kollmann et al., 2019). Im SSM fand sich dieser Effekt nicht: Die durchschnittliche Lebenszufriedenheit der Unternehmer\*innen lag nicht über der der übrigen Teilnehmenden. Dies könnte darauf hindeuten, dass der Effekt sich erst in späteren Phasen der Gründung einstellt.

Interessanterweise konnten wir jedoch feststellen, dass soziale Unternehmer\*innen eine signifikant höhere Lebenszufriedenheit berichteten als kommerzielle Unternehmer\*innen. Unser Befund könnte möglicherweise darauf zurückzuführen sein, dass sozial ausgerichtete Unternehmer\*innen noch stärker im Einklang mit ihren Werten handeln (Hoogh et al. 2005).

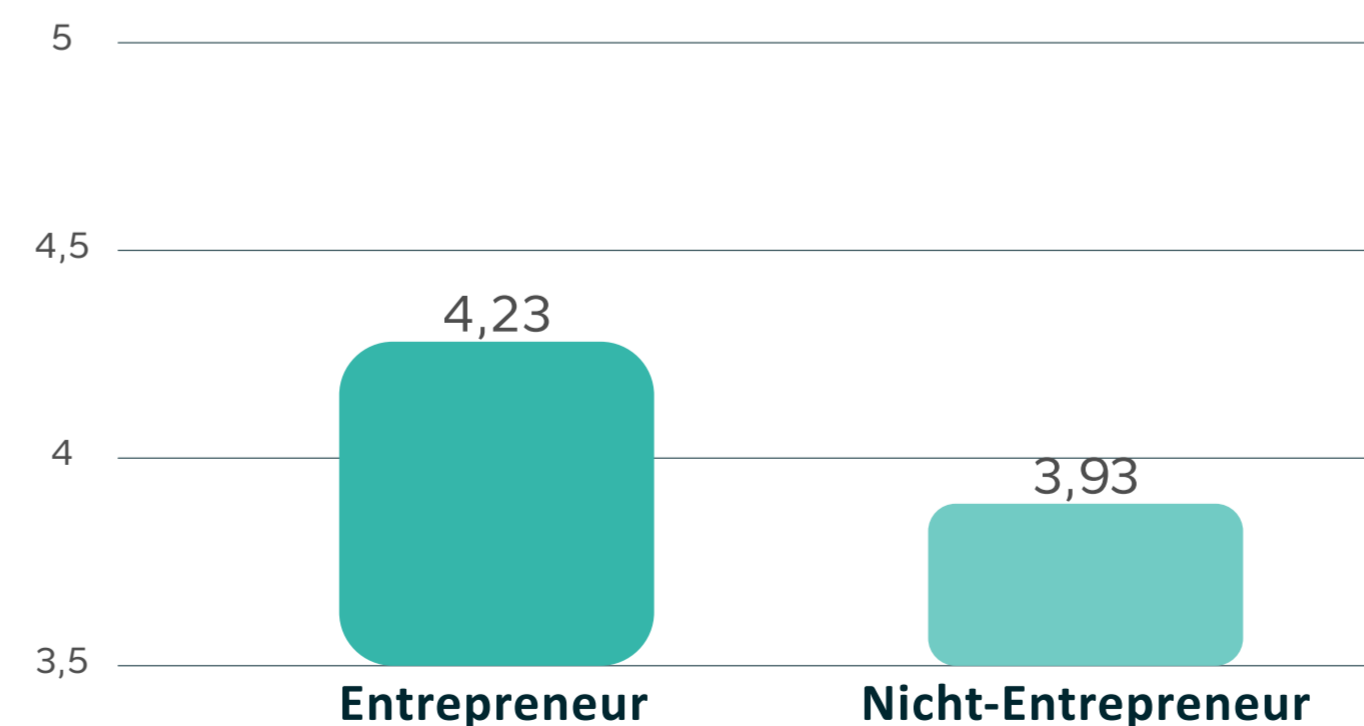
**ABB. 18 LEBENSZUFRIEDENHEIT**



## UMGANG MIT TURBULENZEN

Ambiguitätstoleranz beschreibt die Neigung, mehrdeutige Situationen als wünschenswert zu empfinden (Budner, 1962). Das kann beispielsweise auftreten, wenn eine Person mit Informationen konfrontiert wird, die sehr komplex oder widersprüchlich sind (Norton, 1975). Während andere Menschen solche Situationen als stressig erleben, empfinden Personen mit hoher Ambiguitätstoleranz sie als herausfordernd und interessant. Gründer\*innen sind ständig mit Ungewissheit, Veränderungen und Risiken konfrontiert (Markman & Baron, 2003). Die Ergebnisse des SSM zeigen, dass auch studentische Gründer\*innen deutlich besser in der Lage sind, mit plötzlichen Veränderungen oder Unvorhergesehenem umzugehen oder unter Stress und Druck weiterzuarbeiten.

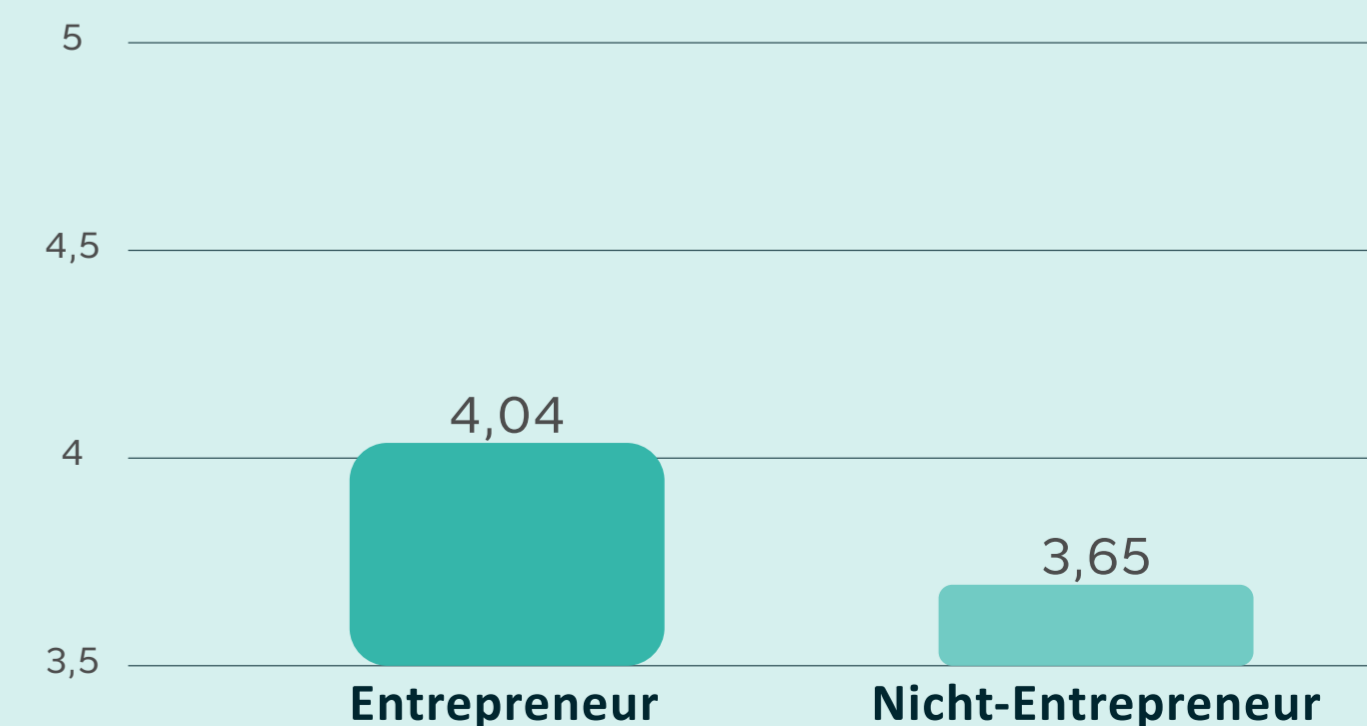
**ABB. 19 AMBIGUITÄTSTOLERANZ**



## KREATIVITÄT IM FOKUS

Kreativität wird als die Fähigkeit definiert, neue und nützliche Ideen zu schaffen (Amabile, 1996). Im Start-up Kontext setzen viele Gründer\*innen kreative Methoden z.B. des Brainstormings ein, um Innovationen zu entwickeln (Shane, 2003). Bereits 1934 betonte Schumpeter, einer der Pioniere im Bereich des Unternehmertums, dass die Gründung eines eigenen Start-ups einer „kreativen Zerstörung“ gleichkommt, bei der neue Innovationen entstehen. Unsere Ergebnisse bestätigen, dass Gründer\*innen häufiger „out of the box“ denken oder besonders einfallsreich sind.

**ABB. 20 KREATIVES PROBLEMLÖSEN**



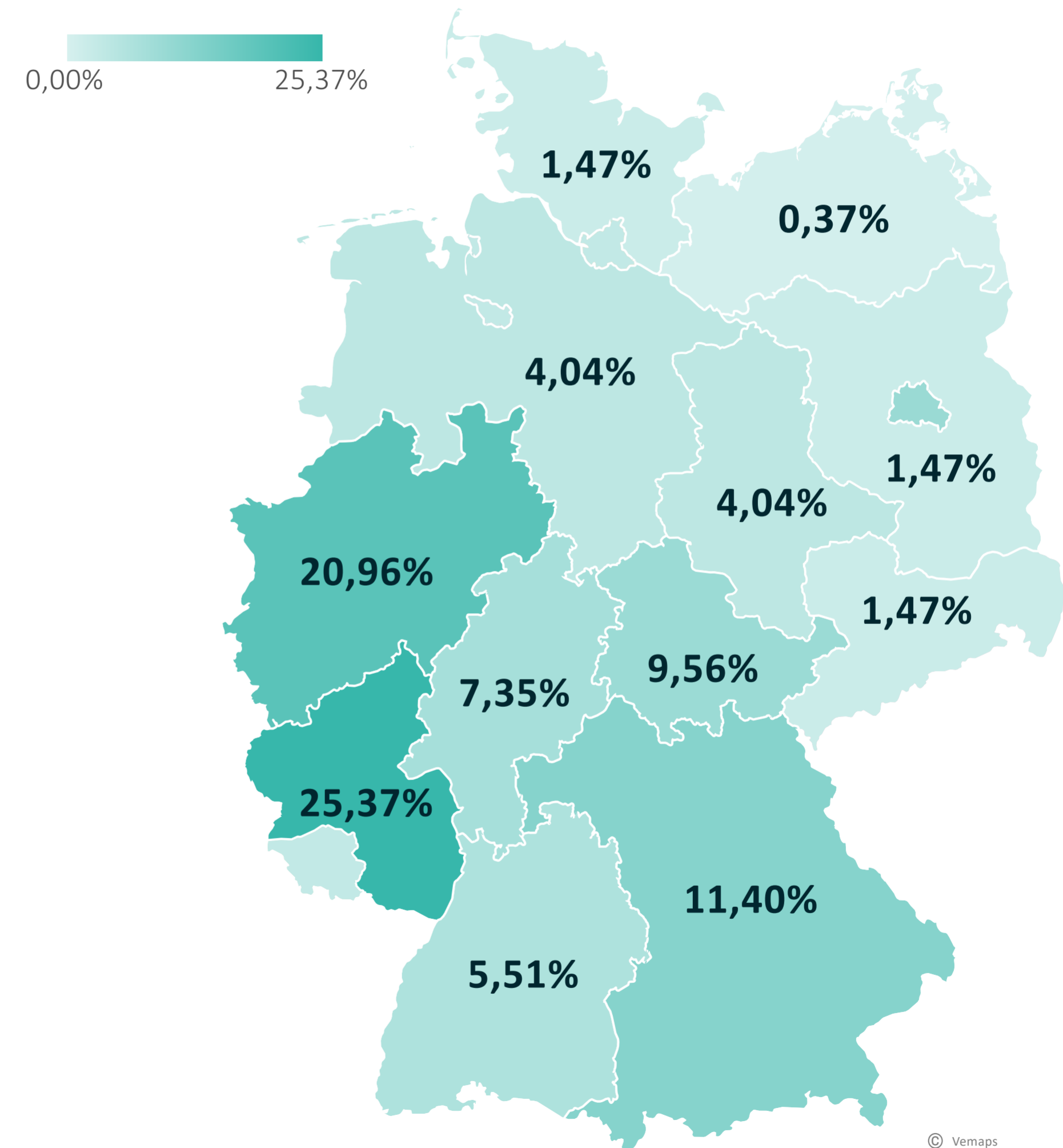


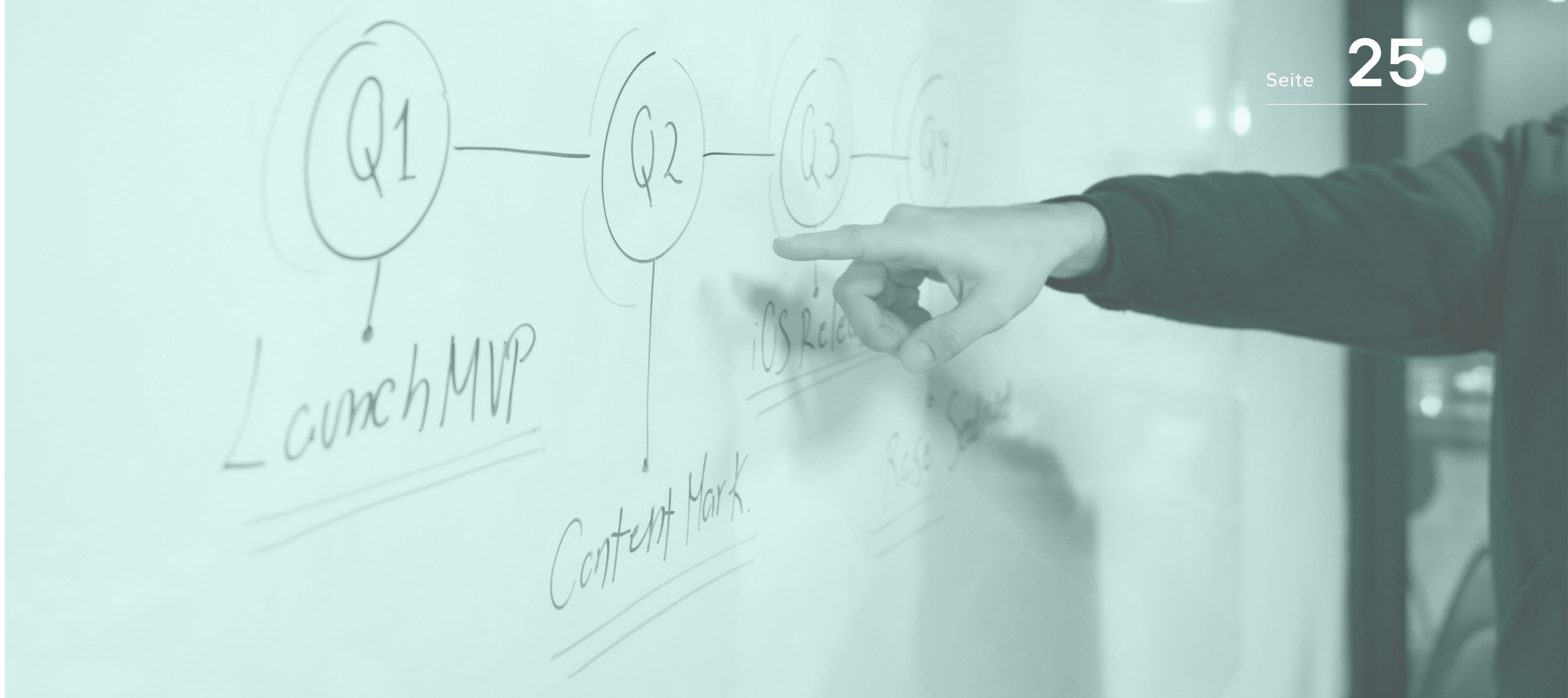
# HOCHSCHULEN STUDENTISCHER GRÜNDER\*INNEN

## BUNDESLÄNDER

Die drei Bundesländer mit den meisten studentischen Gründer\*innen sind in unserer Studie Rheinland-Pfalz (25,37%), NRW (20,96%) und Bayern (11,4%). Die hohe Dichte an Start-up Gründer\*innen in NRW zeigte sich schon im SSM 2022 mit 28,8%. Das Land NRW bietet bereits eine Vielzahl von Unterstützungs- und Netzwerkangeboten, z.B. das Gründungsstipendium.NRW, das seit 2018 bereits über 3600 Gründer\*innen finanziell unterstützt hat (Ministerium für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen 2023). Auch Bayern hat sich in anderen Studien bereits als ein Standort mit hoher Gründungsaktivität erwiesen, mit einem Anteil von 13,4% (Kollmann et al. 2023).

ABB. 21 BUNDESLÄNDERVERTEILUNG





Die höchste Gründungsichte erreichte im SSM 2024 jedoch Rheinland-Pfalz, zu der die WHU – Otto Beisheim School of Management maßgeblich beigetragen hat, die auch im DSM unter den Top-Gründungshochschulen landet (2023). Eine mögliche Auswahlverzerrung (Sampling Bias) kann nicht ausgeschlossen werden, so fällt bspw. die geringe Anzahl von Start-ups aus Berlin (2,94%) in unserer Studie auf. Im DSM 2023 wies Berlin mit 20,8% den höchsten Gründeranteil auf.

Neben der WHU haben auch die Fachhochschule Erfurt (9,56%), die RWTH Aachen (6,99%) und die Hochschule Trier (6,99%) sehr gute Platzierungen im SSM 2024 erzielt. Auch Münster ist als aufstrebender Standort für Start-ups vertreten, sowohl mit der FH (6,25%) als auch der Universität (4,04%) landet Münster in den Top 10 der Gründungshochschulen. Neben fünf anderen Standorten in NRW, wurde Münster 2019 zu einem der Exzellenz Start-up Center ernannt, einem fünfjährigen Förderprogramm zur Stärkung der akademischen Gründungslandschaft (Exzellenz Start-up Center Nordrhein-Westfalen, 2023).

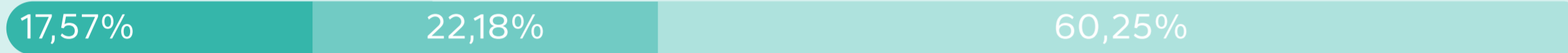
Im Hinblick auf unsere Liste der besten Gründungshochschulen ist der hohe Anteil von Fachhochschulen hervorzuheben. Dies legt die Vermutung nahe, dass der praxisnahe Ansatz und die enge Vernetzung zur Wirtschaft an Fachhochschulen sich positiv auf die Gründungsintention der Studierenden auswirken.

## ABB. 22 TOP-8-GRÜNDUNGSHOCHSCHULEN

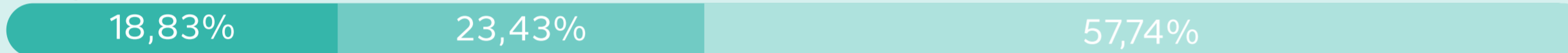


## ABB. 23 VORTEILE AN HOCHSCHULEN

### Mentor\*innen/Beratung



### Mitgründer\*innen



### Technische Infrastruktur



### Qualifizierte Mitarbeiter\*innen



### Investor\*innen/Finanzierung



### Patentierete Technologien



● stimme (überhaupt) nicht zu    ● neutral    ● stimme (voll und ganz) zu

## DIE ROLLE DER HOCHSCHULEN

Hochschulen in Deutschland bieten bundesweit verschiedene Unterstützungsmöglichkeiten im Gründungsprozess an, die jedoch noch oft ungenutzt bleiben. Wie bereits im SSM 2022 zeigt sich, dass der Zugang zu patentierten Technologien schwierig bleibt. Dies hat zur Folge, dass den Hochschulen als Treiber von Innovationen oft ein entscheidender Faktor für Gründungen aus dem wissenschaftlichen Bereich fehlt. Eine Vereinfachung der Patentrechte zugunsten der Gründer\*innen könnte dazu beitragen, dieses ausbaufähige Bild zu verbessern.

Eine positiver Trend zeigt sich im Zugang zu Mitgründer\*innen, der sich durch die Kontakte und Veranstaltungen an den Hochschule ergibt. Im Vergleich zu 49,6% im SSM 2022 bewerteten in diesem Jahr 57,7% diese Möglichkeit als äußerst positiv. Wir gehen davon aus, dass das Ende der Corona-Pandemie und die Rückkehr zur Präsenz zu dieser Entwicklung beigetragen haben. Eine weitere Verbesserung gegenüber dem Vorjahr ist der Zugang zu technischer Infrastruktur, den nun 50,2% als positiv empfinden, im Vergleich zu 39,6% 2022.

Beim Zugang zu qualifizierten Mitarbeiter\*innen, Finanzierungsmöglichkeiten und Beratungsoptionen hat sich das Stimmungsbild kaum verändert. Den Zugang zu Mentor\*innen und Beratungsmöglichkeiten bewerten 60% als sehr positiv. Da soziale Netzwerke maßgeblich den Erfolg bei Unternehmensgründungen begünstigen (Abou-Moghli & Al-Kasabeth, 2012), könnte auch dies noch weiter optimiert werden.

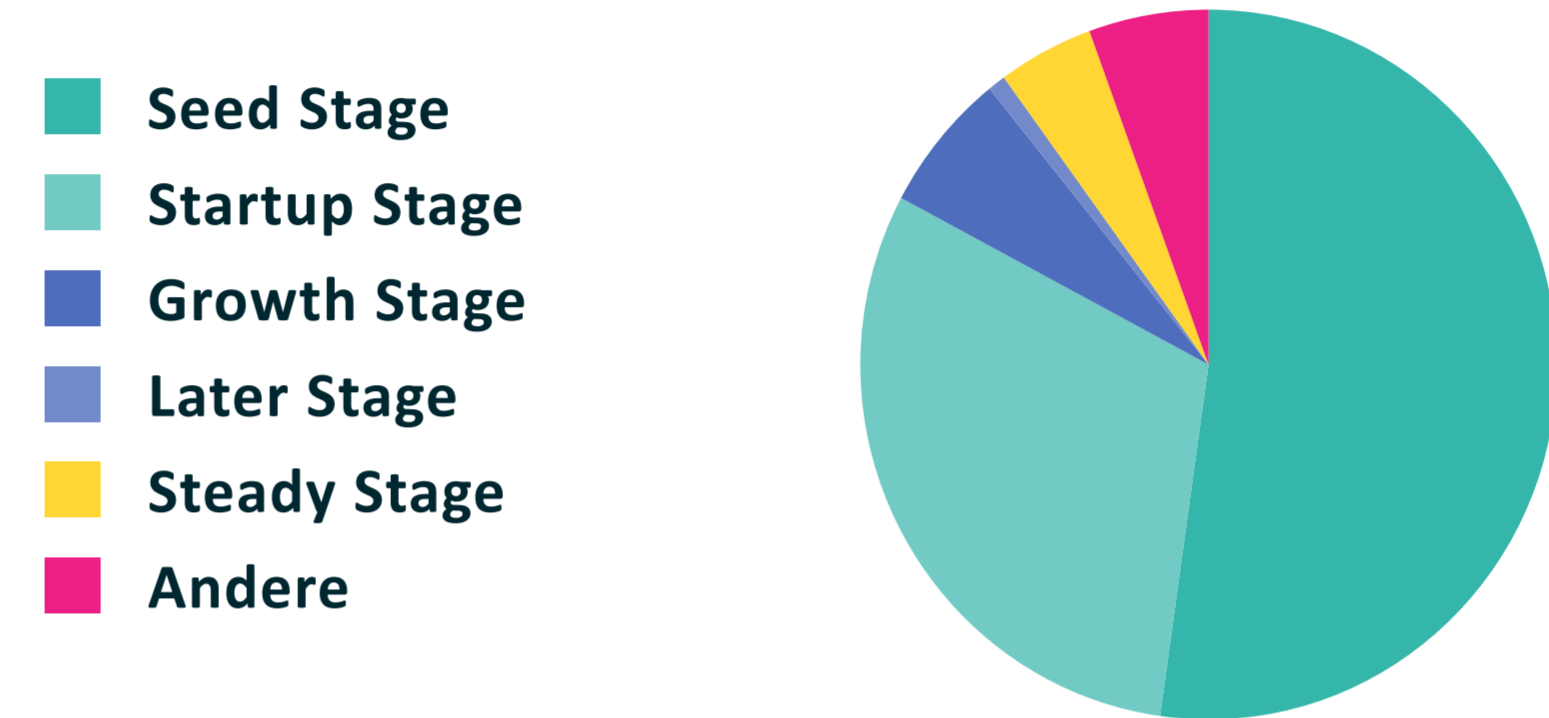
# START-UP PHASEN UND HERAUSFORDERUNGEN

Die von uns befragten studentischen Gründer\*innen befinden sich überwiegend in den Anfängen des Gründungsprozesses. Etwa 52,22% (im Vergleich zu 47,5% im Jahr 2022) sind in der sogenannten Seed-Phase, sprich der Orientierungs- und Planungsphase, in der Ressourcen beschafft werden, um die Geschäftsidee in die Realität umzusetzen. Weitere 30,37% (im Vergleich zu 28,8% im Jahr 2022) befinden sich in der Start-up Phase, die sich darauf konzentriert, sich am Markt zu etablieren und erste Kund\*innen zu gewinnen.

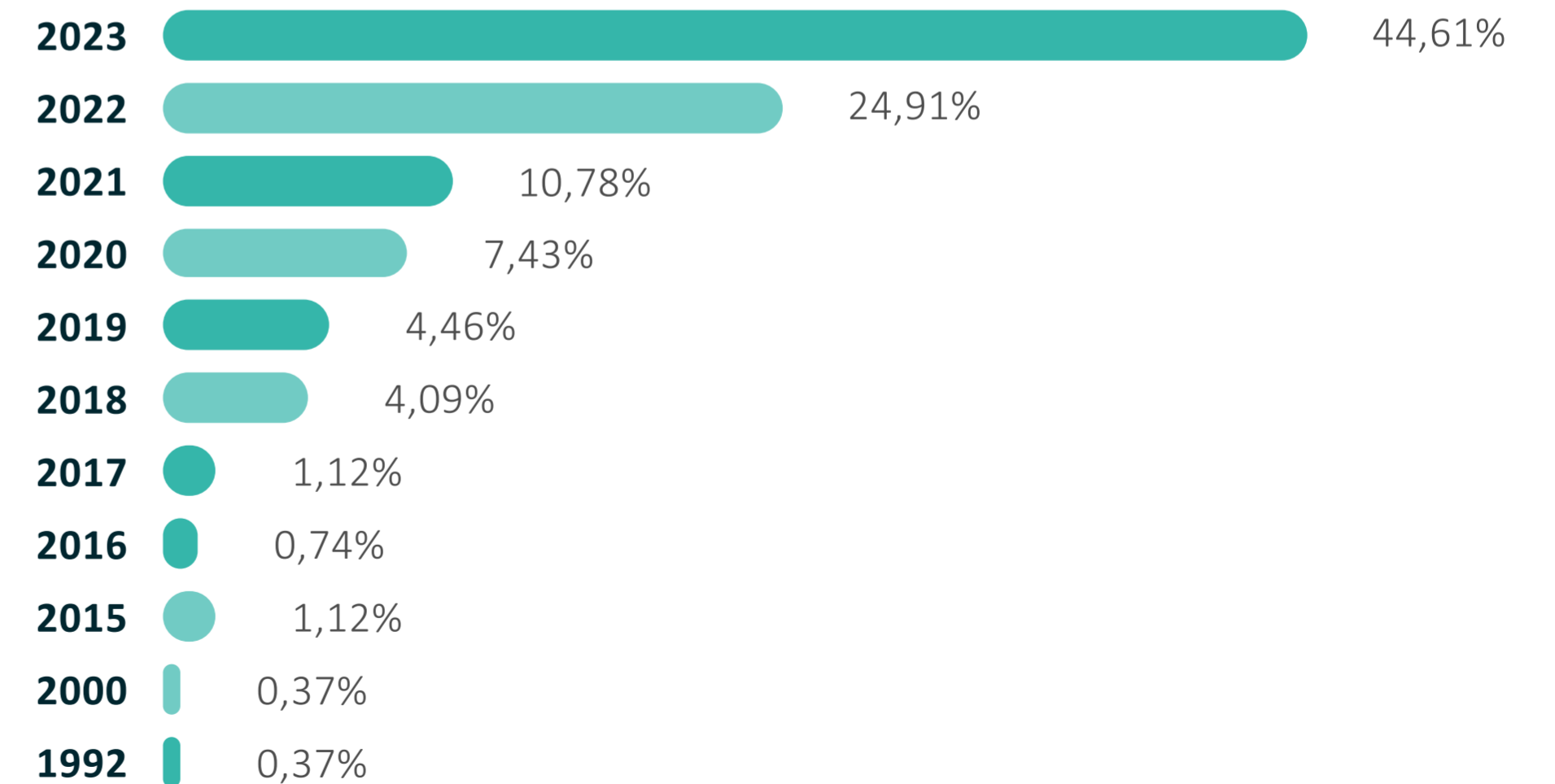
Im aktuellen Datensatz sind prozentual noch mehr frühphasige Start-ups als 2022 enthalten (Overwien et al., 2022). Eine mögliche Erklärung für diese Verschiebung könnte sein, dass Gründungszentren an Sichtbarkeit und Reichweite gewonnen haben, wodurch Gründungsteams dazu neigen, Unterstützungsangebote früher in Anspruch zu nehmen. Lediglich etwa jedes zwanzigste studentische Start-up hat bereits die Steady-Phase erreicht, in der es sich am Markt etabliert hat. Im DSM 2023 befanden sich 3,6% in der Steady-Phase, 24,5% gaben an, sich in der Growth-Phase zu befinden (Kollmann et al. 2023). Zum Vergleich befinden sich im SSM lediglich 6,3% in der Growth-Phase.

Die Tatsache, dass sich in unserer Stichprobe hauptsächlich Gründungsteams in frühen Gründungsphasen befinden, zeigt sich auch in den Gründungsjahren: Über 80% der Befragten haben im Jahr 2021 oder später gegründet. Der Anteil der Start-ups, die 2019 oder früher, also vor dem Ausbruch der weltweiten Corona-Pandemie, gegründet haben, beträgt in unserer Stichprobe lediglich 12,27%.

**ABB. 24 STARTUP PHASE**

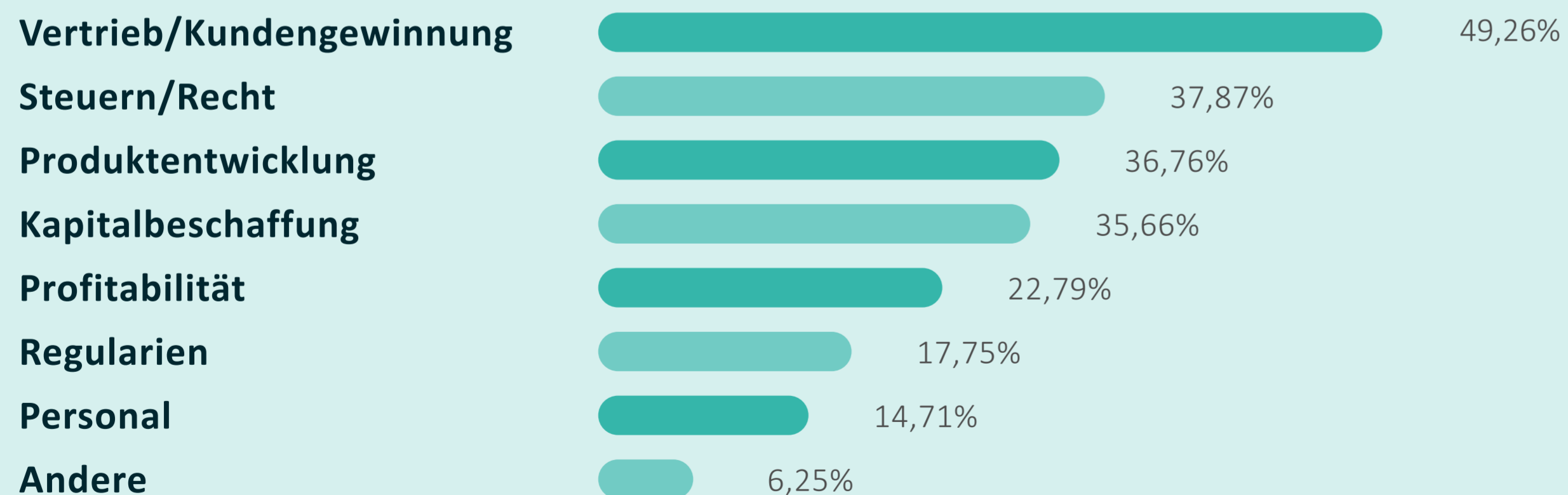


**ABB. 25 GRÜNDUNGSAHRE**





## ABB. 26 TOP 3-GERANKTE HERAUSFORDERUNGEN

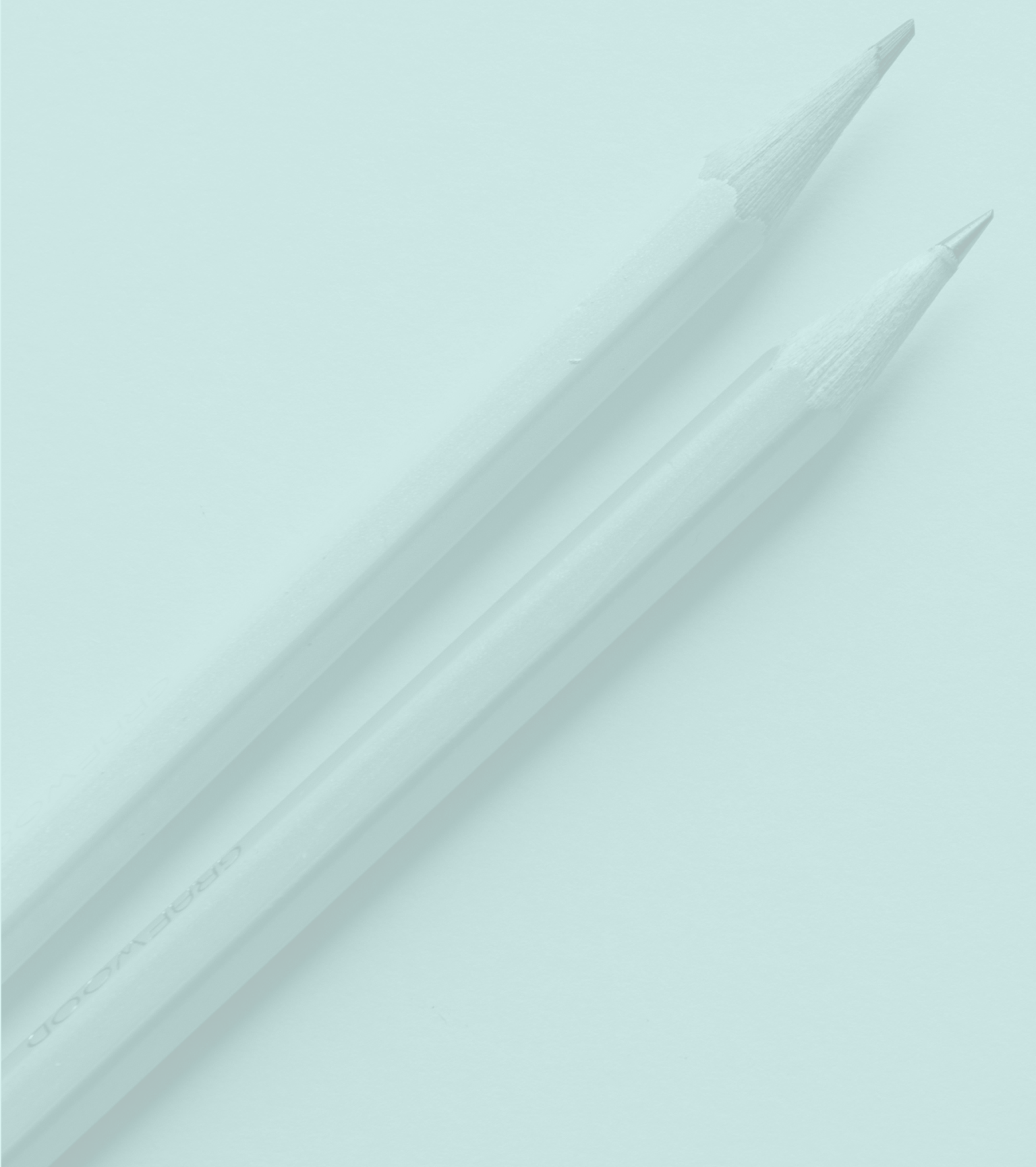


Etwa die Hälfte der befragten studentischen Gründer\*innen gibt an, dass der Vertrieb und die Kundengewinnung Herausforderungen für sie darstellen. Im Vergleich dazu sind es über 60% der Befragten im DSM 2023, die dieser Aussage zustimmen (Kollmann et al., 2023). Eine mögliche Erklärung dafür könnte sein, dass viele der Start-ups in den Anfängen des Gründungsprozess stecken und noch nicht in der Phase angekommen sind, in der sie ihre Lösungen aktiv vermarkten müssen.

Darüber hinaus gibt etwa ein Drittel an, dass die Kapitalbeschaffung eine Herausforderung darstellt. Dieser Anteil ist im Vergleich zum DSM 2023 (43,1%) eher niedrig und deutet auf die Wirksamkeit finanzieller Unterstützungsprogramme hin, die über Hochschulen angeboten werden, wie das EXIST Stipendium für wissenschaftsbasierte Ausgründungen.

Ein weiterer Aspekt, der studentische Start-ups beschäftigt, sind steuerliche und rechtliche Fragen (37,9%). Wir schließen daraus, dass Start-up Zentren neben Coaching- und Mentoring-Programmen auch vermehrt kostenlose Rechtsberatung für Gründungsteams anbieten sollten.

# 8 KONZEPTIONIERUNG



Nach erstmaliger Veröffentlichung im Jahr 2022, geht der Student Startup Monitor mit dieser Ausgabe in die zweite Runde. Als Datengrundlage dient eine deutschlandweite Online-Erhebung, die im Sommersemester 2023 durchgeführt wurde. Die Teilnahme war für die Studierenden freiwillig, unter allen Teilnehmenden wurden Buchgutscheine verlost. Der SSM wird von der Arbeitseinheit Psychology auf Entrepreneurship an der Universität Münster durchgeführt. Möglich gemacht wurde der SSM 2024 durch finanzielle Unterstützung vom REACH - EUREGIO Start-up Center.

Mit einer großen (wenn auch nicht repräsentativen) Stichprobe von über 2.000 Studierenden an deutschen Hochschulen, vermittelt der SSM eine Momentaufnahme des studentischen Gründungsökosystems. Außerdem soll der SSM Studierenden aufzuzeigen, welche Möglichkeiten die eigene Hochschule bereithält, eine Gründung zu verfolgen. Obwohl das Angebot an Unterstützung für Gründer\*innen in den letzten Jahren stetig verbessert wurde, sind diese einem Großteil der Studierenden weiterhin völlig unbekannt. Studiengänge, die von Haus aus wenig Kontakt zur Gründungsthematik haben, müssen deshalb noch stärker auf bestehende Angebote aufmerksam gemacht werden. Entrepreneurship als Berufszweig für alle Fachbereiche attraktiv und sichtbar zu machen sollte deshalb eine prioritäre Aufgabe für die Hochschulen sein.

## DAS TEAM

Der SSM 24 wird durchgeführt und herausgegeben von der Arbeitseinheit Psychology of Entrepreneurship unter der Leitung von Jun.-Prof. Dr. Philipp Schäpers. Die Erhebung, Auswertung und Ausfertigung wurde von Maximilian Weldert und Henrik Heinemann durchgeführt, unterstützt von Anja Overwien. Herausgegeben wird der SSM in Kooperation mit dem REACH - EUREGIO Start-up Center.



**HENRIK HEINEMANN** studierte an der Freien Universität Berlin und der Universität Münster und promoviert derzeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter in der Arbeitseinheit Psychology of Entrepreneurship an der Universität Münster. Seine Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich Social Entrepreneurship, sowie Recruiting und Personaldiagnostik.



**MAXIMILIAN WELDERT** studierte (Wirtschafts-) Psychologie an der Hochschule und Universität Osnabrück und promoviert zurzeit mit der Unterstützung eines Stipendiums der Stiftung der deutschen Wirtschaft in der Arbeitseinheit Psychology of Entrepreneurship an der Universität Münster. Gleichzeitig leitet er seit mehreren Jahren sein eigenes Start-up. Seine Forschung konzentriert sich insbesondere auf das unternehmerische Wohlbefinden.



**ANJA OVERWIEN** ist studierte Wirtschaftschemikerin und untersuchte im Rahmen ihrer Promotion an der Universität Münster, wie studentische Gründungen insbesondere in den Naturwissenschaften gefördert werden können. Sie ist Mit-Initiatorin des SSM und arbeitet derzeit als Projektmanagerin beim Digitalhub Münsterland.



**PHILIPP SCHÄPERS** ist Juniorprofessor für Psychology of Entrepreneurship an der Universität Münster. Seine Promotion verfasste er am Lehrstuhl für Psychologische Diagnostik, Differenzielle und Persönlichkeitspsychologie an der Freien Universität Berlin. Er war außerdem als Senior Research Associate an der Singapore Management University beschäftigt. Große Teile seiner Forschung sind im Bereich Personalauswahl, Management-Diagnostik und Unternehmertum angesiedelt. Neben seiner Tätigkeit als Wissenschaftler arbeitet er ebenfalls als HR-Consultant.

## KOOPERATIONSPARTNER

### REACH - EUREGIO START-UP CENTER

Das REACH – EUREGIO Start-up Center aus Münster ist eines von sechs geförderten „Excellence Start-up Center.NRW“. Durch ein umfassendes Programm aus Coaching, Scouting, Netzwerk, Forschung und Lehre unterstützt das REACH Studierende und Wissenschaftler\*innen bei der Verwirklichung ihrer Gründungsideen in der Frühphase



# QUELLEN

- Abou-Moghli, A. & Al-Kasabeth, M. (2012).** Social network and the success of business start-up. *International Journal of Business and Management*, 7, 134-140.  
<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.11.987.1554&rep1&type?pdf>
- Amabile, T. M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J., & Herron, M. (1996).** Assessing the work environment for creativity. *Academy of Management Journal*, 39(5), 1154–1184.
- Bildung und Kultur. Statistischer Bericht – Statistik der Studierenden – Wintersemester 2022/2023.**  
[https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Hochschulen/Publikationen/Downloads-Hochschulen/statistischer-bericht-studierende-hochschulen-endg-2110410237005.xlsx?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Hochschulen/Publikationen/Downloads-Hochschulen/statistischer-bericht-studierende-hochschulen-endg-2110410237005.xlsx?__blob=publicationFile)
- Budner, S. (1962).** Intolerance of ambiguity as a personality variable. *Journal of Personality*, 30: 29-50.
- Destatis (2018).** Erwerbstätige im Durchschnitt 44 Jahre alt. Pressemitteilung Nr. 448 vom 19. November 2018. Abgerufen am 19.10.2023 von [https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2018/11/PD18\\_448\\_122.html](https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2018/11/PD18_448_122.html)
- Destatis (2023).** Statistischer Bericht - Statistik der Studierenden - Wintersemester 2022/2023. Abgerufen am 12.10.2023 von [https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Hochschulen/Publikationen/Downloads-Hochschulen/statistischer-bericht-studierende-hochschulen-endg-2110410237005.xlsx?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Hochschulen/Publikationen/Downloads-Hochschulen/statistischer-bericht-studierende-hochschulen-endg-2110410237005.xlsx?__blob=publicationFile)
- Estrin, S., Mickiewicz, T., & Stephan, U. (2013).** Entrepreneurship, social capital, and institutions: Social and commercial entrepreneurship across nations. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(3), 479–504.  
<https://doi.org/10.1111/etap.12019>
- Exzellenz Start-up Center Nordrhein-Westfalen (2023).** Die sechs Exzellenz Start-up Center im Überblick. Abgerufen am 18.10.2023 unter <https://www.exzellenz-start-up-center.nrw/projekte>
- Frese, M., & Gielnik, M. M. (2014).** The psychology of entrepreneurship. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1(1), 413–438.  
<https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-031413-091326>
- Hessels, J., Arampatzi, E., van der Zwan, P., & Burger, M. (2018).** Life satisfaction and self-employment in different types of occupations. *Applied Economics Letters*, 25(11), 734–740.  
<https://doi.org/10.1080/13504851.2017.1361003>
- Hoogh, A. H. de, Hartog, D. N. den, Koopman, P. L., Thierry, H., van den Berg, P. T., van der Weide, J. G., & Wilderom, C. P. (2005).** Leader motives, charismatic leadership, and subordinates' work attitude in the profit and voluntary sector. *The Leadership Quarterly*, 16(1), 17–38. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2004.10.001>
- Kollmann, T., Hensellek, S., Jung, P.B., Kleine-Stegemann, L. (2019).** Deutscher Startup Monitor 2019: Mehr Mut, neue Wege, Startup Monitor. <https://doi.org/10.17185/duerpublico/72935>

**Kollmann, T. & Pröpper, A. (2023).** Deutscher Startup Monitor 2022. Eine neue Zeit. Abgerufen am 13.10.2023 von <https://deutscherstartupmonitor.de/wp-content/uploads/2023/09/Deutscher-Startup-Monitor-2023.pdf>

**Mair, J., & Noboa, E. (2006).** Social entrepreneurship: How intentions to create a social venture are formed. In J. Mair, J. Robinson, & K. Hockerts (Eds.), *Social Entrepreneurship* (pp. 121–135). Palgrave Macmillan.  
[https://doi.org/10.1057/9780230625655\\_8](https://doi.org/10.1057/9780230625655_8)

**Markman, G. D. & Baron, R. A. (2003).** Person- entrepreneurial fit: Why some people are more successful as Entrepreneurs than others. *Human Resource Management Review*, 13 (2): 281-301.

**Ministerium für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen (2023).** Neuer Name, neue Fördersumme: Aus Gründerstipendium.NRW wird Gründungsstipendium.NRW. Abgerufen am 18. Oktober 2023, von <https://www.xn--grndungsstipendium-n6b.nrw/news/erhoehung-gruendungsstipendium-nrw>

**Nikolaev, B., Boudreaux, C. J., & Wood, M. (2020).** Entrepreneurship and Subjective Well-Being: The Mediating Role of Psychological Functioning. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 44(3), 557–586.  
<https://doi.org/10.1177/1042258719830314>

**Norton, R. W. (1975).** Measurement of ambiguity for tolerance. *Journal of Personality Assessment*, 39: 607-619.

**Overwien, A., Faller, F., Weldert, M., Heinemann, H., Münzberg, Tobias, & Leker, J. (2022).** Student Startup Monitor: Momentaufnahme des studentischen Entrepreneurship-Ökosystems in Deutschland. Gründermagnet. <https://gruendermagnet.de/student-startup-monitor>

**Overwien, A., Jahnke, L., & Leker, J. (2024).** Can entrepreneurship education activities promote students' entrepreneurial intention? *The International Journal of Management Education*, 22(1), 100928.

**Pittaway, L. A., Gazzard, J., Shore, A., & Williamson, T. (2015).** Student clubs: Experiences in entrepreneurial learning. *Entrepreneurship & Regional Development*, 27(3-4), 127-153.

**Reese, D., Rieger, V., & Engelen, A. (2021).** Should competencies be broadly shared in new ventures' founding teams? *Strategic Entrepreneurship Journal*, 15(4), 568-589.

**Schumpeter, J. A. (1934).** *Theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle.* Oxford University Press.

**Shane, S. (2003).** *The individual-opportunity nexus approach to entrepreneurship.* Aldershot: Edward Elgar.

**Shir, N., Nikolaev, B. N., & Wincent, J. (2019).** Entrepreneurship and well-being: The role of psychological autonomy, competence, and relatedness. *Journal of Business Venturing*, 34(5), 105875.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.05.002>

**Stephan, U., Rauch, A., & Hatak, I. (2022).** Happy entrepreneurs? Everywhere? A meta-analysis of entrepreneurship and wellbeing. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 104225872110727.  
<https://doi.org/10.1177/10422587211072799>

**Veugelers, R. (2014).** The contribution of academic research to innovation and growth, WWWforEurope Working Paper, No. 71, WWWforEurope.