



ifempower

Abschließende Studie mit politischen Empfehlungen

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Dieses Projekt wurde aus Mitteln des Programms Erasmus+ der Europäischen Union unter der Registrierungsnummer 2018-1-HU01-KA203-047766 gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieses Dokuments trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.

Abschließende Studie mit politischen Empfehlungen

Hauptautor

Attila Bartha

Corvinus Universität von Budapest (HU)

Co-Autoren

Gábor Tamás Molnár, Katalin Oborni, Nándor Petrovics, Ivett Szalma

Corvinus Universität von Budapest (HU)

2021

INTELLEKTUELLE LEISTUNG 8

Diese Studie wurde im Rahmen des Projekts "Interactive and mentorship based FEMale emPOWERment in the field of entrepreneurship - iFEMPOWER" entwickelt.

ifempower ist ein strategisches Projekt im Bereich der Hochschulbildung, das durch das Erasmus+ Programm der Europäischen Union unter der Registrierungsnummer 2018-1-HU01-KA203-047766 kofinanziert wird.

Federführender Partner: Forschungsinstitut HÉTFA.

Dieses Dokument wurde im Rahmen der ifempower-Aktivität "Abschlussstudie mit politischen Empfehlungen" erstellt, die von Corvinus Universität von Budapest (HU) koordiniert wurde.

Beiträge wurden von den folgenden Personen geliefert: Nieves García Pereira von der Stiftung Andalucía Emprende (ES), Kári Joensen, Jón Snorri Snorrason von der Bifröst Universität (IS), Klaudia Tvergyák, Judit Fekete vom HÉTFA Forschungsinstitut (HU), Santiago Reyes ONECO Consulting (ES), Orsolya Gergely von der Ungarischen Universität Sapientia in Siebenbürgen (RO), Erzsebet Fanni Toth von der Sigmund-Freud-Universität (AT), Roxana Boboruta, Jürgen Raizner von der Steinbeis GmbH (DE).

Die im Rahmen des ifempower-Projekts erstellten Materialien sind für den Bildungsgebrauch bestimmt und können daher für diesen Zweck frei verwendet werden, ihr Inhalt darf jedoch ohne schriftliche Genehmigung der Partner nicht verändert oder weiterentwickelt werden. Die Wiederveröffentlichung des Dokuments mit unverändertem Inhalt ist nur mit einer klaren Angabe des Autors und der Quelle des Originalmaterials möglich.

Kontakt: www.ifempower.eu, internationaloffice@hetfa.hu

Erste Auflage, 2021

Vorgeschlagene Zitierung: Attila Bartha – Gábor Tamás Molnár – Katalin Oborni – Nándor Petrovics – Ivett Szalma (2021): *Abschlussstudie mit politischen Empfehlungen*. Die Studie wurde im Rahmen des Projekts "Interactive and mentorship based FEMale emPOWERment in the field of entrepreneurship - iFEMPOWER" entwickelt.

Inhaltsübersicht

Zusammenfassung	5
1. Einleitung: Hauptziele und Bewertungsmethodik	9
2. Lehrplan und Unterrichtsmaterial	10
2.1. Bewertung der Ausbilder	10
2.2. Hintergrund und Bewertung der Schüler	12
2.3. Herausforderungen und verbesserungswürdige Bereiche	13
3. Intensivstudienprogramme: Online-Winter- und Frühjahrsschulen	15
3.1. Allgemeine Bewertung von Intensivstudiengängen	15
3.2. Entscheidende Faktoren für den Erfolg der Intensivstudiengänge	16
3.3. Herausforderungen und verbesserungswürdige Bereiche	17
4. Mentorenprogramme	19
4.1. Der Pandemiekontext und andere Herausforderungen für die Mentorenprogramme	19
4.2. Erfahrungen und Erfolgsfaktoren der Mentorenprogramme	20
4.3. Bereiche und Vorschläge für Verbesserungen	21
5. Punkte zur Unterstützung des Unternehmertums	23
5.1. Herausforderungen bei der Gewinnung von Besuchern für Stützpunkte für unternehmerische Initiative	23
5.2. Erfolgsfaktoren für die Anwerbung von Besuchern des Förderzentrums für Unternehmertum	24
5.3. Bereiche für Verbesserungen	25
5.4. Gesamtbewertung	26
6. Online-Toolkit und Verbreitung	27
6.1. Online-Toolkit	27
6.2. Verbreitung	28
7. Schlussfolgerungen und wichtigste politische Empfehlungen	29
7.1. Schlussfolgerungen	29
7.2. Politische Empfehlungen	30
8.2 Anhang II - Anzahl der beteiligten Schüler an den ifempower Winter- und Frühjahrsschulen	33
8.3 Anhang III - Anzahl der beteiligten Mentoren und Unternehmer im Mentoring-Programm	34
8.4 Anhang IV - Anzahl der Besucher der ifempower-Servicestellen für Unternehmertum	34
Kontaktangaben	36

Zusammenfassung

1. Dieser intellektuelle Output ist die Abschlussstudie des ifempower-Projekts, die die wichtigsten Ergebnisse des Projekts zusammenfasst. Wir geben eine Bewertung der wichtigsten Projektaktivitäten von ifempower ab: Entwicklung und Erprobung eines Lehrplans und eines Lehrmaterials; intensive Studienprogramme in Form von Online-Winter- und Frühjahrsschulen; das Mentorenprogramm; das Funktionieren der Anlaufstellen für weibliches Unternehmertum und das Online-Toolkit. In der abschließenden Studie werden auch bewährte Verfahren durch die Kanalisierung von Rückmeldungen der Beteiligten (Studenten, Lehrer und Geschäftspartner) ermittelt. Darüber hinaus enthält sie politische Empfehlungen zu den wichtigsten Projektaktivitäten, um die Übertragbarkeit der Ergebnisse des ifempower-Projekts auf andere Einrichtungen und Länder zu gewährleisten.

2. Die Partner des ifempower-Projekts entwickelten und testeten zwischen 2019 und 2021 an vier Universitäten ein zweisemestriges Lehrmodul über weibliches Unternehmertum. Sowohl die Lehrenden als auch die Studierenden waren der Meinung, dass das Curriculum und das Lehrmaterial des Kurses "Die Unternehmerin des 21. Jahrhunderts - Gründung und Start eines neuen Unternehmens durch Frauen" angemessen funktionieren. Weitere Verbesserungen können demnach weniger im Inhalt als vielmehr in der intelligenten Anwendung der ifempower-Lehrmaterialien erzielt werden. Nach den Rückmeldungen von Dozenten und Studierenden waren besonders die praxisorientierten Aktivitäten hilfreich, die die Studierenden aktiv einbeziehen, die Interaktion fördern und Diskussionen sowie Brainstorming zu unternehmerischen Ideen erleichtern.

Der erzwungene Online-Kontext der COVID-19-Pandemie schränkte die Online-Anpassung des Lehrmaterials ein, die gut funktionierte. Dennoch können reale Fallstudien, Gruppenarbeiten und andere interaktive Tools zu einer noch besseren Bewertung des Kurses unter Verwendung des ifempower-Lehrplans und -Lehrmaterials beitragen. Die Lehrkräfte stehen vor der ständigen Aufgabe, lokale und internationale Beispiele, Fallstudien über lokales weibliches Unternehmertum und Rollenmodelle mit dem Lehrplan zu verbinden. Die Organisation direkter Begegnungen mit Unternehmerinnen ist entscheidend für die intelligente Anwendung des Lehrmaterials.

3. Für zwölf Studentinnen wurden während der Winter- und Frühjahrsschulzeit an fünf teilnehmenden Universitäten intensive Studienprogramme angeboten. Das Programm bot den Teilnehmerinnen Schulungen und Workshops, in denen sie ihre Geschäftspläne ausarbeiteten und bei Multiplikatorenveranstaltungen vorstellten, sowie eine bessere Vernetzung mit Medienvertretern, Experten, Business Angels und Investoren. Besonderes Augenmerk wurde auf die praktischen Fähigkeiten gelegt, die für die Gründung eines Unternehmens, den Verkauf einer Idee und die Gewinnung von Investoren erforderlich sind.

Die Gesamtbeurteilung der Intensivstudienprogramme durch Studierende, Lehrende und beteiligte Akteure war überzeugend positiv. Die festgestellten Herausforderungen und verbesserungswürdigen Bereiche beziehen sich nicht auf die inhaltlichen Materialien. Der Online-Kontext brachte jedoch einige spezifische Herausforderungen mit sich, was die Dauer einiger Sitzungen, den Umgang mit persönlichen Interaktionen und insbesondere die Möglichkeiten zur Vernetzung betrifft. Darüber hinaus erwies sich der Umgang mit dem heterogenen Hintergrund der teilnehmenden Studierenden als große Herausforderung - obwohl er auch eine wichtige Quelle für unternehmerische Innovation sein kann.

4. Der schwierigste Teil des ifempower-Projekts war die Einrichtung von Mentorenprogrammen. Diese innovative Idee könnte ein hervorragendes Instrument sein, um Bildungsziele im Rahmen des praxisorientierten Lernens zu erreichen. Wenn es gelang, eine sinnvolle Zusammenarbeit zwischen Mentorin und Mentee zu etablieren, erwies sich das Programm als inspirierend für die Studentinnen und brachte große Erfolge bei der Vermittlung von Kenntnissen und Fertigkeiten im realen Geschäftsleben und förderte die unternehmerische Einstellung der jungen Frauen. Der pandemische Kontext war jedoch ein schwerer Schlag für die Interaktionen zwischen Mentor und Mentee. Die erste vertrauensbildende Phase der Mentorenschaft wurde im Online-Kontext zwischen zuvor unbekanntem Mentoren und Mentees stark unterminiert. Dementsprechend konnten die wahren Vorzüge der Mentoring-Programme nur in den wenigen Fällen zum Tragen kommen, in denen eine vertrauensvolle Beziehung zwischen Mentoren und Mentees als Partner aufgebaut wurde.

An den ifempower-Partneruniversitäten (Bifröst University, CUB, Sapientia und SFU) wurden Mentorenprogramme ins Leben gerufen, um Studenten, die an der Gründung von Kleinunternehmen interessiert sind, Wissen und praktische Ratschläge sowie persönliche Beratung durch erfahrene Unternehmer, Dozenten und Experten zu vermitteln. Der Start des Mentorenprogramms fiel mit dem Ausbruch der Pandemie zusammen, und die Universitäten hatten große Schwierigkeiten, Studenten zu erreichen und in das Online-Mentorenprogramm einzubeziehen. Die Einbindung von Mentoren auf freiwilliger Basis erwies sich ebenfalls als große Herausforderung, zumindest in einigen der Länder der ifempower-Partner. Wenn jedoch eine reibungslos funktionierende Mentor-Mentee-Beziehung aufgebaut wurde, gaben die teilnehmenden Studierenden an, dass das Mentoring ihnen einen einzigartigen und herausragenden Nutzen bei der Entwicklung ihrer eigenen Geschäftsideen, Inspiration und Motivation brachte.

5. Ab 2019 bieten Unterstützungsstellen für weibliches Unternehmertum Beratungen für Universitätsstudentinnen zur Gründung und Führung eines Unternehmens an und stützen sich dabei auf erfahrene Unternehmer und Mentoren. Für mehrere Partner war dies eine schwierige Initiative: Der Betrieb eines Unterstützungspunkts für Unternehmertum war für Universitäten mit begrenzter Erfahrung in unternehmerischen Beziehungen ungewöhnlich, während es für

Wirtschaftsförderungsagenturen schwierig war, Universitätsstudentinnen zu erreichen. Aufgrund der Pandemie wurden alle Beratungsaktivitäten auf Online-Plattformen verlagert, wo sich die Entwicklung einer vertrauensvollen Interaktion zwischen den Beratern und den Studenten als potenziellen Unternehmern als schwierig erwies.

Die Herausforderungen waren dort größer, wo die Partner in stark umkämpfte Märkte für unternehmerische Unterstützung eintraten. Partner, bei denen eine reibungslose Zusammenarbeit zwischen Universitäten und Wirtschaftsförderungseinrichtungen bestand, erwiesen sich als erfolgreicher. Der Ansatz der Online-Gruppenberatungen war eine intuitiv entwickelte, aber erfolgreiche Praxis, die dazu beitrug, einen sicheren digitalen Raum für Studentinnen zu schaffen, in dem sie ihre Geschäftsideen offen austauschen konnten. Trotz aller Schwierigkeiten kann diese Initiative als vorteilhaft angesehen werden. Die jungen Frauen schätzten die Beratungsmöglichkeiten und verließen sich auf Experten, um ihre Geschäftsideen zu teilen und weiterzuentwickeln. Einige Unternehmensentwicklungsagenturen könnten die von ifempower geschaffene Möglichkeit nutzen, um ihr Angebot auf junge Frauen als potenzielle Unternehmerinnen auszuweiten.

6. Eine wichtige und innovative Komponente des ifempower-Projekts war die Erstellung des kostenlosen Online-Toolkits für Bildungszwecke. Das Online-Toolkit bietet interaktive Inhalte für potenzielle Unternehmerinnen in drei Phasen ihrer unternehmerischen Laufbahn: in der Phase des Geschäftsplans, in der Phase der Unternehmensentwicklung und in der Phase der Nachhaltigkeit des Unternehmens. Das Toolkit spiegelt die breitere Perspektive des ifempower-Projekts wider: die Integration von unternehmerischen Fähigkeiten und Kenntnissen mit einer geschlechtersensiblen Perspektive durch interaktives praxisorientiertes Lernen.

Obwohl das Toolkit inhaltlich auf früheren intellektuellen Ergebnissen von ifempower aufbaut und in allen sieben Sprachen der ifempower-Projektpartner verfügbar ist, wurde es bis zum Ende der Projektlaufzeit nicht in vollem Umfang genutzt. Gleichzeitig zeigen die Kommunikations- und Verbreitungsergebnisse des Projekts bemerkenswerte Erfolge, insbesondere durch die Nutzung der sozialen Medien (Facebook, Twitter, Instagram, You Tube und LinkedIn). Diese Verbreitungserfolge bilden eine vielversprechende Grundlage für die künftige Nutzung und die Nachhaltigkeit des Projekts.

7. Der integrative Gedanke einer geschlechtersensiblen Entrepreneurship-Studie mit dem Schwerpunkt auf den besonderen Herausforderungen von Studentinnen als potenzielle Unternehmerinnen wurde gerechtfertigt. Der Einsatz praxisorientierter Lehrmethoden, die die Hochschulbildung eng mit der realen Welt des Unternehmertums verknüpfen, wurde sehr geschätzt. Die bemerkenswerteste Errungenschaft des Projekts war das neuartige Lehrmaterial, das sich mit nur geringfügigen Anpassungen auf andere institutionelle und nationale Kontexte übertragen ließ. Die Umstände der Pandemie und die erzwungene Online-Umstellung verursachten große Schwierigkeiten bei den Mentorenprogrammen und den unternehmerischen

Unterstützungspunkten, aber als eine reibungslose Zusammenarbeit zwischen Mentor und Mentee etabliert war, empfanden motivierte Mentees die Mentorenschaft als eine außergewöhnliche und inspirierende Gelegenheit.

Wir empfehlen, die wichtigsten Erfolgsfaktoren des ifempower-Projekts - wie die Geschlechterperspektive, die Verwendung von Fallstudien und den praktischen unternehmerischen Ansatz - in der Hochschulbildung umfassend umzusetzen. Hochschulen und Anbietern unternehmerischer Unterstützung wird empfohlen, robuste lokale und nationale Netzwerke von Fachleuten und potenziellen Unternehmern zu entwickeln und zu unterhalten, in denen persönliche Verbindungen gepflegt werden können und die bei Bedarf auch virtuell funktionieren können. Die politischen Entscheidungsträger sollten Anreize für die Zusammenarbeit zwischen den Akteuren und die Einbeziehung geschlechtsspezifischer Aspekte in Studienprogramme und Unterstützungsdienste für Unternehmer schaffen.

1. Einleitung: Hauptziele und Bewertungsmethodik

Das Ziel dieser Abschlussstudie des ifempower-Projekts (intellektueller Output 8, im Folgenden: IO8) ist es, die wichtigsten Ergebnisse des Projekts zusammenzufassen. IO8 bietet eine Bewertung der Errungenschaften der wichtigsten Projektaktivitäten von ifempower: Entwicklung und Erprobung eines Curriculums und eines Lehrmaterials; intensive Studienprogramme in Form von Online-Winter- und Frühjahrsschulen; das Mentorenprogramm; das Funktionieren von Unterstützungsstellen für weibliches Unternehmertum und das Online-Toolkit. In der abschließenden Studie werden bewährte Verfahren durch die Kanalisierung von Rückmeldungen der Hauptakteure des Projekts (Studierende, Lehrkräfte und Geschäftspartner) ermittelt. Darüber hinaus enthält dieser intellektuelle Output auch politische Empfehlungen in Bezug auf die wichtigsten Projektaktivitäten, um die Übertragbarkeit der ifempower-Projektergebnisse auf andere Institutionen und Länder zu gewährleisten.

Die inhaltliche Grundlage der Bewertung in dieser abschließenden Studie wird durch das Antragsformular (im Folgenden: AF) definiert: Die wichtigsten Quellen sind die Rückmeldungen von Studierenden, Lehrkräften, Mentoren, Mentees und anderen Akteuren, die an der Umsetzung einiger Projektelemente des ifempower-Programms beteiligt waren. Das Zielpublikum besteht aus einem breiteren Spektrum von Akteuren: Universitäten und andere Hochschuleinrichtungen, Hochschullehrer und Studenten, die potenziell an Studien zur unternehmerischen Initiative beteiligt sind, Organisationen zur Förderung des Unternehmertums, öffentliche und private Agenturen und Geschäftspartner, die an der Betreuung von Unternehmern beteiligt sind, Forscher zur Entwicklung des Unternehmertums sowie politische Entscheidungsträger auf nationaler und EU-Ebene in den Bereichen Hochschulbildung und unternehmerische Entwicklung. Ein spezifischer Aspekt des ifempower-Projekts war die geschlechtsspezifische Perspektive: der Fokus auf Studentinnen als potenzielle Unternehmerinnen, die an Mentoring und Entrepreneurship teilnehmen und auf die spezifischen Chancen und Herausforderungen weiblicher Akteure achten. Die explizite Einbeziehung der Geschlechterperspektive liefert jedoch relevante politische Erkenntnisse für Praktiker im Bereich der Hochschulbildung und der Förderung des Unternehmertums sowie für politische Entscheidungsträger im Allgemeinen (d. h. nicht nur für weibliche Akteure).

Inputs für die abschließende Bewertung der Studie liefern frühere intellektuelle Ergebnisse, bestehende Rückmeldungen von Dozenten, Studenten und anderen relevanten Interessengruppen. Darüber hinaus wurde nach einer sorgfältigen Prüfung des vorhandenen Feedback-Materials eine kleine Anzahl von halbstrukturierten Interviews zu einigen Projektaktivitäten vorbereitet. Diese Interviews waren für einige Projektkomponenten wichtig, bei denen der Pandemiekontext besondere Schwierigkeiten mit sich brachte (z. B. Betrieb von Mentoren- und Unternehmerunterstützungsstellen im Online-Setting), und dienten als zusätzliches Inputmaterial für die Vorbereitung der Abschlussstudie.

Vorläufige Ergebnisse dieser Abschlussstudie wurden auf der abschließenden Multiplikatorenveranstaltung des ifempower-Projekts (12. Juli 2021) vorgestellt. Die vorliegende Version der Abschlussstudie spiegelt die Anmerkungen und Vorschläge der beteiligten Akteure und Projektpartner wider. Dementsprechend wurden einige Ergänzungen und Änderungen vorgenommen.

2. Lehrplan und Unterrichtsmaterial

Die Partner von ifempower haben zwischen 2019 und 2021 ein zweisemestriges Lehrmodul zu weiblichem Unternehmertum entwickelt und getestet. Der Lehrplan und die Lehrmaterialien wurden an vier Universitäten eingesetzt: Die Bifröst Universität, die Corvinus Universität Budapest (CUB), die Sapientia Universität Cluj-Napoca (Sapientia) und die Sigmund Freud Universität (SFU) in Wien. Dieser Abschnitt enthält eine Bewertung auf der Grundlage von Rückmeldungen zur Qualität und Anwendung des Curriculums, der Kursmaterialien, der Lernergebnisse und der Lehrtätigkeiten sowie Vorschläge für die künftige Entwicklung des Curriculums und der Lehrmaterialien. Aufgrund der besonderen Umstände der COVID-19-Pandemie wurden alle Kurse, die ursprünglich für den klassischen Offline-Unterricht mit regelmäßigen persönlichen Gesprächen entwickelt worden waren, schließlich online angeboten.

Wir haben drei Arten von Datenquellen für die Bewertung des Lehrplans und des Lehrmaterials verwendet:

1. Schriftliches Feedback der Dozenten zu ihren Erfahrungen mit den Kursen.
2. Eine Umfrage, die an die Dozenten (Universitätsdozenten/Gastdozenten) verteilt wurde, die den Kurs/die Kurse durchgeführt haben. Insgesamt beantworteten zehn Dozenten die Umfrage.
3. Umfragebewertungen der Studierenden zu den Kursen (auf der Grundlage der Standardkursevaluierungen der Partneruniversitäten), ergänzt durch ihr mündliches Feedback, das von den Dozenten der Kurse eingeholt wurde.

2.1. Bewertung der Ausbilder

Die Gesamtbeurteilung des Lehrplans und des Lehrmaterials zeigt, dass die Ausbilder die Lernziele, den Inhalt sowie die Werkzeuge, Methoden, Ressourcen und andere Bestandteile des Lehrmaterials für angemessen und nützlich halten. Die meisten Ausbilder stimmten darin überein, dass der Kurs mit dem Titel "Die Unternehmerin des 21. Jahrhunderts - Gründung und Aufbau eines neuen Unternehmens durch Frauen" (EBR) die Studentinnen in die Lage versetzt, ihr Wissen und ihre Fähigkeiten zur erfolgreichen Gründung eines Unternehmens zu verbessern, einschließlich der Entwicklung einer unternehmerischen Denkweise, von Problemlösungskompetenz und kritischem Denken.

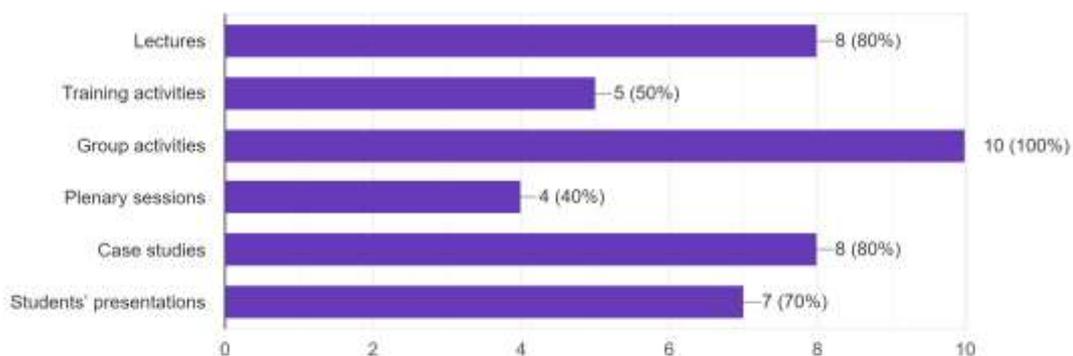
Das Feedback einiger Dozenten unterstreicht auch, dass der Kurs "gut strukturiert, gut durchdacht und gut nutzbar" ist. Darüber hinaus äußerten die meisten der Befragten, dass die Lehrmaterialien die kritische Reflexion der Studierenden über die Herausforderungen und Chancen von Unternehmerinnen verbessern könnten. Es wurden zwei spezifische Auswirkungen hervorgehoben, die zum Ausdruck brachten, dass die Universitäten bereits von der Entwicklung und Umsetzung des Lehrplans und des Lehrmaterials profitiert haben: (1) Die Partneruniversitäten haben ein qualitativ hochwertiges Lehrmaterial erhalten, das langfristig genutzt werden kann, und (2) aufgrund der praxisorientierten Lehrmethoden konnten die Universitäten ihr Netzwerk mit lokalen unternehmerischen Akteuren verbessern.

Die befragten Lehrkräfte gaben an, dass sie die meisten der im Rahmen des Lehrmaterials bereitgestellten Werkzeuge, Ressourcen und Materialien aktiv genutzt haben. Als positive Merkmale wurden wiederholt genannt, dass der Kurs "interaktiv und unterhaltsam ist, die Schüler

einbezieht und ihre Aufmerksamkeit aufrechterhält" und "interaktive und einbeziehende Lehrmethoden" anwendet.

2.1. Which of the following tools, resources, materials you applied in your course?

10 responses



Die beliebtesten interaktiven und einbeziehenden Instrumente waren die Gruppenaktivitäten und Fallstudien. Es wurde darauf hingewiesen, dass besonders hilfreiche Lehrmittel die praxisorientierten Aktivitäten waren, die die Studierenden aktiv einbeziehen, die Interaktionen verstärken und Debatten und Brainstorming über unternehmerische Ideen erleichtern. Die Lehrkräfte schätzten auch, dass der Lehrplan und das Lehrmaterial fundiertes Wissen über die geschlechtsspezifischen Aspekte des Unternehmertums vermittelten. Auf diese Weise konnten sie Beispiele aus dem wirklichen Leben der unternehmerischen Welt von Frauen zeigen und Diskussionen über Herausforderungen und Schwierigkeiten anregen, mit denen die Studierenden auf dem Weg zum Unternehmertum möglicherweise konfrontiert werden.

Die zur Verfügung gestellten Videomaterialien wurden als besonders nützlich bezeichnet, da sie leicht an länderspezifische Unterrichtskontexte angepasst werden konnten und neue Themen aufwarfen, wie z. B. die Fälle von Mompreneurs, die zuvor nicht mit den Studierenden besprochen worden waren. Darüber hinaus berichteten die Ausbilder, dass das Videomaterial während der Online-Unterrichtszeit (die durch die COVID-19-Pandemie eingeschränkt war) besonders hilfreich war. Darüber hinaus lieferte das Videomaterial Fallstudien zu Vorbildern und trug auf diese Weise indirekt, aber stark zur unternehmerischen Motivation bei.

Die Antworten auf die Umfragen zeigen auch, dass die Kursmaterialien, Werkzeuge und Inhalte den Studierenden in mehrfacher Hinsicht zugute kamen. Erstens gab ein Vertreter der SFU an, dass die Einführung des Kurses an der Universität bereits einen Nutzen für ihr Bildungsprofil darstellt ("seine bloße Existenz ist ein großer Vorteil für die SFU"). Zweitens konzentrierten sich die meisten Antworten auf die Vorteile, die sich aus der besonderen Perspektive ergeben, die der Kurs bietet, nämlich die geschlechtsspezifischen Aspekte des Unternehmertums. Darüber hinaus betonten die Befragten, dass "der Fokus auf die Förderung von Unternehmerinnen besonders wichtig ist" und dass "Studentinnen die geschlechtsspezifischen Aspekte des Unternehmertums kennenlernen können, was ihre Bereitschaft fördert, den Herausforderungen und Schwierigkeiten auf dem Weg zum Unternehmer entgegenzuwirken". Die dritte Gruppe der wahrgenommenen positiven Aspekte war die Entwicklung von Soft Skills, die angewandten Methoden und Werkzeuge, die durch das Lehrmaterial zur Verfügung gestellt wurden, insbesondere die Fähigkeiten zur Entwicklung einer unternehmerischen Denkweise, die ein Muss für die Gründung eines Unternehmens ist.

2.2. Hintergrund und Bewertung der Schüler

Die Studenten, die an den Kursen teilnahmen, haben einen unterschiedlichen Hintergrund. An der Corvinus-Universität Budapest haben die teilnehmenden Studenten zuvor Wirtschaftswissenschaften studiert und waren MA-Studenten in Unternehmensentwicklung. Dementsprechend waren sie mit grundlegenden Geschäftsmodellen und Konzepten vertraut. Weniger vertraut waren sie jedoch mit den gesellschaftlichen und geschlechtsspezifischen Aspekten des Unternehmertums und mit der Situation von Unternehmerinnen in Bezug auf ihre Möglichkeiten und ihren Status. Bei Sapientia wurden Studierende mit unterschiedlichem disziplinärem Hintergrund und unterschiedlichem Wissens- und Interessensstand rekrutiert (z. B. waren Studierende, die Soziologie oder Personalwesen studieren, mit geschlechtsspezifischen Fragen vertraut). An der SFU hatten die Studierenden keine Vorkenntnisse in Wirtschaftswissenschaften, aber die meisten von ihnen kannten sich mit Aspekten der Gleichstellung und der Vereinbarkeit von Beruf und Familie aus.

Die Studentinnen der CUB äußerten, dass sie besonders die Gruppenübungen, die Möglichkeiten, Präsentationsfähigkeiten vor einer Gruppe zu üben, und die Übungen zur Ideenfindung, zur Diskussion und zum Feedback auf ihre Ideen schätzten. Der Kurs erhielt auch hervorragende Noten (4,63 und 4,82 für die wahrgenommene Nützlichkeit und 4,84 bzw. 4,62 für den Spaß an der Veranstaltung in den beiden Semestern) von den Studierenden, die an dem regelmäßigen studentischen Bewertungsverfahren der Universität teilnahmen.

Bei Sapientia bewerteten alle Teilnehmer den Kurs sehr positiv. In einer ausführlichen Bewertung wurde der Kurs als "sehr neu, sehr frisch, farbenfroh und direkt und auch für diejenigen nützlich, die nicht vorhatten, sofort Unternehmer zu werden" beschrieben. Die Rückmeldungen der Studierenden unterstrichen, dass der Kurs wertvolle Informationen über die Gründung eines neuen Unternehmens sowie über die praktische Seite der Unternehmensführung (einschließlich Verwaltung) bot. Die Studierenden bekamen die Gelegenheit, einen tieferen Einblick in die Welt des Unternehmertums zu gewinnen, und waren der Ansicht, dass der Kurs ihre Geschäftsideen auf fruchtbare Weise beeinflusst hat. Sie hielten es für besonders nützlich, die weiblichen Wirtschaftsakteure kennen zu lernen und über die besonderen Herausforderungen informiert zu werden, denen sich Unternehmerinnen in der Region gegenübersehen. Am meisten schätzten die Sapientia-Studenten die Präsentationen der eingeladenen Unternehmerinnen, von denen sie reale Erfahrungen, alltägliche Geschichten über Erfolge und Misserfolge hörten. Darüber hinaus hatte der Kurs auch einen gemeinschaftsbildenden Effekt: Da Studenten mit unterschiedlichem fachlichem Hintergrund an dem Kurs teilnahmen, konnten sie neue Leute kennenlernen und die Ansichten derjenigen erfahren, die andere Fachrichtungen studieren.

Die Bewertung der SFU-Studenten zeigt, dass die teilnehmenden Studenten sowohl den Inhalt über die Gründung eines Unternehmens (d.h. das Schreiben eines Geschäftsplans) als auch die Übungen und Aufgaben schätzten, die sie dabei unterstützten, sich sicherer zu fühlen und Ängste zu überwinden, wenn sie ein neues Unternehmen auf eigene Faust gründen. Die SFU-Studenten erwähnten auch, dass der Kurs Raum und Zeit bot, um systematisch über zukünftige Ziele und Richtungen nachzudenken. Ihrer Meinung nach war ein wichtiges Ergebnis des Kurses, dass sie sich der vielfältigen Herausforderungen, mit denen ein Unternehmer konfrontiert sein kann, bewusster geworden sind.

2.3. Herausforderungen und verbesserungswürdige Bereiche

Neben der insgesamt positiven Bewertung des Lehrplans und des Lehrmaterials lassen sich einige Herausforderungen und verbesserungswürdige Bereiche ausmachen. Eine wesentliche Herausforderung bei der Umsetzung des Lehrplans und des Lehrmaterials ergab sich aus der Pandemiesituation. An allen Universitäten wurde die Lehre in den Online-Bereich verlagert; daher mussten die ausgearbeiteten Lehrmaterialien an den Online-Kontext angepasst werden. Eine allgemeine Erfahrung der Lehrkräfte ist, dass es im Online-Unterricht besonders schwierig war, die Interaktivität zu fördern und zu erleichtern (d. h. Teamarbeit zu fördern und alle Studierenden einzubeziehen). Obwohl diese Erfahrung verallgemeinert werden kann (d. h. für die unerwartete Umstellung auf Online-Unterricht im Allgemeinen gilt), war sie für den Unterricht im ifempower-Modul besonders relevant, da der Lehrplan und das Lehrmaterial einen Schwerpunkt auf interaktive Lehrmethoden legten.

Im Allgemeinen schlugen die Ausbilder vor, sich auf die Entwicklung der Fähigkeiten der Schüler zu konzentrieren: Kommunikationsfähigkeit, Selbstvertrauen, Selbstbewusstsein, die Fähigkeit zur Gruppenarbeit, Sprachkenntnisse, Wettbewerbsdenken, die Fähigkeit, Chancen zu erkennen, Kenntnisse über Geschäftsmodelle, Führungsqualitäten, Durchsetzungsvermögen, Erstellung von Geschäftsplänen und Marktanalysen. Diese Fähigkeiten und Kompetenzen gehören zu den Kernbestandteilen des Lehrplans und des Lehrmaterials, was bedeutet, dass die erwartete Verbesserung des Unterrichts nicht im Inhalt, sondern in der praktischen Anwendung des Lehrmaterials liegt. Eine weitere Reihe von Vorschlägen konzentrierte sich auf die Entwicklung der Unternehmenspraxis: So können Übungen entwickelt werden, um die Praxis der Erstellung von Geschäftsplänen zu verbessern.

Mehrere Dozenten betonten die Herausforderung, dass aufgrund der praxisorientierten Logik und Organisation der ifempower-Module die Kursmaterialien kontinuierlich mit lokalen, nationalen Beispielen und Best Practices aktualisiert werden müssen, einschließlich der Einbeziehung praktizierender Unternehmerinnen. Die meisten Dozenten waren sich jedoch einig, dass die Zusammenführung von lokalen und internationalen Beispielen, Fallstudien zu lokalem weiblichem Unternehmertum und Rollenmodellen eine kontinuierliche Aufgabe darstellt. Außerdem ist es für die intelligente Anwendung des Lehrmaterials entscheidend, direkte Begegnungsmöglichkeiten mit Unternehmerinnen als lokale Helden zu organisieren.

Der heterogene Hintergrund der Studierenden kann eine weitere Herausforderung für den Einsatz des Curriculums und des Lehrmaterials darstellen: Während einige Studierende die ifempower-Module mit fortgeschrittenen Kenntnissen in Volks- und Betriebswirtschaftslehre oder Gender Studies beginnen, haben andere Studierende keine Vorkenntnisse in diesen Studienbereichen. Obwohl diese Herausforderung nicht durch das Curriculum und das Lehrmaterial gelöst werden kann, könnte ein intensiver einwöchiger Vorbereitungskurs, der Grundkenntnisse über elementare betriebswirtschaftliche Konzepte vermittelt, eine nützliche Option sein, um eine gleichmäßige betriebswirtschaftliche Wissensbasis unter den teilnehmenden Studierenden zu erreichen. Gleichzeitig spiegelte die Einschätzung der Ausbilder wider, dass Heterogenität nicht nur eine Herausforderung, sondern auch eine potenzielle Quelle für unternehmerische Innovation ist, wenn die richtigen Fähigkeiten erworben werden.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sowohl die Dozenten als auch die Studierenden den Lehrplan und das Lehrmaterial des Kurses "Die Unternehmerin des 21. Weitere Verbesserungen liegen demnach nicht im Inhalt, sondern in der intelligenten Anwendung der ifempower-Kursmaterialien. Der durch die COVID-19-Pandemie erzwungene Online-Kontext schränkte die Online-Anpassung des Lehrmaterials ein, die gut funktionierte. Dennoch können reale

IO8 ifempower Abschlussstudie einschließlich politischer Empfehlungen

Fallstudien, Gruppenarbeiten und andere interaktive Werkzeuge zu einer noch besseren Bewertung des Kurses unter Verwendung des ifempower-Lehrplans und -Lehrmaterials beitragen.

3. Intensivstudienprogramme: Online-Winter- und Frühjahrschulen

"Es war großartig, inspirierend, bestätigend; ich habe auch neues Wissen gewonnen.

"Die Teilnahme war eine einmalige Erfahrung."

(Teilnehmer an den Frühjahrschulen)

In den Winter- und Frühjahrssemestern wurden für ausgewählte Studentinnen Intensivstudienprogramme als ergänzendes Modul zu den akademischen Kursen, dem Mentorenprogramm und den unternehmerischen Anlaufstellen an den örtlichen Universitäten angeboten. In jedem Semester nahmen zwölf Studentinnen von fünf Universitäten an der Veranstaltung teil.

Dieses Intensivtraining bestand aus thematischen Tagen. Das Programm bot den Teilnehmern Schulungen und Workshops, in denen sie ihre Geschäftspläne ausarbeiten und bei Multiplikatorenveranstaltungen vorstellen konnten, sowie eine bessere Vernetzung mit Medienvertretern, Experten, Business Angels und Investoren. Einerseits wurde besonderes Augenmerk auf die praktischen Fähigkeiten gelegt, die für die Gründung eines Unternehmens, den Verkauf einer Idee und die Gewinnung von Investoren erforderlich sind. Andererseits war die geschlechtsspezifische Selbsterfahrung ein wichtiger Bestandteil aller Lernaktivitäten. Das Intensivprogramm umfasste Sitzungen zur Anwendung von Design Thinking und geschlechtsspezifischen Selbsterfahrungstechniken, die es den Teilnehmerinnen ermöglichten, persönliche und soziale Hindernisse zu erkennen und auf diese Weise ihre unternehmerische Denkweise auch aus dieser Perspektive zu verbessern. Das Programm ermutigte die Teilnehmerinnen auch, digitale Medien für ihr geplantes Unternehmen zu nutzen; daher wurde ein besonderer Schwerpunkt auf die Kommunikation ihrer Geschäftsideen und die Verbesserung ihrer Vernetzung über verschiedene digitale Kommunikationskanäle gelegt.

Ursprünglich war ein siebentägiges Intensivprogramm geplant, das jedoch aufgrund der pandemischen Umstände in einen fünftägigen Online-Workshop über Google Classroom und ZOOM geändert wurde.

Die Evaluierung der Intensivstudiengänge stützt sich auf die folgenden Datenerhebungsmethoden:

1. Einholung des Feedbacks der Studierenden am Ende der Intensivwochen;
2. Die Bewertungen der Teilnehmer an der Frühjahrschule;
3. Einschlägige Teile von Interviews mit Experten und Interessenvertretern, die ihre Erfahrungen und Meinungen zu Intensivwochen austauschen.

3.1. Allgemeine Bewertung von Intensivstudiengängen

Die Rückmeldungen der Studierenden zeigen, dass die Wochen gut strukturiert waren, dass die Atmosphäre freundlich und aufgeschlossen war und dass Fachleute und Experten während der gesamten Veranstaltung unterstützend tätig waren. Für die Studierenden war es ein besonderes Ereignis, weil sie mit Experten und Unternehmerinnen in Kontakt treten und ihnen Fragen stellen

und Feedback geben konnten. Viele von ihnen betonten, dass es für sie bei der Entscheidung, an der einwöchigen Veranstaltung teilzunehmen, von entscheidender Bedeutung war, echte Unternehmerinnen zu treffen, die bereits etwas erreicht haben, von ihnen Feedback zu erhalten und ihre Geschichten über die Gründung eines Unternehmens zu hören. Für viele der Studierenden waren diese Wochen die erste Gelegenheit, an einer unternehmerischen Veranstaltung teilzunehmen. In einem Interview mit einem der Beteiligten wurde jedoch auch darauf hingewiesen, dass diese Veranstaltungen in erster Linie den Interessen derjenigen Studierenden dienen, die am Anfang der Erstellung eines Geschäftsplans stehen und noch keine Erfahrungen mit dem Studium der Betriebswirtschaft haben.

3.2. Entscheidende Faktoren für den Erfolg der Intensivstudiengänge

Die Teilnehmer schätzten besonders die Veranstaltungen, bei denen sie an Gruppendiskussionen, Teamarbeiten, Workshops und Simulationsübungen teilnehmen konnten. Am meisten profitierten sie von der Arbeit an ihren konkreten Geschäftsplänen in Teams und dem Feedback, wie die Pläne verbessert werden können. Die Pitching-Sitzungen wurden als eine der wertvollsten Sitzungen genannt, da sie sowohl ihre Kommunikationsfähigkeiten auf personeller Ebene als auch ihre Ressourcen für die Vernetzung verbesserten (typische Zitate von Teilnehmern: "Das war absolut notwendig und nützlich", "Es war gut zu sehen, wie die anderen Ideen während der Woche vorankamen"). Obwohl diese Sitzungen und Übungen aus Sicht der Organisatoren die größte Herausforderung darstellten, halfen sie den Teilnehmern, ihre Geschäftspläne zu klären, zu lernen, wie sie ihre Pläne effektiv kommunizieren können, und sich selbst als zukünftige Unternehmer vorzustellen. Es war auch eine Herausforderung, dass die Studenten ihre Ideen in einer Fremdsprache kommunizieren und präsentieren mussten, obwohl sie dies in einem sicheren Umfeld tun konnten.

Im Zusammenhang mit der Bedeutung von Treffen mit praktizierenden Unternehmerinnen betonten die Teilnehmerinnen, wie sehr sie den geschützten Raum für den Austausch über ihre Träume und Pläne, Ängste und Zweifel schätzten. Die Sitzungen zur Selbsterfahrung wurden ebenfalls als nützlich und inspirierend hervorgehoben. Die Studierenden waren der Ansicht, dass die Selbsterfahrungssitzungen ihnen dabei halfen, Selbstvertrauen aufzubauen (oder damit zu beginnen) (ein typisches Zitat in diesem Zusammenhang: "keine Angst zu haben, wenn mich jemand etwas über mein Unternehmen fragt") und zu erkennen, wie einer der Teilnehmer anmerkte, "was meine Prioritäten sind und wo ich im Laufe der Zeit ankommen möchte". Neben der Erkenntnis, welche Rolle die Selbsterkenntnis bei der Gründung eines Unternehmens spielt, erwähnten sie auch, dass diese Sitzungen inspirierend waren; obwohl sie häufig aus ihrer Komfortzone herausgeholt wurden, haben sie sie auch sehr genossen.

Die Schulen zielten darauf ab, den Aufbau eines starken internationalen Netzwerks zwischen jungen Frauen mit ähnlichen Interessen und Akteuren mit langjähriger Erfahrung auf dem Gebiet des Unternehmertums zu unterstützen. Die eingeschränkte Online-Organisation der intensiven Studienprogramme im Rahmen von COVID-19 hat den Aufbau einer Gemeinschaft und die Schaffung von Netzwerkkanälen für künftige Kooperationen sicherlich behindert. Trotz dieser Schwierigkeiten verinnerlichteten die Teilnehmer die Bedeutung des Aufbaus eines umfassenden unternehmerischen Netzwerks. Sie hoben hervor, dass sie die Botschaft der Organisatoren, dass sie nicht allein sind, wenn sie ein Unternehmen gründen wollen, als stark und bedeutsam empfanden. Die Teilnehmerinnen fanden es auch inspirierend, sich die Pläne anderer Studentinnen anzuhören und neue Ideen zu sammeln. Sie wurden in ihren Absichten bestärkt, einer Gemeinschaft anzugehören und mit jemandem zusammenzuarbeiten, um ihr Unternehmen

zu gründen ("Ich bin einigen Leuten sehr nahe gekommen, es scheint unglaublich, dass solche offenen Gespräche online stattfinden"). Ein wichtiger Mehrwert dieser internationalen Studienprogramme bestand darin, dass die teilnehmenden Studenten eine internationale Gemeinschaft junger potenzieller Unternehmerinnen aufbauen konnten.

3.3. Herausforderungen und verbesserungswürdige Bereiche

Während die Gesamtbeurteilung der Intensivstudienprogramme überzeugend positiv ausfiel, nannten Studierende, Dozenten und beteiligte Akteure auch einige verbesserungswürdige Bereiche. Einige kritische Bemerkungen der Teilnehmer spiegelten die Herausforderung der Heterogenität der Studierenden in Bezug auf ihre Vorkenntnisse wider, und einige Kommentare spiegelten die Schwierigkeiten von Intensivstudienwochen in Online-Umgebungen wider. Die meisten Vorschläge zur Verbesserung der Intensivstudienprogramme beziehen sich jedoch auf den Aufbau von Gemeinschaften und Netzwerken. Die folgenden wichtigen Vorschläge und Ideen wurden von den Teilnehmern und Fachleuten, die die Veranstaltungen besuchten, vorgebracht:

1. Die Online-Version der Intensivwoche muss im Hinblick auf die Dauer einiger Sitzungen überarbeitet werden (d. h. längere Sitzungen sind in einem Online-Kontext viel weniger effektiv als in einem Offline-Kontext). Darüber hinaus muss die Sitzung zum Thema "Psychologische Entwicklung und Bewusstseinsarbeit" vor allem aufgrund des Online-Kontextes speziell für die Online-Umgebung überarbeitet werden: Einige Teilnehmerinnen fanden es äußerst schwierig, tiefe, aufrichtige Diskussionen über die Freuden und Nöte einer Unternehmerin online mit praktisch unbekannten Personen zu führen.
2. Sowohl die Lehrkräfte als auch die teilnehmenden Studierenden sahen die Herausforderung in dem heterogenen Hintergrund der teilnehmenden Studierenden. Obwohl diese Art von Wissensheterogenität nicht vermieden werden kann, müssen bewusste Anstrengungen unternommen werden, um diese Herausforderung zu bewältigen. Die Angleichung des Grundwissens ist auch aus der Perspektive erfahrenerer Studierender wichtig - andernfalls werden diese Veranstaltungen für Studierende mit mehr Erfahrung im Bereich Wirtschaft und Unternehmertum nicht attraktiv genug sein, um sie zu besuchen.
3. Die Ernennung und Einbindung von studentischen Botschaftern für die nächsten Intensivstudiengänge kann generell hilfreich sein; darüber hinaus kann sie auch zu einem besseren Umgang mit der Herausforderung der Heterogenität beitragen.
4. Es könnte eine spezielle Sitzung zum Aufbau von Social-Media-Kanälen für das Unternehmen hinzugefügt werden - zum Beispiel in Form der Erstellung eines LinkedIn-Profiles.
5. Die Teilnehmer sprachen auch die Idee an, ein ifempower-Alumni-Netzwerk zu gründen: Die Verbindung von Studenten, Experten, Lehrkräften und Organisatoren, die an der Winter School und der Spring School teilgenommen haben, kann als Ausgangspunkt für die Vernetzung dienen - dies ist besonders wichtig unter pandemischen Umständen und bei Online-Unterricht.
6. Darüber hinaus können die Studierenden spezifische Unterstützung erhalten, um zu lernen und sich möglicherweise auch bereits bestehenden Netzwerken, Arbeitszentren und Konferenzen (z. B. Women Leadership Forum) anzuschließen.

IO8 ifempower Abschlussstudie einschließlich politischer Empfehlungen

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sowohl die Dozenten als auch die Studierenden und andere beteiligte Akteure die ifempower-Intensivstudienprogramme als recht erfolgreich einschätzen. Die identifizierten Herausforderungen und verbesserungswürdigen Bereiche beziehen sich nicht auf die inhaltlichen Materialien. Der Online-Kontext brachte jedoch einige spezifische Herausforderungen mit sich, was die Dauer einiger Sitzungen, den Umgang mit persönlichen Interaktionen und insbesondere die Vernetzungsmöglichkeiten betrifft. Darüber hinaus erwies sich der Umgang mit dem heterogenen Hintergrund der teilnehmenden Studierenden als große Herausforderung - obwohl dies auch eine wichtige Quelle für unternehmerische Innovation sein kann.

4. Mentorenprogramme

"Ich denke, dieses Programm ist wirklich nützlich. Ich würde es allen Frauen an der Universität empfehlen. Ich bin froh, dass ich diese Möglichkeit habe, die vielleicht ein Anfang für etwas Neues ist."

Der schwierigste Teil des ifempower-Projekts war die Einrichtung von Mentorenprogrammen. Diese innovative Idee könnte ein hervorragendes Instrument sein, um Bildungsziele im Rahmen des praxisorientierten Lernens zu erreichen. Wenn es gelang, eine sinnvolle Zusammenarbeit zwischen Mentor und Mentee zu etablieren, erwies sich das Programm als inspirierend für Studentinnen und brachte große Erfolge bei der Aneignung von Kenntnissen und Fähigkeiten im realen Geschäftsleben durch junge Frauen und förderte deren unternehmerische Einstellung. Der pandemische Kontext war jedoch ein schwerer Schlag für die Interaktionen zwischen Mentor und Mentee. Die erste vertrauensbildende Phase der Mentorenschaft wurde im Online-Kontext zwischen zuvor unbekanntem Mentoren und Mentees stark unterminiert. Dementsprechend konnten die wahren Vorzüge der Mentoring-Programme nur in den wenigen Fällen zum Tragen kommen, in denen eine vertrauensvolle Beziehung zwischen Mentoren und Mentees als Partner aufgebaut wurde.

An den ifempower-Partneruniversitäten (Bifröst University, CUB, Sapientia und SFU) wurden Mentorenprogramme eingerichtet, um Studenten, die an der Gründung von Kleinunternehmen interessiert sind, Wissen und praktische Ratschläge sowie persönliche Beratung durch erfahrene Unternehmer, Dozenten und Experten zu vermitteln. Das Programm wurde sorgfältig ausgearbeitet. An jeder Universität wurde eine Datenbank mit verfügbaren Mentoren eingerichtet, auf deren Grundlage sich die Studenten für ein Mentoring anmelden können. Der Mentorenprozess wurde so geplant, dass er aus maximal 12 Sitzungen von 1,5 Stunden Dauer bestand, die an die Bedürfnisse der Studenten und die Verfügbarkeit der Mentoren angepasst werden konnten. Die Universitäten verwendeten ein Handbuch (ifempower Handbook for Mentorship Program Empowering Female Entrepreneurs/Intellectual Output 4), das die Methodik und innovative Lösungen für die Einrichtung des Mentoring-Programms mit einer möglichen Anpassung an die nationalen Gegebenheiten enthält.

4.1. Der Pandemiekontext und andere Herausforderungen für die Mentorenprogramme

Die Einrichtung der Mentorenprogramme an den meisten Universitäten fiel mit der Verlagerung der Hochschulbildung in den Online-Bereich zusammen. Die Online-Kommunikation machte es äußerst schwierig, die angestrebte Anzahl von Mentoren und Studenten einzubeziehen. Es war äußerst schwierig, die Studierenden davon zu überzeugen, sich für diese Möglichkeit anzumelden, da sie bereits einen vollen Terminkalender mit Online-Kursen und -Sprechstunden hatten. Dies könnte eine Erklärung dafür sein, dass sich anfangs mehr Studierende für die Teilnahme am Mentoring-Programm beworben haben, als schließlich teilnahmen.

Die ifempower-Partneruniversitäten wandten verschiedene Verfahren an, um Studierende zu erreichen und einzubinden. Die ursprüngliche Idee, das Mentorenprogramm eng mit den ifempower-Modulkursen zu verknüpfen und potenzielle Mentees unter den ifempower-Studierenden zu sammeln, funktionierte im Pandemiekontext nicht. Daher versuchten die Partneruniversitäten, zusätzliche Rekrutierungstechniken einzusetzen: hauptsächlich über Studentennetzwerke und Online-Community-Plattformen der Universitäten.

Die Einbindung von Mentees in das Projekt war ebenfalls sehr unsicher und vielseitig, je nach Netzwerken und Möglichkeiten der Universitäten. In der Regel meldeten sich diejenigen Studenten, die bereits eine konkrete Geschäftsidee oder ein bestehendes Unternehmen hatten; sie erkannten die großen potenziellen Vorteile des Mentorenprogramms entsprechend. Da sie sich der Bedeutung des Mentorings für die Gründung oder Erhaltung eines Unternehmens bewusst waren, konnten sie diese Gelegenheit nutzen.

Eine große Herausforderung war die Einbindung von Mentoren auf freiwilliger Basis. Vertreter einiger Partneruniversitäten haben bereits bei den Treffen zur Vorbereitung des Mentorenprogramms darauf hingewiesen, dass die Rekrutierung von Mentoren unsicher ist, weil sie für ihre Dienste nicht bezahlt werden. Die gleiche Sorge wurde von einem befragten Mentor geäußert. Eine wichtige Erfahrung des Projekts ist, dass der Status des ehrenamtlichen Mentorings in den Ländern der Projektpartner grundsätzlich unterschiedlich ist: In einigen Ländern (z. B. Deutschland) ist ehrenamtliches Mentoring selbstverständlich, während es in anderen Ländern (z. B. Ungarn) ungewöhnlich, bestenfalls außergewöhnlich ist. Eine der ungarischen Mentorinnen teilte ihre Ansicht mit, dass sie auf freiwilliger Basis an dem Projekt teilnehmen könne, allerdings nur für die Dauer des Projekts.

Die Tatsache, dass die meisten Mentoren und Mentees sich nicht persönlich treffen konnten, hatte sicherlich auch Auswirkungen auf die Mentor-Mentee-Beziehung. Die befragten Mentoren waren sich einig, dass sie erfolgreich eine Arbeitsbeziehung und Zusammenarbeit mit den Mentees aufgebaut haben, obwohl sie sich aufgrund der Covid-19-Pandemie nicht persönlich treffen konnten. Dennoch machte die Art der Online-Treffen die Mentoring-Prozesse anders und anspruchsvoller als üblich. Wie sich herausstellte, wurden die Mentor-Mentee-Beziehungen sowohl von den Mentoren als auch von den Mentees als die erfolgreichsten bewertet, bei denen es zu einer physischen Begegnung kommen konnte. Alles in allem brachte die Online-Variante des Mentorings besondere Herausforderungen für die Vertrauensbildung mit sich und erforderte von beiden Seiten große Flexibilität.

Insgesamt werden folgende wichtige Bedenken hinsichtlich der Nachhaltigkeit der Mentoring-Programme geäußert: (i) wie können die Mentoring-Programme an den Universitäten fortgesetzt werden, (ii) wie werden die Mentoren für ihre Arbeit entlohnt, (iii) wie kann Mentoring längerfristig an das Hochschulsystem angepasst werden und (iv) wie kann die Online-Version von Mentoring weiterentwickelt werden?

4.2. Erfahrungen und Erfolgsfaktoren der Mentorenprogramme

In einigen Fällen dauerte der Mentoring-Prozess länger als die Dauer des Projekts. In diesem Fall verfolgte der Mentor den Studenten nach Absprache mit dem Mentee unabhängig davon, dass das Projekt früher endete (oder verfolgt ihn immer noch). Im Allgemeinen berichteten die Partneruniversitäten, dass die Mentoren, die sich freiwillig für das Mentoring bereit erklärten, "bereits sehr enthusiastisch und entschlossen waren, ohne an Zeit- und Energieverschwendung zu denken", wie einer der Hochschullehrer von Sapientia erklärte. Die Erfahrungen der

Partneruniversitäten unterstreichen, dass die Dauer eines erfolgreichen Mentoring-Prozesses in der Regel länger ist als der Projektzeitraum, und einige der Mentoren waren bereit, die Mentees länger zu unterstützen, obwohl das Projekt die Kosten für das Mentoring nicht abdeckt. Mehrere Mentoren und Mentees wiesen darauf hin, dass es eine Ausstiegsoption geben sollte: Beide Parteien sollten die Möglichkeit haben, die Mentoring-Beziehung zu beenden, falls es Probleme gibt. Die Mentoren betonten auch, dass sie eine wirklich funktionierende grenzüberschreitende Arbeitsgruppe unter den Mentoren im Projekt (sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene) vermissten. Auf diese Weise könnten die Mentoren ihre professionellen Mentoring-Fähigkeiten weiterentwickeln und ihr Wissen und ihre einschlägigen Erfahrungen mit anderen Mentoren teilen.

Den Rückmeldungen der studentischen Mentees zufolge bot ihnen der Mentoring-Prozess die einmalige Gelegenheit, einen erfahrenen Unternehmer zu treffen, "der all die kleinen Details der Erstellung eines Geschäftsplans erklärte und alle Fragen beantwortete, die sich ausdrücklich auf Geschäftspläne und Ideen bezogen". Dies geht aus den Aussagen einiger Studenten hervor, die erklären, warum ihnen die Arbeit mit den ihnen zugewiesenen Mentoren an der Corvinus-Universität Budapest gefallen hat:

"Mein Mentor hat mir die Bedeutung eines Businessplans auf sehr direkte Weise erklärt und dabei geholfen, den Hauptzweck zu verstehen. Einfache Gespräche, Flexibilität, ich hatte immer die Möglichkeit, weitere Fragen zu stellen. " (Student A)

"Ihre Einstellung zum Mentoring-Programm hat mir sehr gut gefallen. Sie ist eine sehr interessante und lächelnde Person, mit der ich gerne zusammenarbeite. Die Unterhaltungen waren immer sehr freundlich. Wir haben uns immer gegenseitig kontaktiert, falls wir einen Termin verschieben mussten, was aus zeitlichen Gründen kein Problem war. " (Student B)

Wie wir sehen können, wurden nicht nur die fachliche Kompetenz, sondern auch die sichere und unterstützende Atmosphäre und die Flexibilität der Mentoren als Teil der bewährten Praktiken des Mentorings betrachtet. Die Studierenden der Corvinus Universität Budapest waren sich auch der Einzigartigkeit dieser Mentoring-Möglichkeiten bewusst: Die Mentoren ermutigten und motivierten die Studierenden, aktive Schritte zur Gründung ihrer Geschäftsideen zu unternehmen. Einige Mechanismen der Inspiration, die Studenten durch das Mentoring-Programm erhielten:

"Sie hört sich nicht nur meine Fragen an oder interpretiert meine Probleme, sondern fühlt sie auch. Aus diesem Grund wurde ich ermutigt, über meine vorgefassten Meinungen hinauszugehen und aus meinem Denkmeechanismus herauszutreten. Das war ein wunderbar konstruktiver Weg zur Selbstentwicklung! "

"Keine Angst zu haben, es zu versuchen und ohne Zweifel an mich und meine Ziele zu glauben. "

"Gib nicht auf, kämpfe für deine Träume! Vertiefen Sie sich in das Thema, arbeiten Sie daran, all die geopferte Zeit wird sich auszahlen. "

4.3. Bereiche und Vorschläge für Verbesserungen

Obwohl die Mentoring-Beziehungen in einigen Fällen erfolgreich funktionierten, haben wir auch erhebliche Herausforderungen und verbesserungswürdige Bereiche festgestellt. Daraus ergeben sich die folgenden Vorschläge:

- In einem Online-Kontext ist der Beginn des Mentorats zwischen Mentoren und Mentees, die sich vorher nicht kannten, besonders schwierig. Dementsprechend ist eine besondere

Investition in den Aufbau von Vertrauen notwendig, um ein sicheres und unterstützendes Umfeld für eine gut funktionierende Mentoring-Beziehung zu gewährleisten.

- Es muss sichergestellt werden, dass die Mentoren ihre eigenen Schulungsmöglichkeiten haben. Neben der formalen Ausbildung könnte auch eine wirklich funktionierende nationale und internationale Netzwerkplattform zur Selbstentwicklung der Mentoren beitragen.
- Ein organisiertes Treffen zur Zusammenführung von Mentoren und Mentees auf nationaler Ebene könnte nützlich sein.
- Eine wichtige Aufgabe bei der Förderung von Mentoring ist die Sensibilisierung für die einzigartigen Vorzüge der Mentoring-Möglichkeiten. Eine gute Praxis könnte darin bestehen, die Ergebnisse und Erfahrungen von Mentoring-Programmen zu kanalisieren und zu verbreiten (z. B. Präsentation dessen, was studentische Mentees dank des Mentorings bei Veranstaltungen der örtlichen Universität erreicht haben).
- Da ehrenamtliches Mentoring in mehreren EU-Ländern alles andere als selbstverständlich ist, müssen wir herausfinden, wie Mentoren entschädigt werden können, um den Mangel an verfügbaren Mentoren zu beheben.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass das ifempower-Mentoring-Programm stark unter dem pandemischen Kontext litt und die eingeschränkte Online-Form des Mentorings in einigen Fällen unerwartete und in einigen Fällen unüberwindbare Herausforderungen mit sich brachte. Dennoch ist der Nutzen einer gut funktionierenden Mentor-Mentee-Beziehung offensichtlich, und die teilnehmenden Studierenden als Mentees erhielten von ihrem Mentor einzigartige Unterstützung und Inspiration.

5. Punkte zur Unterstützung des Unternehmertums

Die Unterstützungsstellen für weibliches Unternehmertum (im Folgenden: Unterstützungsstellen für Unternehmertum) sind Dienste, die für persönliche oder Online-Beratungen für Universitätsstudentinnen zur Gründung und Führung eines Unternehmens zur Verfügung stehen. Diese Punkte fungieren als Infopunkte, die den Studentinnen bei alltäglichen Fragen helfen, die sich bei der Gründung und Führung eines Unternehmens zwangsläufig ergeben (z. B. Informationen über Möglichkeiten der Selbstständigkeit, Rechtsvorschriften, Rechtsformen, Verfahren, Quellen), und sie verbinden die Studentinnen mit praktizierenden Unternehmerinnen sowie mit Mentorinnen und Mentoren, die am ifempower-Mentorenprogramm teilnehmen. ifempower-Projektpartner haben die Unterstützungspunkte ab 2019 eingerichtet. Ursprünglich war geplant, dass diese Anlaufstellen ihre Dienste persönlich anbieten; aufgrund der Covid-19-Pandemie mussten alle Partner jedoch Online-Beratungen anbieten. Unter diesen Umständen konnten einige Partner die angestrebte Anzahl von Studierenden nicht erreichen, andere hingegen konnten die ursprünglichen Ziele mit zusätzlichen Investitionen in Zeit und Ressourcen und durch den innovativen Einsatz von Beratungsinstrumenten erreichen.

5.1. Herausforderungen bei der Gewinnung von Besuchern für Stützpunkte für unternehmerische Initiative

Nach den Erfahrungen der Sigmund Freud Universität (SFU) in Wien trugen die folgenden Gründe zum mangelnden Interesse an ihrem Stützpunkt bei. Seit März 2020 arbeitet die Universität im Online-Modus, weshalb viele internationale Studierende beschlossen, in ihren Heimatländern zu bleiben. In der COVID-19-Periode litten die Studierenden als potenzielle Unternehmerinnen auch unter Einkommenseinbußen, was eine Verschiebung ihrer Pläne zur Unternehmensgründung zur Folge hatte. Darüber hinaus sind sowohl das Land als auch die Stadt Wien besonders großzügig bei der unternehmerischen Unterstützung: Es werden kostenlose Beratungen, zahlreiche Gründerzentren und Beschleunigerprogramme angeboten. Darüber hinaus können sich SFU-Studierende auch an das Entrepreneurial Centre der benachbarten Wirtschaftsuniversität wenden. Die Studenten sind mit diesen Möglichkeiten vertraut und haben sich auf Workshops, Online-Schulungen, Vorträge und das Netzwerk der Studentenunternehmer verlassen. Der neue Online-Unternehmerstützpunkt der SFU stand also vor scheinbar unüberwindbaren Wettbewerbs Herausforderungen im Kontext der Pandemie.

Zwei andere Partner, Steinbeis und SPI, gaben etwas andere Gründe dafür an, dass sie nur wenige Studierende erreichten. Bei diesen Projektpartnern handelt es sich nicht um Universitäten, und sie hatten Schwierigkeiten, Universitätsstudenten zu erreichen, obwohl sie intensiv für das ifempower-Projekt warben und Multiplikatorenveranstaltungen organisierten. Obwohl sie sinnvolle Beziehungen zu nahegelegenen Universitäten aufbauten, sahen sie sich der Konkurrenz der bereits existierenden unternehmerischen Unterstützungsprogramme für Studenten ausgesetzt, die von den Universitäten angeboten wurden. Dieses Problem des studentischen Zugangs schien auffällig zu sein, obwohl Steinbeis auch einen Entrepreneurship-Stützpunkt betreibt, der kostenlose Beratungsleistungen anbietet, und Interessierte aus einer Gruppe von 72 zertifizierten Beratern wählen können. Darüber hinaus erhalten bei Steinbeis die Studentinnen als potenzielle Gründerinnen durch öffentlich geförderte Programme des Landes Baden-Württemberg eine umfassende und zielgerichtete Unterstützung durch etablierte Institutionen.

5.2. Erfolgsfaktoren für die Anwerbung von Besuchern des Förderzentrums für Unternehmertum

In diesem Abschnitt fassen wir die Erfahrungen derjenigen Stützpunkte zusammen, bei denen die Beteiligten die Studierenden erreichen konnten und sinnvolle Konsultationen durchgeführt wurden. Die Teams von Andalucia Emprende und der Corvinus Universität Budapest (CUB) haben diesbezüglich ausführliche Berichte vorgelegt, und es wurden zwei zusätzliche Interviews mit Experten geführt, die mit der Einrichtung und dem Betrieb der Stützpunkte bei Andalucia Emprende und der CUB befasst sind.

Die Vertreter von Andalucia Emprende stellten fest, dass sie keine größeren Schwierigkeiten hatten, den Stützpunkt im Rahmen des ifempower-Projekts einzurichten, da sie Erfahrung mit dieser Art von Dienstleistung haben. Außerdem bedeutete das Projekt eine zusätzliche Motivation für ihr Team: "Es war eine ausgezeichnete Gelegenheit für die Organisation, an dem Projekt teilzunehmen", und die Einrichtung des Stützpunktes trug zur erfolgreichen Umsetzung der Hauptziele von ifempower bei. In dieser Hinsicht bot das Projekt viele Gelegenheiten, das Wissen über die besonderen Bedürfnisse potenzieller Unternehmerinnen zu erweitern. Dementsprechend konnte Andalucia Emprende spezifische Instrumente erlernen, die bei der Entwicklung der unternehmerischen Fähigkeiten junger Frauen eingesetzt werden können, und jetzt, am Ende des Projekts, ist die Organisation besser gerüstet, um eine Politik zur Unterstützung von Unternehmerinnen zu entwickeln. Wie die befragte Person hervorhob: "Bei Andalucía Emprende haben wir ein leistungsstarkes Team, das auf weibliches Unternehmertum spezialisiert ist und 'ConEllas' heißt. Ifempower diente als Fenster zu Ressourcen, die ihnen halfen, Unternehmerinnen besser zu unterstützen." Ein bedeutender Vorteil für die Organisation ist, dass Andalucía Emprende durch die Teilnahme an diesem Projekt seine Position unter anderen Einrichtungen im Bereich des Unternehmertums auf nationaler und internationaler Ebene stärken konnte, da bereits Ideen für neue Projekte mit einigen der derzeitigen Projektpartner geplant sind.

An der Corvinus-Universität Budapest konnte der Support Point aufgrund des Fernstudiums an der Universität nicht wie geplant eröffnet werden. Nicht nur die Beratungen, sondern auch alle Werbemaßnahmen mussten ins Online-Format verlagert werden. Auch die CUB hatte ähnliche Schwierigkeiten wie andere Universitätspartner, die Studenten zu erreichen, da diese nicht an der Universität waren. Unter diesen schwierigen Umständen sah sich das Team der CUB gezwungen, einen neuen Plan zu erstellen und neue Instrumente zu entwickeln, um die Studierenden zu erreichen. Ursprünglich wollte das Team den unternehmerischen Informationspunkt CUBator, der im Rahmen einer früheren Initiative eingerichtet worden war, ausbauen. Aufgrund des pandemischen Kontextes konnte sich das CUB-Team schließlich nicht mehr auf diese Beratungsstelle verlassen, und die Online-Kanäle der sozialen Medien wurden zu den wichtigsten Kanälen für die unternehmerische Unterstützung von Studentinnen. Trotz dieser Schwierigkeiten wurde schließlich die geplante Anzahl von Studenten erreicht, was den großen Bedarf an frei zugänglichen Beratungen für junge potenzielle Unternehmerinnen widerspiegelt.

Insgesamt bewertete die befragte Person des CUB-Teams die Umsetzung der Online-Konsultation im Rahmen des ifempower-Projekts als einen Erfolg. Gleichzeitig betonte der Befragte, dass die Einrichtung und Aufrechterhaltung des "Beratungspunkts" im Online-Kontext viel mehr Arbeit (Zeit und Aufwand) erforderte, als ursprünglich erwartet worden war. Berater und Ausbilder mussten spezifische Fähigkeiten entwickeln oder zumindest verbessern, um Beratungen durchführen zu können; außerdem ergaben sich aufgrund der Online-Beratung neue inhaltliche und unternehmerische Herausforderungen. Dementsprechend war das

Beratungsteam gezwungen, neue Beratungsmethoden und -techniken mit den Studierenden anzuwenden, und die Berater mussten neue Praktiken und Fähigkeiten anpassen.

Eine wichtige Beobachtung des Mitglieds des CUB-Beratungsteams war, dass für die Online-Beratung immer noch ein sicherer Raum für die Studierenden geschaffen werden musste. Zu Beginn erwies sich die Schaffung eines sicheren Raums als schwierig, da die Studentinnen in der Regel weniger "mutig" an Online-Diskussionen teilnehmen. Wie der Befragte sagte: "Wir haben sehr früh erkannt, dass wir unsere Zielgruppe (gründungsinteressierte Frauen) nicht "auf der Straße" erreichen können. Eine Unternehmens- oder Managementberatung in Anspruch zu nehmen, ist eine Frage des Vertrauens. Ein Unternehmensberater (im Falle von CUB die Mitarbeiter der Universität, die den Service anbieten) kann eine Analyse durchführen, um den Studentinnen eine gut durchdachte Empfehlung zu ihrer Geschäftsidee oder ihrem Geschäftsmodell zu geben. Ohne Vertrauen können wir jedoch nicht einmal mit dem sinnvollen Teil der Beratung beginnen, denn die Studentinnen werden ihre Ideen oder Geschäftspläne nicht mit einer unbekannt Person teilen."

Diese Erfahrungen zeigen, dass Studentinnen besondere Unterstützung benötigten, um an Online-Beratungen teilzunehmen, verglichen mit dem Austausch eines Geschäftsplans in klassischen persönlichen Offline-Interaktionen. Kurz gesagt, der Aufbau von Vertrauen im digitalen Raum zwischen den Studierenden und den Beratern erwies sich als entscheidend und schwierig. In der Tat konnten die Berater ihr bereits bestehendes Netzwerk mit den Studierenden effektiv nutzen, so dass sie in erster Linie die Studierenden erreichten, die sie bereits aus früheren Kursen kannten (was jedoch die Vielfalt der Studierenden einschränkte). Darüber hinaus erforderte die Online-Plattform zusätzliche Anstrengungen, um junge potenzielle Unternehmerinnen auf dem Laufenden zu halten. Einige der Mitglieder des CUB-Unternehmerstützungspunkt-Teams gaben ausdrücklich zu, dass die Herausforderungen der Online-Verlagerung für sie besonders frustrierend waren.

Um die Herausforderung des Vertrauensaufbaus im Online-Raum zu bewältigen, wurde eine innovative Idee entwickelt, nämlich das Angebot von Gruppenberatungen. Diese Initiative erwies sich als erfolgreich und Gruppenberatungen wurden tatsächlich beliebter als Einzelberatungen. Der befragte Mitarbeiter des CUB-Unternehmerstützungspunkts erklärte: "Die Studentinnen fragten nach Gruppenberatungen und wir hatten den Eindruck, dass sie entspannter und offener waren, wenn auch andere Studentinnen an den Diskussionen teilnahmen. Außerdem hatten sie die Möglichkeit, voneinander zu lernen, Fragen zu stellen und auch von den anderen ein Feedback zu erhalten. Letztendlich war diese Idee der Gruppenberatungen ein entscheidender Faktor für das Erreichen des CUB-Stützpunktziels der Besucher.

5.3. Bereiche für Verbesserungen

Diese gemischten Erfahrungen, die in der obigen Bewertung dargelegt wurden, wiesen auf einige Bereiche hin, in denen der Betrieb von Unterstützungsstellen für unternehmerische Initiative an Universitäten verbessert werden kann. Ein wichtiger Vorschlag spiegelt die besondere Herausforderung des Pandemiekontexts wider: Es besteht ein Bedarf an Schulungsmöglichkeiten für Berater, um Fähigkeiten zu entwickeln und neue Methoden zu erlernen, die bei Online-Beratungen anwendbar sind. Der Hauptgrund dafür ist, dass mehrere Berater (in der Regel Universitätsdozenten) nicht auf die Rolle eines Online-Unternehmensberaters vorbereitet sind.

Ein weiterer Vorschlag ist die Pflege einer Online-Plattform (d.h. auch nach dem Ende des ifempower-Projekts) und die damit verbundene Organisation von gezielten Treffen für Berater

zum Austausch von Ideen und bewährten Verfahren, die während des Projekts gesammelt wurden. Darüber hinaus sollte ein überzeugendes Konzept für die Integration von Unterstützungsdiensten für unternehmerische Initiative in den universitären Rahmen entwickelt werden. Schließlich erfordert die Nachhaltigkeit der Unterstützungsstellen für unternehmerische Initiative an den Universitäten eine reibungslose und sorgfältig ausgearbeitete Zusammenarbeit zwischen den Universitäten und den Unterstützungsstellen für unternehmerische Initiative - insbesondere dort, wo das Umfeld der Unterstützung für unternehmerische Initiative sehr wettbewerbsintensiv ist.

5.4. Gesamtbewertung

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Betrieb von Unterstützungsstellen für unternehmerische Initiative ein schwieriger Teil des ifempower-Projekts war. Einerseits ist diese Art von Dienstleistung eine neue und ungewöhnliche Idee an Universitäten mit begrenzten Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit unternehmerischen Akteuren und Agenturen. Andererseits erwies sich das Erreichen von Universitätsstudenten als eine besondere Herausforderung für die Wirtschaftsförderungseinrichtungen. Darüber hinaus erschwerte der Pandemiekontext eine Verlagerung der Beratung in den Online-Bereich. Unter diesen Umständen erwies es sich als besonders schwierig, einen sicheren, vertrauensbasierten Raum für die Interaktion zwischen Beratern und Studentinnen als potenziellen Unternehmerinnen zu schaffen.

Die Herausforderungen waren im Falle von Partnern, die in einem stark wettbewerbsorientierten Umfeld der Unternehmensförderung tätig waren, deutlicher. Diejenigen Partner erwiesen sich als erfolgreicher, bei denen bereits eine reibungslose Zusammenarbeit zwischen den Hochschulpartnern und den Wirtschaftsförderungseinrichtungen bestand und bei denen die Partner durch das ifempower-Projekt eine besondere zusätzliche Motivation gewinnen konnten (siehe den Fall von Andalucía Emprende). Darüber hinaus war der Ansatz der Gruppenberatungen (siehe den Fall der Corvinus Universität Budapest) eine intuitiv entwickelte, aber sehr erfolgreiche Praxis, die dazu beitrug, einen sicheren Raum für Studentinnen zu schaffen, in dem sie ihre Geschäftsideen offen mitteilen konnten.

Trotz aller oben genannten Schwierigkeiten kann die Umsetzung der Unterstützungspunkte für unternehmerische Initiative als eine gute Initiative des ifempower-Projekts bewertet werden. Junge Frauen schätzten es sehr, dass sie die Möglichkeit hatten, sich zu beraten und ihre neuen Ideen zu ihren potenziellen Unternehmungen mit externen Experten auszutauschen und zu entwickeln. Darüber hinaus könnten einige Wirtschaftsförderungsagenturen die von ifempower gebotene Gelegenheit nutzen, um ihren politischen Handlungsspielraum auf junge Frauen als potenzielle Unternehmerinnen auszuweiten.

6. Online-Toolkit und Verbreitung

Dieser Abschnitt der Abschlussstudie enthält eine Bewertung der beiden Hauptkomponenten des ifempower-Projekts, die über die Projektwebsite laufen. Die eine Komponente ist das Online-Toolkit des Projekts; die andere Komponente der Bewertung spiegelt die wichtigsten Erfahrungen hinsichtlich der breiteren Nutzung der Website <https://ifempower.eu/> wider.

6.1. Online-Toolkit

Eine wichtige und innovative Komponente des ifempower-Projekts war die Erstellung des kostenlosen Online-Toolkits für Bildungszwecke. Das Online-Toolkit bietet interaktive Inhalte für potenzielle Unternehmerinnen. Das im Rahmen des ifempower-Projekts entwickelte Lehrmaterial (intellektueller Output 3) stellt das primäre inhaltliche Material des Online-Toolkits dar, das für E-Learning-Zwecke angepasst und mit allen anderen früheren Outputs des ifempower-Projekts integriert wurde. Die ursprüngliche Idee des ifempower-Projekts war, dass das Online-Toolkit als ergänzende E-Learning-Unterstützung für die (auf persönlicher Interaktion basierenden) Unterstützungspunkte für Unternehmertum fungiert.

Die Teilnehmerinnen, die die E-Learning-Kursmaterialien nutzen können, sind Unternehmerinnen, die sich in verschiedenen Stadien ihrer unternehmerischen Laufbahn befinden können: ein Kurs wird für die Geschäftsplanphase angeboten, ein zweiter Kurs deckt die Geschäftsentwicklungsphase ab, während die Zielgruppe des dritten Kurses aus denjenigen Unternehmerinnen besteht, die sich bereits in der Phase der unternehmerischen Nachhaltigkeit befinden. Der Inhalt der Online-Toolkit-Kurse spiegelt die breitere Perspektive des ifempower-Projekts wider: Online-Kurse, die Unternehmerinnen und potenziellen Unternehmerinnen durch interaktives, praxisorientiertes Lernen die notwendigen unternehmerischen Fähigkeiten und Kenntnisse vermitteln sollen. Darüber hinaus zeigen die E-Learning-Materialien auch die geschlechtersensible Perspektive von ifempower: Das Online-Toolkit bereitet die Nutzer darauf vor, mit den spezifischen Problemen von Frauen im Unternehmertum umzugehen. Ein weiteres Ziel des Toolkits ist es, die digitalen Fähigkeiten potenzieller Unternehmerinnen zu entwickeln.

Jeder der Kurse besteht aus mehreren Komponenten, nämlich der Präsentation (Materialien), einem Quiz (das auch im Unterricht eingesetzt werden kann), relevanten Videos (teilweise von den ifempower-Projektmitgliedern erstellt, teilweise externe Fallstudien) und informiert die Nutzer auch über relevante Unterstützungsstellen oder Mentoren, die für das jeweilige Thema zur Verfügung stehen und beraten. Darüber hinaus ermöglicht das Toolkit selbst den Besuchern, bewährte Verfahren oder Vorschläge zur Lösung ihrer spezifischen Probleme zu finden. Eine große Stärke des Toolkits ist, dass es echte Fälle von Unternehmerinnen präsentiert, um andere Frauen als potenzielle Unternehmerinnen zu motivieren. Darüber hinaus informiert die organisatorische Verknüpfung mit den Unterstützungsstellen für Unternehmerinnen interessierte Nutzerinnen über die Unterstützungsstelle für Unternehmerinnen, die sich in ihrer Nähe befindet.

Ein wichtiges Merkmal der ifempower-Website ist, dass das Toolkit die Nutzung des Lehrmaterials mit anderen Projektmaterialien des ifempower integriert. Dementsprechend werden auch die Studie über Unternehmerinnen, Interviews, Umfragen und die Sammlung guter unternehmerischer Praktiken, das Mentorenhandbuch und das Handbuch für die Unterstützung weiblichen Unternehmertums vorgestellt. Die E-Learning-Plattform, auf der das Toolkit zu finden ist, hat eine eigene Webadresse und ist mit der ifempower-Website und der Website der anderen Partner verlinkt.

Das Toolkit ist in sieben Sprachen (Englisch, Deutsch, Ungarisch, Isländisch, Rumänisch, Portugiesisch, Spanisch) auf einer Open-Source-Plattform in den Ländern der ifempower-Projektpartner und darüber hinaus verfügbar. Somit kann das Online-Toolkit von jedem Land aus und von einer viel größeren Gruppe von Nutzern verwendet werden, die nicht unbedingt an den Projektveranstaltungen wie Universitätskursen oder Intensivwochenprogrammen teilgenommen haben. Außerdem kann es von den Partneruniversitäten während des Unterrichts genutzt werden, z. B. um die Quizfragen oder den im Toolkit verfügbaren Wirtschaftssimulator zu verwenden. In Zukunft wird die Plattform möglicherweise durch neue Inhalte verbessert werden.

Das Online-Toolkit befindet sich an zentraler Stelle auf der ifempower-Website und ist auch mit den Websites der anderen Partner verlinkt, so dass es leicht zugänglich ist. Darüber hinaus wird die Zugänglichkeit des Toolkits durch die Verknüpfung mit den Universitäten des BPI France und die Verbreitung auf der WEGate-Webseite (The European Gateway for Women's Entrepreneurship) weiter verbessert, das Online-Toolkit ist auf der Seite "e-learning materials and tools" registriert. Die Informationen über das Online-Toolkit und seinen Zugang wurden bei Multiplikatorenorganisationen und Veranstaltungen verbreitet.

Bis zum 30. August 2021 wurde das Online-Toolkit von 333 Besuchern aufgerufen. Der erste Kurs (Geschäftsplanphase) stieß auf das größte Interesse, auf Englisch (64 Besucher), Ungarisch (47 Besucher) und Spanisch (31 Besucher).

Diese Daten des Online-Toolkits die Erwartungen hinsichtlich der angestrebten Nutzerzahl nicht vollständig erfüllt und deuten darauf hin, dass die Nutzung des Online-Toolkits unter seinem wahren Potenzial liegt. Die Pandemische Umstände kann dies erklären Da die Unterstützungsstellen für Unternehmertum nicht voll funktionsfähig waren, sind die natürlichen Besucher der Unterstützungsstellen für Unternehmertum nicht automatisch zur Nutzung des Online-Toolkits gekommen.

6.2. Verbreitung

Die Kommunikations- und Verbreitungsaktivitäten des ifempower-Projekts über die ifempower-Website haben bemerkenswerte Ergebnisse erzielt. Das Projekt erreichte ein Publikum, das weit über den geografischen Bereich der teilnehmenden Projektpartner hinausging. Das Beispiel der Zusammensetzung der Besucher bei der letzten Multiplikatorenveranstaltung des Projekts (12. Juli 2021) zeigt dies eindrucksvoll: An dieser Online-Veranstaltung nahmen 65 Besucher aus 17 Ländern teil.

Während des Projektzeitraums kamen die meisten Besucher der ifempower-Website aus den am ifempower-Projekt beteiligten Ländern. Besucher aus Spanien (26%), Ungarn (17%) und Portugal (16%) zeigten das stärkste Interesse an der ifempower-Website, gefolgt von Besuchern aus Österreich, Rumänien, Deutschland und Island. Unter den zehn wichtigsten Ländern der ifempower-Besucher finden sich auch Personen aus Italien, dem Vereinigten Königreich und den Vereinigten Staaten.

Während der Projektlaufzeit wurde die Website kontinuierlich aktualisiert, um über die Neuigkeiten und Veranstaltungen von ifempower zu informieren. Bis Ende Juni 2021 gab es auf der Website 37 Beiträge in der Rubrik "News & Events" und 17 Beiträge in der Rubrik "Inspirational Stories".

Wie bereits erwähnt, verbreitete die Website das Lehrmaterial der im Rahmen von ifempower entwickelten Kurse über das Online-Toolkit. Darüber hinaus informierte sie über andere wichtige Veranstaltungen wie die Intensivstudienwochen (ifempower Winter- und Frühjahrsschulen).

Das stärkste Verbreitungsinstrument von ifempower war die Nutzung von Social-Media-Kanälen. Die Kanäle Facebook, Twitter, Instagram, YouTube und LinkedIn erreichten eine beträchtliche

Anzahl von Besuchern. Beeindruckende Zahlen (z. B. 494 Likes auf der Facebook-Seite des Projekts) der Indikatoren für die Nutzung sozialer Medien wurden auch durch herausragende Follower auf Twitter bei mehreren Projektpartnern (insbesondere Andalucía Emprende) unterstützt.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die recht erfolgreiche Verbreitung von ifempower eine vielversprechende Grundlage für die zukünftige Nutzung und die Nachhaltigkeit des Projekts darstellt.

7. Schlussfolgerungen und wichtigste politische Empfehlungen

7.1. Schlussfolgerungen

Die Ergebnisse dieser abschließenden ifempower-Studie können von verschiedenen Interessengruppen genutzt werden: Hochschullehrer und Studenten, die potenziell an Studien zum Unternehmertum beteiligt sind, Organisationen zur Unterstützung des Unternehmertums, öffentliche und private Agenturen und Geschäftspartner, die an der Betreuung von Unternehmern beteiligt sind, Forscher im Bereich der Entwicklung des Unternehmertums sowie politische Entscheidungsträger auf nationaler und EU-Ebene in den Bereichen Hochschulbildung und unternehmerische Entwicklung.

Insgesamt brachte das Projekt wertvolle intellektuelle Ergebnisse hervor. Die integrative Idee einer geschlechtersensiblen Entrepreneurship-Studie mit Schwerpunkt auf den besonderen Herausforderungen von Studentinnen als potenzielle Unternehmerinnen war gerechtfertigt. Der Einsatz praxisorientierter Lehrmethoden, die die Hochschulbildung eng mit der realen Welt des Unternehmertums verknüpfen, wurde von den meisten Beteiligten sehr geschätzt.

In mancherlei Hinsicht konnte das ifempower-Projekt jedoch sein wahres Potenzial noch nicht ausschöpfen. Das lag vor allem daran, dass die Projektpartner durch die Pandemie in verschiedener Hinsicht unter Druck gesetzt wurden. Jede der Projektaktivitäten, die ursprünglich durch persönliche Interaktionen durchgeführt werden sollten, musste in einer Online-Umgebung durchgeführt werden. Dementsprechend war eine Anpassung der Projektergebnisse an die Online-Umgebung erforderlich. Darüber hinaus verursachten die pandemischen Umstände eine Verzögerung bei mehreren Veranstaltungen des Projekts; so wurden beispielsweise bei den Intensivstudienprogrammen die Sommer- und Winterschulen durch Winter- und Frühjahrsschulen ersetzt. Dennoch konnten die Projektpartner die Unterrichtsaktivitäten recht erfolgreich auf eine Online-Umgebung übertragen. Der entwickelte Erasmus+-Lehrplan und das Lehrmaterial erwiesen sich als flexibel genug, um an verschiedenen Hochschultypen eingesetzt zu werden. Die Rückmeldungen zu den Intensivstudienprogrammen zeigen, dass die verwendeten Materialien und die angewandten Methoden für die Winter- und Frühjahrsschulen geeignet waren. Im Hinblick auf die Lehrtätigkeit hat das Projekt also einen bemerkenswerten Erfolg erzielt: Die im Rahmen des ifempower-Projekts neu entwickelten Materialien sind auf andere institutionelle und länderspezifische Kontexte übertragbar und müssen nur geringfügig angepasst werden.

Die Projektpartner hatten mehr Schwierigkeiten mit Mentorenprogrammen und unternehmerischen Beratungsstellen. Diese Projektaktivitäten waren ebenfalls auf den Online-Bereich beschränkt, und im Falle von Mentorenschaft und Unternehmensberatung könnte das Fehlen vorheriger persönlicher Offline-Interaktionen ein blockierender Faktor sein. Der Aufbau von Vertrauen ist in der ersten Phase der Mentorenschaft von entscheidender Bedeutung, und in dieser Hinsicht kann die Wirkung persönlicher physischer Begegnungen nicht im Kontext von

Online-Treffen repliziert werden. Wenn jedoch eine reibungslose Zusammenarbeit zwischen Mentor und Mentee zustande kommt, nehmen motivierte Mentees diese Mentorenschaft als eine außergewöhnliche und inspirierende Gelegenheit wahr. Die Erfahrungen mit den Unterstützungspunkten für unternehmerische Initiative zeigen auch, dass Studentinnen für die Teilnahme an Online-Beratungen besondere Unterstützung benötigten, verglichen mit der Weitergabe eines Geschäftsplans in klassischen persönlichen Offline-Interaktionen. Der Ansatz von Gruppenberatungen (anstelle von Einzelberatungen) erwies sich als wirksames Instrument zur Vertrauensbildung.

Während die Verbreitungsaktivitäten des ifempower-Projekts vor allem über die sozialen Medienkanäle breitere Gruppen von Interessenvertretern erreichen konnten, blieb die Nutzung des Online-Toolkits bis zum Ende der Projektlaufzeit hinter seinem eigentlichen Potenzial zurück. Dennoch bieten diese Verbreitungserfolge eine vielversprechende Grundlage für die zukünftige Nutzung und die Nachhaltigkeit des Projekts. Die Gesamtbeurteilung des ifempower ist, dass das Projekt trotz der ungewöhnlichen Schwierigkeiten, die in erster Linie durch die Umstände der COVID-19-Pandemie bedingt waren, wertvolle Ergebnisse erzielt hat.

7.2. Politische Empfehlungen

Auf der Grundlage der Ergebnisse des ifempower-Projekts geben wir die folgenden politischen Empfehlungen:

1. Bildungspolitische Empfehlungen

a) für Hochschulen und Ausbildungszentren

- Der Erfolg der auf Fallstudien basierenden Instrumente und Methoden des ifempower-Lehrplans hat gezeigt, dass diese in der (betriebswirtschaftlichen) Hochschulbildung weithin anwendbar und nützlich sein könnten. Wir empfehlen den weit verbreiteten Einsatz von unternehmerischen Fallstudien (einschließlich audiovisuellem Material).
- Der praktische Schwerpunkt auf der Entwicklung und Präsentation von Geschäftsideen und Geschäftsplänen gehörte zu den erfolgreichsten Elementen der ifempower-Studiengänge. Es wird empfohlen, einige dieser Elemente in alle Hochschulstudiengänge aufzunehmen, die möglicherweise unternehmerische Anwendungen haben, indem das ifempower-Curriculum oder eine auf den lokalen Kontext zugeschnittene Alternative übernommen wird.

b) für Agenturen, die weibliches Unternehmertum unterstützen

- Studenten als potenzielle Unternehmer zu erreichen, kann für Einrichtungen außerhalb des Hochschulbereichs eine Herausforderung sein. Wir empfehlen die Pflege langfristiger Partnerschaften zwischen Hochschuleinrichtungen und unterstützenden Einrichtungen, die sowohl Schulungs- und Beratungsdienste als auch gemeinsame Veranstaltungen umfassen.
- Der Erfolg der geschlechtsspezifischen Selbsterkenntnis und des sozialen Bewusstseins im ifempower-Lehrplan zeigt, wie wichtig diese Aspekte für die Unterstützung (potenzieller) Unternehmerinnen sind. Die Agenturen sollten darauf achten, diese Aspekte in ihre Aktivitäten einzubeziehen, entweder durch Partnerschaften

mit lokalen Universitäten oder durch die Übernahme von Teilen des ifempower-Lehrplans selbst.

c) für politische Entscheidungsträger auf lokaler, regionaler, nationaler und europäischer Ebene

- Obwohl Beratung und Mentorenschaft auf der Grundlage persönlicher Beziehungen die wirksamsten Mittel zu sein scheinen, um junge Menschen in die Welt des Unternehmertums einzuführen, können diese durch die Verfügbarkeit von Unternehmern vor Ort stark eingeschränkt sein. Da die Universitäten möglicherweise nicht über die notwendigen Mittel verfügen, um Praktiker für diese Programme zu gewinnen, könnten die politischen Entscheidungsträger eingreifen, indem sie positive Anreize für Mentorentätigkeiten schaffen und so mehr Unternehmer dazu motivieren, ihr Wissen weiterzugeben.

2. Politische Empfehlungen zur Förderung des Unternehmertums

a) für Hochschulen und Ausbildungszentren

- Gruppenberatungen für angehende Unternehmerinnen sind sehr zu empfehlen, da sie bei einigen ifempower-Partnern große Erfolge erzielt haben. Gruppensitzungen können besonders nützlich sein, um die Probleme zu mildern, die bei unpersönlichen Online-Beratungen auftreten.
- Einbindung potenzieller Mentoren (praktizierender Fachleute) in den Unterricht könnte die Entwicklung persönlicher Beziehungen und des Vertrauens zwischen potenziellen Mentoren und Mentees erleichtern, was sich als Schlüsselfaktor für den Erfolg von Mentoring erwiesen hat. In Ländern, in denen Pro-bono-Mentoring nicht die Norm ist, sollte diese Beteiligung formalisiert und mit einer angemessenen Vergütung verbunden werden.

b) für Agenturen, die weibliches Unternehmertum unterstützen

- Die durch die COVID-19-Pandemie verursachten Herausforderungen für die Unterstützungsstellen für Unternehmer und die Mentorenprogramme zeigen die technische Anfälligkeit des Ökosystems zur Unterstützung von Unternehmern. Es sollten Schulungsprogramme für Mentoren und Berater eingeführt werden, die sie mit den notwendigen Fähigkeiten ausstatten, damit sie ihre Aufgaben online wahrnehmen können, falls in Zukunft persönliche Treffen nicht mehr möglich sind.
- Die Kosten für das Erlernen und die Anwendung neuer Mentoren- und Beratungsfähigkeiten und -methoden sollten durch die Einführung des gemeinschaftlichen Lernens reduziert werden. Dies würde die gemeinsame Pflege einer langfristigen (virtuellen und möglicherweise persönlichen) Plattform für diejenigen erfordern, die an Aktivitäten zur Unterstützung des Unternehmertums beteiligt sind, auf der die Teilnehmer Fragen stellen und Erkenntnisse austauschen können.

c) für politische Entscheidungsträger auf lokaler, regionaler, nationaler und europäischer Ebene

- Treffen zwischen potenziellen künftigen Mentoren und Mentees auf regionaler oder lokaler Ebene könnten von staatlichen Einrichtungen organisiert oder unterstützt werden. Diese Veranstaltungen sollten die Teilnahme von Personen fördern, die nicht aus der wirtschaftlichen/gesellschaftlichen Elite kommen, was nicht nur zur Gleichstellung der Geschlechter, sondern auch zu einem stärkeren Wettbewerb der Ideen insgesamt beiträgt.

3. Gleichstellungspolitische Empfehlungen

a) für Hochschulen und Ausbildungszentren

- Universitäten sollten sich bemühen, Beispiele von Unternehmerinnen in ihre Lehrpläne aufzunehmen, auch in Kursen, die sich nicht speziell mit Geschlechterfragen befassen. Das ifempower-Projekt konzentrierte sich zwar auf weibliche Studierende, doch sollte es für Studierende jeden Geschlechts normal sein, Unternehmerinnen zu kennen - und möglicherweise als Vorbilder zu sehen.

b) für Agenturen, die weibliches Unternehmertum unterstützen

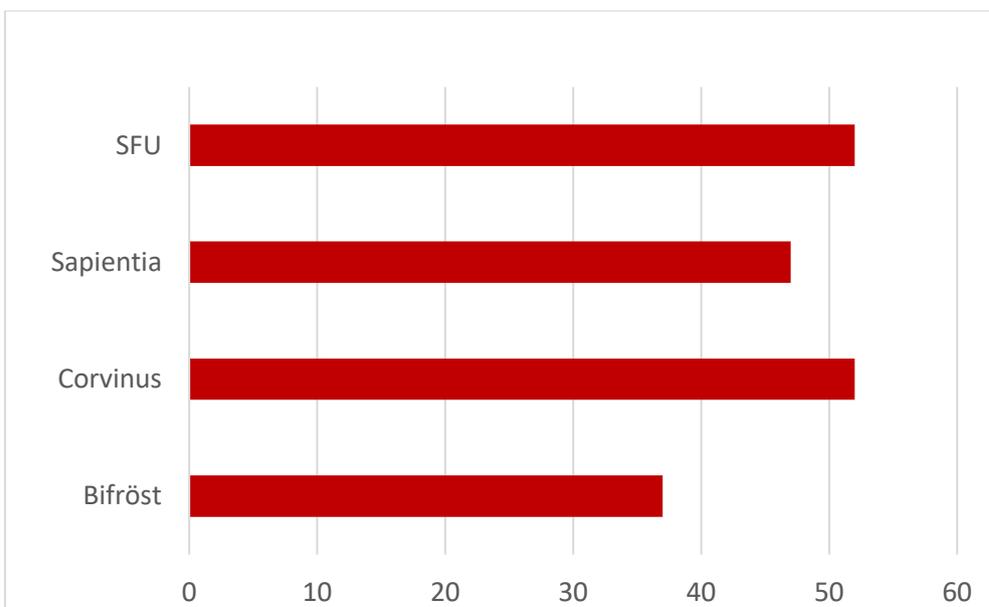
- Eine vertrauensvolle persönliche Verbindung zwischen Mentor und Mentee bzw. Berater und Ratsuchendem ist der Schlüssel zum Erfolg dieser Dienste. Potenzielle Jungunternehmerinnen, die sich an ifempower beteiligten, fanden es oft wichtig, Verbindungen zu Mentoren aufzubauen, die ihnen ähnlich sind und ihre Probleme verstehen. Daher wird den Agenturen empfohlen, qualifizierte Beraterinnen/Mentorinnen einzubeziehen, wenn sie potenzielle Unternehmerinnen erfolgreich erreichen wollen.

c) für politische Entscheidungsträger auf lokaler, regionaler, nationaler und europäischer Ebene

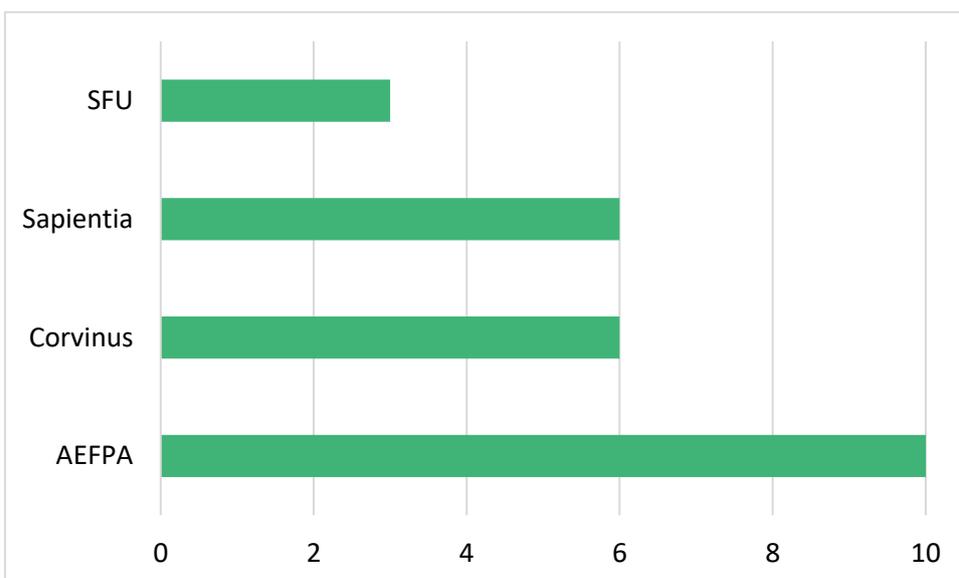
- Die Erfahrungen der Dozenten und Organisatoren beim Unterrichten des ifempower-Lehrplans machen deutlich, wie viel Arbeit damit verbunden ist, Unternehmerinnen vor Ort zu finden und sie als Vorbilder, Mentoren und Berater einzubeziehen (insbesondere dort, wo die Gleichstellung der Geschlechter im Unternehmertum fehlt). Obwohl diese Arbeit wahrscheinlich erhebliche positive Auswirkungen auf die Gleichstellung der Geschlechter hat, wird sie innerhalb von Organisationen im Hochschulbereich oder bei unternehmerischen Dienstleistungen nicht unbedingt entsprechend gewürdigt. Politische Entscheidungsträger auf allen Ebenen könnten Anreize für die Einbeziehung von Aspekten des weiblichen Unternehmertums in die Hochschulbildung und in unternehmerische Unterstützungsdienste schaffen.

8. Anhänge

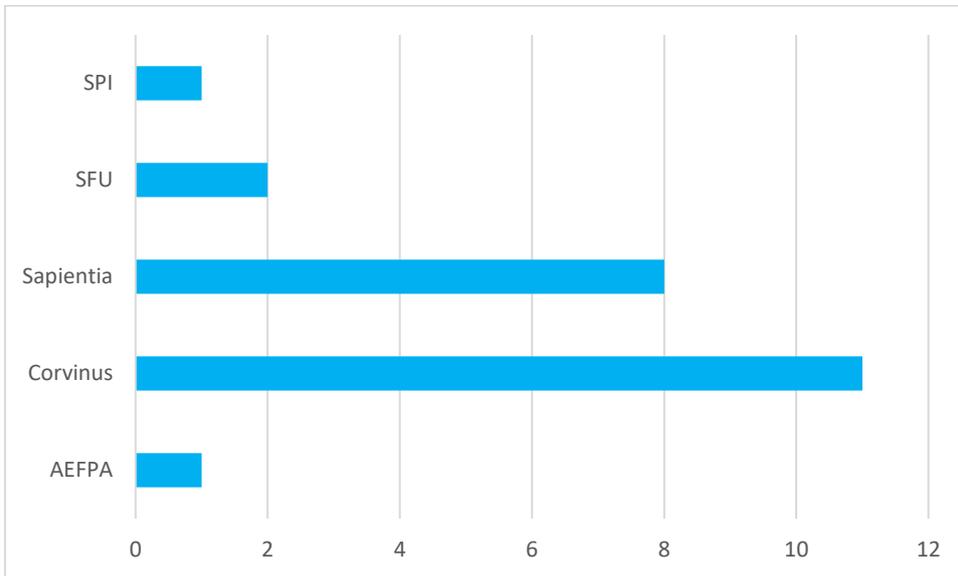
8.1 Anhang I - Anzahl der beteiligten Studierenden an den ifempower-Kursen im Jahr 2020



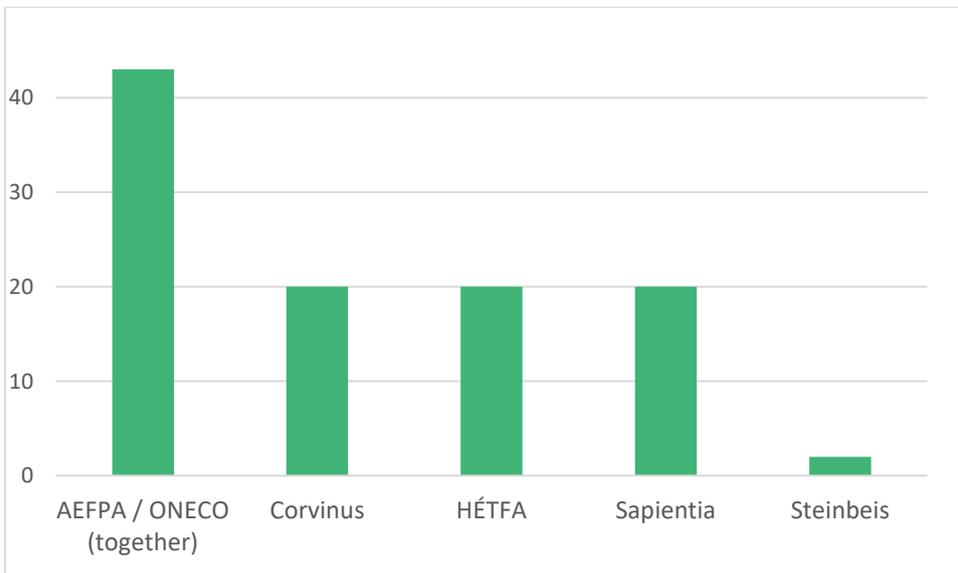
8.2 Anhang II - Anzahl der beteiligten Schüler an den ifempower Winter- und Frühjahrsschulen



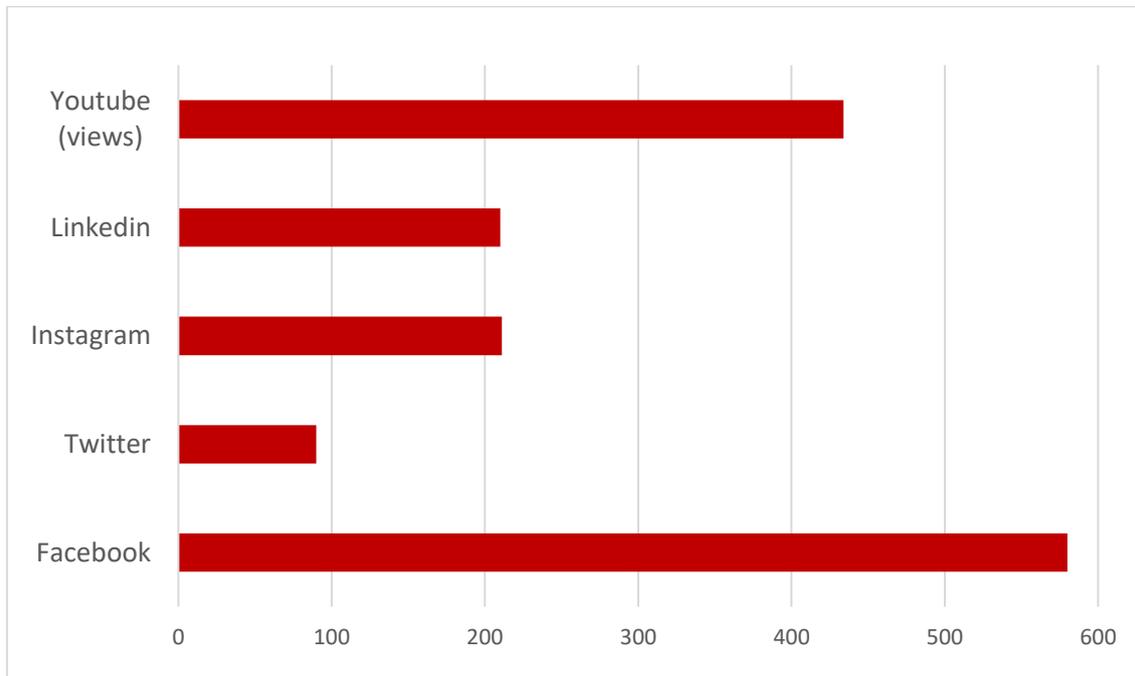
8.3 Anhang III - Anzahl der beteiligten Mentoren und Unternehmer im Mentoring-Programm



8.4 Anhang IV - Anzahl der Besucher der ifempower-Servicestellen für Unternehmertum



8.5 Anhang V – Anzahl der Follower des ifempower-Projekts in sozialen Medien während der Projektlaufzeit



Kontaktangaben

Aufgabenverantwortlicher und Hauptansprechpartner:

Attila Bartha, Außerordentlicher Professor, Corvinus Universität Budapest, Programmleiter für öffentliche Politik und Management MSc., attila.bartha@uni-corvinus.hu



ifempower

ifempower

