



ENTWICKLUNG DURCH BILDUNG

Arbeits- und Forschungsberichte aus dem Projekt

E^B – Bildung als Exponent individueller und regionaler Entwicklung

Nr. 18

Weiterbildungsstudiengang Entrepreneurship mit Schwerpunkt Innovationsmanagement

Die bedarfsorientierte Entwicklung von wissenschaftlichen Weiterbildungsangeboten an der Technischen Universität Kaiserslautern

Christian Weber

2018

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



Impressum:

E^B – Bildung als Exponent individueller und regionaler Entwicklung
– Evidenzbasierte Bedarfserschließung und vernetzte Kompetenzentwicklung
Förderkennzeichen: 16OH21008

Herausgeber:

Hochschule Kaiserslautern
Prof. Dr. Ing. Hans-Joachim Schmidt
Schoenstraße 11
67659 Kaiserslautern

Technische Universität Kaiserslautern
Jun.-Prof. Dr. Matthias Rohs
Erwin-Schrödinger-Straße
67663 Kaiserslautern

Hochschule Ludwigshafen
Dr. Doris Arnold
Ernst-Boehe-Str. 4
67059 Ludwigshafen am Rhein

2018

ISSN 2364-8996

Lizenz

Arbeits- und Forschungsberichte aus dem Projekt E^B sind unter einer Creative-Commons-Lizenz veröffentlicht: Namensnennung - Nicht kommerziell - Keine Bearbeitungen 4.0 International Lizenz. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



Zusammenfassung

Die Entwicklung wissenschaftlicher Weiterbildungsangebote folgte in der Vergangenheit mehrheitlich dem verbreiteten Ansatz der Angebotsorientierung. Demgegenüber steht eine aktuell zunehmende Orientierung an vorhandenen Bedarfen. Die Idee einer solchen Nachfrageorientierung bringt jedoch verschiedene Herausforderungen mit sich. Im vorliegenden Arbeitsbericht wird die Planung und Entwicklung eines weiterbildenden Studienangebots zum Themenfeld Entrepreneurship mit Schwerpunkt Innovationsmanagement dokumentiert, welche dem der Ausrichtung an vorhandenen Bedarfen unterlag und somit einen Schritt in Richtung einer nachfrageorientierten Angebotsentwicklung beschreibt. Nach einem kurzen thematischen Überblick werden zunächst relevante Bedarfserhebungen und -analysen beschrieben. Daran anschließend erfolgt eine Darstellung des hieraus entwickelten Konzepts eines Studiengangs im Bereich Entrepreneurship mit Schwerpunkt Innovationsmanagement.

Abstract

In the past, the development of further education programs was largely followed by the widespread approach of supply orientation. On the other hand, there is a growing focus on existing demands. But the idea of demand orientation brings with it various challenges. The present report documents the planning and development of a program for further education on the subject of entrepreneurship with a focus on innovation management, which is subject to the alignment of existing requirements and thus describes a step in the direction of demand-oriented supply development. After a short thematic overview, first relevant surveys and analyzes are described. Then a presentation of the concept of the course developed here follows.



Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	2
Abstract	2
Abbildungen	2
1 Bedarfsorientierung	3
2 Hintergrund und Idee	3
3 Bedarfsanalysen	4
3.1 Arbeitsmarkt	5
3.1.1 Allgemeine statistische Daten	5
3.1.2 Quantitative Unternehmensbefragung	6
3.1.3 Qualitative Befragungen von Experten aus Wissenschaft und Wirtschaft	7
3.1.4 Stellenanzeigenanalysen	8
3.2 Zielgruppen	9
3.2.1 Bevölkerungsbefragung	9
3.2.2 Studierendenbefragung	11
3.2.3 Qualitative Befragungen von Experten aus Wissenschaft und Wirtschaft	12
3.3 Bildungsmarkt	12
3.3.1 Bildungsmarktrecherche und -analyse	12
3.3.2 Dokumentenanalyse (Curricula, Modulhandbücher)	13
4 Das Programm auf einen Blick	13
5 Lern- und Kompetenzziele	14
6 Zielgruppen	15
7 Arbeitsmarktperspektiven	15
8 Fazit	16
Literaturverzeichnis	16



Abbildungen

Abbildung 1: Fachkräfteangebot und -nachfrage für Ausbildungsberufe im Bereich Berufe in Unternehmensführung und -organisation (Quelle: Regionalmonitor Hochschulbildung)6

Abbildung 2: Fachkräfteangebot und -nachfrage für akademische Berufe im Bereich Wirtschaftswissenschaft und Unternehmensführung (Quelle: Regionalmonitor Hochschulbildung⁵)6

1 Bedarfsorientierung

Die Entwicklung wissenschaftlicher Weiterbildungsangebote folgte in der Vergangenheit mehrheitlich dem innerhalb des deutschen Bildungssystem verbreiteten Ansatz der Angebotsorientierung (vgl. Hanft 2014). Verschiedene Autoren (bspw. Banscherus, Pickert & Neumerkel 2016) sehen jedoch eine zunehmende Relevanz konkurrierender Angebote am Markt und somit zunehmend auch betriebswirtschaftlicher Aspekte. Diese Entwicklung lässt perspektivisch eine steigende Bedeutsamkeit des Ansatzes der Nachfrageorientierung (vgl. Seitter 2014, Wolter & Banscherus 2016, S. 67) vermuten, welche eine Ausrichtung der Entwicklung und Umsetzung von Angeboten an „Bedarfen und Erwartungen der Adressatengruppen“ (Seitter 2014, S.141) meint. Hinzu kommt das politische Anliegen, neue Zielgruppen für die wissenschaftliche Weiterbildung zu gewinnen, beispielsweise „beruflich Qualifizierte“, d.h. Personen, die aufgrund ihrer beruflichen Erfahrung und Qualifikationen zum Studium berechtigt sind. Die Idee einer solchen Ausrichtung an gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bedarfen sowie individuellen Bedürfnissen bringt allerdings auch verschiedene Herausforderungen mit sich. Zum einen benötigt es zeitliche und personelle Ressourcen, diese Bedarfe und Anforderungen zu ermitteln, zum anderen aber vorab auch wissenschaftliche Kenntnisse darüber, welche Daten für eine Angebotsentwicklung bzw. -weiterentwicklung relevant und sinnvoll nutzbar sein könnten (vgl. z. B. Weber & Neureuther 2017).

Im vorliegenden Arbeitsbericht wird die Planung bzw. Entwicklung eines weiterbildenden Studienangebots¹ im Rahmen des E^B-Projekts² dokumentiert, welche der Ausrichtung an aktuellen (und soweit möglich prognostizierten zukünftigen) Bedarfen unterlag. Der vorliegend beschriebene Entwicklungsprozess beschreibt somit einen Schritt in Richtung einer nachfrageorientierten Angebotsentwicklung. Das Angebot selbst beschäftigt sich inhaltlich mit dem Themenfeld Entrepreneurship mit Schwerpunkt Innovationsmanagement.

2 Hintergrund und Idee

Der Begriff Entrepreneurship bezieht sich zum einen auf „das Ausnutzen unternehmerischer Gelegenheiten sowie den kreativen und gestalterischen unternehmerischen Prozess in einer Organisation, bzw. einer Phase unternehmerischen Wandels, und zum anderen [auf] eine wissenschaftliche Teildisziplin

¹ Stand Dezember 2017

² E^B steht für „Bildung als Exponent individueller und regionaler Entwicklung“ und ist ein Verbundprojekt der Hochschule Kaiserslautern, der Technischen Universität Kaiserslautern sowie der Hochschule Ludwigshafen. Es wird gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung.

der Betriebswirtschaftslehre.“ (Springer Gabler Verlag, Wirtschaftslexikon, Stichwort Entrepreneurship). Innovationsmanagement hingegen bezeichnet eine „betriebliche Kerntätigkeit, die im Wesentlichen an den Eigenschaften einer Innovation ausgerichtet ist und damit Managementaspekte verbindet. Der Begriff der Innovation [...] umschreibt die Einführung von etwas Neuem. Im betriebswirtschaftlichen Sinn ist dieses Neue enger zu fassen. Es bedarf der unternehmerischen Relevanz [...]“ (Springer Gabler Verlag, Wirtschaftslexikon, Stichwort Innovationsmanagement)

Bei der Sichtung regionaler statistischer Daten zur Entwicklung von Fachkräfteangebot und -nachfrage bzw. möglicher sich abzeichnender Fachkräftemängel zeigten sich deutliche Hinweise auf einen zunehmenden Bedarf im Bereich der Berufe in Unternehmensführung und -organisation“ (vgl. Kapitel 3.1.1). Daraus ergab sich die Idee zur Entwicklung eines fachbereichsübergreifenden Querschnittsangebots in diesem Feld, und somit auch die Perspektive eines potentiellen Kooperationsangebots zwischen verschiedenen Verbundpartnern des E^B-Projekts. Aufgrund verschiedener kurzfristig nicht auszuräumender Hürden bei der Entwicklung eines formal zusammenhängenden Kooperationsstudiengangs zwischen einer Hochschule und einer Universität wurde die Kooperationsidee zunächst zurückgestellt und der Fokus auf die Entwicklung zweier nebeneinanderstehender, jedoch aufeinander abgestimmter, Studienangebote gelegt. Zum einen ein Angebot an der Hochschule Kaiserslautern mit dem Fokus auf Unternehmensführung und -nachfolge, zum anderen ein Angebot an der Technischen Universität Kaiserslautern mit dem Schwerpunkt Entrepreneurship mit Schwerpunkt Innovationsmanagement. Der nachfolgende Arbeits- und Forschungsbericht konzentriert sich auf das letztgenannte Angebot im Bereich Entrepreneurship mit Schwerpunkt Innovationsmanagement. Im Rahmen des E^B-Projekts konnte geprüft werden, in wie weit und für wen tatsächlich ein entsprechend aktueller Bedarf besteht, und welcher Art ein entsprechendes Angebot organisatorisch und inhaltlich ausgestaltet sein muss, um den derzeitigen und zukünftigen Anforderungen gerecht zu werden.³

3 Bedarfsanalysen

Dem für die Bedarfserhebungen und -analysen verwendeten Ansatz einer nachfrageorientierten Angebotsentwicklung⁴ liegen insgesamt vier Analyseebenen zu Grunde, von denen drei Ebenen für die Bedarfsermittlung relevant sind⁵. Diese sind die Ebenen: Arbeitsmarkt, Zielgruppen und Bildungsmarkt.

³ Für die umfassende Unterstützung des Vorhabens danken wir insbesondere der fachlichen Leitung, Prof. Dr. Matthias Baum von der Technischen Universität Kaiserslautern.

⁴ Im Sinne einer datenbasierten Prüfung des Bedarfs und einer darauf aufbauenden evidenzbasierten Gestaltung des Angebots.

⁵ Die vierte Ebene bezieht sich auf die Frage notwendiger Ressourcen zur Planung, Entwicklung und Umsetzung des Angebots.

Diese Ebenen dienen u. a. als Strukturierungshilfe für die verschiedenen bedarfsrelevanten Datenquellen. Zur detaillierten Darstellung der einzelnen Ebenen und der diesbezüglichen Erhebungen siehe Schwikal & Steinmüller (2017) sowie Weber & Neureuther (2017).

Nachfolgend sollen ausgewählte Ergebnisse der jeweiligen Datenauswertungen, soweit für das Angebot interessant, dargestellt werden. Es wurde versucht, die verschiedenen Datenquellen möglichst den jeweiligen Ebenen zuzuordnen. Dabei handelt es sich allerdings nur um eine schwerpunktmäßige Zuordnung, denn vielfach liefert eine spezifische Datenquellen Hinweise zu mehr als nur einer der drei Ebenen. Die nachfolgend dargestellten Bedarfsanalysen beziehen sich, aufgrund des regionalen Bezugs des E^B-Projekts, soweit das anhand der vorliegenden Daten möglich ist, insbesondere auf die „Region Westpfalz“ (vgl. zum Regionsbegriff Marks 2015). Die vorgestellten Erkenntnisse finden schließlich in dem daran anschließend dargestellten Konzept (vgl. Kapitel 4 bis 7) Berücksichtigung.

3.1 Arbeitsmarkt

Im Rahmend der Arbeitsmarktanalyse wurden verschiedene projektextern generierte Daten (bspw. der IHK Fachkräftemonitor oder das IHK-Unternehmensbarometer zur Digitalisierung), sowie im Rahmen des Projekts erhobene Daten (eine quantitative Unternehmensbefragung, Stellenanzeigenanalysen und qualitative Experteninterviews) ausgewertet und berücksichtigt. Dabei wurden zum einen schwerpunktmäßig Hinweise auf eine generelle arbeitsmarktbezogene Relevanz einer entsprechenden Weiterbildung im Themenfeld Entrepreneurship mit Schwerpunkt Innovationsmanagement gesucht, gleichzeitig aber auch Hinweise auf notwendige inhaltliche und organisatorische Aspekte für die arbeitsmarkt- und zielgruppengerechte Ausgestaltung gesichtet und mit aufgenommen.

3.1.1 Allgemeine statistische Daten

Statistische Daten aus verschiedenen Quellen (wie bspw. aus Daten des Landesamtes für Statistik Rheinland-Pfalz, der IHK-Arbeitsgemeinschaft Pfalz und der Bundesagentur für Arbeit; bereitgestellt durch das Wirtschaftsforschungsinstitut WifOR) deuten für Berufe bzw. Branchen in den Großbereichen „*Beruflich qualifizierte im Bereich Berufe in Unternehmensführung und -organisation*“ bzw. „*Akademisch qualifizierte Wirtschaftswissenschaftler, Unternehmensführung*“ für die Region Westpfalz (vgl. Marks 2015) auf einen bestehenden und ansteigenden Fachkräftemangel hin: Im Jahr 2016 fehlten regionsbezogen bei den Ausbildungsberufen 2400 Personen (2017: 2500 Personen) und im Laufe der nächsten 10 Jahre (bis 2027) wird eine Steigung auf 6800 Personen prognostiziert, bis 2029 sogar auf 7800 Personen (vgl. Abbildung 1). Mit Blick auf die akademisch Qualifizierten fehlten diesbezüglich im Jahr 2016 560 Personen (2017: 570 Personen) und auf Basis der Vorausberechnungen ist

in den nächsten 10 Jahren (bis 2017) ein Anstieg auf 1090 zu erwarten (vgl. Abbildung 2). Dies ist ein erster deutlicher Hinweis auf einen Fachkräftebedarf im relevanten thematischen Großbereich.

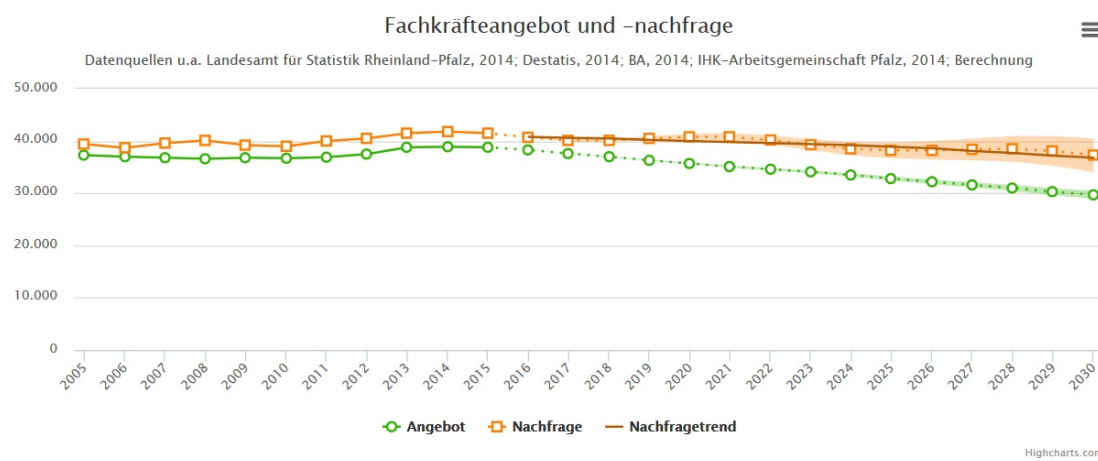


Abbildung 1: Fachkräfteangebot und -nachfrage für Ausbildungsberufe im Bereich Berufe in Unternehmensführung und -organisation (Quelle: Regionalmonitor Hochschulbildung⁶)

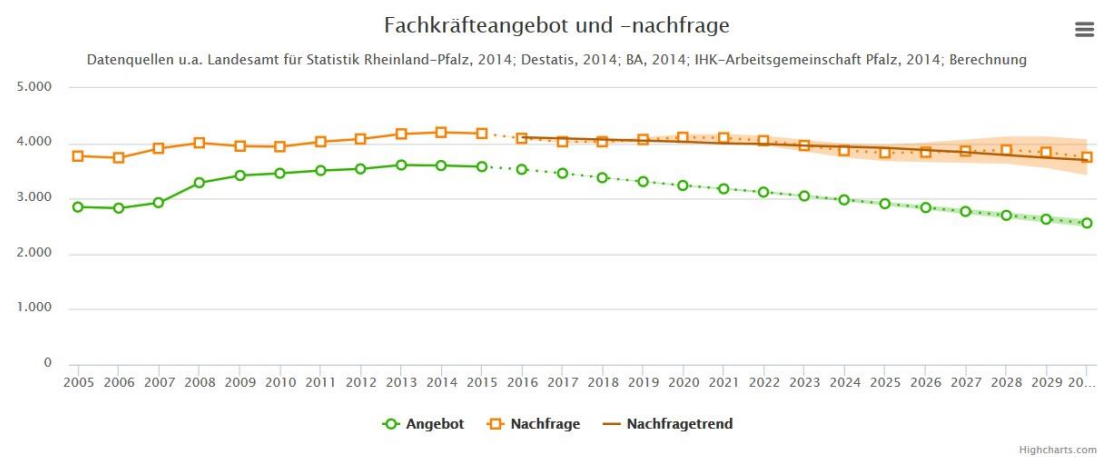


Abbildung 2: Fachkräfteangebot und -nachfrage für akademische Berufe im Bereich Wirtschaftswissenschaft und Unternehmensführung (Quelle: Regionalmonitor Hochschulbildung⁵)

3.1.2 Quantitative Unternehmensbefragung

Im Rahmen einer quantitativen Online-Erhebung wurden 161 regionale Unternehmen aller Branchen und Größen (56 agierend in Rheinland-Pfalz) befragt (vgl. Steinmüller & Schwikal 2018). Ein genereller

⁶ Die Daten zur Beschaffenheit des regionalen Arbeitsmarktes werden von dem unabhängigen Wirtschaftsforschungsinstitut (WifOR) bereitgestellt (zum Regionalmonitor und den verwendeten Datenquellen vgl. Van de Water & Steinmüller 2016).



Personalbedarf wird seitens der befragten Unternehmen hauptsächlich im Bereich der „beruflich Qualifizierten“ gesehen. Neben dem Fachbereich Informatik werden insbesondere Inhalte aus dem Fachbereich BWL, passend zum Themenfeld Entrepreneurship bzw. Innovationsmanagement, im Durchschnitt als interessanteste Inhalte für Weiterbildungsangebote eingestuft.

Hinsichtlich der Organisationsform für Studienangebote der Hochschule oder Universität wurden für die Mitarbeiter_innen der befragten Unternehmen ein berufsbegleitendes Studium (Präsenzen am Wochenende) sowie das online-gestützte Fernstudium (Selbststudium mit wenigen Präsenzphasen) als am Interessantesten eingeschätzt. Vor dem Hintergrund der Vereinbarkeit von Weiterbildung und Beruf ergab die Befragung: Je kürzer der zeitliche Rahmen eines Weiterbildungsangebots ist, als umso angemessener wird dieses angesehen.

Die beiden meistgenannten Unterstützungsmöglichkeiten seitens der Unternehmen hinsichtlich der Weiterbildung ihrer Mitarbeitenden sind die Möglichkeit flexibler Arbeitszeiten und finanzieller Unterstützung.

3.1.3 Qualitative Befragungen von Experten aus Wissenschaft und Wirtschaft

Im Rahmen qualitativen leitfadengestützten Experteninterviews mit im Bereich Entrepreneurship mit Schwerpunkt Innovationsmanagement tätigen Personen aus Wirtschaft und Wissenschaft wurden fünf Personen befragt. Bei der Auswahl der Personen wurde versucht, sowohl das Spektrum der beruflichen Hintergründe und praktischen Tätigkeiten der Befragten als auch der Tätigkeitsfelder der Unternehmen möglichst breit abzudecken. Die Auswahl der Interviewpartner_innen wurde demnach aus Grundlage theoretischer Überlegungen getroffen (Abdeckung des Arbeitsfeldes) und die Anzahl ergab sich aus einer inhaltlichen Sättigung im Rahmen der Interviewauswertungen (theoretisches Sampling; vgl. Glaser & Strauss 1998). Die Interviews wurden zunächst aufgezeichnet und anschließend transkribiert und anonymisiert. Die Auswertung erfolgte anhand der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2010) und mit Hilfe der Software MAXQDA.

Vier der befragten Personen waren selbst (potentielle) Unternehmensgründer, eine Person war als R&D Administrator bei einem Unternehmen insbesondere auch im Innovationsmanagementbereich tätig. Die beruflichen Hintergründe der Befragten entstammen in vier Fällen aus dem (informations-)technischen sowie in einem Fall aus dem wirtschaftswissenschaftlichen Bereich. Es wurden gezielt überwiegend Personen aus dem technischen Bereich befragt, da hier mit geringeren ausbildungsgestützten Vorkenntnissen bezüglich der Themenfelder Entrepreneurship bzw. Innovationsmanagement zu rechnen war. Die befragten Unternehmen bzw. Gründer befanden sich einmal noch in der Phase der Gründungsidee bzw.

-absicht, dreimal bereits seit einigen Jahren bestehend und somit noch (relativ) in der Anfangs- bzw. Etablierungsphase, und einmal bereits seit über zehn Jahren etabliert.

Themen, zu denen die Interviewten befragt wurden, waren u. a. die Einschätzung der generellen sowie arbeitsmarktbezogenen Relevanz des Themenfelds, potentielle Zielgruppen für eine entsprechende Weiterbildung (siehe Kapitel 3.2.3) sowie mögliche Tätigkeitsbereiche und Kompetenzanforderungen für Beschäftigte in diesem Feld (und somit auch für die inhaltliche Ausgestaltung eines entsprechenden Weiterbildungsangebots). Hinsichtlich der generellen sowie arbeitsmarktbezogenen Relevanz wurde diese von allen Befragten als sehr hoch eingestuft und auch eine hohe Relevanz und ein großes Interesse an einer entsprechenden Weiterbildung insbesondere auf hochschulebene betont. Zudem wurden zahlreiche Hinweise für die bedarfsbezogene inhaltliche Ausgestaltung eines entsprechenden Angebots gegeben, welche - unter Einbezug weiterer Daten – in Kapitel 5 dargestellt wird.

3.1.4 Stellenanzeigenanalysen

Die Stellenanzeigenanalysen basierten auf einer breit angelegten Recherche von Inseraten für das Themenfeld Entrepreneurship bzw. Innovationsmanagement. Von Anfang Mai bis Ende Juni 2017 wurden verschiedene gängige Stellenportale (wie bspw. die Jobbörse der Agentur für Arbeit, stepstone.de, ki-meta.de, monster.de) durchsucht. Natürlich ist die Relevanz von Stellenausschreibungen in diesem Themenfeld nur sehr begrenzt zu beurteilen, da beispielsweise Unternehmensneugründungen natürlich nicht an ausgeschriebene Stellen gekoppelt sind. Dennoch können im Rahmen von Stellenrecherchen ergänzende Hinweise insbesondere auch auf den Arbeitsmarkt im Bereich Innovationsmanagement im Kontext von Mitarbeitenden in bestehenden Unternehmen gewonnen werden. Wie zu erwarten, fanden sich insbesondere auch im Bereich Innovationsmanagement zahlreiche Treffer (rund 100), welche verschiedenste konkrete inhaltlich-thematisch Arbeitsbereiche (Automobilindustrie bis Energiesektor; Entwicklung bis Beratung und Management) betrafen. Die gefundenen Stellen reichten von geforderten Tätigkeitsbereichen, Erfahrungen und Kenntnissen im Innovationsmanagementbereich als Teil einer Ausschreibung bis hin zu expliziten Stellenbezeichnungen und -schwerpunkten in diesem Feld (bspw. als Referent_in, Projektleiter_in oder Mitarbeiter_in Innovationsmanagement oder Unternehmensentwicklung).

Aufgrund der Vielzahl an gefunden Stellen sowie deren häufige Bereichsspezifität wurden insbesondere innovationsmanagementspezifische Stellen exemplarisch ausgewählt und bezüglich der beschriebenen Aufgaben und Kompetenzen näher betrachtet. Häufig genannte Kompetenzen, neben Fachwissen und Erfahrungen im Bereich Innovationsmanagement, bezogen sich hierbei z.B. auf fachliche Kenntnisse

im Bereich Projektmanagement, aber auch auf Personale Kompetenzen, wie eine analytische und selbstständige Arbeitsweise. Die Erkenntnisse aus den Stellenanzeigen und deren Analysen wurden mit den Ergebnissen der qualitativen Befragungen (vgl. Kapitel 3.1.3) zusammengebracht und abgeglichen. Die erarbeitete Darstellung der relevanten Inhalte und Kompetenzen insgesamt findet sich im Überblick in Kapitel 5.

3.2 Zielgruppen

Im Rahmen der Zielgruppenbetrachtung wurden anhand der Daten Informationen u.a. zu relevanten sozioökonomischen Merkmalen oder auch zu weiteren Aspekten, wie passenden Lernformaten oder -organisatorischen Rahmenbedingungen (z.B. eLearning- oder Blended Learning Ansätze) eruiert. Dazu dienten im vorliegenden Beispiel insbesondere Daten aus einer regionalen Bevölkerungsbefragung, einer Befragung Studierender der Technischen Universität Kaiserslautern (bzw. des dort angesiedelten Fernstudienzentrums) sowie aus den im vorherigen Kapitel beschriebenen qualitativen Experteninterviews. Im Fokus standen insbesondere auch sogenannte neue, nicht-traditionelle Zielgruppen, wie beruflich Qualifizierte (auch ohne formale Hochschulzugangsberechtigung) oder Personen mit Familienpflichten (vgl. z. B. Hanft, Pellert, Cendon & Wolter, 2015).

3.2.1 Bevölkerungsbefragung

Im Kontext der innerhalb des E^B-Projekts durchgeführten Bevölkerungsbefragung der Region Westpfalz (vgl. Steinmüller 2018) wurde gefragt, wie viele Personen es sich vorstellen können, ein Unternehmen zu gründen und selbstständig tätig zu sein. Hinsichtlich der denkbaren Zielgruppen für das vorliegend angedachte Studienangebot wurde durch diese Frage das Potential an Gründer_innen in der Region eruiert. Die Befragung ergab, dass rund ein Viertel der antwortenden Personen (26,6%) sich dies grundsätzlich vorstellen zu können, 4,7 Prozent gaben an, dies als ihr festes Ziel gesetzt zu haben. Unter dem Aspekt, dass die Stichprobengröße die Bevölkerung ‚repräsentativ‘ abbildet (Grundgesamtheit 2,5 Millionen, $p <= 0,5$), zeigt sich hier ein interessantes Potential hinsichtlich der möglichen Zielgruppe der Neugründenden. Ergänzend zu dieser Gruppe stellen allerdings auch Mitarbeitende in Unternehmen eine relevante Zielgruppe für das neu zu entwickelnde Angebot dar, laut Einschätzung eines befragten fachlichen Experten sogar die größere.

Nachfolgend soll ein Überblick über für die Angebotsentwicklung interessante Daten aus der Bevölkerungsbefragung gegeben werden. Gegenübergestellt werden dabei vergleichend zum einen die Ergebnisse zur gesamten Bevölkerung, sowie zum anderen die Daten zu den Personen, welche sich eine Un-

ternehmensgründung bzw. Selbständigkeit fest vorgenommen haben und dazu auch zum Befragungszeitpunkt bereits eine Studienzugangsberechtigung besaßen („enge Zielgruppe“; 18 Personen; 3,5% der Befragten). Es zeigt sich, dass beide Gruppen sich hinsichtlich der grundlegenden Präferenzen (bis auf wenige Ausnahmen) nur geringfügig unterscheiden.

Hinsichtlich der organisatorischen Gestaltung bezüglich regionaler Zielgruppen von Weiterbildungsangeboten zeigt sich hierbei, dass es:

- ... für 82,1 Prozent (enge Zielgruppe 88,9 Prozent) eher bis sehr wichtig ist, dass eine Weiterbildung berufsbegleitend angeboten wird.
- ... für 47,3 Prozent (enge Zielgruppe 61,1 Prozent) eher bis sehr wichtig ist, dass eine Weiterbildung von zu Hause aus wahrgenommen werden kann.
- ... für 58,2 Prozent (enge Zielgruppe 61,1 Prozent) eher bis sehr wichtig ist, dass eine Weiterbildung in Präsenz angeboten wird.
- ... für 50,6 Prozent (enge Zielgruppe 61,2 Prozent) eher bis sehr wichtig ist, dass eine Weiterbildung eine Kombination aus Präsenz- und Fernlernen ermöglicht.
- ... für 74 Prozent (enge Zielgruppe 94,4 Prozent) bis sehr wichtig ist, dass eine Weiterbildung über einen längeren Zeitraum, in kleineren Teilen absolviert werden kann.
- ... für 78,1 Prozent (enge Zielgruppe 83,3 Prozent) eher bis sehr wichtig ist, dass eine Weiterbildung mit einem Zertifikat abgeschlossen wird.

Diese Daten sprechen für die hohe Relevanz berufsbegleitender Formate, welche kleinteilig aufeinander aufbauend (z.B. in Form einer Art Baukastensystems) erfolgen sollten, zumindest mit einem Zertifikat abschließen und eine Mischung aus Präsenz- und Fernlehre darstellen.

Bezüglich der zeitlichen Möglichkeiten sowie der Erfahrungen mit Online-Lehre ergab die Befragung, dass 24,6 Prozent (enge Zielgruppe 33,3 Prozent) bereits an einem Onlinekurs bzw. Fernlernkurs teilgenommen haben (bzw. gerade an einem solchen teilnehmen), wovon 78,1 Prozent (enge Zielgruppe 83,3 Prozent) sich vorstellen könnten, auch zukünftig einen Online- bzw. Fernlernkurs zu besuchen. Von den restlichen Personen könnten 49 Prozent (enge Zielgruppe 66,7 Prozent) sich vorstellen, einen Online- bzw. Fernlernkurs zu besuchen. Gut die Hälfte (beider Gruppen) arbeitet an fünf Tagen in der Woche zu den üblichen Zeiten – von neun bis 17 Uhr, gefolgt von gut ein Drittel (bei beiden Gruppen), welche auch regelmäßig am Wochenende einer Beschäftigung nachgeht und ca. 15 Prozent (beider Gruppen) mit Schichtdienst-Tätigkeit. Mit Blick auf ihre beruflichen und privaten Verpflichtungen gaben gut ein Fünftel (enge Zielgruppe knapp ein Sechstel) an, keine Zeit für Weiterbildung zu haben und



nur knapp ein Fünftel (enge Zielgruppe zwischen einem Viertel und einem Fünftel) könnte mehr als 7 Stunden pro Woche in Weiterbildung investieren.

Feste Anwesenheitszeiten können insbesondere durch (ergänzende) digitale Lernformate verringert bzw. flexibilisiert werden, was der Zielgruppe somit entgegenkommt. Die Wünsche der potentiellen Teilnehmenden zeigt somit insgesamt eine gute Passung zu den Rahmenbedingungen auf Arbeitgeberseite (vgl. Kapitel 3.1.2).

Konkret äußerte knapp ein Fünftel (enge Zielgruppe nur ein Zwanzigstel) grundsätzliches Interesse an Weiterbildung an einer Hochschule in den kommenden fünf Jahren und rund ein Viertel (beider Gruppen) war sich diesbezüglich noch unsicher. Knapp die Hälfte (enge Zielgruppe 61,1 Prozent) wusste bisher allerdings nicht über die Möglichkeit der Teilnahme an einer wissenschaftlichen Weiterbildung auch ohne Hochschulzugangsberechtigung Bescheid. Dies deutet insbesondere für die wissenschaftliche Weiterbildung auf eine hohe Bedeutung entsprechender informierender bzw. marketingbezogener Aktivitäten hin.

Sichtet man die enge Zielgruppe hinsichtlich ihrer beruflichen Tätigkeiten bzw. Hintergründe so zeigt sich ein breit gefächertes Spektrum, sowohl aus IT, Betriebswirtschaft, Medizin bzw. Pflege, Pädagogik bzw. Psychologie als auch aus dem Handwerk. Dies spricht für die Relevanz einer entsprechenden Weiterbildung als Querschnittsangebot für verschiedenste Berufsgruppen.

3.2.2 Studierendenbefragung

Seitens des E^B-Projekts wurde im Frühjahr 2016 eine Studierendenbefragung innerhalb der Verbundhochschulen durchgeführt. Bezüglich dieser Befragung werden im Folgenden die Ergebnisse für die Gruppe der befragten (Weiterbildungs-)Fernstudierenden der Technischen Universität Kaiserslautern betrachtet, da davon auszugehen ist, dass diese am ehesten der angestrebten Zielgruppe für das zu entwickelnde berufsbegleitende Weiterbildungsangebot im Bereich Entrepreneurship mit Schwerpunkt Innovationsmanagement entsprechen. Grundständig Studierende wurden demnach nicht mit berücksichtigt. Ausgewertet wurden somit Daten von 579 befragten Personen. (Für weitere Informationen und Ergebnisse zur Studierendenbefragungen insgesamt siehe auch Heinbach & Schwikal 2017).

Das Alter der Befragten lag im Mittelwert bei 38 Jahren und im Median bei 36 Jahren. Rund 46 Prozent sind verheiratet und 42 Prozent haben mindestens ein Kind. Ca. zwei Fünftel der Befragten haben bereits eine berufliche Ausbildung abgeschlossen und ca. vier Fünftel ein Studium. Die Mehrheit finanziert ihr aktuelles Studium durch eine parallel stattfindende Erwerbstätigkeit (ca. 75 Prozent) oder

durch eigene Ersparnisse (ca. 15 Prozent). Im Durchschnitt verbringen die befragten Personen rund 39 Stunden pro Woche mit ihrer Erwerbstätigkeit. Hinsichtlich der organisatorischen Gestaltung wurde der Wunsch des zeitlichen Verhältnisses zwischen Präsenz und Online- bzw. Fernstudienanteilen angegeben mit rund 19 Prozent Präsenzlehre, rund 63 Prozent Literatur bzw. Studienbriefen und rund 18 Prozent eTeaching. Diese Ergebnisse sind sicherlich insbesondere auch der beruflichen und familiären Situation der Befragten geschuldet und sprechen für einen hohen Fernstudienanteil (ca. 80%) mit ca. ein Viertel über Textarbeit hinausgehenden Online-Anteilen (bspw. Webinare o. ä.).

3.2.3 Qualitative Befragungen von Experten aus Wissenschaft und Wirtschaft

Die qualitativen Expertenbefragungen (vgl. auch Kapitel 3.1.3) ergaben, dass eine entsprechende Weiterbildung seitens der potentiellen Zielgruppen als Querschnittsangebot für verschiedenste berufliche Hintergründe relevant sein könnte (vgl. auch Kapitel 6). Insbesondere wurden Personen mit (informations)technischen beruflichem Hintergrund genannt und als zentrale Zielgruppe hervorgehoben, was jedoch auch mit den spezifischen Tätigkeitsfeldern der befragten Unternehmen zu tun haben könnte, in denen überwiegend solche Personengruppen tätig sind. Diese Ergebnisse stehen im Einklang mit den durchgeführten Stellenanzeigenanalysen (vgl. Kapitel 3.1.4).

3.3 Bildungsmarkt

Um einschätzen zu können, in wie weit bereits Weiterbildungsangebote zum Themenfeld Entrepreneurship mit Schwerpunkt Innovationsmanagement bestehen, erfolgte eine Recherche und Analyse des aktuellen Bildungsmarktes. Gleichzeitig konnte hierdurch auch eruiert werden, ob ein weiteres Angebot relevant sein könnte bzw. wie dieses ausgestaltet werden müsste, um einen Mehrwert gegenüber bestehenden Angeboten zu bieten. Neben der Auswertung formaler Angaben (Studiendauer, etc.) wurden auch gefundene Dokumente zu Inhalten und Gestaltung der entsprechenden Bildungsangebote gesichtet und -analysiert.

3.3.1 Bildungsmarktrecherche und -analyse

Im Rahmen der Bildungsmarktrecherche wurden einschlägige Datenbanken (z.B. der Hochschulkompass, fernstudiumnet.de oder studieren.de) durchsucht und nach wesentlichen Kriterien, wie Lokalisierung der Angebote, Zielgruppe, Dauer, voraussichtliche finanzielle Aufwendungen, sowie inhaltliche und organisatorische Aspekte analysiert.

Zum Themenfeld Entrepreneurship bzw. Innovationsmanagement konnten im April 2017 deutschlandweit insgesamt 22 Bildungsangebote auf Hochschulebene ausgemacht werden, von denen 18 berufsbegleitend bzw. explizit in Teilzeit oder im Fernstudienmodus studierbar waren. Die meisten dieser Angebote waren an Universitäten bzw. Hochschulen in Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen verortet. In Rheinland-Pfalz konnte zum damaligen Zeitpunkt nur ein hochschulisches Weiterbildungsangebot (MBA-Fernstudium Innovations-Management) ausgemacht werden, welches den thematischen (Entrepreneurship bzw. Innovationsmanagement) und organisatorischen (berufsbegleitend/Fernstudium) Vorgaben entsprach.

Hier zeigten sich durchaus Lücken bei den bestehenden wissenschaftlichen Weiterbildungsangeboten, welche durch ein neues entsprechendes Angebot geschlossen werden könnten.

3.3.2 Dokumentenanalyse (Curricula, Modulhandbücher)

Im Rahmen der Sichtung und Analyse der Studieninhalte und didaktischen Gestaltungsmerkmale erfolgte ein Abgleich mit einer (auf Grundlage der anderen zuvor beschriebenen Bedarfserhebungen erarbeiteten) Konzeption. Dieser erarbeitete erste konzeptionelle Aufbau konnte hierbei bestätigt werden. Inhaltliche Aspekte wurden nur noch ergänzt, sofern diese sich in den meisten anderen Angeboten fanden, bisher aber noch nicht von dem neu entwickelten Angebot abgedeckt wurden; jedoch auch nur insoweit dies konzeptionell und hinsichtlich der Rahmenbedingungen als sinnvoll eingeschätzt wurde (z.B. kann ein Zertifikatsstudium nicht so viele fachliche Inhalte aufnehmen, bzw. diese dann nicht so detailliert abdecken, wie ein Bachelorstudium). Die finale Version⁷ des aus den Bedarfsanalysen insgesamt erarbeiteten Konzepts wird in den nachfolgenden Kapiteln vorgestellt.

4 Das Programm auf einen Blick

- **Abschluss:** Zertifikat „Entrepreneurial Education“ bzw. „Entrepreneurship mit Schwerpunkt Innovationsmanagement“
- **Umfang:** 6 Monate (etwa 25 ECTS)
- **Struktur:** ca. 4-5 thematische Module und 1 komplexe, modulübergreifende Aufgabe (Projekt); Angebot ggf. mit Präsenzanteilen am Wochenende (bspw. Kick-Off, Networking, Diskussionen und Workshops), überwiegend jedoch im Fernstudienmodus mit einem Anteil an

⁷ Stand Dezember 2017

Literaturarbeit/Studienbriefen (auch online bereitgestellt bzw. gestützt und didaktisch sinnvoll arrangiert), aber auch mit innovativeren Lernformen (wie bspw. Planspiel, Webinar, o. ä.).

- **Zugangsvoraussetzungen:** Vorausgesetzt werden grundlegende Englischkenntnisse sowie Basiswissen der BWL (z.B. Rechnungswesen, Kostenrechnung, Controlling, Marketing). Diese Grundlagen können über bestehende Formate bzw. Angebote erworben werden oder mit entsprechenden Nachweisen belegt werden. Alternativ könnte eine Vermittlung im Rahmen entsprechender Grundlagenmodule innerhalb des zu entwickelnden Studiengangs erfolgen.
- **Besonderheit:** Kostenloses Schnupperangebot über einen frei zugängigen KLOOC⁸ möglich bzw. KLOOC als Bestandteil des Studienangebots angedacht.

5 Lern- und Kompetenzziele

Die in den oben beschriebenen Bedarfserhebungen genannten konkreten Weiterbildungsanforderungen und benötigten Kompetenzen seitens der befragten Expert_innen bzw. Unternehmen (vgl. Kapitel 3.1.3), der Stellenausschreibungen (vgl. Kapitel 3.1.4) und der Bildungsmarktdokumentenanalyse (vgl. Kapitel 3.3.2) decken sich in zentralen Teilen. Entsprechend der Erhebungen wurden datenbasiert relevante Inhalte herausgefiltert und ein Kompetenzprofil entworfen.

Inhaltlich ergaben sich folgende Schwerpunkte:

Nach Abschluss des Zertifikatsangebots sind die Teilnehmenden in der Lage, innovative Produkt- und Dienstleistungsideen betriebswirtschaftlich zu entwickeln sowie diese strategisch und operativ umzusetzen. Die Teilnehmenden erhalten sowohl ein tieferes Verständnis als auch Kompetenzen in den Bereichen Innovationstechniken und -management, wirtschaftliche Analyse und Planung, Finanzierung sowie im Bereich unternehmerisches Denken und Handeln. Zudem werden zentrale Schlüsselkompetenzen gefördert. Bezüglich der angestrebten Kompetenzziele ergaben sich aus den Bedarfserhebungen im Gesamten folgende zentralen Kernkompetenzen:

Absolvent_innen ...

[K1] ... verfügen über grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse und Fähigkeiten und sind in der Lage, diese in den Gesamtzusammenhang eines Unternehmens sowie in dessen Gründungsphase einbringen und nutzen zu können.

⁸ Kaiserslauterer Open Online Course



[K2] ... sind in der Lage, innovativ zu denken und unter Einbezug aktueller Entwicklungen am Markt Innovationsprozesse sowie neue Produkte zu generieren, zu strukturieren und zu bewerten.

[K3] ... besitzen ein grundlegendes Verständnis betriebswirtschaftlicher Kennzahlen und sind in der Lage, unter Berücksichtigung relevanter rechtlicher Grundlagen Investitionen und Finanzen zu planen und beurteilen zu können.

[K4] ... sind in der Lage, ihr Produkt am Markt zu platzieren und zu präsentieren sowie erfolgreich mit Kunden zu kommunizieren und mögliche Konflikte und Herausforderungen konstruktiv zu bewältigen.

[K5] ... sind in der Lage, einen für ihr Unternehmen passenden Führungsstil zu wählen, umzusetzen und diesen dynamisch zu optimieren sowie Aufgaben der Personalführung und -entwicklung eigenständig zu planen, zu steuern und zu evaluieren.

[K6] ... sind in der Lage, Projekte zu organisieren und zu koordinieren sowie selbstgesteuert und selbstorganisiert zu arbeiten, zu reflektieren und sich neue Sachverhalte fundiert anzueignen.

6 Zielgruppen

Das Angebot versteht sich, entsprechend der Ergebnisse der Bedarfserhebungen (insbesondere der Bevölkerungsbefragung, der Experteninterviews sowie der Bildungsmarktanalysen) als Querschnittsangebot für unterschiedlichste Zielgruppen (insbesondere auch beruflich Qualifizierte). Das Studienangebot adressiert daher Personen, die ...

(1) ... in Unternehmen im Bereich Produkt- und Dienstleistungsinnovationen arbeiten (wollen), d. h. insbesondere angestellte Mitarbeitende von/in Unternehmen

(2) ... sich, z.B. im Anschluss an ein Studium, an eine Angestelltentätigkeit oder aus Arbeitslosigkeit heraus, selbständig machen möchten, d. h. die Gruppe der potentiellen Gründer*Innen. Eine besonders erwähnenswerte und denkbare Zielgruppe stellt hier u.a. auch die Gruppe der Zugewanderten da.

Das Zertifikatsstudium lässt sich durch variable Grundlagenmodule an verschiedene Berufsgruppen anpassen, was eine breite Zielgruppe bei gleichbleibender Qualität ermöglicht.

7 Arbeitsmarktperspektiven

Aufgrund der derzeit hohen und voraussichtlich steigenden Relevanz des Themenfeldes Innovationsmanagement bzw. der Gründung neuer innovativer Unternehmen, des umfangreichen Stellenangebots sowie der Aussagen der befragten Expert_innen bzw. Unternehmen lassen sich sowohl in Sinne von

Unternehmensneugründungen (abhängig von der konkreten Gründungsidee), als auch im Rahmen einer Angestelltentätigkeit sehr gute Arbeitsmarktperspektiven prognostizieren. Das Zertifikat stellt zudem auch die Nachweismöglichkeit einer formalen Qualifikation und somit einen möglichen Wettbewerbsvorteil im Bewerbungsprozess dar.

8 Fazit

Die sehr ermutigenden Ergebnisse der Bedarfserhebungen und -analysen dienen als Grundlage der Erstellung eines Konzepts zur Neuentwicklung eines Zertifikatsstudiengangs im Bereich Entrepreneurship, mit Schwerpunkt Innovationsmanagement. Die Daten deuten darauf hin, dass sich die Entwicklung und Implementierung eines Studienangebots in diesem Bereich lohnt. Es ist davon auszugehen, dass hier ein hochrelevantes und zukunftsfähiges Angebot implementiert werden könnte, welches voraussichtlich auf breite Nachfrage trifft. Wenn nun noch entsprechend abgestimmte Marketingmaßnahmen umgesetzt werden, so steht einem anzunehmenden Erfolg eines entsprechenden Angebots nichts im Wege.

Literaturverzeichnis

Banscherus, U., Pickert, A. & Neumerkel, J. (2016). Bildungsmarketing in der Hochschulweiterbildung. Bedarfsermittlung und Zielgruppenanalysen im Spannungsfeld zwischen Adressaten- und Marktorientierung. In: Andrä Wolter, Ulf Banscherus und Caroline Kamm (Hrsg.). Zielgruppen lebenslangen Lernens an Hochschulen. Band 1 Ergebnisse der wissenschaftlichen Begleitung des Bund-Länder-Wettbewerbs Aufstieg durch Bildung. Münster: Waxmann Verlag GmbH, S. 105-135.

Glaser, B. & Strauss, A. (1998). Theoretisches Sampling. In: dies. Grounded Theory. Strategien qualitativer Forschung. Aldine de Gruyter: New York, S. 53-84.

Hanft, A. (2014). Management von Studium, Lehre und Weiterbildung an Hochschulen, Band 13. Münster.

Hanft, A., Pellert, A., Cendon, E. & Wolter, A. (Hrsg.). (2015). Weiterbildung und lebenslanges Lernen in Hochschulen: Ergebnisse der wissenschaftlichen Begleitung zur ersten Förderphase der ersten Wettbewerbsrunde des Bund-Länder-Wettbewerbs „Aufstieg durch Bildung: offene Hochschulen“.

Online unter: <https://de.offene-hochschulen.de/wb-broschuere> (04.12.2017)



Heinbach, G. & Schwikal, A. (2017). Ergebnisse der Studierendenbefragung 2016. Dokumentation und Einordnung einer Online-Umfrage an der Hochschule Kaiserslautern, der Technischen Universität Kaiserslautern und der Hochschule Ludwigshafen am Rhein, Arbeits- und Forschungsberichte aus dem Projekt E^B – Bildung als Exponent individueller und regionaler Entwicklung (12), Technische Universität Kaiserslautern. Online unter: <https://kluedo.ub.uni-kl.de/frontdoor/index/index/docId/4569> (01.12.2017)

Marks, S. (2015). Region als Bezugsraum für Hochschulentwicklung: Regionsdefinition für das Projekt E^B, Arbeits- und Forschungsberichte aus dem Projekt E^B – Bildung als Exponent individueller und regionaler Entwicklung (1), Technische Universität Kaiserslautern. Online unter: <https://kluedo.ub.uni-kl.de/frontdoor/index/index/docId/4111> (01.12.2017)

Mayring, Philipp (2010). Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 11. Auflage. Weinheim: Beltz.

Springer Gabler Verlag (Herausgeber), Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Entrepreneurship, online im Internet: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/152051/entrepreneurship-v10.html> (04.01.2018)

Springer Gabler Verlag (Herausgeber), Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Innovationsmanagement, online im Internet: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/11723/innovationsmanagement-v9.html> (04.01.2018)

Schwikal, A. & Steinmüller, B. (2017). Die Bedarfsanalyse im Projekt E^B. Das Forschungsdesign, Arbeits- und Forschungsberichte aus dem Projekt E^B – Bildung als Exponent individueller und regionaler Entwicklung (14), Technische Universität Kaiserslautern. Online unter: <http://nbn-resolving.de/urn:resolver.pl?urn:nbn:de:hbz:386-kluedo-46952> (12.09.2017)

Seitter, W. (2014). Nachfrageorientierung als neuer Steuerungsmodus. Wissenschaftliche Weiterbildung als organisationale Herausforderung universitärer Studienangebotsentwicklung. In: Susanne Maria Weber, Michael Göhlich, Andreas Schröer & Jörg Schwarz (Hrsg.): Organisation und das Neue. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 141–150.

Steinmüller, B. & Schwikal, A. (2018). Die Weiterbildungsbedarfe der Bevölkerung in der Region Westpfalz. Arbeits- und Forschungsberichte aus dem Projekt E^B – Bildung als Exponent individueller und regionaler Entwicklung. Im Druck.



Steinmüller, B. (2018). Die Weiterbildungsbedarfe der Unternehmen in der Region Westpfalz. Arbeits- und Forschungsberichte aus dem Projekt E^B – Bildung als Exponent individueller und regionaler Entwicklung. Im Druck.

Van de Water, D. & Steinmüller, B. (2017). Der Regionalmonitor Hochschulbildung. Datenkonstruktion und Gestaltung, Arbeits- und Forschungsberichte aus dem Projekt E^B – Bildung als Exponent individueller und regionaler Entwicklung (7), Technische Universität Kaiserslautern. Online unter: https://www.e-hoch-b.de/fileadmin/user_upload/Dokumente/Arbeits_und_Forschungsbericht_7_Bildungsmonitor.pdf (04.01.2018)

Weber, C. & Neureuther, J. (2017). Prozessschritte einer evidenzbasierten Angebotsentwicklung (Schmidt, H.-J., Rohs, M. & Arnold, D., Hrsg.), (Arbeits- und Forschungsbericht aus dem Projekt EB - Bildung als Exponent individueller und regionaler Entwicklung Nr. 9). Kaiserslautern und Ludwigshafen am Rhein. Online unter: <http://nbn-resolving.de/urn/resolver.pl?urn:nbn:de:hbz:386-kluedo-45687> (12.09.2017)

Wolter, A. & Banscherus, U. (2016). Lebenslanges Lernen und akademische Bildung als internationales Reformprojekt. In: Andrä Wolter, Ulf Banscherus und Caroline Kamm (Hrsg.). Zielgruppen lebenslangen Lernens an Hochschulen. Band 1 Ergebnisse der wissenschaftlichen Begleitung des Bund-Länder-Wettbewerbs Aufstieg durch Bildung. Münster: Waxmann Verlag GmbH, S. 53-80.



ENTWICKLUNG DURCH BILDUNG

ISSN 2364-8996