

**Stefanie BOLD, Sabine FLÖREN & Frederike KÖNIGS<sup>1</sup>**  
**(Mönchengladbach)**

## **Es braucht nicht viel, um zu starten!**

### **Zusammenfassung**

Für Studierende, Alumni und Wissenschaftler/innen ist die unternehmerische Selbstständigkeit durchaus eine Karriereoption. Doch sobald sie mit dem Gedanken spielen, stehen sie vor vielfältigen Herausforderungen. Um sie auf dem Weg in eine Existenzgründung zu begleiten, wurde eine *Kultur der Selbstständigkeit* als Bildungsziel in der Hochschulstrategie verankert und damit verbunden eine Anlaufstelle zur Gründungsunterstützung gebildet. Doch wie bei einer „echten“ Existenzgründung stehen der Initiative nur geringe Mittel zur Verfügung. Durch die hohe Motivation aller Beteiligten, ein vielfältiges Netzwerk und große Gestaltungsspielräume war es dennoch möglich, erfolgreich zu starten.

### **Schlüsselwörter**

Existenzgründung, Gründungsunterstützung, Netzwerk, Institutionelle Verankerung, Multiplikatoren

---

<sup>1</sup> E-Mail: [Frederike.Koenigs@hs-niederrhein.de](mailto:Frederike.Koenigs@hs-niederrhein.de)

## It doesn't take much to get started!

### Abstract

Self-employment is certainly a career option for students, graduates and academics, but as soon as they begin to consider it, they are faced with numerous challenges. To set them on the path to self employment, the University has set the strategic educational goal of fostering a *culture of independence*, and a support centre has been set up. However, as when setting up a “real” business, only limited resources are available. Nevertheless, the high levels of motivation of all stakeholders, a diverse network and great creative freedom enabled a successful start.

### Keywords

business startup, business set-up advice, network, institutional integration, multipliers

## 1 Start einer Existenzgründungsinitiative

Am Anfang jeder Existenzgründung steht eine Idee, meist entstanden aus einem wahrgenommenen Defizit. An der Hochschule Niederrhein (HN) war dieses Defizit, wie an vielen Hochschulen des Landes, die geringe institutionelle Verankerung des Themas Existenzgründung (vgl. GRAVE, HETZE & KANIG, 2014). Dabei ist eine unternehmerische Selbstständigkeit durchaus eine Option für Studierende und Alumni der HN. So zeigt die Absolventenbefragung 2014, dass zwei Jahre nach dem Abschluss 5 % der Absolventinnen und Absolventen selbstständig sind (vgl. PETERS & STEGEMERTEN, 2014). Um dieser Tatsache Rechnung zu tragen, entstand die Idee, eine *Kultur der Selbstständigkeit* als Bildungsziel in der Hochschulstrategie zu verankern und eine zentrale Anlaufstelle rund um die Themen Gründungsunterstützung und Entrepreneurship für Studierende, Alumni und Wissenschaftler/innen zu bilden.

Verankert wurde diese Anlaufstelle auf der einen Seite zentral im hochschulweiten Qualitätspakt-Lehre-Projekt „Peer Tutoring und Studienverlaufsberatung“. Das Projekt, gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung, beschäftigt sich schwerpunktmäßig mit der Beratung und Betreuung von Studierenden. Die Verlaufsberaterinnen haben erkannt, dass die Existenzgründung für einen nicht unbedeutenden Teil der Studierendenschaft eine Karriereoption nach bzw. schon im Studium darstellt. Auf der anderen Seite verantworten die Dekanate der Fachbereiche Wirtschaftswissenschaften und Wirtschaftsingenieurwesen die Initiative. Diese zentrale und zugleich dezentrale institutionelle Verankerung hat drei große Vorteile: Erstens kann die Initiative durch die Unterstützung der beiden wirtschaftsnahen Fachbereiche von deren Expertise profitieren, zweitens ist durch das hochschulweite Projekt „Peer Tutoring und Studienverlaufsberatung“ der Kontakt in alle Fachbereiche gegeben und drittens mussten keine zusätzlichen personellen Ressourcen aufgewendet werden, um die Initiative starten zu können.

Mit der Initiative soll durch neue Unterstützungs- und Lehrangebote das Interesse an einer unternehmerischen Selbstständigkeit erhöht werden. Im Detail bedeutet das die Entwicklung eines Konzepts zur Steigerung der tatsächlichen Existenzgründungen durch vielfältige Angebote in den Bereichen Beratung, Lehre, Erfahrungsaustausch und Vernetzung.

Zum Aufbau der Initiative wurden die bestehenden Ressourcen genutzt und keine Drittmittel beantragt – wohl wissend, dass mehr als die Hälfte des Budgets für Gründungsförderung an öffentlichen Hochschulen aus externen Quellen stammt und sechs von zehn Arbeitsplätzen in diesem Bereich drittmittelfinanziert sind (vgl. GRAVE, HETZE & KANIG, 2014). Dies geschah vor dem Hintergrund, dass zum Start der Initiative zwar ein Bedarf an Unterstützung im Bereich Existenzgründung bestand, der schnellstmöglich gedeckt werden sollte, dass aber unklar war, wie groß der Bedarf langfristig sein würde. Das bedeutet aber, dass die Initiative mit maximal 20.000 Euro p. a. auskommen muss. Dieses Budget gliedert sich in die anteilige Arbeitskraft von zwei wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen ( $\frac{1}{5}$  Vollzeitäquivalent) und zwei Hilfskräften sowie in Sachmittel in Höhe von max. 2.500 Euro p. a.

Um von Anfang an eine qualitativ hochwertige Gründungsunterstützung zu gewährleisten, wird kontinuierlich ein Netzwerk Existenzgründung der Region Niederrhein aufgebaut, in dem neben der HN regionale Institutionen (Industrie- und Handelskammer, Wirtschaftsförderung, Sparkassen, Banken,...) vertreten sind.

Wie bei jeder Existenzgründung bleibt jedoch die Frage, wie die gesteckten Ziele mit den geringen personellen und finanziellen Ressourcen erreicht werden können.

## 2 Durchgeführte Maßnahmen

Objektiv betrachtet sind die Ziele mit den geringen Ressourcen nur schwer zu realisieren. Trotzdem wurden innerhalb des ersten Jahres viele Maßnahmen umgesetzt, die auf große Resonanz gestoßen sind:

- Individuelles Beratungsangebot: Etablierung einer zentral verantwortlichen Anlaufstelle, die eine erste allgemeine Gründungsberatung durchführt und ggf. an Netzwerkpartner/innen weitervermittelt (ca. fünf Gespräche).
- Fachvorträge: Einladung von Fachexpertinnen und Fachexperten, die zum Thema Existenzgründung, z. B. mit dem Titel „Honorarkalkulation: Ein Leben vom Design – ein Traum wird Wirklichkeit“, referieren (ca. 70 Teilnehmer/innen).
- Workshops und Seminare: Erweiterung der außercurricularen Schlüsselqualifikationen um Veranstaltungen zum Thema Existenzgründung. Ein Veranstaltungstitel lautete z. B. „Existenzgründung – Von der Idee zum Unternehmenskonzept“ (insg. 40 Teilnehmer/innen).
- Einzelsprechstunde für Kreative und Kulturunternehmer/innen: Organisation eines Sprechtags in Zusammenarbeit mit der regionalen Wirtschaftsförderung und dem Kompetenzzentrum Kultur und Kreativwirtschaft des Bundes (insg. vier Teilnehmer/innen).
- Existenzgründertage: Organisation von zwei Großveranstaltungen, bei denen sich Gründungsinteressierte in einer lockeren Atmosphäre mit Fachexpertinnen und Fachexperten an verschiedenen Informationsinseln (Ge-

schäftsidee, Markt und Wettbewerb; Marketing und Vertrieb; Finanzierung und Versicherung; Unternehmensleitung und persönliche Eignung; Rechtsform, Gesellschaftsstruktur und Steuern) beraten lassen konnten. Darüber hinaus konnten die Teilnehmer/innen Fachvorträge und Erfahrungsberichte von erfolgreichen Gründerinnen und Gründern anhören (ca. 200 Teilnehmer/innen).

- Monatlicher Existenzgründerstammtisch: Vernetzung von Gründerinnen/Gründern und Gründungsinteressierten (pro Stammtisch ca. zehn Teilnehmer/innen).
- Newsletter: Versand des Newsletters an zurzeit über 150 Gründungsinteressierte. Die Interessierten hatten bei allen Existenzgründungsveranstaltungen die Möglichkeit, ihre Kontaktdaten zu hinterlassen, um regelmäßig über weitere Angebote der Initiative informiert zu werden.
- Webauftritt und Werbemaßnahmen: Bewerbung der Initiative u. a. durch eine zentrale Internetseite zum Thema Existenzgründung, durch die Nutzung von Social-Media-Kanälen und durch eine Aktion, bei der mit abwaschbarer Sprühkreide das Logo der Initiative auf die Gehwege der Hochschule gesprüht wurde.

### **3 Motivation durch Freiräume**

Der Schlüssel zur erfolgreichen Umsetzung der genannten Maßnahmen liegt darin, dass die in die Initiative involvierten Personen stark motiviert sind.

Die ersten Ansprechpartnerinnen der Anlaufstelle sind zwei wissenschaftliche Mitarbeiterinnen. Sie haben durch den Auftrag, die Gründungsförderung an der Hochschule voranzubringen, eine Aufgabe erhalten, die ihre alltäglichen Arbeitsabläufe ergänzt. Bei der Errichtung der Anlaufstelle sind zudem in der Regel keine Prüfungsordnungen oder Gremiumsbeschlüsse zu berücksichtigen. Somit haben die beiden Mitarbeiterinnen die Möglichkeit, relativ schnell etwas Neues zu schaffen und kreativ zu sein. Von ihren Vorgesetzten erhalten sie große Freiräume in der

Ausgestaltung der zu erreichenden Ziele, was ebenfalls zur hohen Motivation beiträgt.

Die Dekanate der Fachbereiche Wirtschaftswissenschaften und Wirtschaftsingenieurwesen sehen in ihrem Engagement nicht nur die Chance, ihren Studierenden eine weitere Möglichkeit für den Übergang von der Hochschule in den Arbeitsmarkt aufzuzeigen und die Reputation der Hochschule im Bereich der praxisnahen Bildung auszubauen, sondern ihnen gelingt es, durch das Netzwerk Existenzgründung die Hochschule noch stärker mit der Region zu verknüpfen.

Wichtig bei der Umsetzung der gesteckten Ziele ist die Wahrnehmung und Etablierung der Initiative bei der größten Zielgruppe: den Studierenden. Drei Gegebenheiten machen dies jedoch schwierig: Erstens haben viele Studierende noch nie eine Selbständigkeit als Karriereoption in Betracht gezogen, zweitens werden sie mit einer Vielzahl an Unterstützungs- und freiwilligen Zusatzangeboten zu unterschiedlichsten Themen überschüttet, weswegen es schwierig ist, auf neue Angebote aufmerksam zu machen. Drittens werden zum Themenfeld Existenzgründung auch außerhalb der Hochschule Angebote in einer sehr großen Bandbreite bereitgestellt. Die Initiative sollte deshalb möglichst bedarfsgerecht und kundennah gestaltet und kommuniziert werden. Das gelingt erfahrungsgemäß am besten, wenn die „Sprache der Studierenden“ gesprochen wird und in produktiver Zusammenarbeit konkrete Angebote geschaffen werden, die die Studierenden wirklich interessieren und einen offensichtlichen Mehrwert schaffen. Unter dieser Grundvoraussetzung wurde beispielsweise der Name der Initiative „Get up – Start up! Mein eigener Chef werden, aber wie?“ entwickelt, der in einer gemeinsamen Diskussion mit Studierenden, Dozierenden und Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern entstand.

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor bei der Entwicklung bedarfsgerechter Angebote ist die Einbindung von wissenschaftlichen Hilfskräften. Die Auswahl der Hilfskräfte erfolgte bewusst nach der Prämisse, dass sie zumindest mit dem Gedanken spielen sollten, sich selbständig zu machen und dementsprechend stark intrinsisch motiviert sind. Somit zählen die Hilfskräfte selbst zu der Hauptzielgruppe der Initiative

und können die Angebote entsprechend ihrer eigenen Bedürfnisse gestalten: Aus Betroffenen werden Beteiligte.

Die Entwicklung von konkreten Unterstützungsangeboten obliegt somit einer Studentin, die mit fünf Stunden pro Woche in der Initiative als Hilfskraft tätig ist und sich aus eigenem Antrieb mit dem Thema beschäftigt, da sie selbst zurzeit ihr Gründungsvorhaben umsetzt. Viele Informationen, die sie für sich selbst recherchiert, stehen der Initiative unmittelbar zur Verfügung und können bei der Beratung von Studierenden oder bei der Gestaltung von Angeboten berücksichtigt werden.

Die Gestaltung des Marketingkonzepts für die Initiative verantwortet in vollem Umfang eine Design-Studentin. Mit der Entwicklung und Umsetzung hat sie nicht nur die Möglichkeit, ihr Portfolio zu erweitern, sondern auch die Chance, die Bewerbung der Initiative an ihren und den Bedürfnissen ihrer Kommilitoninnen und Kommilitonen auszurichten. So ist es möglich, gezielt auf die Angebote aufmerksam zu machen.

## **4 Qualität durch Vernetzung**

Im Netzwerk Existenzgründung der Region Niederrhein sind Institutionen aus dem nahen Umfeld der HN vertreten. Mit vielen stand die Hochschule aufgrund anderweitiger Aktivitäten in Kontakt, sodass die Zusammenarbeit im Bereich Existenzgründung sehr unkompliziert begonnen werden konnte.

Gemeinsam wurde eine klare Aufgabenverteilung festgelegt. Die HN schafft auf der einen Seite Angebote zum Themenfeld „Entrepreneurship-Education“. Hierunter fällt die allgemeine (Aus-)Bildung in unternehmerischem Denken und Handeln sowie die Planung und Organisation von Informationsveranstaltungen. Auf der anderen Seite übernehmen die externen Netzwerkpartner/innen den „Entrepreneurship-Support“, wozu die fallbezogene Unterstützung bei einer individuellen unternehmerischen Fragestellung zählt. Die beiden Mitarbeiterinnen in der zentralen Anlaufstelle an der HN nehmen eine Art „Clearing- und Brokerfunktion“ ein, in-

dem sie zwischen diesen beiden Themenfeldern vermitteln, Anforderungen und Ideen von verschiedenen internen und externen Anspruchsgruppen aufnehmen, weiterentwickeln, kommunizieren sowie verschiedene Unterstützungsangebote organisieren.

Durch diese Zusammenarbeit ergibt sich eine Win-win-Situation, denn für die Gründungsinteressierten wird durch das bestehende Netzwerk qualifiziertes (meist kostenloses) Know-how zugänglich gemacht, die Expertinnen und Experten knüpfen hierüber den Kontakt zu interessanten Gründerinnen und Gründern, die für die regionale Wirtschaft wichtig sein können, und für die Initiative ist die Zusammenarbeit eine wesentliche Säule, die Sicherheit und Kompetenz verschafft.

Allerdings lässt sich der Mehrwert der Zusammenarbeit für die Netzwerkpartner/innen nur schwer messen, da beispielsweise „erfolgreiche“ Existenzgründungen erst nach Jahren sichtbar werden. Deswegen ist es für eine kontinuierliche Zusammenarbeit wichtig, das Netzwerk zu pflegen und eine für alle Seiten vorteilhafte Zusammenarbeit zu schaffen. Hierzu wurden folgende Maßnahmen ergriffen: (1) Regelmäßige (3-4 Mal im Jahr) Netzwerktreffen, die dem Austausch und der Planung von Aktionen dienen, sowie stetige Kommunikation über den Fortschritt der Initiative, (2) Kontinuierlicher Ausbau des Netzwerks, (3) Weiterleitung von Angeboten der Netzwerkpartner/innen an die Gründungsinteressierten der Hochschule, (4) Vermittlung von Gründungsinteressierten an die Netzwerkpartner/innen für eine individuelle Beratung.

Die Erfahrung zeigt, dass es wichtig ist, zu diesem Netzwerk Entscheidungsträger/innen (z. B. Geschäftsführer/innen, Abteilungsleiter/innen) der Institutionen einzuladen. Dies führt dazu, dass die Tragweite und Bedeutung des Netzwerks gesteigert wird und dadurch weitere Kooperationspartner/innen gewonnen werden können.

Ein Beispiel für den weiteren Ausbau des Netzwerks ist die Zusammenarbeit mit der regionalen Initiative „next mg“, die sich zunächst völlig unabhängig von den Aktivitäten der Hochschule gebildet hat. „next mg“ hat das Ziel, die kreative und

digitale Gründerkultur in der Stadt Mönchengladbach zu fördern, und ist aus diesem Grund auf die Initiative der HN aufmerksam geworden.

Der Auf- und Ausbau eines Netzwerks ist auch innerhalb der HN für den Erfolg der Initiative essentiell, um bei den über 14.000 Studierenden und 1.400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bekannt zu werden.

Die individuellen Bedürfnisse und Wünsche der Studierenden, insbesondere der Gründungsinteressierten, werden nicht nur durch die enge Zusammenarbeit mit den wissenschaftlichen Hilfskräften berücksichtigt. Es sind darüber hinaus weitere Kontakte zu den Studierenden aller Fachbereiche und die Berücksichtigung der unterschiedlichen Fachkulturen unerlässlich. Dies wird maßgeblich durch die Mitarbeiterinnen des hochschulweiten Projekts „Peer Tutoring und Studienverlaufsberatung“ sichergestellt, die verteilt in den zehn Fachbereichen der HN arbeiten und dort im Studienalltag präsent sind. Die Studienverlaufsberaterinnen verbreiten die Angebote zum Thema Existenzgründung über ihre fachbereichsspezifischen Kommunikationskanäle, leiten Anfragen weiter und nehmen dadurch eine Multiplikatorenfunktion für die zentrale Anlaufstelle ein. Dies ist eine der Grundvoraussetzungen, um die Bekanntheit und Akzeptanz der Initiative zu steigern. Eine Multiplikatorenfunktion übernehmen darüber hinaus Schlüsselpersonen, die sich in der Vergangenheit zu dem Themenkomplex Existenzgründung innerhalb oder im Umfeld der HN engagiert haben. Schlüsselpersonen können bspw. sein: Professorinnen und Professoren oder Dozentinnen und Dozenten, Mitarbeiter/innen der Fachbereiche oder Ressorts, Personen aus der Hochschul- oder Fachbereichsleitung, Studierende oder Alumni. Das hochschulinterne Netzwerk zum Thema Gründung wird stetig ausgebaut. Die Initiative profitiert von der Expertise der Schlüsselpersonen und es entstehen durch gemeinsame Aktionen und Werbemaßnahmen Synergien. Zur gleichen Zeit kann die Initiative zukünftige Vorhaben der Schlüsselpersonen unterstützen und Anfragen, die sie selbst nicht beantworten können, übernehmen oder weiterleiten.

Um die Bedürfnisse der Studierenden noch besser kennenzulernen und die Angebote stetig weiterzuentwickeln, wurden alle größeren Existenzgründungsveranstal-

tungen durch die Teilnehmer/innen evaluiert. Ein Ergebnis der Evaluation war beispielsweise die Einführung des monatlich stattfindenden Existenzgründerstammtischs.

Der Stammtisch, der anfangs viele Ressourcen gebunden hat, da er zunächst bekannt und moderiert werden musste, ist mittlerweile zu einem „Selbstläufer“ geworden. Er beansprucht keine Ressourcen mehr, hat aber einen hohen Nutzen für die Teilnehmer/innen, da hier ein Austausch und eine gegenseitige Unterstützung unter „Gleichgesinnten“ stattfinden kann.

## 5 Fazit und Ausblick

Es braucht nicht viel, um zu starten. Wer nur wenig personelle oder finanzielle Mittel in ein Projekt investieren kann, hat auch nicht viel zu verlieren. Wenn die Chancen zum Erfolg generell gegeben sind und man von seinem Vorhaben überzeugt ist, sollte das Risiko eingegangen werden, dass das Projekt scheitert.

Diese Gründermentalität gilt auch besonders für Gründungen aus der Hochschule heraus. Die wenigsten Studierenden haben während ihres Studiums viel Geld oder Zeit, aber wenn sie die Motivation aufbringen, frühzeitig regelmäßig etwas von ihrer Zeit in eine Geschäftsidee zu investieren, können sie die Hochschule nicht nur mit einem Abschluss, sondern auch mit einem ausgereiften Businessplan verlassen. Ein solcher Businessplan und die damit verbundenen Überlegungen sind einige der Herausforderungen, die zwischen der Idee und der tatsächlichen Realisierung der eigenen Selbstständigkeit liegen.

Bei der Überwindung dieser Herausforderungen unterstützt die gestartete Existenzgründungsinitiative Studierende, Alumni und Wissenschaftler/innen durch auf den ersten Blick simpel erscheinende Maßnahmen. Diese Maßnahmen haben dazu geführt, dass eine unternehmerische Selbstständigkeit als Karriereoption stärker wahrgenommen wird.

Die HN hatte mit dem Start der Initiative „Get up – Start up! Mein eigener Chef werden, aber wie?“ nicht viel zu verlieren, da sich die Kosten im Gründungsjahr 2014 auf knapp 20.000 Euro beliefen. Trotzdem wurde sehr viel erreicht.

Zu den Erfolgsfaktoren für die Initiierung und Etablierung der vielfältigen Angebote zählen:

- die institutionelle Verankerung der Anlaufstelle,
- die hohe Motivation und das Engagement aller Beteiligten,
- der enge Kontakt zur Zielgruppe (Betroffene werden zu Beteiligten),
- die Verwendung der „Sprache der Studierenden“ (gezielte Marketingmaßnahmen),
- die Kooperation mit Netzwerkpartnerinnen und Netzwerkpartnern (Nutzung der Expertise),
- die Zusammenarbeit mit hochschulinternen Schlüsselpersonen (Nutzung der Expertise und der Multiplikatorenfunktion).

Diese Faktoren können auf andere Initiativen im Hochschulkontext, sowohl im Bereich der Gründungsförderung als auch in weitere Themenbereiche, übertragen werden.

Nach diesem erfolgreichen ersten Jahr wird die Gründungsunterstützung insofern ausgebaut, als dass die Zielgruppen Alumni und Wissenschaftler/innen etwas stärker in den Fokus genommen werden. Zudem ist eine interdisziplinäre curricular verankerte Lehrveranstaltung „Unternehmerisches Denken und Handeln“ im Bereich der Schlüsselqualifikationen geplant.

Langfristig wird sich zeigen, ob die Initiative mit den finanziellen und personellen Mitteln auskommt oder ob weitere Mittel eingeworben bzw. zur Verfügung gestellt werden müssen, damit sie vorangetrieben werden kann. Das Einwerben von finanziellen Mitteln fällt allerdings leichter, wenn durch einen gelungenen Start die Möglichkeiten und Chancen der Initiative aufgezeigt werden können.

## 6 Literaturverzeichnis

**Grave, B., Hetze, P. & Kanig, A.** (2014). *Gründungsradar 2013. Wie Hochschulen Unternehmensgründungen fördern*. Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft (Hrsg.). Essen: Edition Stifterverband.

**Peters, D. & Stegemerten, B.** (2014). *Evaluationsbericht 2014. Bericht an den Senat und den Hochschulrat der Hochschule Niederrhein*. <http://www.hs-niederrhein.de/koordinierungsstelle-evaluation/ergebnisse>, Stand vom 21. Mai 2015.

## Autorinnen



Stefanie BOLD, M.A. || Hochschule Niederrhein, Hochschulzentrum für Lehre und Lernen || Webschulstr. 41-43, D-41065 Mönchengladbach

[www.hs-niederrhein.de/existenzgruendung](http://www.hs-niederrhein.de/existenzgruendung)

[Stefanie.Bold@hs-niederrhein.de](mailto:Stefanie.Bold@hs-niederrhein.de)



Sabine FLÖREN, M. Sc.<sup>2</sup> || Hochschule Niederrhein || Webschulstr. 41-43, D-41065 Mönchengladbach

[www.hs-niederrhein.de/existenzgruendung](http://www.hs-niederrhein.de/existenzgruendung)



Dipl.-Kff. Frederike KÖNIGS || Hochschule Niederrhein, Fachbereich Wirtschaftswissenschaften || Webschulstr. 41-43, D-41065 Mönchengladbach

[www.hs-niederrhein.de/existenzgruendung](http://www.hs-niederrhein.de/existenzgruendung)

[Frederike.Koenigs@hs-niederrhein.de](mailto:Frederike.Koenigs@hs-niederrhein.de)

---

<sup>2</sup> Wiss. Hilfskraft der Existenzgründungsinitiative von 03/2014 bis 02/2015.