



## Evaluation des Programms "iVenture camp" 2011

- Kurzfassung zum Evaluationsbericht-

Auftraggeberin:  
Deutsche Kinder- und Jugendstiftung (DKJS)  
Tempelhofer Ufer 11  
10963 Berlin

Leipzig, im 9. Dezember 2011

## Zum Programm „iVenture camp“

„iVenture camp“ ist ein Programm der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung (DKJS) zur Förderung von Unternehmergeist und entrepreneurial skills bei Jugendlichen im Alter von 15 bis 17 Jahren. Das Programm wird gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie.

„iVenture camp“ wurde in den Herbstferien 2011 erstmals durchgeführt. Während eines 10-tägigen Camps erhielten Jugendliche aus ostdeutschen Bundesländern die Möglichkeit, mit professioneller Begleitung gründungsrelevantes Know-How zu erarbeiten, ihre entrepreneurial skills zu entwickeln und eigene (Gründungs-)Ideen voranzubringen. In diesem Rahmen sollten die Jugendlichen für Selbständigkeit als Lebens- und Berufsoption sensibilisiert und bestärkt werden. Damit die unternehmerischen Erfahrungen nach dem Camp keinen Abbruch erfahren, wurden den Jugendlichen Kontakte zu unterstützenden Angeboten in den jeweiligen Herkunftsregionen vermittelt – so sollte „iVenture camp“ auch an die Schulen zurückwirken und neue Akzente z. B. in der Arbeit der ansässigen Schülerfirmen setzen.

Im Camp lobten die Jugendlichen zum einen als Mitglieder einer Jury einen Unternehmenspreis aus. Sie erarbeiteten dazu Bewertungskriterien, recherchierten Unternehmen, befragten und erkundeten diese, nominierten einen Sieger und präsentierten ihre Entscheidung. Zum anderen arbeiteten die Jugendlichen in Kleingruppen, in denen sie - nach einem Impulsreferat zum jeweiligen Thema - in einen fachlichen Austausch traten und eigene Geschäftsmodelle entwickelten. Die gewonnenen Erfahrungen wurden immer wieder in Bezug auf den eigenen Lebensweg und die Gründungsideen der Einzelnen reflektiert.

## Zur Evaluation

Die DKJS setzte „iVenture camp“ 2011 erstmals um. Die externe Evaluation sollte die Programmverantwortlichen bei der Reflexion dieses neuartigen Ansatzes unterstützen. Sie holte systematisch Rückmeldungen der beteiligten Akteure zum Programmansatz ein. Weiter führte sie am Ende des „iVenture camps“ eine quantitativ ausgerichtete Datenerhebung bei den teilnehmenden Jugendlichen zu folgenden Fragestellungen durch:

*Wie schätzen die Jugendlichen ihre Haltungen und Fähigkeiten hinsichtlich Unternehmergeist und entrepreneurial skills ein?*

*Welche Einstellungen sehen sie bei sich in Bezug auf Unternehmen, Unternehmertum und Unternehmenskultur(en)?*

*Inwieweit wird Existenzgründung als Option in der Lebens- und Berufswegeplanung eingeschätzt?*

Die Datenerhebung erfolgte als Vollerhebung in beiden Camp-Durchgängen jeweils zum Ende eines Camp-Durchlaufs.

Der Fragebogen enthielt insgesamt 22 Likert-Skala-basierte – positiv formulierte - Items zur Messung persönlicher Einstellungen. Alle Variablen zur Ergebnisevaluation beziehen sich auf Selbstaussagen der teilnehmenden Jugendlichen. Bei solchem Vorgehen besteht im Gegensatz zur Verhaltensbeobachtung durch Externe das Problem, dass nicht das tatsächliche Verhalten gemessen werden kann.

## „iVenture camp“ - ein Ansatz zur Förderung von Unternehmergeist im Jugendalter – zentrale Ergebnisse der Evaluation

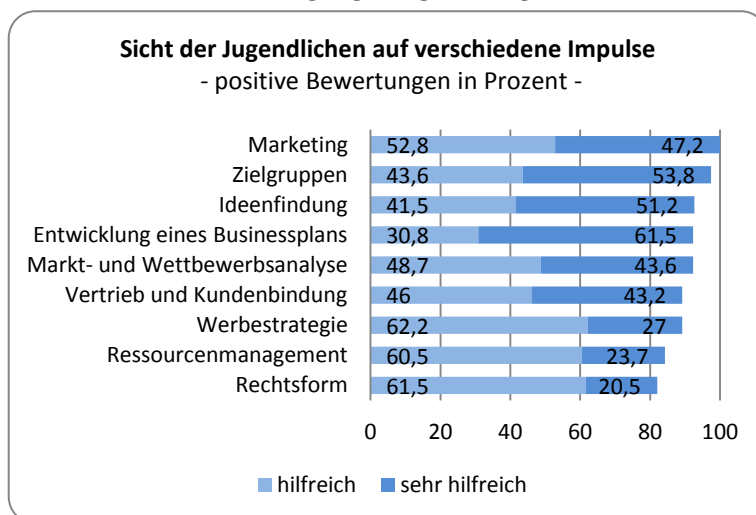
### „iVenture camp“ fördert die Motivation und das Interesse für unternehmerisches Denken und Handeln

Ziel des Camps war die Förderung von Motivation und Interesse bei Jugendlichen für unternehmerisches Denken und Handeln. Insbesondere durch handlungsorientierte Instrumentarien sowie einen starken Bezug zu den Interessen und Motivlagen der Jugendlichen wurde über verschiedene Camp-Elemente sichergestellt, dass sowohl der Grad der Motivationsförderung als auch der Grad der Interessenbildung durch die Jugendlichen besonders hoch bewertet wurden. Gerade die Praxisbezüge sowie die lebensweltnahen Kontakte zu unterschiedlichsten Unternehmer/-innen wurden von den Jugendlichen sehr positiv bewertet.

### „iVenture camp“ fördert gründungsrelevantes Wissen

Im Rahmen des „iVenture camps“ erhielten die Jugendlichen die Möglichkeit, mit professioneller Begleitung gründungsrelevantes Know-How zu erarbeiten. Interessant war, wie die Jugendlichen ihren Wissensstand in Sachen Unternehmensgründung nach der Teilnahme am Camp bewerteten. 97,5 Prozent der Jugendlichen waren der Meinung, dass sie nach dem Camp über das nötige Know-How verfügen, selbständig oder auch gemeinsam mit anderen, ein marktfähiges Geschäftsmodell zu entwickeln.

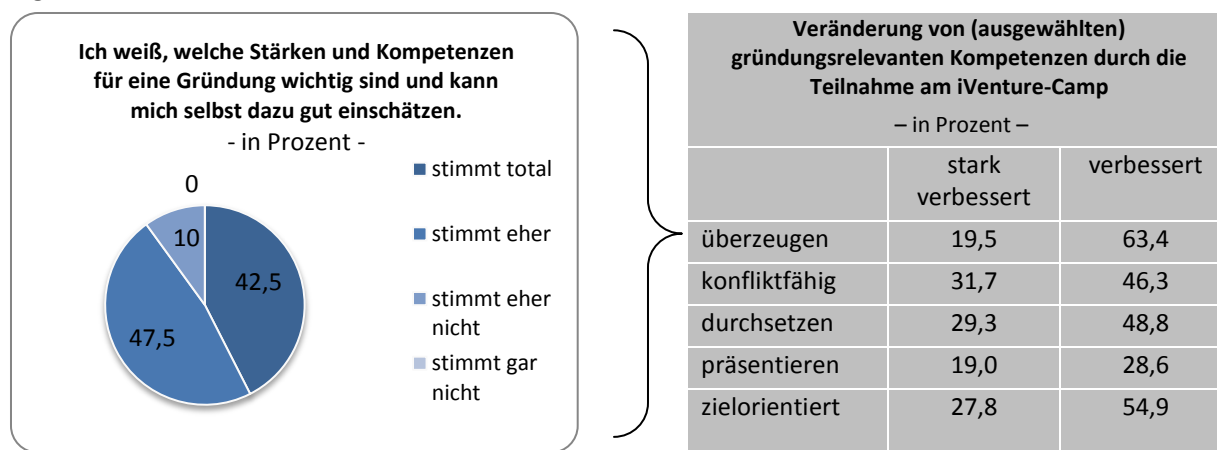
Abb.: Beschäftigung mit gründungsrelevantem Wissen



### „iVenture camp“ fördert gründungsrelevante Kompetenzen

„iVenture camp“ war auch angetreten, ausgewählte, gründungsrelevante Schlüsselqualifikationen zu fördern bzw. zu trainieren. Diese sogenannten entrepreneurial skills sind unabhängig von der späteren beruflichen Situation von Bedeutung, z. B. für die Ausbildungsfähigkeit aber auch insgesamt für die Entwicklung der Jugendlichen. Aus Sicht der Jugendlichen fallen die Bewertungen der eigenen Kompetenzen insgesamt sehr gut aus. Insbesondere all diejenigen Fähigkeiten, die explizit im Kontext des Camps angesprochen wurden wie z. B. Überzeugungskraft, Konfliktfähigkeit, Zielorientierung, Durchsetzungsvermögen, Einschätzung der eigenen Stärken und Schwächen erhalten durchgehend Bestnoten. Selbstkritischer – aber immer noch im positiven Bereich – wird die Präsentationsfähigkeit bewertet. Allerdings sah das Camp kein gesondertes Trainingsmodul „Präsentationsfähigkeit“ vor.

Abb.: (ausgewählte) gründungsrelevante Kompetenzen – Selbsteinschätzung der beteiligten Jugendlichen



### „iVenture camp“ fördert die Sensibilität für Selbständigkeit als Lebens- und Berufsoption

Im „iVenture camp“ ging es auch darum, die Jugendlichen praxisnah und mit lebensweltlichem Bezug für unterschiedliche Formen späterer unternehmerischer Selbständigkeit als Alternative oder Ergänzung zu abhängiger Beschäftigung zu sensibilisieren. Welche Einstellungen Jugendliche hinsichtlich Unternehmen, Unternehmertum und Unternehmenskultur(en) haben, war ein Aspekt, den es mit Blick auf die Attraktivität unternehmerischer Selbständigkeit zu beleuchten galt. Die am Camp teilnehmenden Jugendlichen gaben durchweg an, ein positives Bild von Unternehmer/-innen zu haben (100 Prozent antworteten mit „sehr gut“ oder „gut“). Als wichtigste Einflussgröße für dieses positive Bild (rund 86 Prozent) benannten die Jugendlichen „Erfahrungen, die sie im Camp gemacht hatten“. Durch die Teilnahme am „iVenture camp“ ist zudem für mehr als 70 Prozent der Jugendlichen die Gründungswahrscheinlichkeit gestiegen. Auch wenn in näherer Zukunft für die meisten Jugendlichen der Schulabschluss, eine Ausbildung oder ein Studium auf der Agenda stehen, schwingt bei ca. einem Drittel bereits die Option der Selbständigkeit als mittelfristige berufsbezogene Perspektive mit.

### „iVenture camp“ sichert Wissenstransfer und unternehmerische Motivation über den Camp-Zeitraum hinaus

Damit die unternehmerischen Erfahrungen nach dem Camp keinen Abbruch erfahren, wurden den Jugendlichen Kontakte zu unterstützenden Angeboten in der jeweiligen Herkunftsregion vermittelt – so soll „iVenture camp“ auch an die Schulen zurückwirken und neue Akzente z. B. in der Arbeit der ansässigen Schülerfirmen setzen. Diverse Materialien, die in einem Camp-Ordner zusammengefasst wurden, stehen den Jugendlichen auch nach ihrer Rückkehr für gezieltes Weiterarbeiten zur Verfügung. Etwa 85 Prozent der Jugendlichen bewerteten diese weiterführenden Angebote und Kontakte positiv. Darüber hinaus gab etwa jeder fünfte Jugendliche explizit an, die im Camp entwickelten Geschäftsideen in der jeweiligen Schülerfirma umsetzen zu wollen bzw. in der eigenen Schule das Thema Entrepreneurship anderen Schüler/-innen und Lehrenden vorzustellen, um sie für die Gründung einer Schülerfirma zu begeistern.

### **„iVenture camp“ – ein Programmansatz für unterschiedliche Jugendliche**

Für die Bewertung des „iVenture camp“-Ansatzes war es von Interesse, inwieweit verschiedene (sozio-)demografische Merkmale hinsichtlich des Camp-Erfolgs eine Rolle spielten, da die Akquisition der teilnehmenden Jugendlichen bewusst dem Prinzip der Heterogenität folgte. In der Auswertung der Daten konnten keine signifikanten Unterschiede zwischen einzelnen Gruppen ausgemacht werden (Geschlecht, angestrebter Schulabschluss, unternehmerische Vorerfahrungen, Ausgangsmotivation). Die Mehrzahl der Jugendlichen kam ins Camp, um „neue Erfahrungen“ zu machen oder „neues Wissen“ zu erwerben. Ebenfalls stark als Motiv für die Camp-Teilnahme ausgeprägt war ein spezifisches Interesse am „Ausbau unternehmerischer Fähigkeiten“ oder daran, „unternehmerisches Denken und Handeln zu lernen“. Insgesamt konnten diese Erwartungen der Jugendlichen erfüllt werden – unabhängig von weiteren Kriterien. So liegt der Schluss nahe, dass gerade das hier konzipierte Camp-Format mit seinen lebensweltlichen und praxisnahen, handlungsorientierten Elementen sowie besonderen pädagogischen wie fachlichen Kompetenzen des eingesetzten Personals ganz unterschiedliche Jugendliche anzusprechen und zu motivieren vermag und somit einen erfolgreichen Ansatz zur Stärkung des Unternehmergeistes im Jugendalter darstellt.