

UNTERNEHMERISCHES MINDSET IN DER ENTREPRENEURIALEN UND INTRAPRENEURIALEN HOCHSCHULAUSBILDUNG

Sahra Schnekker BSc (WU) MA; Ruth Leitner BSc BA MSc; Mario Kwas BA MA

Abstract. The fact that employees play a central role in the innovative strength of a company has been proven by countless studies in recent decades. The topic of intrapreneurship in particular plays a central role here, although studies relating to this term are still insufficient. Nevertheless, some educational programs have developed, especially in the university sector, with a focus on entrepreneurial behavior (mindset / skillset). The success of these educational programs in terms of entrepreneurial mindset was measured in this study based on a quantitative survey. As a basis for the measurement, several already validated scales were used, adapted and applied in the study program Entrepreneurship & Applied Management at an Austrian university of applied sciences. The questionnaire covers the domains: entrepreneurial passion, strategic renewal behavior in innovation, entrepreneurial and intrapreneurial intentions and innovation competence. The results show first approximations of reimagined relationships in the triad of the "entrepreneurial mindset". These results serve as the basis for further research and will serve as the basis for a longitudinal study.

Keywords: Intrapreneurship, Entrepreneurship Education, Entrepreneurial Mindset, Innovation competence,

Dass Mitarbeiter*innen eine zentrale Rolle bezogen auf die Innovationskraft eines Unternehmens spielen belegen unzählige Studien der letzten Jahrzehnte. Speziell das Thema Intrapreneurship nimmt hier eine zentrale Rolle ein, wenngleich Studien mit Bezug auf diesen Terminus noch insuffizient sind. Dennoch entwickelten sich, insbesondere im Hochschulsektor, einige Ausbildungsprogramme, mit dem Fokus auf unternehmerisches Denken und Handeln. Welchen Erfolg diese Ausbildungsprogramme beziehungsweise auf das unternehmerische Mindset haben, wurde anhand der vorliegenden Studie auf Basis einer quantitativen Erhebung gemessen. Als Grundlage für die Messung wurden mehrere bereits validierte Skalen herangezogen, angepasst und im Studiengang Entrepreneurship & Applied Management an einer österreichischen Fachhochschule angewendet. Der Fragebogen umfasst die Bereiche: unternehmerische Leidenschaft, strategisches Verhalten bei Neuerungen, unternehmerische (intrapreneuriale und entrepreneuriale) Intentionen sowie Innovationskompetenz. Die Ergebnisse zeigen erste Annäherungsversuche an neu gedachte Zusammenhänge in der Triade des „Unternehmerischen-Mindsets“. Diese Ergebnisse dienen als Grundlage für weitere Untersuchungen und sollen als Basis für eine Längsschnittstudie dienen.

Schlagwörter: Intrapreneurship, Entrepreneurship Ausbildung, Entrepreneuriales Mindset, Innovationskompetenz

1 EINLEITUNG

Intrapreneurship betrachtet Mitarbeiter*innen als entscheidende Innovationstreiber innerhalb eines Unternehmens. Diese Mitarbeiter*innen ergreifen proaktiv unternehmerische Chancen, um mit den zur Verfügung stehenden Ressourcen Produkte und/oder Dienstleistungen voranzutreiben. Dieses Vorhaben geschieht meist unter Annahme eines gewissen unternehmerischen Risikos (Neessen et al. 2019, 551), welches jedoch aufgrund der vorhandenen Ressourcen innerhalb einer Organisation abnimmt (Blanka 2018, 920). Damit unterscheiden sich Intrapreneure in wesentlichen Aspekten von Entrepreneuren: Sie agieren innerhalb der Grenzen einer bestehenden Organisation (Neessen et al. 2019, 555).

Aktuell gibt es in Österreich kein Hochschulprogramm, das eine reine "Intrapreneurship"-Ausbildung anbietet. Somit ist diese lediglich in Studiengängen, die zum Teil Entrepreneurship-Inhalte inkludieren, eingebettet (David, 2021). Forschungsergebnisse in Bezug auf „Intrapreneurial Education“ sind aktuell noch insuffizient (David, 2021) – dennoch liefern einige Untersuchungen Überschneidungen hinsichtlich bestimmter persönlicher Eigenschaften beider Disziplinen (Boon et al. 2013, 2). Eines dieser Attribute ist das sogenannte unternehmerische Mindset dieser Personen, welches unter dem emotionalen Aspekt anhand von „entrepreneurial passion“ untersucht werden sollte (Newman et al. 2021). Kuratko et al. (2021, 1682) beschrieben in ihrer Arbeit drei Dimensionen im Zusammenhang mit unternehmerischen Mindset – diese umfassen einen kognitiven, einen verhaltensbezogenen und einen emotionalen Aspekt. Zudem bildet die Innovationskompetenz, zusammengesetzt aus Innovationsorientierung und Eigeninitiative (Ebner et al. 2008, 304) eine wesentliche Schlüsseldimension des Intrapreneurships (Ebner et al. 2008, 305).

2 ENTREPRENEURSHIP UND INTRAPRENEURSHIP

Entrepreneurship (Unternehmertum) und Innovation sind in der modernen Wirtschaft von zentraler Bedeutung für den Erfolg von Einzelpersonen und Unternehmen. Dabei ist Innovation nicht nur von entscheidender Bedeutung (Schumpeter 1942), sondern auch für viele Unternehmen ein wichtiges Wettbewerbsinstrument (Baumol 2002).

Das Kunstwort "Intrapreneur" - eine Kombination aus "intracorporate" und "entrepreneur" - wurde in den 1980er Jahren von Giffort Pinchot III. geprägt und bezeichnet unternehmerisch denkende Mitarbeiter*innen innerhalb eines Unternehmens. Das bedeutet, dass Mitarbeiter*innen proaktiv unternehmerische Chancen erkennen und diese mit den ihnen zur Verfügung stehenden Ressourcen und unter Inkaufnahme eines gewissen Risikos nutzen (Neessen et al. 2019, 551). Damit agieren sie ähnlich wie Unternehmer*innen (Entrepreneure), unterscheiden sich aber in wesentlichen Aspekten von ihnen: Sie agieren innerhalb der kulturellen und politischen Grenzen einer bestehenden Organisation (Neessen et al. 2019, 555) und sind bestimmten Regeln und Prozessen unterworfen. Gleichzeitig können sie auf vorhandene Ressourcen zurückgreifen und tragen daher ein geringeres Risiko als Unternehmer*innen (Blanka 2018, 920). Die aktuelle Forschung in diesem Bereich findet auf zwei verschiedenen Ebenen statt: der individuellen Ebene (Mitarbeiter*innen-Ebene) und der Organisationsebene. Die Perspektive der individuellen Ebene als Bottom-up-Ansatz bezieht sich auf das intrapreneuriale Verhalten von

Mitarbeitern (Blanka 2018, 923) und die Fähigkeit, Innovationen und neue Ideen in Unternehmenserfolg umzusetzen (Neessen et al. 2019, 546). Intrapreneurship wird somit als Verhalten bezeichnet, das über die Erwartungen der Organisation hinausgeht ("extra-role behavior"), d.h. ein Verhalten, das über die normalen Aufgaben der Mitarbeiter*innen ragt. (Neessen et al. 2019, 547).

2.1 ENTREPRENEURIAL UND INTRAPRENEURIAL EDUCATION

Entrepreneurial Education hat das Ziel, Studierende auf ihre unternehmerische Praxis vorzubereiten und unternehmerische Kompetenzen zu entwickeln (Tittel und Terzidis 2020, 1). Sie beinhaltet die Entwicklung individueller unternehmerischer Fähigkeiten, Verhaltensweisen und Einstellungen, die Entwicklung von Selbstvertrauen und Empathie für eine unternehmerische Perspektive (Arasti et al. 2012, 3f).

Bisher liefert auch die Intrapreneurial Education-Forschung überschaubare Ergebnisse (David, 2021). Es ist jedoch davon auszugehen, dass Intrapreneurship im Bildungskontext stark mit Entrepreneurship zusammenhängt, da auch die unternehmerische Bildung "die Entwicklung bestimmter persönlicher Eigenschaften und Denkweisen" (Boon et al. 2013, 2) forciert. Jedenfalls sollten die Inhalte der unternehmerischen Bildung so gestaltet sein, dass die unternehmerischen Fähigkeiten und Fertigkeiten in erster Linie auf die Erwartungen von realen Unternehmen abgestimmt sind (Mwasalwiba 2010, 29).

2.2 ENTREPRENEURIAL / INTRAPRENEURIAL INTENTION UND BEHAVIOR

In einigen Studien wird unternehmerisches Verhalten anhand psychologischer Konzepte untersucht, z. B. anhand der Selbstwirksamkeitstheorie nach Bandura (Afriyie et al. 2020) oder mittels der persönlichen Initiative (PI) (Patterson 2004; Frese und Fay 2001). Persönliche Initiative (PI) ist in diesem Zusammenhang durch eigeninitiatives, proaktives Arbeitsverhalten gekennzeichnet, das Barrieren überwindet, um ein Ziel zu erreichen (Frese und Fay 2001). Darüber hinaus wird die Theory of Planned Behavior (Ajzen, 2002) zur Untersuchung des unternehmerischen Verhaltens herangezogen (Anjum et al. 2018), da ihr zufolge Intention ein bestimmtes Verhalten auslösen kann und somit ein Prädiktor für eben dieses darstellt. Einen weiteren Indikator bietet die Studie von Sheeran (2002), in der die psychologischen Variablen zwischen Intention und Verhalten untersucht wurden. Ziel der Untersuchung war unter anderem festzustellen, wie groß die Lücke zwischen Intention und Verhalten ist und welche Indikatoren die Brücke zwischen den beiden bildet. Dabei wurde festgestellt, dass Absichten durchschnittlich fast ein Drittel der Varianz im zukünftigen Verhalten ausmachen und somit einer großen Effektgröße entspricht (Cohen, 1992). Van Gelderen et al. (2015) weisen jedoch darauf hin, dass der Zusammenhang zwischen Intention und Verhalten im Zusammenhang mit der Gründung eines Unternehmens (entrepreneurial intention) wahrscheinlich schwächer ausfällt. Ihre Studie ergab, dass mehr als zwei Drittel der Befragten zwar eine Intention geäußert, aber kein Verhalten zur Unternehmensgründung gezeigt hat. Es ist daher davon auszugehen, dass die Hürde tatsächlich unternehmerisch tätig zu werden, im Intrapreneurship-Kontext (intrapreneurial intention) aufgrund des geringeren Risikos (z.B. vorhandene Ressourcen bezogen auf organisationale Rahmenbedingungen etc.), geringer sein könnte.

Damit das Verhalten von Intrapreneurship-Aktivitäten auf individueller Ebene messbar gemacht werden kann, wurde die "Employee Intrapreneurship Scale (EIS)" von der Erasmus-Universität Rotterdam und der Universität Johannesburg entwickelt und validiert (Gawke et al. 2019). Die EIS-Skala enthält dabei zwei Faktoren: das Risikoverhalten (employee venture behavior) und das strategische Erneuerungsverhalten (employee strategic renewal behavior) von Mitarbeiter*innen und subsumiert damit den verhaltensbasierten Ansatz dieser Studie. Neben dem unternehmerisch orientierten- und dem „intrapreneurial-outcome“ Ansatz unterscheidet sich der verhaltensbasierte dahingehend, in dem er auf Grundlage von Mitarbeiteraktivitäten einerseits darauf abzielt, neue Geschäftsfelder und Organisationen zu schaffen (employee venture behavior) und andererseits intern Organisationen verbessert (employee strategic renewal behavior) und dabei sowohl auf interne als auch externe Parameter reagiert. Bereits die Studie von Gawke et al. (2019) zeigte, dass der Faktor des Risikoverhaltens und die damit zusammenhängende Mitarbeiteraktivität ein neues Geschäftsfeld zu schaffen oder eine Organisation zu gründen, keine signifikanten Ergebnisse hervorbrachte. Aus diesem Grund wurde der Fokus unserer Studie ausschließlich auf das strategische Erneuerungsverhalten (employee strategic renewal behavior) gelegt. Dieses strategische Erneuerungsverhalten zielt in erster Linie auf das Suchen nach Chancen und Vorteilen ab, um das Unternehmen weiter konkurrenzfähig zu halten und im gegebenen Fall intern auf Neuerungen und Fortschritte reagieren zu können.

2.3 DAS UNTERNEHMERISCHE MINDSET

Um unternehmerisches Denken und Handeln auf der individuellen Ebene des Intrapreneurships greifbar zu machen, haben sich Studien auf "Intrapreneure" als Individuen konzentriert. Die Forschung reicht hierbei von stabilen Persönlichkeitsmerkmalen bis hin zu dynamischeren Verhaltensweisen und Kompetenzen (Alam et al. 2020; Neessen et al. 2019, 561). Auch Kuratko et al. (2021, 1681) gehen angelehnt an Neumann 2017 und Kuratko 2020 davon aus, dass „the true source of innovation and entrepreneurship is an ability and perspective that resides within each one of us, something we refer to as the entrepreneurial mindset. [...] This mindset allows and empowers us to come up with new ideas, solve problems, generate creative solutions, and take action to pursue opportunities“ Kuratko et al. (2021, 1681). Ihnen zufolge besteht das unternehmerische Mindset aus drei Dimensionen: Dem kognitiven Aspekt - wie Unternehmer*innen mentale Modelle einsetzen; dem verhaltensbezogene Aspekt - wie Unternehmer*innen Gelegenheiten wahrnehmen oder handeln; und dem emotionale Aspekt - was Menschen fühlen, wenn sie als Unternehmer*innen handeln (Kuratko et al. 2021, 1682).

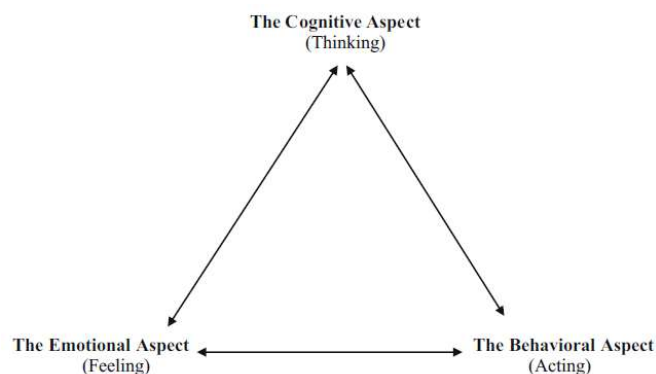


Abbildung 1 - The triad of the entrepreneurial mindset (Kuratko et al. 2021, 1682)

2.4 ENTREPRENEURIAL PASSION

Zum besseren Verständnis der Rolle des unternehmerischen Mindsets wird der emotionale Aspekt anhand der unternehmerischen Leidenschaft („entrepreneurial passion“) untersucht. Bis dato liegen noch keine Untersuchungen im Kontext von „Intrapreneurship“ vor (Newman et al. 2021). Die unternehmerische Leidenschaft trägt dazu bei, die Wahrnehmung und das Verhalten von Unternehmer*innen zu steuern und das Feuer zu entfachen, welches Innovation, Beharrlichkeit und letztendlich Erfolg antreibt (Cardon et al. 2017). „Entrepreneurial passion is a consciously accessible, intense positive feeling, and [...] results from engagement in activities with identity meaning and salience to the entrepreneur.“ (Cardon et al. 2009a, 515). „Entrepreneurial passion“ wird dabei entlang der verschiedenen Entrepreneurship-Bereiche „inventing“, „founding“ und „developing“ (Cardon et al. 2013, Cardon et al. 2009b) gemessen: „Passion for inventing“ beschreibt dabei unternehmerisch explorative Aktivitäten, wie beispielsweise die Suche nach neuen Marktgelegenheiten, die Entwicklung neuer Produkte oder Dienstleistungen sowie das Arbeiten mit Prototypen. „Passion for founding“ umfasst den Wunsch des Aufbaus von notwendigen finanziellen, menschlichen und sozialen Ressourcen, die im Zusammenhang einer Unternehmensgründung erforderlich sind. „Passion for developing“ bezieht sich auf die Unternehmensentwicklung (wie beispielsweise das Wachstum und Expansion) nach der Gründung.

2.5 INNOVATIONSKOMPETENZ

Der Begriff Innovationskompetenz wird Ehlers (2020, 83) folgend als „Fähigkeit, den Beitrag von Innovation beziehungsweise Innovation an sich für den jeweiligen Organisationskontext in nachhaltige Wertschöpfung zu übersetzen“, aufgefasst. Auf diesem Verständnis aufbauend bietet sich ein Blick auf die Faktorenstruktur von Intrapreneurship nach Ebner et al. (2008, 305) an: Im Zuge einer Erhebung zu Intrapreneurship in der beruflichen Erstausbildung von über 2 000 Lehrlingen an 52 österreichischen Berufsschulen (Ebner et al. 2008, 303) wurde festgestellt, dass besonders die beiden Skalen Eigeninitiative und Innovationsorientierung aus dem Spektrum der personenspezifischen Kompetenzen „als Schlüsseldimensionen von Intrapreneurship bezeichnet werden“ können. (Ebner et al. 2008, 305). Daher werden diese beiden Skalen auch für diesen Kontext in die Untersuchung aufgenommen und nachfolgend unter dem Begriff Innovationskompetenz zusammengefasst.

3 METHODEN

Dieser theoretische Grundstein führt zur zentralen Forschungsfrage, inwiefern unternehmerisches Mindset und Intention / Verhalten bei Studierenden, die sich sowohl für ein Entrepreneurship-Studium entschieden haben, als auch Arbeitnehmer*innen sind, zusammenhängen.

Anhand folgender Hypothesen wird die vorliegende Forschungsfrage in ihren einzelnen Teilaspekten beantwortet:

H1: Es bestehen signifikante Zusammenhänge zwischen *entrepreneurial passion* und *entrepreneurial bzw. intrapreneurial intention*.

H2: Es besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen *entrepreneurial passion* und *strategic renewal behavior*.

H3: Es bestehen signifikante Zusammenhänge zwischen Innovationskompetenz und *entrepreneurial* bzw. *intrapreneurial intention*.

H4: Es bestehen signifikante Zusammenhänge zwischen Innovationskompetenz und *strategic renewal behavior*.

H5: Es bestehen signifikante Zusammenhänge zwischen *entrepreneurial* bzw. *intrapreneurial intention* und *strategic renewal behavior*.

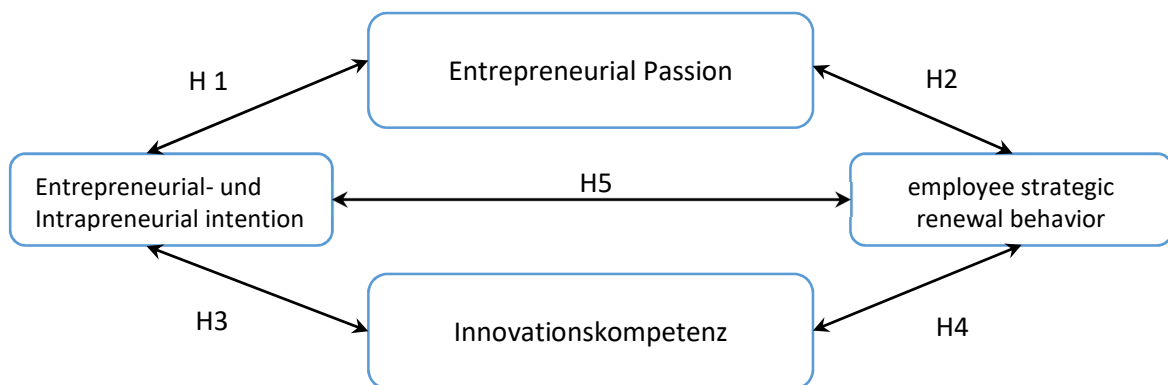


Abbildung 2 – Zusammenhang Hypothesen (eigene Darstellung)

Im Zuge dieser quantitativen Erhebung wurde ausschließlich auf zuvor eingesetzte Items zurückgegriffen und im Bedarfsfall leichte Anpassungen für die Zielgruppe durchgeführt. Der Fragebogen wurde einer Expertenvalidierung unterzogen und dadurch noch messgenauer gestaltet.

Die Daten wurden anhand von zwei Online- Umfragen mit berufstätigen Masterstudierenden des Studiengangs „Entrepreneurship & Applied Management“ einer österreichischen Fachhochschule erhoben. Die erste Erhebung mit Masterstudierenden des 1. Semesters im Oktober 2022 statt. Die Studierenden des 3. Semesters wurden im Januar 2023 befragt. Die Befragung wurde durch die Studiengangsleitung vorgestellt und beworben.

Anschließend erfolgte eine Datenübertragung in IBM SPSS Statistics, wo eine Bereinigung nach vollständig ausgefüllten Fragebogen durchgeführt wurde. Dadurch reduzierte sich die Stichprobengröße von N=45 auf N=39. Im Verhältnis zur Grundgesamtheit der Masterstudierenden des Studiengangs „Entrepreneurship & Applied Management“ konnten damit knapp 70 % erfasst werden. Nachdem es in Österreich nur einen Studiengang gibt, dessen Curriculum über das gesamte Studium hinweg Entrepreneurship-Inhalte vermittelt, konnte nur ebendieser mit zwei Kohorten befragt werden.

Items der Prädiktoren

Nachfolgend sind die zugrundeliegenden Skalen und die dazugehörigen Kennwerte angeführt.

Die Antwortmöglichkeiten reichten jeweils von 1 bis 7, wobei folgende Varianten verwendet wurden: 1=Gar nicht einverstanden, 7=Absolut einverstanden; 1=Stimme nicht zu, 7=Stimme völlig zu; 1=nie, 7=immer. Negativ gepolte Items wurden für die weiteren Analysen umkodiert.

Skala	Beispielitem	n	MW	SD	α/r
Entrepreneurial Passion (Cardon et al. 2013).	<i>Inventing</i> : Ich finde es spannend, in meinem Umfeld nach neuen (Geschäfts-) Möglichkeiten zu suchen.	4	5,805	1,144	0,656
	<i>Founding</i> : Es macht mir Spaß, ein neues Unternehmen auf seinem Weg zum Erfolg zu begleiten.	4	5,743	1,300	0,771
	<i>Developing</i> : Die Gründung und das Wachstum von Unternehmen ist ein wichtiger Teil meines Selbstbildes.	4	5,398	1,391	0,652
Strategic renewal behavior (Gawke et al. 2019).	Ich konzeptioniere neue Arbeitsmethoden für mein Unternehmen.	9	4,711	1,819	0,957
Intrapreneurial Intention (Douglas & Fitzsimmons 2013).	Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie (innerhalb des Unternehmens Ihres Arbeitgebers) eine neue Abteilung (oder Geschäftseinheit) leiten möchten, die zur Einführung einer neuen Variante eines bestehenden Produkts oder einer Dienstleistung gegründet wird?	3	5,143	1,531	0,885
Entrepreneurial Intention (Douglas & Fitzsimmons 2013).	Angenommen, Sie haben eine gute Geschäftsmöglichkeit und können die erforderlichen Mittel aufbringen: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie sich innerhalb von zwei Jahren nach Ihrem Abschluss selbstständig machen wollen?	3	5,718	1,334	0,791
Innovationskompetenz (Ebner et al. 2008).	<i>Innovationsorientierung</i> : Ich versuche eine Aufgabe auf verschiedene Wege zu lösen.	5	4,98	1,365	0,843
	<i>Eigeninitiative</i> : Ich tue meistens mehr als von mir gefordert wird.	7	5,373	1,221	0,854

In der *entrepreneurial passion*-Subskala *inventing* wurde ein Item („Es ist spannend, neue Lösungen für unerfüllte Marktbedürfnisse zu finden, die sich kommerzialisieren lassen.“) aufgrund von fehlender Passung nicht weiter miteinbezogen (Cardon et al. 2013). Die Items der

entrepreneurial passion-Subskalen *passion for founding* und *passion for developing* wurden geringfügig an den Intrapreneurship-Kontext angepasst.

3.1 ERGEBNISSE

Um die Hypothesen prüfen zu können, wurden Zusammenhänge mithilfe von IBM SPSS Statistics gerechnet. Die Stichprobe lässt sich anhand folgender deskriptiver Merkmale näher charakterisieren:

Von den 39 berufstätigen Studierenden, die in einem Anstellungsverhältnis stehen, gaben 14 an, weiblich zu sein, 24 männlich und 1 ohne Angabe. 25 der befragten Personen gehen einer beruflichen Vollzeittätigkeit nach, 14 einer Teilzeittätigkeit. 38,5% der Befragten arbeiten in einem Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitenden und 20,5% mit 20-49 Mitarbeitenden. Während 25 der Befragten in einer nicht-leitenden Funktion tätig sind, arbeiten 14 in einer mittleren Führungsposition und niemand leitend im Top-Management. Die häufigste angegebene Branche ist Information & Consulting, gefolgt vom Handel. Die Geburtsjahre der Befragten liegen zwischen 1979 und 1998, wobei im Mittel die ProbandInnen zum Zeitpunkt der Erscheinung dieses Papers 29 Jahre und 9 Monate alt sind. Des Weiteren geht aus den Daten hervor, dass 25 der Befragten eine berufsbildende höhere Schule absolviert, 9 in einer AHS maturiert und 5 einen alternativen Hochschulzugang wie die Berufsreifeprüfung gewählt hatten.

Die Hypothesenprüfung erfolgte dem explorativen Ansatz folgend mittels nichtparametrischen bivariaten Korrelationen – der Fokus lag damit auf einer Erkundung, ob Zusammenhänge unabhängig von einer Wirkrichtung bestehen. Dazu wurde der Korrelationskoeffizient nach Kendall-Tau angewendet, da ausschließlich metrische Skalen eingesetzt wurden. Die Ergebnisse werden nun den Hypothesen folgend einzeln betrachtet:

H1: Es bestehen signifikante Zusammenhänge zwischen *entrepreneurial passion* und *entrepreneurial* bzw. *intrapreneurial intention*.

Zwischen der Skala *entrepreneurial passion* mit den drei Subskalen *Inventing*, *Founding* und *Developing* und der Skala *Intrapreneurial Intention* konnte basierend keine Signifikanz gemessen werden ($p > 0,05$). Auch die separate Testung der Subskalen zeigten keinen signifikanten Zusammenhang auf.

Wird die Skala *entrepreneurial passion* hingegen mit der *entrepreneurial intention* getestet, ergibt sich eine signifikante Korrelation ($p = 0,014$; Korrelationskoeffizient 0,286). In der Einzelbetrachtung ergibt sich folgendes Bild: Die Subskala *Inventing* hängt nicht signifikant ($p = 0,1$) mit *entrepreneurial intention* zusammen, wohingegen sowohl *Founding* ($p = 0,019$ mit einem Korrelationseffizient von 0,282) und *Developing* ($p = 0,024$ mit einem Korrelationskoeffizient von 0,269) auf dem 0,05 Niveau signifikante mittlere Zusammenhänge aufzeigen.

H1 wird damit teilweise bestätigt. Während zwischen *entrepreneurial passion* und *intrapreneurial intention* kein Zusammenhang festgestellt wurde, zeigte sich zwischen

entrepreneurial passion und *entrepreneurial intention* ein Zusammenhang, der insbesondere auf die Subskalen *founding* und *developing* zurückzuführen ist.

H2: Es besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen *entrepreneurial passion* und *strategic renewal behavior*.

Für einen ersten Eindruck wird wieder mit der gesamten Skala *entrepreneurial passion* gerechnet und dadurch ein signifikanter Zusammenhang festgestellt ($p=0,014$; Korrelationskoeffizient 0,282)

In der Einzelbetrachtung der Subskalen wird deutlich, wovon diese Signifikanz ausgeht: Bei *inventing* lässt sich ein signifikanter Zusammenhang mit *strategic renewal behavior* erkennen ($p=0,038$; Korrelationskoeffizient = 0,338). Bei *founding* liegt kein signifikanter Zusammenhang vor ($p=0,179$), wohingegen *developing* mit $p=0,047$ und einem Korrelationskoeffizienten von 0,324 ebenfalls signifikant ist.

H2 wird demnach bestätigt, wobei die Subskala *inventing* stärker als *developing* mit der *strategic renewal behavior* korreliert und *founding* in diesem Kontext insignifikant ist.

H3: Es bestehen signifikante Zusammenhänge zwischen Innovationskompetenz und *entrepreneurial* bzw. *intrapreneurial intention*.

Die Skalen der Innovationskompetenz, *Innovationsorientierung* und *Eigeninitiative*, weisen mit $p=0,082$ für *Eigeninitiative* und $p=0,267$ für *Innovationsorientierung* auf keinen signifikanten Zusammenhang mit *intrapreneurial intention* hin. Bei der *entrepreneurial intention* ist für die *Eigeninitiative* mit $p=0,504$ und die *Innovationsorientierung* mit $p=0,980$ ebenfalls kein signifikanter Zusammenhang erkennbar.

H3 ist damit zur Gänze falsifiziert.

H4: Es bestehen signifikante Zusammenhänge zwischen Innovationskompetenz und *strategic renewal behavior*.

Die Korrelationen von Innovationskompetenz mit den beiden Skalen *Eigeninitiative* ($p=0,027$; Korrelationskoeffizient = 0,256) und *Innovationsorientierung* mit $p=0,026$ und einem Korrelationskoeffizienten von 0,258 stehen jeweils in einem signifikanten Zusammenhang mit *strategic renewal behavior*.

H4 bestätigt sich anhand der analysierten Daten. Die Korrelationskoeffizienten weisen auf einen schwachen Zusammenhang hin.

H5: Es bestehen signifikante Zusammenhänge zwischen *entrepreneurial* bzw. *intrapreneurial intention* und *strategic renewal behavior*.

Mit $p=0,072$ lässt sich kein signifikanter Zusammenhang zwischen *intrapreneurial intention* und *strategic renewal behavior* feststellen. Auch die Messung zwischen *entrepreneurial intention* und *strategic renewal behavior* ergibt mit $p=0,876$ ein insignifikantes Ergebnis.

H5 wird somit eindeutig falsifiziert.

4 CONCLUSIO

Die vorliegenden Ergebnisse ermöglichen eine erste Annäherung an neu gedachte Zusammenhänge in der Triade des *entrepreneurial mindset*. Die Forschungsfrage, inwiefern unternehmerisches Mindset und Intention / Verhalten bei Studierenden, die sich sowohl für ein Entrepreneurship-Studium entschieden haben, als auch Arbeitnehmer*innen sind, zusammenhängen, lässt sich basierend auf den vorliegenden Ergebnissen wie folgt dem Ampelsystem folgend darstellen (rot = insignifikant; orange = teilweise signifikant; grün = signifikant) beziehungsweise in weiterer Folge beantworten:

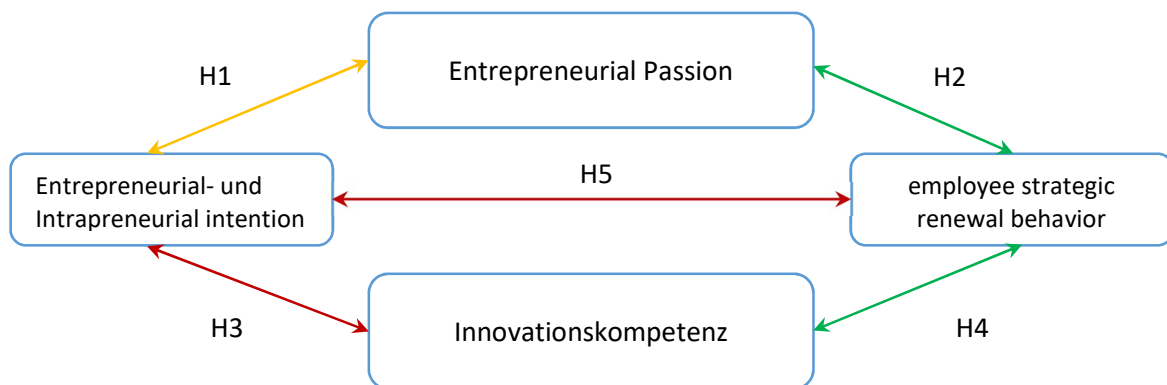


Abbildung 3 – Ergebnisse der Hypothesenprüfung (eigene Darstellung)

Die *entrepreneurial passion* steht eher mit dem Wunsch, selbständig unternehmerisch im Sinne des *foundings* und *developings* tätig zu werden im Zusammenhang, als mit dem Wunsch, innerhalb eines Unternehmens unternehmerische Ansätze zu verfolgen (H1). Die *entrepreneurial passion*, im Besonderen die Subskalen *inventing* und *developing* korrelieren darüber hinaus signifikant mit dem *behavior* (H2). Weiters besteht kein Zusammenhang zwischen Innovationskompetenz und *intention* (H3), sehrwohl jedoch zwischen Innovationskompetenz mit *behavior* (H4).

Darüber hinaus besteht kein Zusammenhang zwischen *intention* und *behavior* (H5). Somit kann diese Studie hinsichtlich der Diskussion zwischen Intention-Verhalten (z.B. Cohen, 1992; Van Gelderen et al., 2015) keinen Zusammenhang feststellen. Auch kann nicht bestätigt werden, dass die Hürde unternehmerisch tätig zu werden im Angestelltenverhältnis (Intrapreneurship-Kontext) aufgrund des geringeren Risikos geringer sein könnte.

Einschränkend wird festgehalten, dass die Stichprobe zum aktuellen Zeitpunkt noch verhältnismäßig klein ist (N=39). Zudem kann an dieser Stelle noch keine Panel-Messung präsentiert werden, sondern nur ein erster Teilausschnitt mit Teilaspekten dieser geplanten Längsschnittstudie.

REFERENZEN

- [1] Afriyie, N., Melyoki, L. L. und Nchimbi, M. 2020. „The Influence of Employee Self-efficacy, Outcome Expectation and Firm Resources on Intrapreneurial Behaviour: Insight from Ghana.“ *Athens Journal of Business & Economics* 6, 349-376. doi: 10.30958/ajbe.6-4-4
- [2] Ajzen, I. 2002. “Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior.” *Journal of Applied Social Psychology*, 32, 1-20. doi: 10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x
- [3] Alam, M. Z., Kousar, S., Shabbir, A. und Kaleem, M. A. 2020. „Personality traits and intrapreneurial behaviour: Moderated role of knowledge sharing behaviour in diverse group of employees in developing country.” *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship* 14, 31-46. doi: 10.1108/APJIE-09-2019-0068
- [4] Anjum, T., Sharifi, S., Nazar, N. und Farrukh, M. 2018. “Determinants of entrepreneurial intention in perspective of theory of planned behaviour.” *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development* 40, 429-441. doi: 10.15544/mts.2018.40
- [5] Arasti, Z., Kiani, M. und Imanipour, N. 2012. „A Study of Teaching Methods in Entrepreneurship Education for Graduate Students.” *Higher Education Studies* 2, 2-10. doi: 10.5539/hes.v2n1p2
- [6] Baumol, W. J. 2002. *The free-market innovation machine*. Princeton: Princeton University Press.
- [7] Blanka, C. 2018. „An Individual-Level Perspective on Intrapreneurship. A Review and Ways Forward.” *Rev Manag Sci* 13, 919-961. doi: 10.1007/s1184601802770.
- [8] Boon, J., Van der Klink, M. und Janssen, J. 2013. „Fostering intrapreneurial competencies of employees in the education sector.” *International Journal of Training and Development* 17, 210-220. doi: 10.1111/ijtd.12010
- [9] Cardon, M.S., Wincent, J., Singh, J. und Drnovsek, M. 2009a. “The Nature and Experience of Entrepreneurial Passion.” *Academy of Management Review*, 34(3), 511-532. doi: 10.5465/AMR.2009.40633190
- [10] Cardon, M.S., Sudek, R. und Mitteness, C. 2009b. “The impact of perceived entrepreneurial passion on angel investing.” *Frontiers of Entrepreneurship Research* 29(2). doi: 10.5465/AMBPP.2009.44244277
- [11] Cardon, M.S., Gregoire, D. A., Stevens, C.E. und Patel, P.C. 2013. “Measuring entrepreneurial passion: Conceptual foundations and scale validation.” *Journal of Business Venturing* 28, 373-396. doi: 10.1016/j.jbusvent.2012.03.003
- [12] Cardon, M.S., Glauser, M. und Murnieks, C.Y. 2017. “Passion for what? Expanding the domains of entrepreneurial passion.” *Journal of Business Venturing Insights*, 8, 24–32. doi: 10.1016/j.jbvi.2017.05.004
- [13] Cohen, J. 1992. „A power primer.“ *Psychol. Bull.* 112, 155–159. doi: 10.1037//0033-2909.112.1.155
- [14] David, S. 2021. *Intrapreneurship Education – Handlungsempfehlungen zur Gestaltung eines Curriculums für Universitäten*. Master Thesis within Business Education, Johannes Kepler Universität Linz.

- [15] Douglas E. und Fitzsimmons, J. 2013. "Intrapreneurial intentions versus entrepreneurial intentions: distinct constructs with different antecedents." *Small Business Economics*, Springer 41(1), 115-132. doi: 10.1007/s11187-012-9419-y
- [16] Ehlers, U.-D. 2020. *Future Skills. Lernen der Zukunft – Hochschule der Zukunft*. Reihe Zukunft der Hochschulbildung. Karlsruhe: Springer. Verfügbar unter: doi: 10.1007/978-3-658-29297-3
- [17] Ebner, M, Korunka, C., Frank, H. und Lueger, M. 2008. „Intrapreneurship in der beruflichen Erstausbildung: Versuch einer begrifflichen Klärung und Operationalisierung.“ *Zeitschrift für Personalforschung* 22(3), 291-311. doi: 10.1177/239700220802200305
- [18] Gawke, J. C., Gorgievski, M. J. und Bakker, A. B. 2019. „Measuring intrapreneurship at the individual level: Development and validation of the Employee Intrapreneurship Scale (EIS).“ *European Management Journal* 37, 806-817. doi: 10.1016/j.emj.2019.03.001
- [19] Kuratko, D. F., Fisher, G. und Audretsch, D. B. 2021. „Unraveling the entrepreneurial mindset.“ *Small Bus Econ* 57, 1681–1691. doi: 10.1007/s11187-020-00372-6
- [20] Kuratko, D. F. 2020. *Entrepreneurship: Theory, process, practice*. (11th ed.). Mason: Cengage publishers.
- [21] Neessen, P. C. M., Caniels, M. C. J., Vos, B. und de Jong, J. P. 2019. „The intrapreneurial employee: toward an integrated model of intrapreneurship and research agenda.“ *International Entrepreneurship and Management Journal* 15, 545-571. doi: 10.1107/s1136501805521
- [22] Mwasalwiba, E. S. 2010. “Entrepreneurship Education: A Review of Its Objectives, Teaching Methods and Impact Indicators.” *Education and Training* 52, 20-47. doi: 10.1108/00400911011017663
- [23] Naumann, C. 2017. “Entrepreneurial mindset: A synthetic literature review.” *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 5(3), 149–172. doi: 10.15678/EBER.2017.050308
- [24] Newman, A., Obschonka, M., Moeller, J. und Chandan, G.G. 2021. „Entrepreneurial Passion. A Review, Synthesis, and Agenda for Future Research.“ *Applied Psychology*, 70(2), 816-860. doi: 10.1111/apps.12236_
- [25] Schumpeter, J. A. 1942. *Capitalism, socialism, and democracy*. New York: Harper and Brothers.
- [26] Sheeran, P. 2002. “Intention–behaviour relations: a conceptual and empirical overview.” *Eur. Rev. Soc. Psychol.* 12, 1–36. doi: 10.1080/14792772143000003
- [27] Tittel, A. und Terzidis, O. 2020. “Entrepreneurial competences revised: developing a consolidated and categorized list of entrepreneurial competences.” *Entrepreneurial Education* 3, 1–35. doi: 10.1007/s41959-019-00021-4
- [28] Van Gelderen, M.W., Kautonen, T., und Fink, M. 2015. „From entrepreneurial intentions to actions: Self-control and action related doubt, fear, and aversion.“ *Journal of Business Venturing*, 30(5), 655-673. doi: 10.1016/j.jbusvent.2015.01.003